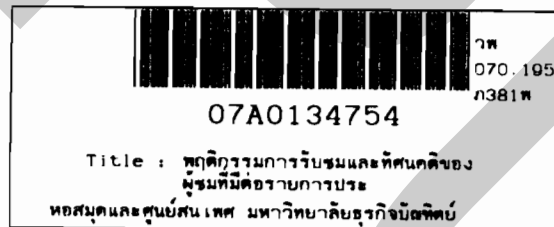


พฤติกรรมกำรรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

นางสาวภัทธียา ปรีชามารถ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาโทศาสตรัฐกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2542

ISBN 974-281-312-4

**The Behavior and Attitude of the Viewers towards the News Programs of
Independent Television (ITV)**

Miss Patariya Preechamart

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School Dhurakijpundit University

1999

ISBN 974-281-312-4



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการรับชมและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

โดย น.ส.ภัทริยา ปริษามารถ
สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ประจวบ อินอ็อค
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด)
..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(อาจารย์ประจวบ อินอ็อค)
..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(รศ.อรนุช เลิศจรยารักษ์)
..... กรรมการ
..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(อาจารย์อรุณ งามดี)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว
..... คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ดร.พิรพันธุ์ พาดุสข)
วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2542

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากกรรมการ
ทุกท่าน ประกอบด้วยศาสตราจารย์สุภัญญา สุตบรรทัด รองศาสตราจารย์อรนุช เลิศจรรยาภักษ์
อาจารย์อรุณ งามดี และอาจารย์ประจวบ อินอ้อด อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและ
ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนผู้วิจัยสามารถดำเนินการทำวิทยานิพนธ์นี้ได้สำเร็จ ขอกราบ
ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าว ศูนย์ข้อมูล และฝ่ายประชาสัมพันธ์สถานีโทรทัศน์ไอทีวี
ที่ได้ให้การอนุเคราะห์ข้อมูล และสาระสำคัญประกอบการวิจัย และกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่กรุณาให้
ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ ๆ น้อง ๆ และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้ให้ความช่วยเหลือ
ทั้งกำลังกายและกำลังใจเป็นอย่างดี ตลอดจนครอบครัวอาจารย์ทุกท่านที่เคยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้
ให้ผู้วิจัยมา รวมทั้งทุกท่านที่เกี่ยวข้องที่มีได้กล่าวนามในที่นี้

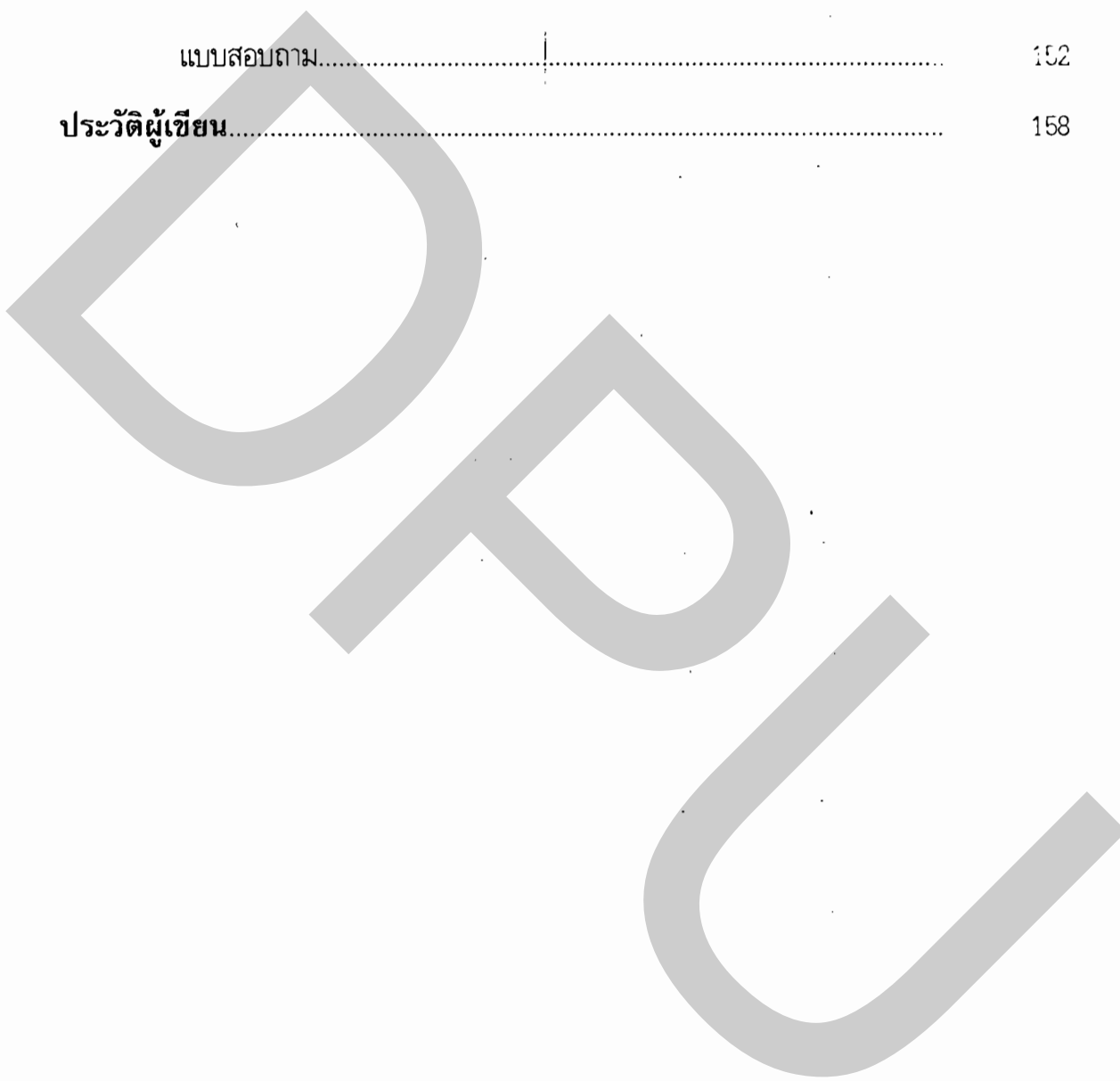
ภัทริยา ปรีชามารถ

สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
	กิตติกรรมประกาศ.....	๗
	สารบัญตาราง.....	๘
	สารบัญแผนภาพ.....	๘
บทที่		
1	บทนำ	
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหาในการวิจัย.....	4
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
	สมมติฐานของการวิจัย.....	5
	ขอบเขตของการวิจัย.....	5
	นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	5
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
	กระบวนการสื่อสาร.....	8
	แนวความคิดเรื่องข่าว.....	15
	แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมวลชน.....	21
	ทฤษฎีการไหลสองทอดของการสื่อสาร.....	24

	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	29
	ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	33
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
3	ระเบียบวิธีวิจัย	
	แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง.....	40
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
	วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล.....	47
	กรรมวิธีทางข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
	ข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
5	สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	
	วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	136
	สมมติฐานการวิจัย.....	137
	วิธีการดำเนินการวิจัย.....	137
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	138
	สรุปผลการวิจัย.....	139
	อภิปรายผล.....	144
	ข้อเสนอแนะ.....	146
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป.....	146

บรรณานุกรม.....	147
ภาคผนวก.....	151
แบบสอบถาม.....	152
ประวัติผู้เขียน.....	158



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร และเขต.....	43
2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ.....	53
3	แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการรับชมรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	55
4	แสดงจำนวนและร้อยละ ของการรับชมและไม่รับชมรายการประเภทข่าว จากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ นอกเหนือจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	58
5	แสดงจำนวนสถานีที่กลุ่มตัวอย่างชมรายการประเภทข่าว.....	59
6	แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	60
7	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	63
8	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับชมรายการประเภท ข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	64
9	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภท ข่าวในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	65
10	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	66
11	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	67

ตารางที่

12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	68
13	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการรับชมรายการประเภท ข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	69
14	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภท ข่าวในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	70
15	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	71
16	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	72
17	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าวของ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	73
18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับชมรายการ ประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	74
19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาการรับชมรายการ ประเภทข่าวในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	75
20	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับลักษณะการรับชมรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	76
21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	77
22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสถานที่รับชมรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	78
23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความถี่ในการรับชมรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	79

ตารางที่

24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภทข่าวในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	80
25	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	81
26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	82
27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	83
28	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	84
29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภทข่าวในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	85
30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	86
31	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	87
32	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	88
33	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	89
34	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	92
35	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	95

ตารางที่	หน้า
36	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อ รายการชั่วโมงข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี..... 98
37	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อ รายการข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี..... 101
38	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี..... 104
39	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี..... 107
40	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการข่าวค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี..... 110
41	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการชั่วโมงข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี..... 113
42	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี..... 116
43	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามเพศ..... 119
44	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามอายุ..... 120
45	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามอายุ..... 122
46	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย ทัศนคติของ ผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุต่างกัน..... 123
47	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามระดับการศึกษา..... 124

ตารางที่

48	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	126
49	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย ทศนคติ ของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีระดับ การศึกษาต่างกัน.....	127
50	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	128
51	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	130
52	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามอาชีพ.....	131
53	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามอาชีพ.....	133
54	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย ทศนคติของ ผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอาชีพต่างกัน..	134

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ACBX.....	21
2	แบบจำลองการจัดระเบียบวารสาร.....	22
3	หน่วยประกอบต่าง ๆ ของแบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ..	35

หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ชื่อนักศึกษา นางสาวภัทริยา ปรีชามารถ

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ประจวบ อินอ้อด

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ

ปีการศึกษา 2541

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและหาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร พฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปี ขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นชาย 200 คน และหญิง 200 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบผสม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Science/ Personal Computer) โดยมีสถิติที่ใช้ทดสอบค่าไค-สแควร์ (χ^2 - distribution) ทดสอบค่าที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีของนิวแมน-คูลล์ (Newman-Kuels Method)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีลักษณะประชากรดังนี้ เป็นชาย ร้อยละ 50.0 และหญิง ร้อยละ 50.0 มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี ร้อยละ 32.5 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.0 มีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 51.8 และมีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 26.3
2. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีพฤติกรรมการรับชมดังนี้ รับชมทุกวัน ร้อยละ 40.2 ใช้เวลาการรับชมในแต่ละวัน 31 - 60 นาที ร้อยละ 44.7 ชมสลับไปมาทุกช่อง ร้อยละ 51.7 ชมพร้อมสมาชิกครอบครัว ร้อยละ 63.7 และชมที่บ้าน ร้อยละ 89.7
3. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการข่าวแต่ละรายการและการรวมทุกรายการ อยู่ในระดับชอบปานกลาง
4. ลักษณะประชากร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. ลักษณะประชากร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6. พฤติกรรมการรับชม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
7. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

๓

Thesis Title The Behavior and Attitude of the Viewers towards the News Programs of Independent Television (ITV)

Name Miss Patariya Preechamart

Thesis Advisor Mr. Prachuab In-Odd

Department Business Communication Arts

Academic Year 1998

Abstract

The research aimed to study and find out the relationship amongst the population characteristics behavior and the attitude of the viewers towards the news program of ITV and to compare the attitude of the viewers according to the variables including sex, age, education, financial income and occupation.

The sample, 200 male and 200 female spectators were obtained by multistage random sampling method from the viewers with 16 years and older in Bangkok Metropolitan. The instrument used in this study was the questionnaire. The collect data were computed by Statistical Package for the Social Science (SPSS). The data were analyzed by Chi-Square test, t-test, One-Way Analysis of Variance and post hoc comparisons by Newman-Kuels Method.

The findings were summarized as follow ;

1. The viewers of ITV's news were male 50.0% and female 50.0%, age 26-35 years 32.5% undergraduate 53.0% financial income 5,001-15,000 baht and government service/ private enterprise 26.3%

2. The viewers behavior, watch everyday 40.2%, watch 31-60 minutes each day 44.7%, change to many channels 51.7%, watch with other family members 63.7% and watch at home 89.7%

3. The viewers of ITV's news had attitude towards each news program and all news programs at the moderate level.

4. Population characteristics and behavior of the viewers were significantly related at 0.05 level.

5. Population characteristics and the attitude of the viewers were significantly related at 0.05 level.

6. Behavior of the viewers and the attitude of the viewers were significantly related at 0.05 level.

7. The viewers who had different ages, education and occupation differ in their attitude towards the evening news of ITV at 0.05 level. Other variables showed not different.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“โลกของเรานั้นเล็กลงทุกวัน” คำเปรียบเทียบบนนี้ ดูจะเป็นจริงด้วยความก้าวหน้าทางการสื่อสารโทรคมนาคม ทำให้การติดต่อของมนุษย์ในส่วนต่าง ๆ ของโลก เป็นไปได้สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารนี้ จะเกิดจากความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีด้านการสื่อสารยังมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้วย จากการทำมนุษย์ในส่วนต่าง ๆ ของโลกถูกเชื่อมโยงเข้าหากันด้วยระบบเครือข่ายการสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้ได้รับรู้ข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลกก็ตาม

จากการก้าวเข้าสู่ยุคสังคมข่าวสาร ส่งผลต่อความตื่นตัวของประชาชนในการแสวงหาข่าวสาร เพื่อที่จะได้ทราบถึงเหตุการณ์ และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เข้ามามีอิทธิพลอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่ได้เปรียบสื่ออื่น ๆ เพราะมีทั้งภาพและเสียง สามารถสร้างความดึงดูดใจ ประทับใจ และน่าเชื่อถือแก่ผู้ชม เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างเต็มที่

การแข่งขันกันในการปรับปรุงรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอระหว่างสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง ไม่ว่าจะเป็น สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3, สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7, สถานีโทรทัศน์ทีวีสี ช่อง 9 อสมท. หรือแม้กระทั่งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ต่างก็นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างดาวเทียมและเคเบิลใยแก้ว มาใช้ในการนำเสนอเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ออกสู่ประชาชนได้ทันที

แต่สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทำให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ตามมาถึงความไม่เป็นกลางในการเสนอข่าว การบิดเบือนข้อเท็จจริง หรือการนำเสนอข่าวที่ไม่ชัดเจนด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ ซึ่งไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ลักษณะของโทรทัศน์ไทยที่เป็นอยู่ขณะนี้ เกิดจากความเกี่ยวข้องและการประสานประโยชน์ของกลุ่มอำนาจ 3 กลุ่ม คือ **กลุ่มอำนาจทางการเมือง** ได้แก่ รัฐมนตรี และนักการเมือง

ที่ได้รับมอบหมายให้กำกับดูแลกิจการสื่อมวลชน **กลุ่มอำนาจทางการบริหาร** ได้แก่ หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง เกี่ยวกับงานกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ เช่น กรมประชาสัมพันธ์ กรมไปรษณีย์โทรเลขทหาร และหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรัฐวิสาหกิจ คือ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้มีหน้าที่กำหนดระเบียบ กฎเกณฑ์และเงื่อนไข รวมทั้งนโยบายในการควบคุมกิจการแต่ละยุคสมัย

นอกจากนี้ยังมี **กลุ่มอำนาจทางเศรษฐกิจ** หมายถึง เอกชนและกลุ่มนักธุรกิจที่เข้ามามีบทบาทในการจัดการ และดำเนินกิจการโทรทัศน์มากกว่าร้อยละ 50 มองจากการที่กลุ่มธุรกิจที่ได้รับสิทธิและสัมปทานในการดำเนินกิจการสถานีโทรทัศน์ 2 สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 ซึ่งดำเนินการโดย บริษัทกรุงเทพวิทยุและโทรทัศน์ จำกัด ขึ้นตรงกับกองทัพบก และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ดำเนินการโดย บริษัทบางกอกเอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ขึ้นตรงต่อองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ตลอดจนการซื้อเวลาอุปถัมภ์รายการต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ หรือแม้แต่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ก็มีเอกชนเข้ามามีบทบาทในการเสนอเนื้อหา และรายการบางประเภท จะเห็นได้ว่า ทั้ง 3 กลุ่มอำนาจเหล่านี้ ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์เป็นอย่างมาก (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2534)

พ.ศ. 2535 ด้วยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลของ **นายอานันท์ ปันยารชุน** ซึ่งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีขณะนั้น ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สื่อ ด้วยหลักพื้นฐานที่ว่า **“ประชาชนผู้อยู่ในสังคมระบอบประชาธิปไตย จะต้องมีสิทธิและเสรีภาพในการรับรู้ รับฟังเหตุการณ์ข่าวสาร และความเป็นไปต่าง ๆ ในสังคมได้อย่างเต็มที่ ถูกต้องและครบถ้วน โดยปราศจากการบิดเบือน”** จึงดำริให้มีโครงการสถานีโทรทัศน์เสรี เพื่อเป็นสื่อคุณภาพที่มีความเป็นกลาง และให้ข้อมูลถูกต้องตามความเป็นจริง เพื่อเป็นการดำรงไว้ซึ่งเสรีภาพในการรับรู้และการแสดงออกของประชาชน อันเป็นการพัฒนาระบบประชาธิปไตยของประเทศ โดยรัฐบาลได้เปิดให้เอกชนที่สนใจ**เข้าร่วมการประมูลรับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ**

เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2538 **บริษัทสยามอินโฟเทนเมนท์ จำกัด** ซึ่งมีความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์สังคมไทย ได้รับอนุมัติอย่างเป็นทางการให้เป็นผู้ดำเนินการโครงการโทรทัศน์ช่องใหม่ระบบ UHF (Ultra High Frequency) จากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีชื่อว่า**สถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ITV : Independent Television)**

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี คือทางเลือกใหม่ของคนไทยในการชมรายการโทรทัศน์อย่างแท้จริง ด้วยเนื้อหาของรายการที่มีสัดส่วนของรายการข่าวและสาระประโยชน์ 70%บันเทิง 30 % โดยมีแนวทางในการดำเนินงาน คือ เสรีภาพระหว่างคนผลิตและคนดูโทรทัศน์มีความเท่าเทียมกัน ดังปรัชญาที่ว่า “อยากดูต้องได้ดู อยากรู้ต้องได้รู้” โดยมีได้อยู่ภายใต้กรอบที่ถูุกกำหนดอย่างแต่ก่อนมา นำรูปแบบสากลผสมผสานเนื้อหาที่เป็นอิสระ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเก่า เพื่อยกมาตรฐานรายการโทรทัศน์เมืองไทย

หากจะกล่าวถึงรายการข่าว หนึ่งในสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ชมให้ความสนใจจะหนีไม่พ้น สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ด้วยรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่าง รวดเร็ว และเชื่อถือได้ จากความมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำในการเสนอข่าว ทั้งข่าวในประเทศและต่างประเทศ ข่าวใดที่มีความสำคัญจะได้รับการรายงานและวิเคราะห์ด้วยผู้สื่อข่าวในสายงานข่าวนั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นภาพของเหตุการณ์นั้นอย่างชัดเจน โดยรายการข่าวของไอทีวีจะให้ความสำคัญต่อเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวที่มีผลกระทบต่อชีวิตและความรู้สึกของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือ การเมือง จะมีวิเคราะห์เจาะลึกประเด็นต่าง ๆ อย่างไม่ขาดตอน จนกว่าประเด็นเหล่านั้นจะได้ข้อสรุป

จะเห็นได้ว่า สังคมปัจจุบันนั้น มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ข่าวสารต่าง ๆ มีมากมาย บุคคลจะต้องจัดระเบียบข่าวสารที่ตนได้รับ เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน และปรับตัวเข้ากับสังคม ดังคำกล่าวที่ว่า “ผู้ที่มีข่าวสารอยู่ในมือมากที่สุด มักจะได้เปรียบกว่าผู้ที่มีข่าวน้อยกว่า”

นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2539 ที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้ออกอากาศอย่างเป็นทางการ จนถึงปัจจุบัน นับเป็นเวลา 2 ปีเต็ม ได้มีการปรับปรุงรายการประเภทข่าว โดยเพิ่มช่วงเวลาการนำเสนอรายการประเภทข่าวให้มากกว่าสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการข่าวสารของประชาชนที่เพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาวิจัยในประเด็นของความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จะเป็นการสะท้อนการเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เพื่อนำไปปรับปรุงรายการประเภทข่าวให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ชมต่อไปในอนาคต

ปัญหานำในการวิจัย

1. ลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เป็นอย่างไร
3. ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เป็นอย่างไร
4. ลักษณะประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี หรือไม่ อย่างไร
5. พฤติกรรมการรับชมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี หรือไม่ อย่างไร
6. ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
6. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามลักษณะประชากร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
2. พฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
3. ลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ต่างกัน จะมีทัศนคติต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เลือกศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นศูนย์รวมการสื่อสารของประเทศ และประชาชนมีความหลากหลาย การวิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปี ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2542 การวิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการรับชมและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้แก่ ข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว ข่าวไอทีวี 24 น. เท่านั้น

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. สถานีโทรทัศน์ไอทีวี หมายถึง สถานีโทรทัศน์ช่อง 26 ออกอากาศด้วยระบบ UHF ภายใต้การดำเนินงานของบริษัทสยามอินโฟเทนเมนท์ จำกัด
2. รายการประเภทข่าว หมายถึง รายการข่าวที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้แก่ ข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และ ข่าวไอทีวี 24 น.
3. พฤติกรรมการรับชม หมายถึง ความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน ลักษณะการรับชม บุคคลที่ร่วมรับชม และสถานที่รับชม

4. ความถี่ในการรับชม หมายถึง จำนวนวันที่รับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ใน 1 สัปดาห์

5. ระยะเวลาการรับชม หมายถึง จำนวนนาทีที่ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในแต่ละครั้ง

6. ทศนคติ หมายถึง ความคิดเห็นที่มีอารมณ์ ความรู้สึก พฤติกรรมที่จะแสดงออกมา ในรูปของอารมณ์พอใจที่จะสนับสนุน หรือคัดค้านเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ประกอบด้วย 3 ส่วนที่เกี่ยวข้องกัน คือ ความรู้ (Cognition) ความรู้สึก (Affection) และพฤติกรรมหรือแนวโน้มของพฤติกรรม (Behavior or Potential Behavior) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึกของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

7. คุณค่าของข่าว หมายถึง ข่าวนั้นจะต้องมีความน่าสนใจ และมีความสำคัญ คือ เป็นเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน และเป็นสิ่งที่ประชาชนสนใจใคร่รู้

8. เวลาการออกอากาศ หมายถึง ช่วงเวลาการออกอากาศ และระยะเวลาการออกอากาศ

9. ผู้ชม หมายถึง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
2. ทำให้ทราบทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
3. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

4. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชม กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

5. ทำให้ทราบความแตกต่างของทัศนคติของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

6. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสถานีโทรทัศน์ไอทีวี นำไปปรับปรุงรายการประเภทข่าว ให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้มากขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการรับชมและทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ผู้วิจัยจำเป็นต้องนำเอา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องเข้ามาประกอบ ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการสื่อสาร
2. แนวความคิดเรื่องข่าว
3. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมวลชน
4. ทฤษฎีการไหลสองทอดของการสื่อสาร (Two-Step Flow of Communication)
5. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
6. แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการสื่อสาร

ลาสเวลล์ (Harole D. Lasswell) เจ้าของทฤษฎีการสื่อสารผู้หนึ่งได้อธิบายความหมายของการสื่อสาร โดยแยกให้เห็นถึงองค์ประกอบของการสื่อสารในรูปของประโยคคำถามที่ว่า “ใคร (Who) พูดอะไร (Say what) โดยสื่อไหน (In which Channel) ถึงใคร (To Whom) ได้ผลอย่างไร (Which what effect)” (Lasswell, 1971 : 84) ตามแนวคิดนี้ การสื่อสารจะมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ แหล่งสาร (Source/Who) สาร (Message/What) สื่อ (Medium/Channel) ผู้รับสาร (Receivers/Whom) และผลที่เกิดขึ้น (What effect) Lasswell ให้ความเห็นว่า “ผล” เป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร ทุกครั้งจะมีการสำรวจผลที่ตามมาเสมอ การกระทบหรือกระบวนการในการถ่ายทอดเช่นนั้น โดยปกติแล้วย่อมเรียกว่าการสื่อสาร

ทั้งนี้ บุญเลิศ ศุภติลก ได้ให้รายละเอียดว่า การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ (Process) อย่างหนึ่งเช่นเดียวกับการพัฒนา หรือเปลี่ยนแปลงทางสังคม กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา (Dynamic) ไม่อยู่นิ่งและไม่มีจุดเริ่มต้น หรือจุดจบที่เห็นได้ชัด (บุญเลิศ ศุภติลก, 2521 : 11)

นอกจากนี้ การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดประสบการณ์ความคิดเห็นและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ของมนุษย์ในสังคม (เกษม ศิริสัมพันธ์ และคณะ, 2515 : 87)

องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ ๆ 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

ผู้ส่งสาร หมายความว่า บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสาร ความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงอาจเป็นคน ๆ เดียว คนหลายคน เช่น กลุ่มนักเรียน กลุ่มผู้ถูกเวนคืนที่ดิน หรืออาจเป็นสถาบัน เช่น พรรคการเมือง บริษัท รัฐบาล หน่วยงานราชการก็ได้

สาร หมายความว่า ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปของรหัส เช่น เมื่อเราพูดสารก็คือถ้อยคำที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารก็คือตัวหนังสือที่เราเขียนคำเป็นประโยค เมื่อเราแสดงกิริยาท่าทาง สารก็ปรากฏในกิริยาท่าทางที่เราแสดงออกมา เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ สารก็คือ ข่าว ข้อความ และภาพที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์

สื่อ หมายความว่า สิ่งที่น่าหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร เช่น เมื่อเราพูด สื่อก็คือคลื่นเสียงในอากาศ เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ คลื่นแสงในอากาศ และกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสื่อ เมื่อเราดูวิทยุโทรทัศน์ สื่อก็คือ คลื่นแสง คลื่นเสียง และจอวิทยุโทรทัศน์

ผู้รับสาร หมายความว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ดังนั้นผู้รับสารจึงอาจเป็นคน ๆ เดียว คนหลายคน เช่น กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย มวลชน หรืออาจจะเป็นสถาบัน เช่น บริษัท องค์การ พรรคการเมือง เป็นต้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2529 : 24-45)

องค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบนี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด มีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้นหากผู้ส่งสารมีประสิทธิภาพ แต่สื่อและผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพ หากสารไม่ชัดเจน แม้จะมีสื่อและผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารก็ยังด้อยประสิทธิภาพเช่นกัน และหากผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพด้วยแล้ว การสื่อสารก็มีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จน้อยที่สุด การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากที่สุด ก็ต่อเมื่อองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงที่สุด

หน้าที่ของสื่อมวลชน

กล่าวกันตามความเป็นจริงแล้ว ในฐานะที่การสื่อสารเป็นพื้นฐานที่สำคัญของกระบวนการสังคม ดังนั้น หน้าที่ของการสื่อสารในสังคมก็ยังคงเป็นไปเช่นเดิม ไม่ว่าสังคมจะอยู่ในภาวะปกติหรือภาวะของการเปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนา สิ่งที่แตกต่างกันจากสภาวะปกติ ก็คือ การเน้นในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา ดังนั้นหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา จึงเน้นที่การให้ข่าวสาร การชักจูงใจ และการให้การศึกษา

การสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชน ซึ่งมีความสามารถสูงในการเข้าถึงประชาชนจำนวนมากของประเทศได้ จึงจำเป็นต้องปฏิบัติภารกิจของตนโดยเน้นหนักหน้าที่ทั้ง 3 ประการดังกล่าวข้างต้นในการพัฒนาประเทศ

1. การให้ข่าวสาร

ก่อนที่ประเทศจะพัฒนาไปได้นั้น ประชาชนของประเทศต้องได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเื่ออำนาจต่อการพัฒนาเสียก่อน การสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนจึงต้องปฏิบัติหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1.1 ขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อม คนจำนวนมากในสังคมล้าหลัง พบว่า สื่อมวลชนเป็นสิ่งมหัศจรรย์ เพราะสื่อมวลชนทำให้คนได้เห็นในสิ่งที่ไม่เคยเห็น และได้ยินในสิ่งที่ไม่เคยได้ยิน และรู้จักคนที่ตนเองไม่เคยพบ สื่อมวลชนช่วยทำให้ประชาชนในประเทศที่กำลังพัฒนาเข้าใจได้ว่า คนในประเทศอื่นนั้นอยู่กันอย่างไร และมองดูชีวิตของตัวเองด้วยสายตาใหม่ สื่อมวลชนเป็นพลังที่จะปลดปล่อยมนุษย์ให้หลุดพ้นจากระยะทางและความโดดเดี่ยว และนำประชาชนจากสังคมล้าหลังไปสู่สังคมสมัยใหม่ ซึ่งสายตามุ่งไปสู่อนาคตและเส้นทางที่ยาวไกล หน้าที่นี้ของสื่อมวลชนมีความสำคัญมาก เพราะช่วยพัฒนาคุณภาพในการคาดคะเนความรู้สึกของคนอื่นได้ ความสามารถในการ

คาดคะเนความรู้สึกของคนอื่นได้นี้เป็นสมบัติขั้นพื้นฐานของคนที่ยึดมั่น เป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานที่ประชาชนในประเทศกำลังพัฒนาจะต้องมี เพราะจะทำให้คนมีความสามารถในการมองตนเองในสถานการณ์ของคนอื่นได้ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงสามารถเชื่อมการเปลี่ยนแปลงจากสังคมล้าหลังไปสู่สังคมสมัยใหม่ โดยการนำเอาสิ่งที่อยู่ไกลให้มาอยู่ใกล้และทำให้สิ่งที่แปลกเป็นสิ่งที่เข้าใจได้

1.2 ดึงประชาชนมาสู่จุดสนใจ ในการพัฒนานั้นสื่อมวลชนเป็นตัวการสำคัญที่กำหนดว่าประชาชนควรจะรู้เรื่องอะไร โดยการเน้นจุดสนใจในบางเรื่องแทนที่จะเป็นเรื่องอื่น สื่อมวลชนสามารถที่จะทำให้เรื่องเรานี้มีความสำคัญในการรณรงค์ นี่เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา เพราะหมายความว่า ความสนใจของประชาชนถูกหันเหไปสู่เรื่องของการพัฒนา ความสนใจของประชาชนถูกหันเหไปสู่ขนบธรรมเนียมใหม่ พฤติกรรมใหม่ การปฏิบัติด้านสุขภาพ และการเกษตรแบบใหม่ ผลประโยชน์ที่ได้จากการพัฒนา หรือสิ่งที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง

1.3 ยกระดับความมุ่งมาดปรารถนาของประชาชน ประเทศที่กำลังพัฒนาประสบกับความจำเป็น ที่จะต้องกระตุ้นประชาชนให้หลุดพ้นจากการเชื่อโชคชะตา และความกลัวการเปลี่ยนแปลง ประเทศ จะต้องส่งเสริมให้เกิดความปรารถนาในสิ่งที่ดีกว่าเดิม ทั้งในระดับบุคคลและระดับชาติ บุคคลจะต้องมีความปรารถนาที่จะมีชีวิตที่ดีกว่าเดิม และต้องตั้งใจที่จะทำได้มาซึ่งสิ่งที่ปรารถนาในฐานะประชาชนของประเทศ คนในชาติจะต้องมีความมุ่งมาดปรารถนา หรือความทะเยอทะยานที่จะทำ ให้ชาติของตนมีความเข้มแข็งและยิ่งใหญ่ สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ในการยกระดับความทะเยอทะยานของประชาชนในประเทศที่กำลังพัฒนาได้ ถ้าปราศจากการยกระดับความทะเยอทะยานของประชาชน ปราศจากการกระตุ้นให้ประชาชนดิ้นรนเพื่อชีวิตที่ดีกว่า และเพื่อความเจริญของประเทศ แล้วเป็นการยากที่การพัฒนาจะเกิดขึ้น

1.4 สร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนาสื่อมวลชน สามารถมีส่วนอย่างสำคัญในการให้ข่าวสารแก่ประชาชน ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ นั่นคือ การสร้างบรรยากาศแห่งข่าวสาร เพื่อกระตุ้นการพัฒนาโดยการแสดงให้เห็นเครื่องมือที่ยึดมั่น และชีวิตในสังคมที่พัฒนา โดยการเสนอรายงานข่าวเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม จากที่อื่นในโลก โครงการพัฒนาต่าง ๆ เป้าหมายและปัญหาของการพัฒนา อันจะทำให้ประชาชนมีสายตาก็กว้างไกลให้ความสนใจ เกิดความทะเยอทะยานและย้อนมาดูตัวเอง เพื่อกำหนดว่าอนาคตควรจะก้าวไปอย่างไร

2. การชักจูงใจ

การพัฒนาประเทศย่อมส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน กล่าวคือ ประชาชนต้องเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของตนเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ในสังคม หน้าที่ของสื่อมวลชนในประเทศที่กำลังพัฒนา คือ การชักจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนและตัดสินใจเข้าร่วมในโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ด้วยการแสดงความคิดเห็น สนับสนุนโครงการพัฒนาของรัฐบาลและชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ประชาชนและสังคมโดยรวมจะได้รับจากการพัฒนา การปฏิบัติหน้าที่ในการชักจูงใจของสื่อมวลชนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 สื่อมวลชนในแหล่งข่าวสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล บุคคลที่มีอิทธิพลต่อคนอื่นในการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นคนที่ใช้สื่อมวลชนมาก เช่น คนที่มีอิทธิพลต่อชานา มักจะอ่านหรือฟังข่าวจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับการทำนามากกว่าชานาโดยทั่วไป คนที่เป็นผู้นำด้านการเมืองก็เป็นคนที่ใช้สื่อมวลชนด้านการเมืองมากเป็นพิเศษ ข่าวสารจากสื่อมวลชนเหล่านี้มีส่วนในการทำให้คนเรามีอิทธิพลเหนือคนอื่น เมื่อมีการเผยแพร่ข่าวสารการเกษตรในสื่อมวลชนก็เป็นที่น่าพอใจว่า ข่าวสารนี้จะถูกนำไปเผยแพร่ต่อ โดยผู้มีอิทธิพลด้านการเกษตร เมื่อมีการเผยแพร่เรื่องการเลี้ยงดูเด็กที่ถูกวิธิต่างสื่อมวลชน ผู้นำด้านการเลี้ยงดูเด็กก็จะจดจำและนำข่าวสารนั้นไปเผยแพร่แก่คนอื่น ๆ ต่อไป

2.2 สร้างสถานภาพให้บุคคล สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงและสถานะทางสังคมให้แก่บุคคลได้ การปรากฏเป็นภาพและข่าวในสื่อมวลชนนั้น เป็นการแสดงให้เห็นว่า คน ๆ นั้นมีความสำคัญเพียงพอที่สื่อมวลชนจะเสนอพฤติกรรมและความคิดของเขาต่อประชาชน ยิ่งในประเทศที่กำลังพัฒนาด้วยแล้ว อำนาจในการสร้างสถานะให้แก่บุคคลดูจะมีมากกว่าในประเทศที่พัฒนาเสียอีก ส่วนใหญ่ของผู้นำทางการเมืองระดับชาติในประเทศที่กำลังพัฒนา ล้วนแล้วแต่ได้รับสถานภาพจากสื่อมวลชน ซึ่งเป็นตัวช่วยทำให้ความคิดและนโยบายของบุคคลเหล่านี้ มีความน่าเชื่อถือ น่าเลื่อมใสในทำนองเดียวกัน สื่อมวลชนก็สามารถสร้างสถานะให้แก่บุคคลบางคน หรือพัฒนาจะได้รับสถานะได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสก็ต่อเมื่อสื่อมวลชนให้ความสนใจ การให้ความสนใจของสื่อมวลชนจะดึงให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา เพราะการเข้าร่วมในการพัฒนาก็จะทำให้คน ๆ นั้นได้สถานะไปด้วย

2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมการกำหนดนโยบายกันอย่างกว้างขวาง เมื่อประเทศเริ่มต้นพัฒนา ก็เกิดความจำเป็นเร่งด่วนในการที่จะขยายการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายของประเทศในวงกว้างขึ้น ประชาชนธรรมดาจะต้องได้ยื่นการถกเถียงโต้แย้งเกี่ยวกับนโยบายของชาติ เพื่อจะได้กำหนดความคิดเห็นของตนได้และเมื่อถึงเวลาที่เหมาะสมก็สามารถแสดงความคิดเห็นออกมาได้ ในขณะที่เดียวกันผู้กำหนดนโยบายในระดับชาติก็จำเป็นต้องเข้าใจถึงความจำเป็น และความต้องการของหมู่บ้านให้ชัดเจนกว่าแต่ก่อน เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการพิจารณากำหนดนโยบายของประเทศ การจะกระทำเช่นนี้ได้ต้องอาศัยสื่อมวลชน

สื่อมวลชนเสนอข่าวระดับชาติ ปัญหาของชาติ ความเห็นและข้อโต้แย้งของผู้นำต่าง ๆ ว่าควรจะได้รับนโยบายอันใด ดังนั้นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย จึงถูกขยายให้กว้างขึ้นจนเป็นการแสดงความคิดเห็นของคนทั้งชาติ เมื่อสิ่งนี้เกิดขึ้นในระหว่างการพัฒนาเงื่อนไขของการเข้ามามีส่วนร่วมของคนในชาติก็ถูกกำหนดขึ้น การเข้าใจถึงสถานการณ์ของชาติ ก็ถูกกระตุ้นและเงื่อนไขต่าง ๆ สำหรับการพัฒนาชาติก็ถูกนำมาเสนอให้เห็นหนทางบรรลุเป้าหมายได้

2.4 สามารถปลุกฝังปทัสถานของสังคม ปทัสถานหลายอย่างของสังคมเป็นสิ่งที่ไม่สะดวกที่จะปฏิบัติ หรือเป็นภาระแก่คนในชาติ ดังนั้น จึงมีการผ่อนผันการบังคับใช้ปทัสถานและหลายคนพยายามหาทางหลีกเลี่ยง ในสังคมสมัยใหม่หน้าที่ในการเผยแพร่ปทัสถานเป็นของสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่ ทั้งในแง่ที่ถ้าประชาชนไม่ทราบปทัสถานก็แจ้งให้ประชาชนทราบ และทั้งในแง่เผยแพร่ให้ประชาชนทราบถึงการกระทำที่หลีกเลี่ยงปทัสถานอย่างรุนแรง

ดังนั้น จึงเป็นไปได้ที่จะอาศัยสื่อมวลชนในอันที่จะปลุกฝังปทัสถานเกี่ยวกับพฤติกรรมที่จำเป็นในการพัฒนาประเทศแก่ประชาชน เช่น ความซื่อสัตย์ ความประหยัด ความเสียสละ ความสะอาด ความมีระเบียบวินัย ฯลฯ รวมทั้งการสอดส่องดูแลการกระทำที่หลีกเลี่ยงปทัสถานของสังคม ซึ่งเปรียบได้เหมือนกับด้านตรงข้ามกับการให้สถานะแก่คน คนไหนทำดีก็ส่งเสริมชื่อเสียง คนไหนทำไม่ดีก็ประณาม ความซึ่เกียรติ การไร้สมรรถภาพ การฉ้อราษฎร์บังหลวง เมื่อสื่อมวลชนเสนอเรื่องราวไม่ดีไม่งาม คนที่ประพฤติไม่ดีก็จะถูกสังคมลงโทษ และเป็นการเตือนคนอื่นให้หลีกเลี่ยงการกระทำที่ไม่ดีเสีย

2.5 ช่วยปลูกฝังรสนิยม การที่คนเราจะชอบดนตรีและศิลปะประเภทใดมากน้อยเพียงใดนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับที่การนำเสนอของสื่อมวลชน อำนาจพิเศษของสื่อมวลชนก็คือ ความสามารถในการสร้างความคุ้นเคยของสิ่งต่าง ๆ แก่ประชาชน และดังนั้นจึงมีผลต่อการกำหนดรสนิยมของคน

สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา สื่อมวลชนยังมีความสำคัญไปกว่านั้น วัฒนธรรมเป็นสะพานเชื่อมโยงที่ดีที่สุดอย่างหนึ่งระหว่างประชาชนในประเทศ ประเทศที่กำลังพัฒนาจึงสามารถใช้สื่อมวลชนในการสร้างความรู้สึกรื่อง “ความเป็นชาติ” โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดศิลปะประจำชาติ ดนตรีประจำชาติหรือการแสดงประจำชาติ สื่อมวลชนสามารถสร้างความเป็นปึกแผ่นของคนในชาติ โดยอาศัยศิลปะเหล่านี้เป็นเครื่องกระตุ้น นอกจากนี้ศิลปะพื้นบ้านของท้องถิ่นต่าง ๆ ก็สามารถถูกนำมาเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เพื่อก่อให้เกิดความผูกพันทางใจระหว่างคนในท้องถิ่นต่าง ๆ

2.6 เปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่น ประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถนำสื่อมวลชนมาใช้ในการสร้างทัศนคติใหม่ ๆ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ยึดมั่นอย่างเหนียวแน่น รวมทั้งเบี่ยงเบนทิศทางของทัศนคติเดิมได้ เช่น หากประชาชนเชื่อว่าการรู้หนังสือเป็นสิ่งที่ดี เป็นการง่ายที่จะชักจูงให้เขาไปเรียนหนังสือที่โรงเรียน หรือฟังวิทยุโรงเรียน หรือทำด้วยวิธีอื่นใดเพื่อให้รู้หนังสือ หากเราสามารถทำให้ประชาชนเห็นว่า วิธีปฏิบัติแบบใหม่ทางการเกษตร และการสาธารณสุขเป็นแต่เพียงวิธีการหนึ่งซึ่งไม่ได้แตกต่างไปจากการปฏิบัติของประชาชนก็จะทำให้ประชาชนยอมรับได้ง่ายขึ้น หากเราสามารถแสดงให้ประชาชนเห็นได้ว่า การแนะนำนั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย เป็นแต่เพียงการเพิ่มเติม หรือเบี่ยงเบนทิศทางของทัศนคติเดิม โอกาสที่สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ในการชักจูงใจของประชาชนให้กระทำตามแผนและโครงการพัฒนาใหม่ ๆ ก็เป็นสิ่งที่เป็นไปได้

3. การให้การศึกษา

ในการพัฒนาประเทศนั้น เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับความจำเป็นต้องมีการพัฒนาจนประชาชนเกิดความรู้สึกทะเยอทะยาน และตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนแล้ว สิ่งก็ตามมาก็คือ ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความรู้ความสามารถในการที่จะปรับตัวเองให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ นั่นก็คือทำอย่างไรประชาชนจึงจะรู้หนังสือ ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความรู้ความเข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของตนในสังคมใหม่ ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความสามารถในการที่จะใช้วิธีการใหม่ ๆ

ผลิตพืชผลทางการเกษตร หรือมีความสามารถในการประกอบอาชีพใหม่ คำตอบก็คือรัฐบาลจะต้องให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องของการอ่านออกเขียนได้ การเมือง การสาธารณสุข การเกษตร และการช่าง ซึ่งการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะทำหน้าที่ในการให้ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปรับตัวของประชาชนให้เข้ากับการพัฒนาประเทศได้

สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ในการให้การศึกษแก่ประชาชนได้ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม การให้การศึกษโดยตรง ได้แก่ การใช้สื่อมวลชนสำหรับการศึกษาในโรงเรียน โดยทำหน้าที่เป็นโสตทัศนอุปกรณ์สำหรับชั้นเรียน เพื่อถ่ายทอดความรู้แก่ประชาชนเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เพื่อพัฒนาความรู้ อาชีพ และความเป็นอยู่ของประชาชนเหล่านั้น เช่น สอนประชาชนที่พ้นวัยเข้าโรงเรียนให้สามารถอ่านออกเขียนได้ สอนวิชาชีพ สอนวิธีการใหม่ ๆ ทางการเกษตรกรรม เพื่อให้ปลูกพืชผลได้ผลผลิตเพิ่มขึ้นและดีขึ้น สอนเรื่องสุขอนามัย และการบริโภค เพื่อให้ประชาชนมีการกินที่อยู่ดีขึ้น การให้ความรู้โดยอ้อม เป็นการใช้สื่อมวลชน เพื่อให้การศึกษแก่ประชาชนทั่วไป โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่เสนอความรู้ต่าง ๆ เช่น การเมืองการปกครอง การทำมาหากิน การเศรษฐกิจ สุขภาพอนามัย ความรู้ทั่วไป ฯลฯ ตามปกตินิสัยของคน เมื่อประชาชนอ่านหนังสือพิมพ์ ฟังวิทยุกระจายเสียง ชมวิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ ประชาชนก็ได้รับความรู้เหล่านั้นโดยอัตโนมัติ (ปรมะ สตะเวทิน, 2529 : 49)

แนวความคิดเรื่องข่าว

1. ความหมายของข่าว

ความหมายของคำว่า “ข่าว” อาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าแต่ละคนจะให้ความสำคัญแก่สิ่งที่จะนำมารายงานอย่างไร ทำให้นิยามของข่าวเป็นไปอย่างกว้างขวางตามคุณลักษณะที่ปรากฏในตัวมันเอง ความพยายามในการจำกัดความปรากฏออกมาหลายรูปแบบ (Metz, 1977 :7-9) เช่น

ข่าว คือ เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวที่ประชาชนสนใจใคร่รู้

ข่าว คือ เหตุการณ์ หรือ “ข่าวสาร” ที่รายงานให้ผู้อ่านทราบ

ข่าว คือ รายงานของเหตุการณ์ปัจจุบันที่มีความยุติธรรม ทันเหตุการณ์ ถูกต้อง กะทัดรัด และเที่ยงตรง

ข่าว คือ สิ่งที่ประชาชนสนใจ

ข่าว คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและมีความสำคัญ

ข่าว คือ สิ่งที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ตัดสินใจเลือกลงพิมพ์ เพื่อเสนอต่อผู้อ่าน

ข่าว คือ สิ่งปรากฏในหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

จากนิยามข้างต้น พอสรุปได้ว่า “ข่าว” ควรประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ คือ ความน่าสนใจ (interest) ข้อเท็จจริง (fact) และผู้อ่าน (reader) กล่าวคือ ข้อเท็จจริง ที่เกิดขึ้น ต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจ สำหรับอ่านหนังสือพิมพ์ ดังนั้น ผู้สื่อข่าว จำเป็นต้องรายงานข้อเท็จจริง ให้เป็นที่น่าสนใจ แก่ผู้อ่าน

ข้อสรุปข้างต้นพอจะชี้ให้เห็นได้ว่า หากเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงได้เกิดขึ้นแล้ว แต่ไม่ได้ได้รับความสนใจหรือไม่น่าสนใจ ผู้สื่อข่าวก็จะไม่นำไปเสนอให้ผู้อ่านได้มีโอกาสรู้ว่า เกิดอะไรขึ้นบ้าง ผู้อ่านจะไม่มีโอกาสรับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเลย ความสนใจย่อมไม่เกิดเมื่อเป็นดังนี้ เหตุการณ์ จะเกิดตรงไหนก็อยู่ตรงนั้น ผู้อ่านจะทราบก็ต่อเมื่อมีบุคคลหยิบยกเอาเหตุการณ์นั้น รวบรวมข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ทั้งหมดมาเล่าหรือรายงาน หรือลงพิมพ์เพื่อให้อื่น ๆ ได้รับความสนใจขึ้นมาได้ สิ่งนั้นจึงเป็นข่าว

“ข่าว” คือ รายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่น่าสนใจ ในที่นี้ขอเน้นว่า “ข่าว” คือ “รายงาน” มิใช่เพียงเหตุการณ์หนึ่งเหตุการณ์ใดเท่านั้น แต่ข่าวจะเป็นเรื่องราว มีคนรายงานให้เราทราบ สาเหตุสำคัญของข่าว ต้องเป็นรายงานของเหตุการณ์ปัจจุบัน ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการเห็นพ้องต้องกันว่า ประชาชนควรรับทราบเหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้น ๆ

ทั้งผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าว จึงเป็นบุคคลที่มีบทบาทอย่างมากในการตัดสินใจและวินิจฉัยว่า เหตุการณ์ใดควรได้รับการรายงานหรือไม่ จากบทบาทสำคัญนี้ ทำให้ต้องยึดหลักพิจารณาคุณค่าข่าว หลักใหญ่ที่ถือปฏิบัติกันมาเสมอก็คือ ความสด ความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ “เป็นที่น่าสนใจ” ของมนุษย์นอกเหนือไปจากความสำคัญของเหตุการณ์ ที่มีผลกระทบต่อชีวิตของผู้อ่าน

ความน่าสนใจ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่จะเป็นแนวทางกำหนดว่า ข่าวนั้นมีคุณค่า (News Worthiness) สมควรแก่การรายงานหรือไม่

2. คุณค่าข่าว

คุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของข่าวคือ ความน่าสนใจและความสำคัญทั้ง 2 ประการ ผู้สื่อข่าวต้องพิจารณาในทัศนะของผู้อ่าน คือข่าวนั้นต้องน่าสนใจสำหรับผู้อ่าน มีความสำคัญต่อผู้อ่าน และต้องเป็นข้อเท็จจริง ที่มีความสดทันสมัย สำหรับผู้อ่าน

ข่าวที่มีคุณค่าสูง มักจะมีทั้งความสำคัญ (significance) และความน่าสนใจ (interest) อยู่ในตัวของมันเอง (Charnley, 1975 : 44-45)

ความสำคัญ (significance) หมายถึง เหตุการณ์อะไรก็ตามที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ผลกระทบดังกล่าวจะมีผลในวงกว้าง เช่น การปรับอัตราภาษีมีผลกระทบต่อรายได้ค่าครองชีพของประชาชน การเสียเปรียบดุลการค้ากับต่างประเทศมีผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ เรื่องเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญมีผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อมต่อความเป็นอยู่และค่าครองชีพของประชาชนทั่วประเทศ จึงจัดว่าเป็นข่าวที่มีความสำคัญ เพราะหากไม่รายงานให้ผู้อ่านทราบก็อาจจะเกิดผลเสียต่อส่วนรวมทั้งหมดได้

ความสำคัญนั้น นอกจากจะพิจารณาจากผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อประชาชนแล้ว บางทีข่าวที่สำคัญในสังคมหนึ่งหรือประเทศหนึ่งอาจจะไม่สำคัญต่อสังคมหนึ่งก็ได้ เช่น ข่าวการเสียเปรียบดุลการค้ากับต่างประเทศจำนวนมหาศาลนั้น เป็นข่าวที่มีความสำคัญมากสำหรับประเทศไทย แต่เมื่อมองในทัศนะของประชาชนประเทศญี่ปุ่นแล้ว ข่าวนี้ไม่มีความสำคัญเลย เพราะไม่มีผลกระทบต่อชาวญี่ปุ่น เพราะฉะนั้นการเลือกรายงานข่าวของสื่อมวลชนใน 2 ประเทศนี้จึงไม่เหมือนกัน เห็นได้ว่าการวินิจฉัยคุณค่าข่าวต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ความเป็นจริง สังคม และองค์ประกอบอื่น ๆ อีก

โดยมากข่าวที่มีความสำคัญ มักจะเป็นข่าวที่จัดในประเภท hard news หรือข่าวหนักคือเป็นข่าวที่มีผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง ผลกระทบนั้นอาจไม่ทันที่ทันใด แต่อาจเกิดขึ้นได้ในระยะยาว ต้องอาศัยเทคนิคการรายงานข่าว อย่างละเอียดรอบคอบเพื่อความเข้าใจในเรื่องราวนั้น ๆ ส่วนมากข่าวประเภทนี้ จะมีลักษณะเป็นข่าวสถานการณ์ (situation news) มากกว่าข่าวประเภทเหตุการณ์ (event news) ซึ่งตอบสนองความใคร่รู้ได้อย่างฉับพลัน แต่ข่าวในเหตุการณ์บางประเภท ก็มีความสำคัญพอที่จะส่งผลกระทบต่อคนหมู่มาก เช่น ข่าวโรงงานแก๊สระเบิดในประเทศอินเดีย คนตายเป็นจำนวนมากส่งผลกระทบต่อประชาชน ต้องหวาดระแวงเกี่ยวกับ

ความปลอดภัยและญาติพี่น้องทรัพย์สินที่สูญหายไป มีผลให้รัฐบาลต้องจัดสรรงบประมาณมาช่วยเหลือเป็นจำนวนมหาศาล ทั้ง ๆ ที่เป็นประเทศยากจน เกิดภาวะฉุกเฉินทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

ความน่าสนใจ (interest) หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วทำให้ประชาชนสนใจใคร่รู้ อยากติดตาม คุณสมบัติข้อนี้ น่าจะเป็นข้อที่สำคัญของการรายงานข่าว เพราะข่าวที่ขาดความน่าสนใจแล้ว คนก็จะไม่อ่าน ผู้สื่อข่าวที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์จะพยายามเขียนข่าวให้น่าสนใจ และน่าอ่านโดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ข่าวที่น่าสนใจ คือข่าวที่ผู้อ่านมีความตั้งใจต้องการจะอ่านมากที่สุดปัญหาจึงเกิดขึ้นว่าอะไรคือสิ่งที่น่าสนใจ? นักหนังสือพิมพ์และบุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับข่าว ได้กำหนดการวัดความสนใจของผู้อ่านไว้หลายประการ โดยพิจารณาตามองค์ประกอบของข่าว (news elements) กล่าวคือ ผู้อ่านทั่วไปมักให้ความสนใจเป็นพิเศษในสิ่งต่อไปนี้

2.1 ความสด (Immediacy) หมายถึง ความรวดเร็ว ในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ผู้อ่านได้ทราบอย่างทันที ทันควัน คือนับจากระยะเวลาของเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นกับการรายงานข่าว ควรเป็นไปอย่างรวดเร็ว ยิ่งรายงานได้เร็วเท่าไร คุณค่าของความสดของข่าวก็จะมีมากขึ้น

2.2 ความใกล้ชิด (Proximity) หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ตัวกับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ทั้งด้านระยะทาง เวลา และความคิด ถ้าใกล้มากก็จะมีคุณค่าทางข่าวสูงกว่าเหตุการณ์ที่เกิดไกลออกไป 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 มักสนใจต่อสิ่งใดก็ตามที่แปลก หรือไม่เคยเห็นมาก่อน เช่น แม่คนหนึ่งให้กำเนิดลูกแฝดถึง 8 คน หรือเด็กอายุ 5 ขวบ สามารถคำนวณเลขหลักล้านได้ภายในห้าวินาที เป็นเรื่องที่ไม่เกิดขึ้นบ่อยนัก คนจึงอยากรู้ในรายละเอียดมากกว่าเหตุการณ์ปกติ เหตุการณ์ประเภทนี้จะปรากฏบนหน้าหนังสือพิมพ์เป็นครั้งคราวแล้วแต่ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด

2.5 สิ่งที่มีมนุษย์สนใจหรือเป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ (Human interest) สิ่งที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ด้วยกันเอง หรือเกิดขึ้นกับสิ่งมีชีวิตในโลก องค์ประกอบข้อนี้เป็นเรื่องราวของความสัมพันธ์ทางอารมณ์ จิตใจ เกี่ยวกับความเป็นอยู่ของมนุษย์ทั่วไป เป็นเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย เช่น ความรู้สึกสะท้อนอารมณ์ เห็นใจ เข้าใจ สงสาร อยากมีส่วนร่วมช่วยเหลือ ถ้าเหตุการณ์ทำนองเดียวกัน อาจเกิดกับตนเองแล้วควรทำอย่างไร หรือเป็นเหตุการณ์ที่อาจมีโอกาสดังขึ้นกับทุกคนได้ เช่น ข่าวแต้หน่องผู้ทิวไทย หรือข่าวเด็กยากจนหัวสมองดีอยากเรียนหนังสือต่อให้สูง แต่ไม่มีผู้อุปการะจนต้องฆ่าตัวตาย ข่าวแม่ฆ่าลูกเพราะความรัก ฯลฯ

2.6 ความขัดแย้ง (Conflict) ข่าวจากหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เกิดจากความขัดแย้งไม่ลงรอยกันระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย เช่น ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ขัดแย้งทางอุดมการณ์ ขัดแย้งทางความคิด ทางเพศ ความขัดแย้งมีคุณค่าทางข่าวสูง เพราะเป็นธรรมชาติของมนุษย์อยากรู้ อยากทราบถึงสาเหตุของความขัดแย้ง กระทบที่จะติดตามถึงที่สุด ตัวอย่างใกล้ชิดที่เห็นได้ชัด ก็คือ หากเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ชนกัน ณ ถนนสายหนึ่งสายใด จะมีคนเข้าไปมุงดูกันมากมาย เพียงเพื่ออยากทราบว่าทั้งสองฝ่ายจะตกลงกันได้อย่างไร ใครผิด ใครถูก เพราะนั่นคือเหตุของการขัดแย้งอย่างหนึ่งหรือข่าวฆาตกรรมที่เกิดขึ้น จากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เช่น ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างพรรคการเมือง เป็นเหตุการณ์ที่สร้างความสนใจได้เสมอ

2.7 ความลึกลับซับซ้อน (Suspense) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่าง หรือยังไม่สามารถเสาะหาสาเหตุที่แท้จริงแล้ว มักกระตุ้นให้ผู้อ่านสงสัยใคร่ติดตามให้ถึงที่สุดจากตัวอย่างกรณีรถชนกัน ถ้าทั้งสองฝ่ายไม่สามารถตกลงกันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ผู้คนก็มักจะรี ๆ รอ ๆ ฟังจนทั้งสองฝ่ายแยกย้ายกันไป หรือข่าวเกี่ยวกับฆาตกรรมลึกลับซับซ้อนเงื่อน ต้องเสาะแสวงหาหลักฐานพยาน ผู้สื่อข่าวจะต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง ละเอียดลออ และคลี่คลายปมจนหายสงสัยหรือคลายความน่าสนใจ ซึ่งทำให้ข่าวนั้นอ่อนคุณค่าลง ก็จะทำให้การวินิจฉัยคุณค่าตกอยู่ในลำดับรอง ๆ ลงไป

2.8 ความกระทบกระเทือน (Consequence) เป็นผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดกับมวลชน อาจเป็นผลกระทบทางความเป็นอยู่ การครองชีพหรือทางสังคม ผลกระทบกระเทือนนี้อาจเกิดโดยทางตรงหรือทางอ้อม เช่น การปรับอัตราภาษี มีผลกระทบต่อรายได้ของประชาชนผู้มีรายได้น้อย ไฟไหม้ย่านสลัมทำให้คนขาดที่อยู่อาศัยจำนวนมาก ข่าวอุทกภัย ภัยพิบัติ เป็นต้น

รายละเอียดของผลกระทบดังกล่าว จะได้รับการรายงาน ทั้งในเรื่องของความเสียหายทางทรัพย์สิน และชีวิต ตลอดจนสาเหตุ การป้องกัน

2.9 ความก้าวหน้า (Progress) ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าข่าว โดยเฉพาะการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ เทคโนโลยีสมัยใหม่ ความเปลี่ยนแปลงของสังคม การศึกษา ฯลฯ ย่อมเป็นผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งสิ้น มนุษย์ย่อมมีความสนใจอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้น ในหนังสือพิมพ์หลายฉบับจึงเปิดคอลัมน์วิทยาท่าน้ำขึ้น เพื่อรายงานความก้าวหน้าทางการแพทย์บ้าง การค้นพบวิจัย การประดิษฐ์ อุตสาหกรรมหรือเครื่องทุ่นแรงที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านในอาชีพสาขาต่าง ๆ เพราะความก้าวหน้าทางวิทยาการย่อมมีผลต่อความหวังใหม่ในชีวิตของประชาชนด้วย

2.10 เพศ (Sex) ในโลกนี้สิ่งมีชีวิตทั้งหลายมีอยู่เพียง 2 เพศ คือ ชายและหญิง ความสนใจในเพศตรงข้ามจึงเป็นธรรมชาติของมนุษย์และสัตว์ จัดเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวมากที่สุดก็ว่าได้ ความผิดปกติทางเพศ หรือพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนจึงมักได้รับความสนใจเป็นพิเศษ องค์ประกอบข้อนี้มิได้หมายถึง เฉพาะเรื่องราวระหว่างหญิงกับชายเท่านั้น แต่รวมไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ทางสังคมด้วย เช่น การต่อสู้เพื่อแก้กฎหมายที่เสียเปรียบของสตรี การเรียกร้องความเสมอภาคระหว่างหญิงกับชาย การเรียกร้องให้เป็นที่ยอมรับของสังคม เป็นต้น

3. คุณสมบัติของข่าว

เมื่อมีการวินิจฉัยคุณค่าข่าวเพื่อรายงานแล้ว สิ่งที่น่าข่าวหรือผู้สื่อข่าวควรตระหนักก็คือ คุณสมบัติของข่าวที่ดี ประกอบด้วย

3.1 ความถูกต้อง หมายถึง ความถูกต้องในข้อเท็จจริงและเนื้อหา ฯลฯ

3.2 ความชัดเจน หมายถึง ความแจ่มแจ้งชัดเจน ทั้งในเรื่องของภาษา ความเข้าใจ การจับประเด็น ความแม่นยำ ตลอดจนการสื่อความหมายที่แน่นอน

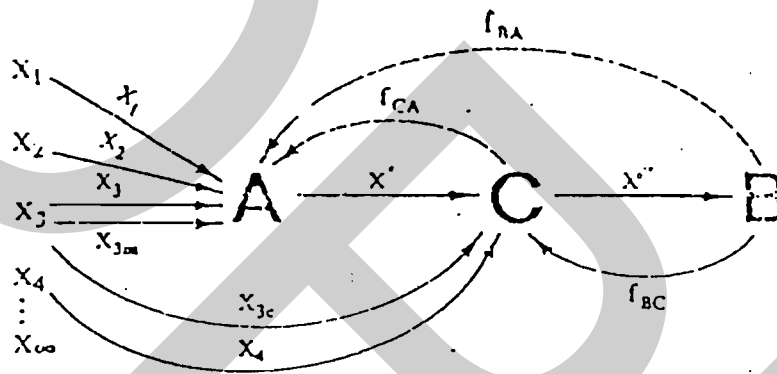
3.3 ความกระชับ หมายถึง ข่าวทุกข่าวต้องเขียนให้กระชับ รัดกุม ไม่ยาวเยิ่นเย้อจนน่าเบื่อ ผู้ชมต้องการรู้เรื่องราวอย่างรวดเร็วภายในเวลาจำกัด

3.4 ความเป็นกลาง หมายถึง การปราศจากความคิดเห็นในข่าว ผู้รายงานข่าวจะใส่ความคิดเห็นในข่าวไม่ได้ ต้องรายงานไปตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นเสมอ

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

หน้าที่ของสื่อมวลชนในแบบจำลอง ACBX ของ เวสลีย์และแม็คลิน ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่บอกกล่าวเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้แก่สื่อมวลชนหรือช่องสาร และสื่อมวลชนหรือช่องสารจะทำหน้าที่เผยแพร่ต่อไปยังประชาชนผู้รับสารต่อไป (ธรรมาดี บุญลือ, 2529 : 512)

แผนภาพที่ 1
ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ACBX



X หมายถึง เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

A หมายถึง ผู้สื่อสารอาจจะเป็นบุคคลหรือระบบสังคมก็ได้ ที่สามารถเลือกส่งข่าวสารอย่างมีจุดมุ่งหมายต่อประชาชน เป็นผู้รายงานเหตุการณ์ X เช่น นักการเมือง เป็นต้น

B หมายถึง ผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นคน ๆ เดียว หรือประชาชนทั้งหมด

C หมายถึง ช่องสาร ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสื่อมวลชน เพื่อทำหน้าที่รายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไปสู่ B

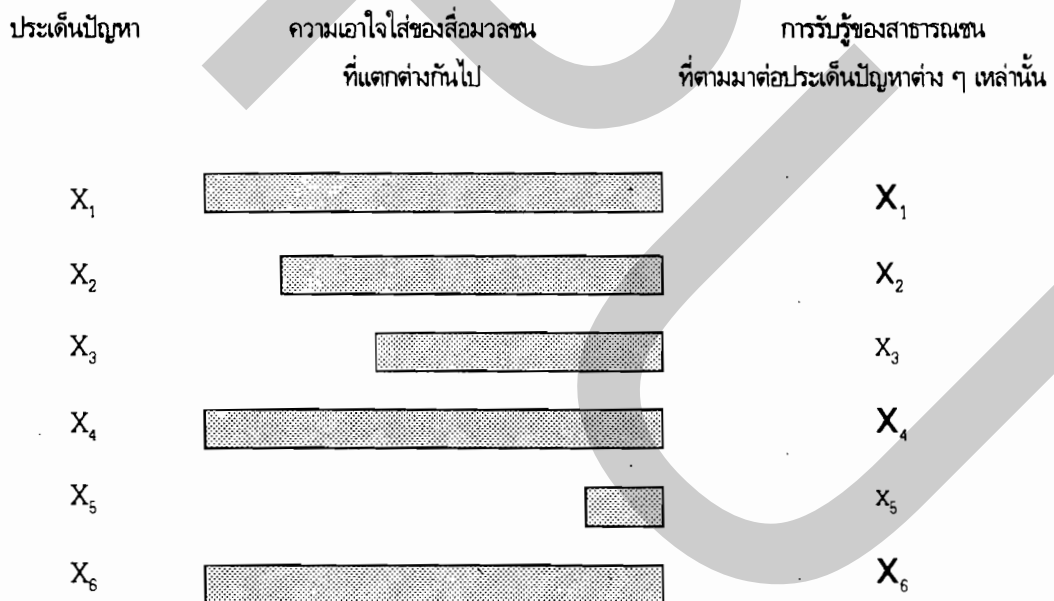
โดยก่อนหน้าที่จะทำการถ่ายทอดไปสู่ประชาชนนั้น สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตู (Gate Keeper) ซึ่งแนวความคิดของ เค เลวิน (Lewin, K., 1947) ได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารมักไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อันประกอบไปด้วยบริเวณที่ประตูที่ซึ่งมีการปล่อย หรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือโดยวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูเองว่า จะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปได้หรือไม่ ซึ่งแนวความคิดนี้ถูกนำมาอธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน ซึ่งหากทำการสรุปความหมายของ "ผู้เฝ้าประตู" นี้ จะหมายถึงบทบาทของสื่อมวลชน เช่น บทบาทของ

บรรณาธิการในการคัดเลือกข่าวที่ส่งมาจากแหล่งข่าวสารต่าง ๆ มากมาย เพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไปยังผู้รับสารบางชั้น หรือบางส่วนเท่านั้น (พีระ จิโรสถ, 2529 : 624-625) ตัวอย่างเช่น เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ มากมาย ทั้งการฆาตกรรม โจรกรรม ช่มชู้ ไฟไหม้ แต่สื่อมวลชนซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตู ได้ทำการเลือกข่าว และตัดข่าวบางเหตุการณ์ทิ้งไป โดยทั้งนี้สื่อมวลชนได้พิจารณาเห็นควรแล้ว จึงได้ทำการเผยแพร่เหตุการณ์นี้ไปยังประชาชนผู้รับสาร

หลังจากได้ทำการคัดเลือกข่าวแล้ว สื่อมวลชนก็จะนำข่าวต่าง ๆ เหล่านี้มาทำการจัดวาระสาร (Agenda setting) เพื่อเผยแพร่ไปสู่ประชาชน โดยเน้นถึงการจัดลำดับความสำคัญของข่าว ซึ่งเจนิส แม็คควิล และสเวน วินดาห์ล (McQuil, D. and Windahl, s.,1981) ได้สรุปแนวความคิดการกำหนดวาระสาร ไว้ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 2

แบบจำลองการจัดระเบียบวาระสาร (แม็คควิลและวินดาห์ล, 1981)



ในแผนภาพนี้ X ทางซ้ายมือ คือ ประเด็นปัญหาหรือหัวข้อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่สื่อมวลชนหยิบยกขึ้นมาเสนอให้สาธารณชนได้รับทราบ การนำเสนอเรื่องเหล่านี้โดยสื่อมวลชนมากน้อยต่างกัน (แสดงโดยรูปแท่งแนวนอน) ผลที่ตามมา คือ ทำให้สาธารณชนรับรู้ในประเด็นหรือหัวข้อเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ไม่เหมือนกัน ประเด็นที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนในการนำเสนอมาก ก็ได้รับการพิจารณาเป็นหัวข้อเรื่องที่สำคัญมากด้วย (ขนาดของ X ทางขวามือแสดงระดับความสำคัญที่พิจารณาโดยสาธารณชน) ตามแผนภาพจะเห็นว่า X_1 , X_4 และ X_6 ได้รับความสนใจในการนำเสนอจากสื่อมวลชนมาก ก็ได้รับการพิจารณาว่ามีความสำคัญมาก ส่วนประเด็นอื่น ๆ (X_2 , X_3 และ X_5) ก็มีความสำคัญรองลงไปในสายตาของสาธารณชน

ดังนั้น จากการทำหน้าที่สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เฝ้าประตู โดยได้คัดเลือกข่าวแล้ว หลังจากนั้นได้ทำหน้าที่เป็นผู้จัดวารสาร โดยจัดลำดับความสำคัญของข่าว ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับข่าวเหตุการณ์บางเหตุการณ์ และให้ความสำคัญความต้องการของการนำเสนอเป็นอย่างมาก จึงได้ทำการนำเสนอเป็นข่าวลำดับแรก และให้เวลากับข่าวดังกล่าวมาก พร้อมทั้งเผยแพร่อย่างต่อเนื่องหลายวัน จึงแสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชนให้ความสำคัญกับข่าวนั้น ๆ เป็นอย่างยิ่ง

หลังจากที่สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เป็นสิ่งเฝ้า หรือทำหน้าที่เสนอข่าวสารมายังประชาชนผู้รับสารแล้ว ทางด้านประชาชนผู้รับสาร ซึ่งในแต่ละวันจะมีข่าวสารจำนวนมากที่หลั่งไหลเข้ามาในชีวิตประจำวัน และประชาชนผู้รับสารก็ได้ทำการรับข่าวสารเหล่านั้นไว้ทั้งหมด แต่จะทำการเลือกข่าวสารจากกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 3 ขั้นตอน คือ

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เช่น การเลือกเปิดรับชมรายการข่าวของสถานีใดสถานีหนึ่ง การเลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง เป็นต้น ซึ่งทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับนี้ จะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทศนคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ของเฟสติงเจอร์ (Festinger L.A, 1957) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง

นอกจากนี้ทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสาร ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการที่ทำให้เราพบว่า คนบางคนเลือกอ่านหนังสือพิมพ์มติชน บางคนเลือกอ่านไทยรัฐ บางคนเลือกดูข่าวช่อง 7 บางคนเลือกดูข่าวช่อง 3 ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแล้วก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้ไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เช่น การลดค่าเงินบาท บางคนอาจมองว่ามีผลดี บางคนอาจมองว่ามีผลเสียมากกว่า หรือภาพโป๊ บางคนมองว่าเป็นศิลปะ บางคนอาจว่าอนาจาร เป็นต้น ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือตีความตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า เช่น การถ่ายทอดข่าวลือจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ซึ่งพบว่า ผู้รับมักจะถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังคนอื่น ๆ ไม่ครบถ้วนเหมือนที่รับมา ทั้งนี้เพราะแต่ละคนจะเลือกจดจำเฉพาะส่วนตนเห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อ

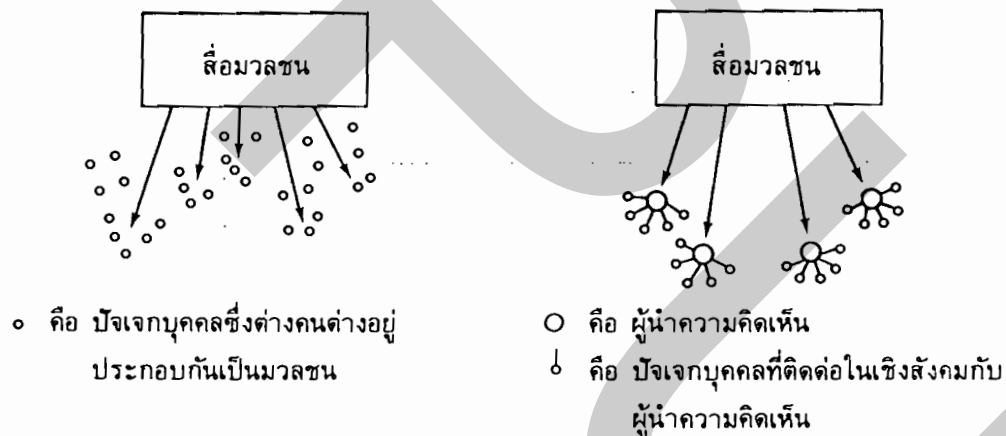
ทฤษฎีการไหลสองทอดของการสื่อสาร (Two-Step Flow of Communication)

เริ่มต้นมาจากการศึกษาถึงผลของการสื่อสารมวลชน ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐเมื่อปี ค.ศ. 1940 โดยลาซาร์สเฟลด์และคณะ (Lazarsfeld, P. and Others, 1944) ได้เสนอสมมติฐานจากผลการวิจัยเมื่อปี ค.ศ. 1940 ว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชน มักจะไม่ไปถึงกลุ่มผู้รับสารโดยตรงเสมอไป บางครั้งอาจจะไปถึงผู้รับสารในลักษณะกระบวนการสองทอด คือ ในขั้นแรกจะเข้าถึงบุคคลในสังคมส่วนหนึ่ง แล้วบุคคลเหล่านี้ก็จะส่งไปยังบุคคลอื่น ๆ อีกทอดหนึ่ง

ก่อนผลการวิจัยครั้งสำคัญของลาซาร์สเฟลด์และคณะจะปรากฏออกมา ทฤษฎีว่าด้วยสิ่งเร้า - การตอบสนองของผลจากสื่อสารมวลชนกำลังเป็นที่ยอมรับกันอยู่ ลาซาร์สเฟลด์และคณะพบว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนมีได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียง ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งระบุว่า การตัดสินใจส่วนใหญ่เกิดจากการติดต่อพูดคุยกับบุคคลอื่น และจากการศึกษาของลาซาร์สเฟลด์ก็พบว่า บุคคลที่มีสมาชิกอื่น ๆ ในชุมชนมาพูดคุยด้วยบ่อยครั้งนั้น มักจะเป็นผู้ที่เปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าคนอื่น ๆ จากข้อค้นพบนี้จึงกลายเป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นแบบจำลองการสื่อสารสองทอด สำหรับข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเมื่อปี ค.ศ. 1940 มีข้อความดังนี้

“ความคิดต่าง ๆ มักจะไหลผ่านจากวิทยุกระจายเสียงหรือสิ่งพิมพ์ไปยังผู้นำความคิดเห็น และจากผู้นำความคิดเห็นต่อไปยังกลุ่มประชากรที่มีความกระตือรือร้นน้อยกว่า”

แบบจำลองการสื่อสารมวลชนสองทอด อาจจะเปรียบเทียบกับแบบจำลองการสื่อสารมวลชนตามแนวความคิดในระยะแรกได้ดังนี้



จะเห็นได้ว่า จุดเด่นของทฤษฎีการสื่อสารมวลชนสองทอดนี้ ก็คือได้พิจารณาความจริงที่ว่า มนุษย์มิได้อยู่โดดเดี่ยวในสังคม แต่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในลักษณะที่เป็นกลุ่มปฐุมภูมิ หรือทุติยภูมิเสมอ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมนี้ ได้ก่อให้เกิดเป็นเครือข่าย (interpersonal network) ในการสื่อสารมวลชน ซึ่งมีหน้าที่คือ

1. เป็นช่องทางการถ่ายทอดข่าวสารในสังคม และ
2. เป็นแหล่งอิทธิพลกลุ่มหรืออิทธิพลบุคคล ที่มีผลต่อความคิดและการกระทำของสมาชิกในสังคม

ผลการวิจัยของลาซาร์สเฟลด์และคณะ นอกจากจะชี้ให้เห็นว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนมิได้เข้าถึงหรือมีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับแล้ว ยังได้มีการค้นพบปัจจัยแทรกที่สำคัญระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร คือ อิทธิพลของบุคคล (personal influence) หรือความเป็นผู้นำความคิดเห็น (opinion leadership) ซึ่งแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลที่เรียกว่า “ผู้นำความคิดเห็น” นี้ได้กลายเป็นหัวข้อที่ศึกษากันอย่างกว้างอยู่ระยะหนึ่ง ได้มีการนำแนวความคิดเกี่ยวกับผู้นำความคิดเห็นไปทำการวิจัยในหลายสาขาวิชา นอกเหนือจากการสื่อสาร เช่น สังคมวิทยาชนบท การตลาด การศึกษาและการแพทย์ เป็นต้น ทั้งนี้โดยเน้นในเรื่องอิทธิพลและบทบาทของผู้นำความคิดเห็นในการชักจูงใจให้ยอมรับนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ ต่าง ๆ

ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)

เป็นบุคคลในสังคมซึ่งติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ ในลักษณะความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดหรือแบบกลุ่มปฐมนุญ มิใช่เป็นญาติ เป็นเพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน และมีอิทธิพลในลักษณะที่ไม่เป็นทางการเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ

พฤติกรรมการเป็นผู้นำความคิดเห็นนี้ มีปรากฏอยู่ทั่วไปในสังคมส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นที่บ้าน ที่ทำงาน ที่โรงเรียน หรือที่ไหนก็ตามที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเกิดขึ้น ผู้นำความคิดเห็นบางคนอาจจะมีอิทธิพลในหลายด้าน แต่ส่วนมากมักจะมามีอิทธิพลต่อความคิดเห็นเฉพาะเรื่อง เช่น ในเรื่องแฟชั่น การแต่งกาย เรื่องการซื้อสินค้าบางอย่าง เรื่องสหนาการ เรื่องการบ้านการเมือง เรื่องการเลือกตั้ง เรื่องสุขภาพอนามัย เรื่องกีฬา เรื่องเกษตรกรรม หรือเรื่องการทำมาหากิน เป็นต้น

ผู้นำความคิดเห็น มักจะมีลักษณะไม่แตกต่างไปจากผู้ตาม (followers) มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นผู้นำความคิดเห็นนั้น ผู้นำกับผู้ตามมักจะมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างใกล้ชิดทั้งสองฝ่ายจึงต้องมีความคล้ายคลึงกันพอสมควร แต่โดยทั่วไปแล้วผู้นำความคิดเห็นมักจะมีการศึกษา มีรายได้ หรือมีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูงกว่าเล็กน้อย นอกจากนั้นผู้นำความคิดเห็นมักจะติดต่อกับโลกภายนอกมากกว่า เช่น เปิดรับสื่อมวลชนสูงกว่า เข้าร่วมกิจกรรมสังคมมากกว่า เดินทางไปต่างถิ่นบ่อยกว่า และติดต่อกับบุคคลที่มีความรู้หรือมีความเชี่ยวชาญบ่อยกว่า เป็นต้น

ผู้นำความคิดเห็นตามแนวความคิดดังกล่าวนี้ แตกต่างจากผู้นำ (leaders) ในความเข้าใจทั่วไป คือมิได้เป็นผู้นำโดยตำแหน่งหรือแต่งตั้งเป็นทางการ ดังนั้นการมีอิทธิพลโดยตำแหน่งจึงไม่ใช่การผู้นำความคิดเห็นตามแนวความคิดนี้ เช่น การที่ผู้ใหญ่บ้านสั่งลูกบ้านลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัคร

หมายเลข 1 ลักษณะนี้มีใช้การเป็นผู้นำความคิดเห็น แต่ในกรณีที่ผู้ใหญ่วัดคุยกับลูกบ้านในฐานะเพื่อนบ้านหรือเพื่อนฝูง และลูกบ้านเหล่านั้นได้รับอิทธิพลชักจูงใจจากการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับผู้ใหญ่วัดบ้านให้เลือกผู้สมัครหมายเลข 1 กรณีนี้ถือว่าเป็นผู้นำความคิดเห็น โดยทั่วไปแล้วผู้นำโดยตำแหน่งกับผู้นำความคิดเห็นมักจะไม่ใช่บุคคลเดียวกัน เนื่องจากความแตกต่างทางสภาพที่ต่างกัน ไม่เอื้ออำนวยให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมในลักษณะที่จะมีอิทธิพลแบบไม่เป็นทางการได้ อย่างไรก็ตาม ในชนบทเราอาจจะพบว่า ผู้นำที่เป็นทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่วัดบ้าน มักจะเป็นทั้งผู้นำโดยตำแหน่งและผู้นำความคิดเห็นพร้อมกันไป เนื่องจากทั้งผู้ใหญ่วัดบ้านและลูกบ้านไม่มีความแตกต่างกันมากนัก และต่างก็มีความสัมพันธ์กันใกล้ชิดพอสมควร

การศึกษาวิจัยเรื่องผู้นำความคิดเห็นนี้ ผู้วิจัยมักจะใช้วิธีการวัดความเป็นผู้นำความคิดเห็นด้วยวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่งดังนี้

1. **วิธีสังคมนิติ** คือ ให้สมาชิกในสังคมนั้นหรือชุมชนหนึ่ง ๆ เสนอชื่อผู้ที่ตัวเองได้เคยไปติดต่อพูดคุยหรือปรึกษาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งบ่อยครั้งที่สุด บุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อมากที่สุด คือ ผู้นำความคิดเห็นในเรื่องนั้น ๆ
2. **วิธีการประเมินค่าตัวเอง** วิธีการนี้เหมาะสำหรับชุมชนเล็ก ๆ ที่ผู้วิจัยสามารถมีโอกาสสมาชิกในชุมชนทุกคนได้ตอบแบบสอบถามประมาณ 1-6 ข้อ เพื่อประเมินว่าตัวเองมีระดับความเป็นผู้นำความคิดเห็นอยู่ในขั้นใด และ
3. **วิธีให้บุคคลที่รู้จักสมาชิกทุกคนในชุมชนตีกลุ่มหนึ่ง เป็นผู้เสนอชื่อบุคคลที่เขาเห็นว่า เป็นผู้นำความคิดเห็น** ตามแนวความคิดนี้ ผู้ได้รับเลือกมากที่สุดจำนวนหนึ่งถือได้ว่าเป็นผู้นำความคิดเห็น ซึ่งตามปกติแล้วแต่ละชุมชนจะมีผู้นำความคิดเห็นราว ๆ ร้อยละ 10-20 ของสมาชิกทั้งหมด

ข้อวิจารณ์

แม้ว่าการค้นพบของลาซาร์สเฟลด์และคณะ จะเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของทฤษฎีการสื่อสารมวลชนสองทอด และแนวความคิดในเรื่องผู้นำความคิดเห็นจนทำให้มีการศึกษาวิจัยติดต่อกันมาอย่างกว้างขวางในภายหลังก็ตาม แต่ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนดังกล่าวนี้ก็ยังคงมีความบกพร่องไม่สมบูรณ์ เนื่องจากวิธีการวิจัยที่ไม่เป็นมาตรฐาน นักวิจัยหลายคนมีความเห็นว่า การสื่อสารมวลชนสองทอดเป็นเพียงสมมติฐานที่ยังต้องการทดสอบเพื่อพิสูจน์ความถูกต้องอยู่อีก เพราะไม่สามารถที่

จะสรุปจากผลการวิจัยต่าง ๆ ที่ยังขัดแย้งกันอยู่ได้ อย่างไรก็ตามก็ตีจากความสงสัยในทฤษฎีนี้ช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาวิจัยอย่างมากมาย ก่อให้เกิดความกระจ่างในหลายเรื่อง

ต่อไปนี้เป็นข้อวิจารณ์บางประการที่ช่วยอธิบายทฤษฎีการสื่อสารมวลชนสองทอด และแนวความคิดในเรื่องผู้นำความคิดเห็นเพิ่มเติม

1. การสื่อสารมวลชนไม่จำเป็นต้องเป็นสองทอดเสมอไป บางครั้งอาจจะถึงผู้รับสารได้โดยตรงทอดเดียว หรือในบางกรณีอาจจะมากกว่าสองทอด ขึ้นอยู่กับลักษณะของข่าวสารและโครงสร้างของสังคมผู้รับสาร การวิจัยในสหรัฐอเมริกาพบว่า ส่วนใหญ่ข่าวสำคัญ ๆ มักจะแพร่กระจายจากสื่อมวลชนไปยังผู้รับสารโดยตรงมากกว่าการกระจายโดยผ่านสื่อบุคคล นอกจากนี้ในการถ่ายทอดข่าวสาร หรือการมีอิทธิพลกันระหว่างผู้รับสารในสังคม ยังอาจเกิดได้ในลักษณะลูกโซ่ ผู้นำความคิดเห็นคนหนึ่งอาจจะได้รับอิทธิพลมาจากผู้นำความคิดเห็นคนอื่น ๆ ต่อ ๆ กันมา

2. การแบ่งเป็นกลุ่มผู้นำกับกลุ่มผู้ตาม โดยแยกจากกันอาจจะผิดข้อเท็จจริง ในแง่ที่ว่าทั้งผู้นำและผู้ตาม ต่างก็มีระดับความเป็นผู้นำความคิดเห็นอยู่บ้าง เพียงแต่ว่าระดับกันเท่านั้น นอกจากนั้น การเป็นผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นเรื่องเฉพาะเรื่องเท่านั้น ผู้นำในเรื่องหนึ่งอาจจะเป็นผู้ตามในเรื่องอื่นก็ได้

3. ลักษณะการเป็นผู้นำความคิดเห็น ไม่จำเป็นต้องเป็นไปในรูปการให้ความคิดเห็นจากฝ่ายผู้นำเท่านั้น อาจเกิดขึ้นในลักษณะของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของทั้งสองฝ่าย นอกจากนั้นการเริ่มต้นการสื่อสารก็ไม่จำเป็นต้องผู้นำเป็นฝ่ายเริ่มต้นความคิดก่อน โดยปกติผู้ตามมักจะเป็นฝ่ายเริ่มต้นก่อนในลักษณะของการตั้งข้อสงสัยหรือขอคำปรึกษาแนะนำ

4. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนสองทอดนี้ มุ่งเน้นการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ที่จริงแล้ว ผู้นำความคิดเห็นอาจจะรับข่าวสารจากแหล่งอื่น ๆ เช่น ผู้นำความคิดเห็นทางการเมืองอาจจะรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่เผยแพร่ หรือจากสำนักงานการเกษตรท้องถิ่น แล้วจึงนำไปถ่ายทอดต่อยังเกษตรกรอื่น ๆ

5. ทฤษฎีนี้อาจเป็นจริง หรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นได้ในสังคมที่พัฒนาแล้ว หรือมีสื่อมวลชนใช้อย่างกว้างขวางมากกว่าใช้ในสังคมชนบทของประเทศด้อยพัฒนาที่สื่อมวลชนเข้าถึงลำบาก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

“ATTITUDE” มาจากภาษาลาตินว่า “APTUS” แปลว่า โน้มเอียงและเหมาะสม และนำมาใช้ในความหมายของคำว่า ATTITUDE ว่าท่าทีแสดงออกของคนเรา ซึ่งบ่งถึงสภาพจิตใจ (Webster 1960)

โจนาธาน แอล ฟรีต์แมน และคณะ (Jonathan L. Freeman et. al.) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับทัศนคติว่า “ทัศนคติ หมายถึง ระบบที่มีลักษณะมั่นคงอันหนึ่ง ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบทางด้านแนวโน้มเชิงพฤติกรรม หรือการกระทำ”

แอส ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า “ทัศนคติเกิดจากการสะสมประสบการณ์ในอดีต” (S.E. Asch, 1952 : 585)

โรเซนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ ได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติว่า “ทัศนคติโดยปกติสามารถนิยามว่า เป็นการจงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น” (Rosenberg and Hovland, 1960 : 1)

เคนเนอร์ (Howard H. Kendler, 1963 : 572) ได้คำนิยามว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือ ต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด

กู๊ด (Carter V. Good, 1959 : 48) ได้ให้คำจำกัดความว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ที่เป็นการสนับสนุน หรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใด ๆ

แอล มุน กล่าวว่า “ทัศนคติเป็นความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคล ที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานที่ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวคิดนั้น” (Norman L. Mun, 1971 : 77)

เมย์ชาร์ค และริชาร์ดสัน (Cyrus Mayshark and E. Richardson : 76) ให้คำนิยามว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับภาวะจิตใจของบุคคล ที่มีต่อวัตถุ เป็นศักยภาพของพฤติกรรม หรือ ส่วนที่ ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวก หรือลบต่อสถานที่ บุคคล หรือวัตถุ ทัศนคติเป็นแรงที่อยู่

ภายใน วัดได้จากปฏิกิริยาต่อตัวกระตุ้น หัตถ์คดีเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และจะแสดงออกทางกายภาพ

ชัตติยา กรรณสูต ให้ความหมายไว้ว่า “หัตถ์คดี หมายถึง ความรู้สึกที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งก็ตาม ในลักษณะที่เป็นอัตวิสัย (Subjective) อันเป็นพื้นฐานเบื้องต้น หรือมีผลให้เกิดการกระทบ หรือแสดงออกที่เรียกว่า พฤติกรรม” (ชัตติยา กรรณสูต, 2516 : 2)

เฉลียว บุรีภักดี ให้ความหมายว่า หัตถ์คดีเป็นความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือบุคคลหนึ่งบุคคลใด หัตถ์คดีที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ เกิดจากประสบการณ์ หรือการเรียนรู้ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น แต่กระบวนการเปลี่ยนแปลงจะเร็วหรือช้า แล้วแต่ชนิดของหัตถ์คดี และประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ (จารุวรรณ กันทะนิตย์, 2513 : 15)

จากคำนิยามต่าง ๆ สรุปได้ว่า หัตถ์คดีเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือ การรับรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่ง ต่อเป้าหมายของหัตถ์คดีนั้น

องค์ประกอบของหัตถ์คดี

จากความหมายของหัตถ์คดี สามารถแยกองค์ประกอบของหัตถ์คดีได้ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) คือ ส่วนที่ประกอบเป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไป ทั้งชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีหัตถ์คดีที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีหัตถ์คดีที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือ บุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือ ความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่า เป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้

การเกิดของทัศนคติ

ออลพอร์ต (Allport) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่า อาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ เด็กที่เกิดมาใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรม และประเพณีจากบิดามารดา ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวทางปฏิบัติของพ่อแม่ แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป

2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน

3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างออกไป เช่น บางคนมีทัศนคติไม่ดีต่อครู เพราะเคยตำหนิตน แต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูคนเดียวกัน เพราะเคยชมเชยตนเสมอ

4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือ รับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติของบิดามารดา หรือ ครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็นทัศนคติของตนได้

เครช และ ครัทซ์ฟิลด์ (Krech and Crutchfield, 1948) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติอาจเกิดขึ้นจาก

1. การตอบสนองความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดที่ตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. การได้เรียนรู้ความจริงต่าง ๆ อาจโดยการอ่าน หรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้น บางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น จากการฟังคำติฉินที่ใคร ๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้

3. การเข้าไปเป็นสมาชิก หรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป

4. ทัศนคติมีส่วนสำคัญสำหรับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย คือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์ มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงข้าม คือ มักมองว่ามีคนคอยอิจฉา ริษยา หรือคิดร้ายต่าง ๆ ต่อตน

บทบาทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกมาได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ประเภทแรก ได้แก่ ทัศนคติทางเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือ เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกร ย่อมมีทัศนคติทางบวก หรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็นสมาชิก และร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ เป็นต้น

2. ประเภทที่สอง ได้แก่ ทัศนคติทางลบ หรือไม่ดี คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่น ๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคน อาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติในจิตใจของเขาจนพยายามประทุติ และปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3. ประเภทที่สาม ซึ่งเป็นประการสุดท้าย คือ ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคตินิ่งเฉยอย่างไม่มีความคิดเห็น ต่อปัญหาได้เถียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยระเบียบของนักศึกษา

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

มาสโลว์ อธิบายทฤษฎีนี้ว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างคือ ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs), ความต้องการความปลอดภัย (Security needs), ความต้องการความรัก (Love needs), ความต้องการเป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่อง (Self-Esteem needs) และความต้องการพัฒนาตนเองตามสภาพความเป็นจริง (Self-Actualization needs) แล้วมนุษย์เรายังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง นั่นคือ ความต้องการอย่างเรียนรู้ (Needs for Cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะรู้ (Needs for Cognition or Needs for Orientation) นี้ เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม โดยมาสโลว์ ได้ชี้ให้เห็นถึงข้อเท็จจริงของการศึกษาสื่อสารมวลชนตามแบบของทฤษฎีดังต่อไปนี้ คือ (เสรี วงษ์มณฑา, 2523 : 6)

1. มนุษย์จึงใจแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดูหรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal-directed)
3. สื่อมวลชนต้องการแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (Needs for Orientation) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกชนที่มีความต้องการส่วนตัว

สำหรับนักวิชาการสื่อสารมวลชน แมกซ์เวลล์ อี แมคคอมม์ และ ลี บี เบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979 : 51-52) ได้อธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการในแนวคิดคล้ายคลึงกับมาสโลว์ โดยเน้นด้านการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไป ดังต่อไปนี้

1. มนุษย์ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้

2. มนุษย์ต้องการการสื่อสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน โดยที่ว่าการรับสื่อ ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะสภาวะแวดล้อม หรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

3. มนุษย์ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการพูดคุย สนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น

4. มนุษย์มีความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว

5. มนุษย์ต้องการสื่อสารเพื่อเสริมความคิดเห็น หรือ การสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

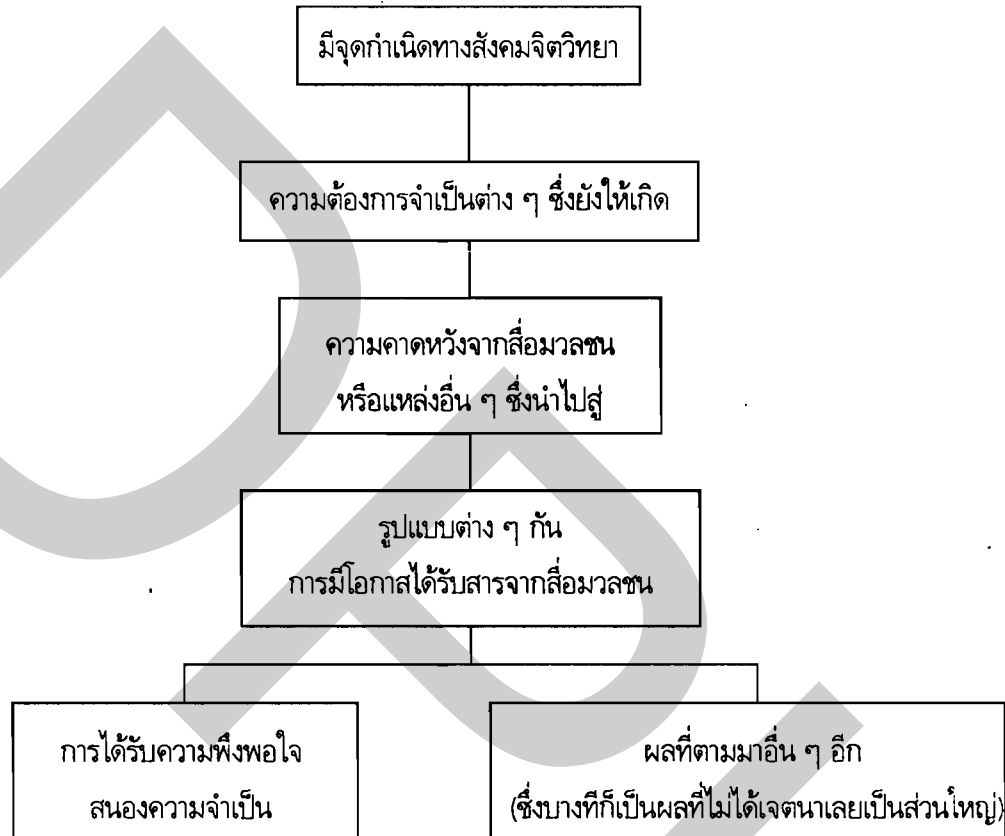
6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ในขณะที่ แคทซ์และคณะ (Katz, E. and Other, 1974) ศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับสารคาดหวังจากสื่อมวลชน โดยได้ให้คำอธิบายในแบบแผนเรื่องของการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสาร ดังนี้

แนวทางศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจก่อให้เกิด (2) ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนและแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ (6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ดังแผนภาพต่อไปนี้ (สวณิต ยมาภัย และ ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528 : 149)

แผนภาพที่ 3

หน่วยประกอบต่าง ๆ ของแบบจำลองการใช้ประโยชน์และการตอบสนอง



✓งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสัมมนาทางวิชาการเรื่อง ชาวโทรทัศน์ที่มีคุณค่าถูกใจประเทศไทย จัดโดยคณะกรรมการ ศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งได้ทำการวิจัย เรื่อง การเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยที่คนไทยต้องการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 100 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมชมรายการข่าวจาก สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มากเป็นอันดับ 1 ช่อง 9 เป็นอันดับ 2 และช่อง 3,5 มาเป็นอันดับ 3 และ 4 ตามลำดับ สาเหตุในการชมรายการข่าว กลุ่มตัวอย่างนิยมข่าวที่มีการเสนอข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ และการเสนอข่าวหลากหลายรูปแบบและเลือกชมรายการข่าวเป็นประจำในช่วงภาค 20.00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่นิยมมากที่สุด สาเหตุในการรับชมส่วนใหญ่ เพราะเป็นเวลาที่อยู่บ้าน สำหรับรายการที่ชื่นชอบ ได้แก่ ข่าวการเมือง 29% ส่วนข่าวพัฒนานั้นชื่นชอบเพียง 5% เท่านั้น ส่วนในเรื่องของเสรีภาพและ

การนำเสนอข่าวในปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่าง 61% ได้แสดงทัศนคติว่า เสรีภาพในการเสนอข่าวถูกจำกัด โดยรัฐบาลและอำนาจทหาร และยังได้ให้ข้อคิดในการแก้ปัญหาว่า ควรให้โทรทัศน์เป็นของประชาชน ทั้งนี้เพื่อป้องกันการแทรกแซงเพื่อให้มีเสรีภาพในการนำเสนอ นอกจากนี้ ควรให้มีการออกกฎหมายคุ้มครอง และรับรองสิทธิสื่อมวลชน

นิลาวัณย์ พาณิชย์รุ่งเรือง ได้ศึกษาความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9, 11) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความน่าเชื่อถือในรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ การศึกษา ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความเชื่อถือและความพึงพอใจในรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง ในขณะที่อาชีพที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความเชื่อถือ แต่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง

นอกจากนี้ยังพบว่า การแข่งขันของวงการโทรทัศน์ด้วยการปรับเปลี่ยนเวลาออกอากาศ รูปแบบ และวิธีการนำเสนอรายการข่าว มีผลกระทบต่อความเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชนผู้รับสาร โดยผู้รับสารมีความเชื่อถือและความพึงพอใจในองค์ประกอบของข่าวและข่าวประเภทต่าง ๆ ของแต่ละสถานีแตกต่างกันไป

พัชรินทร์ เศวตสุทธิพันธ์ ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อทราบทัศนคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีต่อรายการข่าวโทรทัศน์ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์ เป็นประจำทุกวันไม่แตกต่างกัน , กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ และรายได้ แตกต่างกัน มีความเชื่อถือข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีความเชื่อถือข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

เมืองยศ จันทรมหา ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความรู้ด้านการลงทุนในหลักทรัพย์ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ นั้น กลุ่มตัวอย่างเลือกสนใจเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด ส่วนสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. เป็นสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับความสนใจเลือกเปิดรับชมมากที่สุด นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการ และมีความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านเนื้อหาสาระที่ทันสมัย ทันสภาวะการณ์ทางตลาดทุน สำหรับผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า คุณลักษณะทางประชากรด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ ลักษณะการลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการ ยกเว้นอาชีพที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ , นอกจากนี้ยังพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการ และความถี่ในการรับชมรายการ , ความถี่ในการรับชมรายการกับความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการ . และความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการ

ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์ ได้ศึกษาความสัมพันธ์ รูปแบบเนื้อหาของรายการมองต่างมุม กับทัศนคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 เพื่อทราบทัศนคติ ความน่าเชื่อถือ ความพึงพอใจ และการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ของประชาชนผู้เข้าชมรายการมองต่างมุม พบว่า คุณลักษณะประชากรไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าชมรายการมองต่างมุม ยกเว้นด้านเพศ และอาชีพซึ่งจะมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในทางบวก และต่อการเข้าร่วมรายการมองต่างมุม นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สนใจเข้าร่วมรายการจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และนำไปขยายผลทำให้ความนิยมและความสนใจของผู้ชมนั้นมีมากขึ้นตามลำดับ

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยชี้ให้เห็นถึงหน้าที่ของสื่อมวลชน ในการให้ข่าวสาร ซึ่งถือว่ามีบทบาทมากที่สุดในบรรดาหน้าที่ทั้งหมด พฤติกรรมการรับชมรายการประเภทข่าวส่งผลต่อทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวได้ เช่น ถ้าประชาชนรับชมรายการใดบ่อย ๆ ทำให้เกิดความชื่นชอบ หรือมีความเชื่อถือ ผู้ดำเนินรายการข่าวนั้น ๆ รวมไปถึงตัวรายการด้วย ทำให้ติดตามชมรายการข่าวนั้น ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อรายการ เป็นต้น

สำหรับทฤษฎีที่นำมาใช้อ้างอิงในงานวิจัยนี้ เริ่มจาก ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ACBX ของ เวสลีย์ และแม็คลีน แสดงถึงกระบวนการในการส่งข่าวสารที่เกิดขึ้น ผ่านช่องทางไปยังผู้รับสาร เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น แหล่งข่าวจะส่งข่าวสารไปยังสื่อมวลชน จากนั้นสื่อมวลชนจะส่งข่าวสารต่อไปยังประชาชนทั่วไปผ่านสถานีโทรทัศน์

แต่ก่อนที่ข่าวต่าง ๆ จะได้รับการเผยแพร่ออกไปนั้น จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ ก่อนที่จะคัดเลือกข่าวที่มีอยู่ทั้งหมดมากมายให้เหลือเพียงกี่ข่าว ก็ประเด็น เนื่องจากแต่ละวันสถานีโทรทัศน์จะได้รับข่าวที่มีผู้สื่อข่าวรายงานเข้ามามากมาย บรรณาธิการจะต้องทำการคัดเลือกว่า ข่าวใดที่มีความเหมาะสมที่จะออกอากาศ ข่าวใดสำคัญ และมีองค์ประกอบครบถ้วนมากน้อยเพียงใด ปัจจัยสำคัญในการพิจารณา คือ เวลาในการนำเสนอ โดยต้องพิจารณาให้พอดีกับเวลาออกอากาศที่มีอยู่

บทบาทของบรรณาธิการข่าวในส่วนนี้ก็คือ ผู้เฝ้าประตู จากนั้นจะต้องทำการจัดวาระสาร (Agenda-setting) คือ นำข่าวที่คัดเลือกแล้วจะนำออกอากาศ มาจัดลำดับความสำคัญ ข่าวใดสำคัญมากที่สุดควรจะนำเสนอเป็นลำดับแรก ข่าวใดมีความสำคัญรองลงไป และต้องพิจารณาว่าจะให้เวลากับข่าวใดเท่าไร เช่น ข่าวใดสำคัญมาก หรือมีความเข้าใจยาก ก็จะทำให้เวลามาก เพื่ออธิบายรายละเอียดให้ครบทุกแง่มุม

เมื่อข่าวออกอากาศตามที่บรรณาธิการเห็นสมควรแล้ว ประชาชนที่รับชมรายการข่าวอาจจะเลือกรับชมข่าวนั้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับ กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่จะเลือกเปิดชมรายการข่าวใด เวลาใด เลือกจดจำข่าวใดเป็นพิเศษ หรือไม่ชอบข่าวใด ซึ่งจะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์

โดยบุคคลจะเลือกรับข่าวสารตามแนวคิดที่ว่า สามารถนำข่าวที่ได้รับนั้นมาใช้ประโยชน์กับตนได้มากน้อยเพียงใด ตรงกับความต้องการของตนเองหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลต่อการเปิดรับข่าวสารของบุคคล ส่วนประกอบสำคัญอีกประการหนึ่ง ก็คือ รูปแบบและเนื้อหาของรายการข่าว ซึ่งหมายถึงวิธีการนำเสนอ ผู้ดำเนินรายการ สารต่าง ๆ ที่นำเสนอ ย่อมมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมด้วย เพราะเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจให้ติดตาม เช่น ข่าวการเมือง มีการรายงานสด จากสถานที่ต่าง ๆ เข้ามาทางสถานี เพื่อให้ทราบความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อประชาชนว่า จะเป็นอย่างไร โดยผู้สื่อข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ หรือ ข่าวเศรษฐกิจ การสนทนาของผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน เกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของธนาคารต่าง ๆ ซึ่งอยู่ในความสนใจของประชาชน มีผลกระทบต่อประชาชนในแง่ของการฝากเงิน เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ จึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการรับชมและทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยนำผลงานวิจัยที่ได้ศึกษาไปแล้ว และมีความใกล้เคียงมาร่วมในการศึกษาด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย เรื่อง "พฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี" ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร เป็นผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 3,875,074 คน เป็นชาย 1,857,744 คน หญิง 2,017,330 คน (พรบ.ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2538)

2. กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นชาย 200 คน หญิง 200 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบผสม ตามลำดับดังนี้

2.1 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรยามาเน่ (yamane. 1973 : 725)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{3,875,074}{1 + 3,875,074 (0.05)^2} = 400$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

(กำหนดความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05)

2.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่ม มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. จัดประชากรตามกลุ่มสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะพื้นที่และสภาพปัญหาคล้ายคลึงกัน ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มวังหลวง กลุ่มบูรพา กลุ่มเจ้าพระยา และกลุ่มกรุงธน (พรบ.ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2538) กำหนดไว้ ดังนี้

1.1 กลุ่มวังหลวง หมายถึง กลุ่มสำนักงานเขตที่มีพื้นที่อยู่ในใจกลางของกรุงเทพมหานคร รวม 11 สำนักงานเขต ประกอบด้วย

- สำนักงานเขตพญาไท
- สำนักงานเขตบางซื่อ
- สำนักงานเขตดุสิต
- สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
- สำนักงานเขตจตุจักร
- สำนักงานเขตราชเทวี
- สำนักงานเขตปทุมวัน
- สำนักงานเขตพระนคร
- สำนักงานเขตลาดพร้าว
- สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์
- สำนักงานเขตบางรัก

1.2 กลุ่มบูรพา หมายถึง กลุ่มสำนักงานเขตที่มีพื้นที่อยู่ทางทิศเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร รวม 7 สำนักงานเขต ประกอบด้วย

- สำนักงานเขตบางเขน
- สำนักงานเขตลาดกระบัง
- สำนักงานเขตบึงกุ่ม
- สำนักงานเขตบางกะปิ
- สำนักงานเขตมีนบุรี
- สำนักงานเขตหนองจอก
- สำนักงานเขตดอนเมือง

1.3 กลุ่มเจ้าพระยา หมายถึง กลุ่มสำนักงานเขตที่มีพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา
ด้านทิศใต้ของกรุงเทพมหานคร รวม 9 สำนักงานเขต ประกอบด้วย

- สำนักงานเขตพระโขนง
- สำนักงานเขตดินแดง
- สำนักงานเขตห้วยขวาง
- สำนักงานเขตสาทร
- สำนักงานเขตบางคอแหลม
- สำนักงานเขตยานนาวา
- สำนักงานเขตประเวศ
- สำนักงานเขตสวนหลวง
- สำนักงานเขตคลองเตย

1.4 กลุ่มกรุงธน หมายถึง กลุ่มสำนักงานเขตที่มีพื้นที่อยู่ฝั่งธนบุรีทั้งหมด
รวม 11 สำนักงานเขต ประกอบด้วย

- สำนักงานเขตภาษีเจริญ
- สำนักงานเขตบางขุนเทียน
- สำนักงานเขตราชบุรีบูรณะ
- สำนักงานเขตตลิ่งชัน
- สำนักงานเขตบางกอกน้อย
- สำนักงานเขตบางกอกใหญ่
- สำนักงานเขตบางพลัด
- สำนักงานเขตหนองแขม
- สำนักงานเขตจอมทอง
- สำนักงานเขตคลองสาน
- สำนักงานเขตธนบุรี

2. เลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 4 กลุ่มสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ให้ได้มากลุ่มละ 100 คน เป็นชาย 50 คน หญิง 50 คน ดังปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มสำนักงานเขตกทม. และเพศ

กลุ่ม	ประชากร			กลุ่มตัวอย่าง		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
1. วังหลวง	396,586	418,086	814,672	50	50	100
2. บุรพา	447,329	481,391	928,720	50	50	100
3. เจ้าพระยา	427,503	475,030	902,533	50	50	100
4. กรุงธน	586,326	642,823	1,229,149	50	50	100
รวม	1,857,744	2,017,330	3,875,074	200	200	400

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง, 2539 (อัดสำเนา)

3. ใช้วิธีการจับสลากสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จากทั้ง 4 กลุ่มสำนักงานเขต มาเป็นตัวแทนกลุ่มละ 4 เขต รวมทั้งสิ้น 16 เขต จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sample) ให้ได้ประชากรตามจำนวนที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ผู้ตอบแบบสอบถาม) ซึ่งมีลักษณะเป็นเลือกตอบ (Check List) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งมีลักษณะเป็นเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามทัศนคติของผู้ชมเกี่ยวกับรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ชอบมากที่สุด, ชอบมาก, ชอบปานกลาง, ชอบน้อย และ ชอบน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ผู้ตอบแบบสอบถาม) แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม และทัศนคติ จากตำรา เอกสาร วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษารูปแบบ และเนื้อหารายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีอย่างละเอียด
3. วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหารายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

4. สร้างแบบสอบถามพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

4.1 แบบสอบถามพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการประเภทข่าว มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ เกี่ยวกับความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน ลักษณะการรับชม บุคคลที่ร่วมรับชม และสถานที่รับชม รวมถึงสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ที่รับชมรายการประเภทข่าว

4.2 แบบสอบถามทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ชอบมากที่สุด, ชอบมาก, ชอบปานกลาง, ชอบน้อย และชอบน้อยที่สุด จำนวน 32 ข้อ เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ข่าวโม่งข่าว และข่าวไอทีวี 24 น.

5. นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจแก้ไข เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือต่อไป

เกณฑ์การให้คะแนน และแปลความหมาย

ในการให้คะแนนนั้น ผู้วิจัยจะตรวจให้คะแนน โดยอาศัยหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ ชอบมากที่สุด, ชอบมาก, ชอบปานกลาง, ชอบน้อย และชอบน้อยที่สุด การให้คะแนนมีเกณฑ์ ดังนี้

ข้อความที่มีลักษณะทัศนคติทางบวก (Positive) จะมีคะแนนดังนี้

ชอบมากที่สุด	5	คะแนน
ชอบมาก	4	คะแนน
ชอบปานกลาง	3	คะแนน
ชอบน้อย	2	คะแนน
ชอบน้อยที่สุด	1	คะแนน

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาเชิงพินิจ (Face Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น จำนวน 37 ข้อ ให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และปรับปรุงแก้ไขข้อความให้ชัดเจนเหมาะสม ได้จำนวน 43 ข้อ แบ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร จำนวน 5 ข้อ พฤติกรรมการรับชม จำนวน 6 ข้อ และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว จำนวน 32 ข้อ

2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามที่ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้ว นำไปลองใช้ (Try Out) กับผู้ชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา โดยใช้สูตรตามข้อ 2.1 ปรากฏว่า ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ข่าวโม่งข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.8072, 0.9438, 0.7414, 0.9474 และ 0.8567 ตามลำดับ ซึ่งมีความเชื่อมั่นสูงเหมาะสมที่จะนำไปใช้สำหรับการศึกษานี้ได้

2.1 การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถามทัศนคติของผู้ชม ที่มีรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบัค (วิเชียร เกตุสิงห์. 2530 : 119)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[\frac{1 - \sum v_i^2}{v_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	แทน	จำนวนข้อสอบ
	v^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	v_1^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ
	$\sum v_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนเป็นรายข้อ

✓วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เพื่อรับรองว่า ผู้วิจัย เป็นนักศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ กำลังดำเนินการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับชมและทัศนคติ ของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เพื่อขออนุญาต และขอความร่วมมือในการออกเก็บรวบรวมข้อมูลในสถานที่ต่าง ๆ
2. ผู้วิจัยและผู้ช่วยร่วมเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 5 คน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยตนเอง ใช้ระยะเวลา 2 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2542

กรรมวิธีทางข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

กรรมวิธีทางข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บแบบสอบถามจนครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการดังต่อไปนี้ .

1. ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถามทุกฉบับด้วยมือ ตามคู่มือการลงรหัสที่ได้จัดทำไว้
2. คัดลอกรหัสที่ลงเรียบร้อยแล้วลงในแบบฟอร์มการลงรหัส (General Coding Form) เพื่อนำไปบันทึกลงบนแผ่นบันทึกข้อมูล (Diskette)
3. นำข้อมูลที่บันทึกไว้บนแผ่น Diskette ไปประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Science/Personal Computer)
4. นำผลที่ได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์ (Print-Out) มาแปลความหมาย และเขียนวิเคราะห์ เพื่อนำเสนอผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์พฤติกรรมการรับชม และทัศนคติผู้ชม ที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แต่ละองค์ประกอบและรวมทุกองค์ประกอบ โดยคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละของข้อมูลตามตัวแปรอิสระ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และตรวจสอบระดับทัศนคติ ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2. ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยการทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 3 โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534 : 180)

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

$$df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right] + \left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
	X_1, X_2	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1, S_2	แทน	ค่าความแปรปรวนจากคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	n_1, n_2	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	df	แทน	ชั้นแห่งความอิสระ (degree of freedom)

3. ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) โดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 3 โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534 : 250)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่พิจารณาใน F - distribution
	MS_B	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองระหว่างกลุ่ม
	MS_W	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองภายในกลุ่ม

ถ้าผลการทดสอบ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีของนิวแมน-คูลล์ (Newman-Keuls Method) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534 : 267)

$$q \cdot \sqrt{\frac{MS_w}{n}}$$

เมื่อ q แทน q - Statistic ที่ได้จากตาราง

MS_w แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสอง (Mean Square) ภายในกลุ่ม

n แทน จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่

$$n = \frac{k}{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} + \dots + \frac{1}{n_k}}$$

เมื่อ k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

n_1, n_2, \dots, n_k แทน จำนวนคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 ถึงกลุ่มตัวอย่าง k ตามลำดับ

4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยใช้ไค-สแควร์ (χ^2 -distribution) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1 และ 2 โดยใช้สูตร (วิเชียร เกตุสิงห์. 2534 : 93)

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

χ^2 คือ ค่าที่บอกว่ามีนัยสำคัญหรือไม่ โดยนำไปเปรียบเทียบกับค่าในตารางตามระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้

f_o คือ ความถี่ หรือจำนวนที่สำรวจได้จากกลุ่มตัวอย่าง

f_e คือ ค่าความถี่หรือจำนวนที่คาดหวัง

หมายเหตุ ในการวิจัยครั้งนี้ การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้กำหนดค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ . 05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง พฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์และแปลผล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
MIN	แทน	น้อยที่สุด
MAX	แทน	มากที่สุด
X	แทน	คะแนนเฉลี่ย
		4.21 - 5.00 หมายถึง ชอบมากที่สุด
		3.41 - 4.20 หมายถึง ชอบมาก
		2.61 - 3.40 หมายถึง ชอบปานกลาง
		1.81 - 2.60 หมายถึง ชอบน้อย
		1.00 - 1.80 หมายถึง ชอบน้อยที่สุด
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-distribution)
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (degree of freedom)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่แบบเอฟ (F-distribution)
SS	แทน	ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Square)

MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of Square)
P	แทน	ความเป็นไปได้ทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป เป็นชาย 200 คน และ หญิง 200 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

ผู้วิจัยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS/PC (Statistical Package for the Social Science/Personal Computer) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการรับชมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับพฤติกรรมกรรมการรับชมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยการทดสอบค่าไค-สแควร์ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยการทดสอบค่าไค-สแควร์ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชม กับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยการทดสอบค่าไค-สแควร์ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 7 เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยการทดสอบค่าที (t-test) และทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) โดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ถ้าพบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะมีการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของนิวแมน-คูลส์ (Newman-Keuls Method) และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 8 ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

จากข้อมูลตามแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากร ดังปรากฏ ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	200	50.0
หญิง	200	50.0
รวม	400	100.0
2. อายุ		
16 - 25 ปี	114	28.5
26 - 35 ปี	130	32.5
36 - 45 ปี	66	16.5
46 - 55 ปี	43	10.8
56 ปีขึ้นไป	47	11.7
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	22	5.5
มัธยมศึกษา	37	9.3
อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	56	14.0
ปริญญาตรี	212	53.0
สูงกว่าปริญญาตรี	73	18.2
รวม	400	100.0
4. รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 5,000 บาท	91	22.7
5,001 - 15,000 บาท	207	51.8
15,001 - 25,000 บาท	57	14.3
25,001 - 35,000 บาท	24	6.0
มากกว่า 35,000 บาท	21	5.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
นักวิชาการ/อาจารย์	57	14.2
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	64	16.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	105	26.3
พนักงานบริษัทเอกชน	78	19.5
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	71	17.7
แม่บ้าน	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า

1. เพศ

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เป็นเพศชาย จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 เพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

2. อายุ

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 16 - 25 ปี, 36 - 45 ปี, 56 ปีขึ้นไป และ 46 - 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.5, 16.5, 11.7 และ 10.8 ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษา

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี, อนุปริญญา/ปวช./ปวส., มัธยมศึกษา และประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.2, 14.0, 9.3 และ 5.5 ตามลำดับ

4. รายได้ต่อเดือน

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือ มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท, 15,001 - 25,000 บาท, 25,001 - 35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.7, 14.3, 6.0 และ 5.2 ตามลำดับ

5. อาชีพ

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน, นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา, ประกอบธุรกิจส่วนตัว, นักวิชาการ/อาจารย์ และแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 19.5, 17.7, 16.0, 14.2 และ 6.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

จากข้อมูลตามแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับชมดังปรากฏ ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
1. ความถี่ในการรับชม		
1 - 2 วัน/สัปดาห์	100	25.0
3 - 4 วัน/สัปดาห์	89	22.3
5 - 6 วัน/สัปดาห์	50	12.5
ทุกวัน	161	40.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 3 (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
2. ระยะเวลาเข้าชมในแต่ละวัน		
น้อยกว่า 30 นาที	119	29.8
31 - 60 นาที	179	44.7
มากกว่า 60 นาที	102	25.5
รวม	400	100.0
3. ลักษณะการเข้าชม		
ชมตั้งแต่ต้นจนจบ	31	7.7
ชมสลับไปมาทุกช่อง	207	51.7
ชมเฉพาะข่าวที่ชอบ	145	36.3
ชมหลาย ๆ ช่องพร้อมกัน	11	2.8
อื่น ๆ	6	1.5
รวม	400	100.0
4. บุคคลที่ร่วมเข้าชม		
ชมคนเดียว	92	23.0
ชมพร้อมสมาชิกครอบครัว	255	63.7
ชมพร้อมบุคคลอื่น	53	13.3
รวม	400	100.0
5. สถานที่เข้าชม		
ที่บ้าน	359	89.7
ที่ทำงาน	29	7.3
อื่น ๆ	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า

1. ความถี่ในการรับชม

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่วนใหญ่รับชมทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ 1 - 2 วัน/สัปดาห์, 3 - 4 วัน/สัปดาห์ และ 5 - 6 วัน/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 25.0, 22.3 และ 12.5 ตามลำดับ

2. ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่วนใหญ่ใช้เวลารับชม 31 - 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือ น้อยกว่า 30 นาที และมากกว่า 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 29.8 และ 25.5 ตามลำดับ

3. ลักษณะการรับชม

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่วนใหญ่รับชมสลับไปมาทุกช่อง คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ ชมเฉพาะข่าวที่ชอบ, ชมตั้งแต่ต้นจนจบ, ชมหลาย ๆ ช่องพร้อมกัน และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 36.3, 7.7, 2.8 และ 1.5 ตามลำดับ

4. บุคคลที่ร่วมรับชม

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่วนใหญ่รับชมพร้อมสมาชิกครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาคือ ชมคนเดียว และชมพร้อมบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ 3.3 ตามลำดับ

5. สถานที่รับชม

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่วนใหญ่รับชมที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 89.7 รองลงมาคือ ที่ทำงาน และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ 3.0 ตามลำดับ

เนื่องจากพฤติกรรมการรับชมรายการประเภทข่าว นอกเหนือจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแล้ว กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกชมรายการประเภทข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ได้มากกว่า 1 ช่อง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังปรากฏ ตามตารางที่ 4 และตารางที่ 5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการรับชมและไม่รับชมรายการประเภทข่าว จากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ นอกเหนือจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

สถานีโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3		
รับชม	291	72.8
ไม่รับชม	109	27.2
รวม	400	100.0
ช่อง 5		
รับชม	245	61.3
ไม่รับชม	155	38.7
รวม	400	100.0
ช่อง 7		
รับชม	351	87.8
ไม่รับชม	49	12.2
รวม	400	100.0
ช่อง 9		
รับชม	224	56.0
ไม่รับชม	176	44.0
รวม	400	100.0
ช่อง 11		
รับชม	161	40.2
ไม่รับชม	139	59.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการประเภทข่าว จากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ มากกว่าไม่รับชม จากช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 และ ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 72.8, 61.3, 87.8 และ 56.0 ตามลำดับ และไม่รับชมรายการประเภทข่าวมากกว่ารับชมจากช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 59.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนสถานีที่กลุ่มตัวอย่างชมรายการประเภทข่าว

สถานีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่รับชม	3	0.8
ชม 1 สถานี	41	10.2
ชม 2 สถานี	121	30.3
ชม 3 สถานี	71	17.7
ชม 4 สถานี	44	11.0
ชมทุกสถานี	120	30.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการประเภทข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ จำนวน 2 สถานี คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ ชมทุกสถานี, ชม 3 สถานี, ชม 4 สถานี และ ชม 1 สถานี คิดเป็นร้อยละ 30.0, 17.7, 11.0 และ 10.2 ตามลำดับ และไม่รับชมสถานีอื่น ๆ นอกจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

จากข้อมูลแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดังปรากฏตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ทัศนคติต่อรายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ข่าวภาคเที่ยง		
ชอบมากที่สุด	47	11.7
ชอบมาก	168	42.0
ชอบปานกลาง	40	10.0
ชอบน้อย	8	2.0
ชอบน้อยที่สุด	137	34.3
รวม	400	100.0
2. ข่าวพาดหัว		
ชอบมากที่สุด	49	18.2
ชอบมาก	169	62.8
ชอบปานกลาง	40	14.9
ชอบน้อย	8	3.0
ชอบน้อยที่สุด	3	1.1
รวม	269	100.0
<u>หมายเหตุ</u>		
ชม	269	67.3
ไม่ได้ชม	131	32.7
รวม	400	100.0

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ทัศนคติต่อรายการ	จำนวน	ร้อยละ
3. ข้าวภาคคำ		
ชอบมากที่สุด	109	28.8
ชอบมาก	214	56.7
ชอบปานกลาง	47	12.4
ชอบน้อย	6	1.6
ชอบน้อยที่สุด	2	0.5
รวม	378	100.0
หมายเหตุ		
ชม	378	94.5
ไม่ได้ชม	22	5.5
รวม	400	100.0
4. ข้าวโหมงข้าว		
ชอบมากที่สุด	47	17.4
ชอบมาก	171	63.4
ชอบปานกลาง	43	15.9
ชอบน้อย	6	2.2
ชอบน้อยที่สุด	3	1.1
รวม	270	100.0
หมายเหตุ		
ชม	270	67.5
ไม่ได้ชม	130	32.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ทัศนคติต่อรายการ	จำนวน	ร้อยละ
5. ข้าวโอ๊ตวี 24 น.		
ชอบมากที่สุด	37	17.9
ชอบมาก	120	58.0
ชอบปานกลาง	34	16.4
ชอบน้อย	11	5.3
ชอบน้อยที่สุด	5	2.4
รวม	207	100.0
หมายเหตุ		
ชม	207	51.8
ไม่ได้ชม	193	48.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาพบว่า

1. ข้าวภาคเที่ยง

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการข้าวภาคเที่ยงอยู่ในระดับชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ ชอบน้อยที่สุด, ชอบมากที่สุด, ชอบปานกลาง และชอบน้อย คิดเป็นร้อยละ 34.3, 11.7, 10.0 และ 2.0 ตามลำดับ

2. ข้าวพาดหัว

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการข้าวพาดหัวอยู่ในระดับชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ ชอบมากที่สุด, ชอบปานกลาง, ชอบน้อย และชอบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.2, 14.9, 3.0 และ 1.1 ตามลำดับ

3. ข่าวภาคค่ำ

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำอยู่ในระดับชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ ชอบมากที่สุด, ชอบปานกลาง, ชอบน้อย และชอบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.8, 12.4, 1.6 และ 0.5 ตามลำดับ

4. ชั่วโมงข่าว

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการชั่วโมงข่าวอยู่ในระดับชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 63.4 รองลงมาคือ ชอบมากที่สุด, ชอบปานกลาง, ชอบน้อย และชอบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.4, 15.9, 2.2 และ 1.1 ตามลำดับ

5. ข่าวไอทีวี 24 น.

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น. อยู่ในระดับชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ ชอบมากที่สุด, ชอบปานกลาง, ชอบน้อย และชอบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.9, 16.4, 5.3 และ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายการ	N	MIN	MAX	\bar{X}	S.D.
ข่าวภาคเที่ยง	266	1	5	3.73	.56
ข่าวพาดหัว	269	1	5	3.75	.57
ข่าวภาคค่ำ	378	2	5	3.92	.54
ชั่วโมงข่าว	270	2	5	3.77	.55
ข่าวไอทีวี 24 น.	207	1	5	3.67	.67
รวม	278	1	5	3.77	.60

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการข่าวแต่ละรายการ อยู่ในระดับชอบปานกลางทุกรายการข่าว รายการข่าวภาคค่ำ ($\bar{X} = 3.92$) ข่าวโม่งข่าว ($\bar{X} = 3.77$) ข่าวพาดหัว ($\bar{X} = 3.75$) ข่าวภาคเที่ยง ($\bar{X} = 3.73$) และข่าวไอทีวี 24 น. ($\bar{X} = 3.67$) และรวมทุกรายการข่าว ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับพฤติกรรมการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดังปรากฏตารางที่ 8 - 32

ตารางที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

เพศ	ความถี่ในการรับชม				รวม
	1-2 วันสัปดาห์	3-4 วันสัปดาห์	5-6 วันสัปดาห์	ทุกวัน	
ชาย	41 (20.5)	47 (23.5)	30 (15.0)	82 (41.0)	200 (100.0)
หญิง	59 (29.5)	42 (21.0)	20 (10.0)	79 (39.5)	200 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	100 (25.0)	89 (22.3)	50 (12.5)	161 (40.2)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 5.577

df = 3

SIGNIFICANCE = 0.134

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษาพบว่า

เพศของผู้ชมรายการประเภทข่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

**ตารางที่ 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภทข่าวในแต่ละวัน
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี**

เพศ	ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน			รวม
	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	มากกว่า 60 นาที	
ชาย	50 (25.0)	92 (46.0)	58 (29.0)	200 (100.0)
หญิง	69 (34.5)	87 (43.5)	44 (22.0)	200 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	119 (29.8)	179 (44.7)	102 (25.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 5.095

df = 2

SIGNIFICANCE = 0.078

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษาพบว่า

เพศของผู้ชมรายการประเภทข่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการรับชมรายการ
ประเภทข่าวในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

เพศ	ลักษณะการรับชม					รวม
	ชมตั้งแต่ต้นจนจบ	ชมสลับไปมาทุกช่อง	ชมเฉพาะข่าวที่ชอบ	ชมหลาย ๆ ช่องพร้อมกัน	อื่น ๆ	
ชาย	22 (11.0)	98 (49.0)	74 (37.0)	4 (2.0)	2 (10.0)	200 (100.0)
หญิง	9 (4.5)	109 (54.5)	71 (35.5)	7 (3.5)	4 (2.0)	200 (100.0)
รวมจำนวนร้อยละ	31 (7.7)	207 (51.7)	145 (36.3)	11 (2.8)	6 (1.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 7.583

df = 4

SIGNIFICANCE = 0.108

จากตารางที่ 10 ผลการศึกษาพบว่า

เพศของผู้ชมรายการประเภทข่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

เพศ	บุคคลที่ร่วมรับชม			รวม
	ชมคนเดียว	ชมพร้อมสมาชิกครอบครัว	ชมพร้อมบุคคลอื่น	
ชาย	61 (30.5)	114 (57.0)	25 (12.5)	200 (100.0)
หญิง	31 (15.5)	141 (70.5)	28 (14.0)	200 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	92 (23.0)	255 (63.7)	53 (13.3)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 12.811*

df = 2

SIGNIFICANCE = 0.002

จากตารางที่ 11 ผลการศึกษาพบว่า

เพศของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

เพศ	สถานที่รับชม			รวม
	ที่บ้าน	ที่ทำงาน	อื่น ๆ	
ชาย	172 (86.0)	22 (11.0)	6 (3.0)	200 (100.0)
หญิง	187 (93.5)	7 (3.5)	6 (3.0)	200 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	359 (89.7)	29 (7.3)	12 (3.0)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 8.385*

df = 2

SIGNIFICANCE = 0.015

จากตารางที่ 12 ผลการศึกษาพบว่า

เพศของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อายุ	ความถี่ในการรับชม				รวม
	1-2 วันสัปดาห์	3-4 วันสัปดาห์	5-6 วันสัปดาห์	ทุกวัน	
16 - 25 ปี	32 (28.1)	37 (32.5)	17 (14.9)	28 (24.6)	114 (100.0)
26 - 35 ปี	39 (30.0)	23 (17.7)	17 (13.1)	51 (39.2)	130 (100.0)
36 - 45 ปี	13 (19.7)	5 (7.6)	10 (15.2)	38 (57.6)	66 (100.0)
46 - 55 ปี	11 (25.6)	12 (27.9)	5 (11.6)	15 (34.9)	43 (100.0)
56 ปีขึ้นไป	5 (10.6)	12 (25.5)	1 (2.1)	29 (61.7)	47 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	100 (25.0)	89 (22.3)	50 (12.5)	161 (40.2)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 42.756* df = 12 SIGNIFICANCE = 0.000

จากตารางที่ 13 ผลการศึกษาพบว่า

อายุของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภทข่าว
ในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อายุ	ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน			รวม
	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	มากกว่า 60 นาที	
16 - 25 ปี	44 (38.6)	52 (45.6)	18 (15.8)	114 (100.0)
26 - 35 ปี	43 (33.1)	57 (43.8)	30 (23.1)	130 (100.0)
36 - 45 ปี	15 (22.7)	33 (50.0)	18 (27.3)	66 (100.0)
46 - 55 ปี	13 (30.2)	24 (55.8)	6 (14.0)	43 (100.0)
56 ปีขึ้นไป	4 (8.5)	13 (27.7)	30 (63.8)	47 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	119 (29.8)	179 (44.7)	102 (25.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 50.323* df = 8 SIGNIFICANCE = 0.000

จากตารางที่ 14 ผลการศึกษาพบว่า

อายุของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภทข่าวในแต่ละวัน
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อายุ	ลักษณะการรับชม					รวม
	ชมตั้งแต่ต้นจนจบ	ชมสลับไปมาทุกช่อง	ชมเฉพาะข่าวที่ชอบ	ชมหลาย ๆ ช่องพร้อมกัน	อื่น ๆ	
16 - 25 ปี	6 (5.3)	66 (57.9)	36 (31.6)	5 (4.4)	1 (0.9)	114 (100.0)
26 - 35 ปี	10 (7.7)	65 (50.0)	54 (41.5)	-	1 (0.8)	130 (100.0)
36 - 45 ปี	7 (10.6)	26 (39.4)	28 (42.4)	2 (3.0)	3 (4.5)	66 (100.0)
46 - 55 ปี	5 (11.6)	12 (27.9)	23 (53.5)	3 (7.0)	-	43 (100.0)
56 ปีขึ้นไป	3 (6.4)	38 (80.9)	4 (8.5)	1 (2.1)	1 (2.1)	47 (100.0)
รวมจำนวนร้อยละ	31 (7.7)	207 (51.7)	145 (36.3)	11 (2.8)	6 (1.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 46.878* df = 16 SIGNIFICANCE = 0.000

จากตารางที่ 15 ผลการศึกษาพบว่า

อายุของผู้ชมรายการประเภทข่าว กับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อายุ	บุคคลที่ร่วมรับชม			รวม
	ชมคนเดียว	ชมพร้อมสมาชิกครอบครัว	ชมพร้อมบุคคลอื่น	
16 - 25 ปี	25 (21.9)	68 (59.6)	21 (18.4)	114 (100.0)
26 - 35 ปี	32 (24.6)	78 (60.0)	20 (15.4)	130 (100.0)
36 - 45 ปี	21 (31.8)	36 (54.5)	9 (13.6)	66 (100.0)
46 - 55 ปี	11 (25.6)	29 (67.4)	3 (7.0)	43 (100.0)
56 ปีขึ้นไป	3 (6.4)	44 (93.6)	-	47 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	92 (23.0)	255 (63.7)	53 (13.3)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 26.596*

df = 8

SIGNIFICANCE = 0.001

จากตารางที่ 16 ผลการศึกษาพบว่า

อายุของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อายุ	สถานที่รับชม			รวม
	ที่บ้าน	ที่ทำงาน	อื่น ๆ	
16 - 25 ปี	107 (93.9)	3 (2.6)	4 (3.5)	114 (100.0)
26 - 35 ปี	113 (86.9)	12 (9.2)	5 (3.8)	130 (100.0)
36 - 45 ปี	56 (84.8)	8 (12.1)	2 (3.0)	66 (100.0)
46 - 55 ปี	39 (90.7)	4 (9.3)	-	43 (100.0)
56 ปีขึ้นไป	44 (93.6)	2 (4.3)	1 (2.1)	47 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	359 (89.7)	29 (7.3)	12 (3.0)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 9.456

df = 8

SIGNIFICANCE = 0.305

จากตารางที่ 17 ผลการศึกษาพบว่า

อายุของผู้ชมรายการประเภทข่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการรับชม				รวม
	1-2 วันสัปดาห์	3-4 วันสัปดาห์	5-6 วันสัปดาห์	ทุกวัน	
ประถมศึกษา	4 (18.2)	8 (36.4)	- -	10 (45.5)	22 (100.0)
มัธยมศึกษา	10 (27.0)	8 (21.6)	6 (16.2)	13 (35.1)	37 (100.0)
อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	9 (16.1)	19 (33.9)	5 (8.9)	23 (41.1)	56 (100.0)
ปริญญาตรี	61 (28.8)	45 (21.2)	29 (13.7)	77 (36.3)	212 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	16 (21.9)	9 (12.3)	10 (13.7)	38 (52.1)	73 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	100 (25.0)	89 (22.3)	50 (12.5)	161 (40.2)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 20.267

df = 12

SIGNIFICANCE = 0.062

จากตารางที่ 18 ผลการศึกษาพบว่า

ระดับการศึกษาของผู้ชมรายการประเภทข่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาการรับชมรายการประเภท
ข่าวในแต่ละวันของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน			รวม
	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	มากกว่า 60 นาที	
ประถมศึกษา	7 (31.8)	6 (27.3)	9 (40.9)	22 (100.0)
มัธยมศึกษา	18 (48.6)	13 (35.1)	6 (16.2)	37 (100.0)
อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	17 (30.4)	22 (39.3)	17 (30.4)	56 (100.0)
ปริญญาตรี	66 (31.1)	101 (47.6)	45 (21.2)	212 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	11 (15.1)	37 (50.7)	25 (34.2)	73 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	119 (29.8)	179 (44.7)	102 (25.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 21.042*

df = 8

SIGNIFICANCE = 0.007

จากตารางที่ 19 ผลการศึกษาพบว่า

ระดับการศึกษาของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภทข่าว
ในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ระดับการศึกษา	ลักษณะการรับชม					รวม
	ชมตั้งแต่ต้น จนจบ	ชมสลับไป มาทุกช่อง	ชมเฉพาะ ข่าวที่ชอบ	ชมหลาย ๆ ช่องพร้อมกัน	อื่น ๆ	
ประถมศึกษา	-	16	5	-	1	22
	-	(72.7)	(22.7)	-	(4.5)	(100.0)
มัธยมศึกษา	2	26	8	-	1	37
	(5.4)	(70.3)	(21.6)	-	(2.7)	(100.0)
อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	2	33	17	4	-	56
	(3.6)	(58.9)	(30.4)	(7.1)	-	(100.0)
ปริญญาตรี	22	97	88	3	2	212
	(10.4)	(45.8)	(41.5)	(1.4)	(0.9)	(100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	5	35	27	4	2	73
	(6.8)	(47.9)	(37.0)	(5.5)	(2.7)	(100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	31 (7.7)	207 (51.7)	145 (36.3)	11 (2.8)	6 (1.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 29.857* df = 16 SIGNIFICANCE = 0.019

จากตารางที่ 20 ผลการศึกษาพบว่า

ระดับการศึกษาของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ระดับการศึกษา	บุคคลที่ร่วมรับชม			รวม
	ชมคนเดียว	ชมพร้อมสมาชิกครอบครัว	ชมพร้อมบุคคลอื่น	
ประถมศึกษา	1 (4.5)	21 (95.5)	- -	22 (100.0)
มัธยมศึกษา	6 (16.2)	30 (81.1)	1 (2.7)	37 (100.0)
อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	17 (30.4)	32 (57.1)	7 (12.5)	56 (100.0)
ปริญญาตรี	50 (23.6)	126 (59.4)	36 (17.0)	212 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	18 (24.7)	46 (63.0)	9 (12.3)	73 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	92 (23.0)	255 (63.7)	53 (13.3)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 19.975* df = 8 SIGNIFICANCE = 0.010

จากตารางที่ 21 ผลการศึกษาพบว่า

ระดับการศึกษาของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ระดับการศึกษา	สถานที่รับชม			รวม
	ที่บ้าน	ที่ทำงาน	อื่น ๆ	
ประถมศึกษา	22 (100.0)	- -	- -	22 (100.0)
มัธยมศึกษา	35 (94.6)	2 (5.4)	- -	37 (100.0)
อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	49 (87.5)	5 (8.9)	2 (3.6)	56 (100.0)
ปริญญาตรี	185 (87.3)	18 (8.5)	9 (4.2)	212 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	68 (93.2)	4 (5.5)	1 (1.4)	73 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	359 (89.7)	29 (7.3)	12 (3.0)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 6.951

df = 8

SIGNIFICANCE = 0.542

จากตารางที่ 22 ผลการศึกษาพบว่า

ระดับการศึกษาของผู้ชมรายการประเภทข่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่รับชมรายการ
ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายได้ต่อเดือน	ความถี่ในการรับชม				รวม
	1-2 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน/ สัปดาห์	5-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน	
ไม่เกิน 5,000 บาท	25 (27.5)	33 (36.3)	9 (9.9)	24 (26.4)	91 (100.0)
5,001 – 15,000 บาท	50 (24.2)	43 (20.8)	22 (10.6)	92 (44.4)	207 (100.0)
15,001 – 25,000 บาท	16 (28.1)	6 (10.5)	13 (22.8)	22 (38.6)	57 (100.0)
25,001 – 35,000 บาท	7 (29.2)	4 (16.7)	4 (16.7)	9 (37.5)	24 (100.0)
มากกว่า 35,000 บาท	2 (9.5)	4 (14.3)	2 (9.5)	14 (66.7)	21 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	100 (25.0)	89 (22.3)	50 (12.5)	161 (40.2)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 30.752*

df = 12

SIGNIFICANCE = 0.002

จากตารางที่ 23 ผลการศึกษาพบว่า

รายได้ต่อเดือนของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภท
ข่าวในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี**

รายได้ต่อเดือน	ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน			รวม
	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	มากกว่า 60 นาที	
ไม่เกิน 5,000 บาท	34 (37.4)	37 (40.7)	20 (22.0)	91 (100.0)
5,001 - 15,000 บาท	64 (30.9)	92 (44.4)	51 (24.6)	207 (100.0)
15,001 - 25,000 บาท	9 (15.8)	31 (54.4)	17 (29.8)	57 (100.0)
25,001 - 35,000 บาท	6 (25.0)	42 (50.0)	6 (25.0)	24 (100.0)
มากกว่า 35,000 บาท	6 (28.6)	7 (33.3)	6 (38.1)	21 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	119 (29.8)	179 (44.7)	102 (25.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 10.310

df = 8

SIGNIFICANCE = 0.224

จากตารางที่ 24 ผลการศึกษาพบว่า

รายได้ต่อเดือนของผู้ชมรายการประเภทข่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการรับชม
รายการประเภทข่าวในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

**ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี**

รายได้ต่อเดือน	ลักษณะการรับชม					รวม
	ชมตั้งแต่ ต้นจนจบ	ชมสลับไป มาทุกช่อง	ชมเฉพาะ ข่าวที่ชอบ	ชมหลาย ๆ ช่องพร้อมกัน	อื่น ๆ	
ไม่เกิน 5,000 บาท	4 (4.4)	56 (61.5)	27 (29.7)	2 (2.2)	2 (2.2)	91 (100.0)
5,001 - 15,000 บาท	16 (7.7)	102 (49.3)	82 (39.6)	5 (2.4)	2 (1.0)	207 (100.0)
15,001 - 25,000 บาท	6 (10.5)	23 (40.4)	26 (45.6)	-	2 (3.5)	57 (100.0)
25,001 - 35,000 บาท	4 (16.7)	16 (66.7)	3 (12.5)	1 (4.2)	-	24 (100.0)
มากกว่า 35,000 บาท	1 (4.8)	10 (47.6)	7 (33.3)	3 (14.3)	-	21 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	31 (7.7)	207 (51.7)	145 (36.3)	11 (2.8)	6 (1.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 30.937* df = 16 SIGNIFICANCE = 0.014

จากตารางที่ 25 ผลการศึกษาพบว่า

รายได้ต่อเดือนของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าวของ
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายได้ต่อเดือน	บุคคลที่ร่วมรับชม			รวม
	ชมคนเดียว	ชมพร้อมสมาชิกครอบครัว	ชมพร้อมบุคคลอื่น	
ไม่เกิน 5,000 บาท	15 (16.5)	64 (70.3)	12 (13.2)	91 (100.0)
5,001 – 15,000 บาท	42 (20.3)	130 (62.8)	35 (16.9)	207 (100.0)
15,001 – 25,000 บาท	21 (36.8)	32 (56.1)	4 (7.0)	57 (100.0)
25,001 – 35,000 บาท	9 (37.5)	13 (54.2)	2 (8.3)	24 (100.0)
มากกว่า 35,000 บาท	5 (23.8)	16 (76.2)	-	21 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	92 (23.0)	255 (63.7)	53 (13.3)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 18.292* df = 8 SIGNIFICANCE = 0.019

จากตารางที่ 26 ผลการศึกษาพบว่า

รายได้ต่อเดือนของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายได้ต่อเดือน	สถานที่รับชม			รวม
	ที่บ้าน	ที่ทำงาน	อื่น ๆ	
ไม่เกิน 5,000 บาท	86 (94.5)	1 (1.1)	4 (4.4)	91 (100.0)
5,001 - 15,000 บาท	176 (85.0)	23 (11.1)	8 (3.9)	207 (100.0)
15,001 - 25,000 บาท	54 (94.7)	3 (5.3)	-	57 (100.0)
25,001 - 35,000 บาท	22 (91.7)	2 (8.3)	-	24 (100.0)
มากกว่า 35,000 บาท	21 (100.0)	-	-	21 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	359 (89.7)	29 (7.3)	12 (3.0)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 16.202*

df = 8

SIGNIFICANCE = 0.040

จากตารางที่ 27 ผลการศึกษาพบว่า

รายได้ต่อเดือนของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าวของ
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อาชีพ	ความถี่ในการรับชม				รวม
	1-2 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน/ สัปดาห์	5-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน	
นักวิชาการ/อาจารย์	12 (21.1)	6 (10.5)	11 (19.3)	28 (49.1)	57 (100.0)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	9 (14.1)	21 (32.8)	11 (17.2)	23 (35.9)	64 (100.0)
ข้าราชการ/พจน.รัฐวิสาหกิจ	30 (28.6)	17 (16.2)	13 (12.4)	45 (42.9)	105 (100.0)
พจน.บริษัทเอกชน	24 (30.8)	15 (19.2)	6 (7.7)	33 (42.3)	78 (100.0)
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	24 (33.8)	25 (35.2)	8 (11.3)	14 (19.7)	71 (100.0)
แม่บ้าน	1 (4.0)	5 (20.0)	1 (4.0)	18 (72.0)	25 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	100 (25.0)	89 (22.3)	50 (12.5)	161 (40.2)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 47.377*

df = 1

SIGNIFICANCE = 0.000

จากตารางที่ 28 ผลการศึกษาพบว่า

อาชีพของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับความถี่ในการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภทข่าว
ในแต่ละวัน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อาชีพ	ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน			รวม
	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	มากกว่า 60 นาที	
นักวิชาการ/อาจารย์	9 (15.8)	25 (43.9)	23 (40.4)	57 (100.0)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	19 (29.7)	23 (35.9)	22 (34.4)	64 (100.0)
ข้าราชการ/พจน.รัฐวิสาหกิจ	33 (31.4)	48 (45.7)	24 (22.9)	105 (100.0)
พจน.บริษัทเอกชน	27 (34.6)	39 (50.0)	12 (15.4)	78 (100.0)
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	30 (42.3)	32 (45.1)	9 (12.7)	71 (100.0)
แม่บ้าน	1 (4.0)	12 (48.0)	12 (48.0)	25 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	119 (29.8)	179 (44.7)	102 (25.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 35.307*

df = 10

SIGNIFICANCE = 0.000

จากตารางที่ 29 ผลการศึกษาพบว่า

อาชีพของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับระยะเวลาการรับชมรายการประเภทข่าวในแต่ละวัน
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าวของ
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อาชีพ	ลักษณะการรับชม					รวม
	ชมตั้งแต่ ต้นจนจบ	ชมสลับไป มาทุกช่อง	ชมเฉพาะ ข่าวที่ชอบ	ชมหลาย ๆ ช่องพร้อมกัน	อื่น ๆ	
นักวิชาการ/อาจารย์	4 (7.0)	25 (43.9)	26 (45.6)	1 (1.8)	1 (1.8)	57 (100.0)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	11 (17.2)	30 (46.9)	20 (31.3)	1 (1.6)	2 (3.1)	64 (100.0)
ข้าราชการ/พนง.รัฐวิสาหกิจ	8 (7.6)	52 (49.5)	39 (37.1)	4 (3.8)	2 (1.9)	105 (100.0)
พนง.บริษัทเอกชน	4 (5.1)	40 (51.3)	31 (39.7)	3 (3.8)	-	78 (100.0)
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	4 (5.6)	37 (52.1)	27 (38.0)	2 (2.8)	1 (1.4)	71 (100.0)
แม่บ้าน	-	23 (92.0)	2 (8.0)	-	-	25 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	31 (7.7)	207 (51.7)	145 (36.3)	11 (2.8)	6 (1.5)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 31.827* df = 20 SIGNIFICANCE = 0.045

จากตารางที่ 30 ผลการศึกษาพบว่า

อาชีพของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับลักษณะการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานี
โทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าวของ
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อาชีพ	บุคคลที่ร่วมรับชม			รวม
	ชมคนเดียว	ชมพร้อมสมาชิกครอบครัว	ชมพร้อมบุคคลอื่น	
นักวิชาการ/อาจารย์	12 (21.1)	38 (66.7)	7 (12.3)	57 (100.0)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	18 (28.1)	43 (67.2)	3 (4.7)	64 (100.0)
ข้าราชการ/พจน.รัฐวิสาหกิจ	23 (21.9)	61 (58.1)	21 (20.0)	105 (100.0)
พจน.บริษัทเอกชน	23 (29.5)	48 (61.5)	7 (9.0)	78 (100.0)
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	16 (22.5)	40 (56.3)	15 (21.1)	71 (100.0)
แม่บ้าน	- -	25 (100.0)	- -	25 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	92 (23.0)	255 (63.7)	53 (13.3)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 29.515* df = 10 SIGNIFICANCE = 0.001

จากตารางที่ 31 ผลการศึกษาพบว่า

อาชีพของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานี
โทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

อาชีพ	สถานที่รับชม			รวม
	ที่บ้าน	ที่ทำงาน	อื่น ๆ	
นักวิชาการ/อาจารย์	51 (89.5)	5 (8.8)	1 (1.8)	57 (100.0)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	56 (87.5)	6 (9.4)	2 (3.1)	64 (100.0)
ข้าราชการ/พณ.รัฐวิสาหกิจ	86 (81.9)	13 (12.4)	6 (5.7)	105 (100.0)
พณ.บริษัทเอกชน	73 (93.6)	5 (6.4)	-	78 (100.0)
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	68 (95.8)	-	3 (4.2)	71 (100.0)
แม่บ้าน	25 (100.0)	-	-	25 (100.0)
รวมจำนวน ร้อยละ	359 (89.7)	29 (7.3)	12 (3.0)	400 (100.0)

CHI-SQUARE = 19.216* df = 10 SIGNIFICANCE = 0.038

จากตารางที่ 32 ผลการศึกษาพบว่า

อาชีพของผู้ชมรายการประเภทข่าวกับสถานที่รับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดังปรากฏตามตารางที่ 33 - 37

ตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าว
ภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
1. เพศ									
ชาย	68 (34.0)	-	20 (10.0)	90 (45.0)	22 (11.0)	200 (100.0)			
หญิง	69 (34.5)	8 (4.0)	20 (10.0)	78 (39.0)	25 (12.5)	200 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	9.056	4	0.060
2. อายุ									
16-25ปี	33 (28.9)	3 (2.6)	16 (14.0)	47 (41.2)	15 (13.2)	114 (100.0)			
26-35ปี	46 (35.4)	3 (2.3)	10 (7.7)	53 (40.8)	18 (13.8)	130 (100.0)			
36-45ปี	28 (42.4)	2 (3.0)	7 (10.6)	21 (31.8)	8 (12.1)	66 (100.0)			
46-55ปี	26 (60.5)	-	2 (4.7)	11 (25.6)	4 (9.3)	43 (100.0)			
56ปีขึ้นไป	4 (8.5)	-	5 (10.6)	36 (76.6)	2 (4.3)	47 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	47.251*	16	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ระดับการศึกษา									
ประถมศึกษา	5 (22.7)	-	1 (4.5)	15 (68.2)	1 (4.5)	22 (100.0)			
มัธยมศึกษา	13 (35.4)	1 (2.7)	4 (10.8)	15 (40.5)	4 (10.8)	37 (100.0)			
อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	25 (44.6)	1 (1.8)	6 (10.7)	20 (35.7)	4 (7.1)	56 (100.0)			
ปริญญาตรี	72 (34.5)	6 (2.8)	23 (10.8)	83 (39.2)	28 (13.2)	212 (100.0)			
สูงกว่าปริญญาตรี	22 (30.1)	-	6 (8.2)	35 (47.9)	10 (13.7)	73 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	14.610	16	0.553
4. รายได้ต่อเดือน									
ไม่เกิน 5,000 บาท	23 (25.3)	1 (1.1)	10 (11.0)	50 (54.9)	7 (7.7)	91 (100.0)			
5,000-15,000 บาท	71 (34.3)	7 (3.4)	19 (9.2)	79 (38.2)	31 (15.0)	207 (100.0)			
15,001-25,000 บาท	23 (40.4)	-	6 (10.5)	25 (43.9)	3 (5.3)	57 (100.0)			
25,001-35,000 บาท	10 (47.6)	-	3 (12.5)	8 (33.3)	3 (12.5)	24 (100.0)			
มากกว่า 35,000 บาท	10 (47.6)	-	2 (9.5)	6 (28.8)	3 (14.3)	21 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	20.035	16	0.219

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. อาชีพ									
นักวิชาการ/อาจารย์	20 (35.1)	-	4 (7.0)	26 (45.6)	7 (12.3)	57 (100.0)			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	20 (31.3)	-	6 (9.4)	30 (46.9)	9 (12.5)	64 (100.0)			
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	39 (37.1)	3 (2.9)	12 (11.4)	39 (37.1)	12 (11.4)	105 (100.0)			
พนักงานบริษัท เอกชน	38 (48.7)	2 (2.6)	7 (9.0)	20 (25.6)	11 (14.1)	78 (100.0)			
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	19 (26.8)	3 (4.2)	9 (12.7)	32 (45.1)	8 (11.3)	71 (100.0)			
แม่บ้าน	1 (4.0)	-	2 (8.0)	21 (84.0)	1 (4.0)	25 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	38.142*	20	0.009

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 ผลการศึกษาพบว่า

ลักษณะประชากรด้าน อายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยงของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะประชากรด้าน เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวพาดหัว					รวม	CHI- SQUARE	df	P
	ชอบน้อย ที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปาน กลาง	ชอบมาก	ชอบมาก ที่สุด				
1. เพศ									
ชาย	2 (1.6)	2 (1.6)	18 (14.1)	86 (67.2)	20 (15.6)	128 (100.0)			
หญิง	1 (0.7)	6 (4.3)	22 (15.6)	83 (58.9)	29 (20.6)	141 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	3 (1.1)	8 (3.0)	40 (14.9)	169 (62.8)	49 (18.2)	269 (100.0)	3.820	4	0.431
2. อายุ									
16-25ปี	1 (1.2)	2 (2.4)	18 (21.2)	46 (54.1)	18 (21.2)	85 (100.0)			
26-35ปี	1 (1.2)	3 (3.6)	10 (11.9)	53 (63.1)	17 (20.2)	84 (100.0)			
36-45ปี	-	2 (4.5)	7 (15.9)	26 (59.1)	9 (20.5)	44 (100.0)			
46-55ปี	1 (5.9)	1 (5.9)	2 (11.8)	9 (52.9)	4 (23.5)	17 (100.0)			
56ปีขึ้นไป	-	-	3 (7.7)	35 (89.7)	2 (2.6)	39 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	3 (1.1)	8 (3.0)	40 (14.9)	169 (62.8)	49 (18.2)	269 (100.0)	22.994	16	0.114

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวพาดหัว					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ระดับการศึกษา									
ประถมศึกษา	-	-	1	13	1	15			
	-	-	(6.7)	(86.7)	(6.7)	(100.0)			
มัธยมศึกษา	-	1	2	16	1	20			
	-	(5.0)	(10.0)	(80.0)	(5.0)	(100.0)			
อนุปริญญาฯ/ปวส.	-	1	8	24	4	37			
	-	(2.7)	(21.6)	(64.9)	(10.8)	(100.0)			
ปริญญาตรี	2	6	21	77	32	138			
	(1.4)	(4.3)	(15.2)	(55.8)	(23.2)	(100.0)			
สูงกว่าปริญญาตรี	1	-	8	39	11	59			
	(1.7)	-	(13.6)	(66.9)	(18.6)	(100.0)			
รวมจำนวน	3	8	40	169	49	269			
ร้อยละ	(1.1)	(3.0)	(14.9)	(62.8)	(18.2)	(100.0)	16.208	16	0.439
4. รายได้ต่อเดือน									
ไม่เกิน 5,000 บาท	-	1	14	43	11	69			
	-	(1.4)	(20.3)	(62.3)	(15.9)	(100.0)			
5,000-15,000 บาท	2	6	18	87	25	138			
	(1.4)	(4.3)	(13.0)	(63.0)	(18.1)	(100.0)			
15,001-25,000 บาท	1	-	4	26	4	35			
	(2.9)	-	(11.4)	(74.3)	(11.4)	(100.0)			
25,001-35,000 บาท	-	1	3	7	3	14			
	-	(1.1)	(21.4)	(50.0)	(21.4)	(100.0)			
มากกว่า 35,000 บาท	-	-	1	6	6	13			
	-	-	(7.7)	(46.2)	(46.2)	(100.0)			
รวมจำนวน	3	8	40	169	49	269			
ร้อยละ	(1.1)	(3.0)	(14.9)	(62.8)	(18.2)	(100.0)	17.037	16	0.383

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวพาดหัว					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. อาชีพ									
นักวิชาการ/อาจารย์	1 (2.4)	-	5 (12.2)	26 (63.4)	9 (22.0)	41 (100.0)			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-	-	4 (11.8)	25 (73.5)	5 (14.7)	34 (100.0)			
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	-	4 (5.6)	11 (15.3)	43 (59.7)	14 (19.4)	72 (100.0)			
พนักงานบริษัท เอกชน	1 (2.3)	2 (4.7)	6 (14.0)	26 (60.5)	8 (18.6)	43 (100.0)			
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	1 (1.8)	2 (3.6)	14 (25.0)	26 (46.4)	13 (23.2)	56 (100.0)			
แม่บ้าน	-	-	-	23 (100.0)	-	23 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	3 (1.1)	8 (3.0)	40 (14.9)	169 (62.8)	49 (18.2)	269 (100.0)	29.402	20	0.080

จากตารางที่ 34 ผลการศึกษาพบว่า

ลักษณะประชากรด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
1. เพศ									
ชาย	1 (0.5)	-	25 (13.2)	104 (55.0)	59 (31.2)	189 (100.0)			
หญิง	1 (0.5)	6 (3.2)	22 (11.6)	110 (58.2)	50 (28.5)	189 (100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	2 (0.5)	6 (1.6)	47 (12.5)	214 (56.6)	109 (28.8)	378 (100.0)	7.103	4	0.131
2. อายุ									
16-25ปี	1 (1.0)	2 (1.9)	15 (14.4)	67 (64.4)	19 (18.3)	104 (100.0)			
26-35ปี	1 (0.8)	3 (2.4)	13 (10.5)	73 (58.9)	34 (27.4)	124 (100.0)			
36-45ปี	-	1 (1.6)	9 (14.1)	34 (53.1)	20 (31.3)	64 (100.0)			
46-55ปี	-	-	5 (12.5)	29 (72.5)	6 (15.0)	40 (100.0)			
56ปีขึ้นไป	-	-	5 (10.9)	11 (23.9)	30 (65.2)	46 (100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	2 (0.5)	6 (1.6)	47 (12.5)	214 (56.6)	109 (28.8)	378 (100.0)	44.113*	16	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ระดับการศึกษา									
ประถมศึกษา	-	-	1	7	11	17			
	-	-	(5.3)	(36.8)	(57.9)	(100.0)			
มัธยมศึกษา	-	1	2	21	7	31			
	-	(3.2)	(5.5)	(67.7)	(22.6)	(100.0)			
อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	-	1	7	37	10	55			
	-	(1.8)	(12.7)	(67.3)	(18.2)	(100.0)			
ปริญญาตรี	2	4	31	112	53	202			
	(1.0)	(2.0)	(15.3)	(55.4)	(26.2)	(100.0)			
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	6	37	28	71			
	-	-	(8.5)	(52.1)	(39.4)	(100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	2	6	47	214	109	378	22.662	16	0.123
	(0.5)	(1.6)	(12.5)	(56.6)	(28.8)	(100.0)			
4. รายได้ต่อเดือน									
ไม่เกิน 5,000 บาท	-	1	11	45	26	83			
	-	(1.2)	(13.3)	(54.2)	(31.3)	(100.0)			
5,000-15,000 บาท	2	5	20	120	50	197			
	(1.0)	(2.5)	(10.2)	(60.9)	(25.4)	(100.0)			
15,001-25,000 บาท	-	-	10	29	16	55			
	-	-	(18.2)	(52.7)	(19.1)	(100.0)			
25,001-35,000 บาท	-	-	4	13	6	23			
	-	-	(17.4)	(56.5)	(26.1)	(100.0)			
มากกว่า 35,000 บาท	-	-	2	7	11	20			
	-	-	(10.0)	(35.0)	(55.0)	(100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	2	6	47	214	109	378	15.801	16	0.467
	(0.5)	(1.6)	(12.5)	(56.6)	(28.8)	(100.0)			

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. อาชีพ									
นักวิชาการ/อาจารย์	-	-	7	29	20	20			
	-	-	(12.5)	(51.8)	(35.7)	(100.0)			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-	-	6	25	27	58			
	-	-	(10.3)	(43.1)	(45.6)	(100.0)			
ข้าราชการ/พนักงาน	1	1	18	58	21	99			
รัฐวิสาหกิจ	(1.0)	(1.0)	(18.2)	(58.6)	(21.2)	(100.0)			
พนักงานบริษัท	-	3	8	46	15	72			
เอกชน	-	(4.2)	(11.1)	(63.7)	(20.8)	(100.0)			
นักเรียน/ นิสิต/	1	2	18	42	16	69			
นักศึกษา	(1.4)	(2.9)	(11.6)	(60.9)	(23.2)	(100.0)			
แม่บ้าน	-	-	-	14	10	24			
	-	-	-	(58.3)	(41.7)	(100.0)			
รวมจำนวน	2	6	47	214	109	378			
ร้อยละ	(0.5)	(1.6)	(12.5)	(56.6)	(28.8)	(100.0)	30.805	20	0.058

จากตารางที่ 35 ผลการศึกษาพบว่า

ลักษณะประชากรด้าน อายุ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะประชากรด้าน เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ชั่วโมงข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการชั่วโมงข่าว					รวม	CHI- SQUARE	df	P
	ชอบน้อย ที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปาน กลาง	ชอบมาก	ชอบมาก ที่สุด				
1. เพศ									
ชาย	1 (0.8)	-	24 (18.0)	89 (66.9)	19 (14.3)	133 (100.0)			
หญิง	1 (1.5)	6 (4.4)	19 (13.9)	82 (59.9)	28 (20.4)	137 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	3 (1.1)	6 (2.2)	43 (15.9)	171 (63.3)	47 (17.5)	270 (100.0)	8.867	4	0.065
2. อายุ									
16-25ปี	1 (1.3)	3 (3.8)	15 (18.8)	42 (52.5)	19 (23.8)	80 (100.0)			
26-35ปี	2 (2.4)	2 (2.4)	9 (10.8)	56 (67.5)	14 (16.9)	83 (100.0)			
36-45ปี	-	1 (2.1)	8 (17.0)	28 (59.6)	10 (21.3)	47 (100.0)			
46-55ปี	-	-	6 (31.6)	10 (52.6)	3 (15.8)	19 (100.0)			
56ปีขึ้นไป	-	-	5 (12.2)	35 (85.4)	1 (2.4)	41 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	3 (1.1)	6 (2.2)	43 (15.9)	171 (63.3)	47 (17.5)	270 (100.0)	22.585	16	0.125

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการชั่วโมงข่าว					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ระดับการศึกษา									
ประถมศึกษา	-	-	1	11	-	12			
	-	-	(8.3)	(91.7)	-	(100.0)			
มัธยมศึกษา	-	1	4	14	2	21			
	-	(4.8)	(19.0)	(66.7)	(9.5)	(100.0)			
อนุปริญญาปวช./ปวส.	-	1	6	22	5	34			
	-	(2.9)	(17.6)	(64.7)	(14.7)	(100.0)			
ปริญญาตรี	3	3	24	87	31	148			
	(2.0)	(2.0)	(16.2)	(58.8)	(20.9)	(100.0)			
สูงกว่าปริญญาตรี	-	1	8	37	9	55			
	-	(1.8)	(14.5)	(67.3)	(16.4)	(100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	3 (1.1)	6 (2.2)	43 (15.9)	171 (63.3)	47 (17.5)	270 (100.0)	10.460	16	0.842
4. รายได้ต่อเดือน									
ไม่เกิน 5,000 บาท	-	1	11	38	12	62			
	-	(1.6)	(17.7)	(61.3)	(19.4)	(100.0)			
5,000-15,000 บาท	3	5	18	95	21	142			
	(2.1)	(3.5)	(12.7)	(66.9)	(14.8)	(100.0)			
15,001-25,000 บาท	-	-	6	25	7	38			
	-	-	(15.8)	(65.8)	(18.4)	(100.0)			
25,001-35,000 บาท	-	-	4	9	2	15			
	-	-	(26.7)	(60.0)	(13.3)	(100.0)			
มากกว่า 35,000 บาท	-	-	4	4	5	13			
	-	-	(30.8)	(30.8)	(38.5)	(100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	3 (1.1)	6 (2.2)	43 (15.9)	171 (63.3)	47 (17.5)	270 (100.0)	16.044	16	0.450

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการชั่วโมงข่าว					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. อาชีพ									
นักวิชาการ/อาจารย์	-	-	7	31	9	47			
	-	-	(14.9)	(66.0)	(19.1)	(100.0)			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-	-	3	27	6	36			
	-	-	(8.3)	(75.0)	(16.7)	(100.0)			
ข้าราชการ/พนักงาน	1	1	16	39	8	65			
รัฐวิสาหกิจ	(1.5)	(1.5)	(24.6)	(60.0)	(12.3)	(100.0)			
พนักงานบริษัท	1	2	6	29	8	46			
เอกชน	(2.2)	(4.3)	(13.0)	(63.0)	(17.4)	(100.0)			
นักเรียน/ นิสิต/	1	3	10	27	15	56			
นักศึกษา	(1.8)	(5.4)	(17.9)	(48.2)	(26.8)	(100.0)			
แม่บ้าน	-	-	1	18	1	20			
	-	-	(5.0)	(90.0)	(50.0)	(100.0)			
รวมจำนวน	3	6	43	171	47	270			
ร้อยละ	(1.1)	(2.2)	(15.9)	(63.3)	(17.5)	(100.0)	24.941	20	0.204

จากตารางที่ 36 ผลการศึกษาพบว่า

ลักษณะประชากรด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ไม่มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการชั่วโมงข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น.					รวม	CHI- SQUARE	df	P
	ชอบน้อย ที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปาน กลาง	ชอบมาก	ชอบมาก ที่สุด				
1. เพศ									
ชาย	2 (1.9)	3 (2.8)	19 (17.9)	67 (63.2)	15 (14.2)	106 (100.0)			
หญิง	3 (3.0)	8 (7.9)	15 (14.9)	53 (52.5)	22 (21.8)	101 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	5 (2.4)	11 (5.3)	34 (16.4)	120 (58.0)	37 (17.9)	207 (100.0)	5.784	4	0.216
2. อายุ									
16-25ปี	2 (2.9)	4 (5.7)	12 (17.1)	38 (54.3)	14 (20.0)	70 (100.0)			
26-35ปี	2 (2.9)	4 (5.9)	11 (16.2)	37 (54.4)	14 (20.6)	68 (100.0)			
36-45ปี	-	2 (5.7)	7 (20.0)	18 (51.4)	8 (22.9)	35 (100.0)			
46-55ปี	1 (5.3)	1 (5.3)	4 (21.1)	12 (63.2)	1 (5.3)	19 (100.0)			
56ปีขึ้นไป	-	-	-	15 (100.0)	-	15 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	5 (2.4)	11 (5.3)	34 (16.4)	120 (58.0)	37 (17.9)	207 (100.0)	16.403	16	0.425

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น.					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ระดับการศึกษา									
ประถมศึกษา	-	-	1	6	-	7			
	-	-	(14.3)	(85.7)	-	(100.0)			
มัธยมศึกษา	-	1	4	9	1	15			
	-	(6.7)	(26.7)	(60.0)	(6.7)	(100.0)			
อนุปริญญาฯ/ปวส.	-	1	4	16	2	23			
	-	(4.3)	(17.4)	(69.6)	(8.7)	(100.0)			
ปริญญาตรี	3	9	21	62	27	122			
	(2.5)	(7.4)	(17.2)	(50.8)	(22.1)	(100.0)			
สูงกว่าปริญญาตรี	2	-	4	27	7	40			
	(5.0)	-	(10.0)	(67.5)	(17.5)	(100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	5	11	34	120	37	207	15.608	16	0.481
	(2.4)	(5.3)	(16.4)	(58.0)	(17.9)	(100.0)			
4. รายได้ต่อเดือน									
ไม่เกิน 5,000 บาท	-	1	9	28	8	46			
	-	(2.2)	(19.6)	(60.9)	(17.4)	(100.0)			
5,000-15,000 บาท	4	9	15	64	20	112			
	(3.6)	(8.0)	(13.4)	(57.1)	(17.9)	(100.0)			
15,001-25,000 บาท	1	-	6	19	5	31			
	(3.2)	-	(19.4)	(61.3)	(16.1)	(100.0)			
25,001-35,000 บาท	-	-	2	5	1	8			
	-	-	(25.0)	(62.5)	(12.5)	(100.0)			
มากกว่า 35,000 บาท	-	1	2	4	3	10			
	-	(10.0)	(20.0)	(40.0)	(30.0)	(100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	5	11	34	120	37	207	10.386	16	0.846
	(2.4)	(5.3)	(16.4)	(58.0)	(17.9)	(100.0)			

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ตัวแปร	ทัศนคติต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น.					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. อาชีพ									
นักวิชาการ/อาจารย์	1 (3.3)	1 (3.3)	3 (10.0)	22 (73.3)	3 (10.0)	30 (100.0)			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-	-	1 (4.2)	17 (70.8)	6 (25.0)	24 (100.0)			
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1 (1.9)	3 (5.6)	14 (25.9)	28 (51.9)	8 (14.8)	34 (100.0)			
พนักงานบริษัท เอกชน	1 (2.4)	4 (9.5)	6 (14.3)	23 (54.8)	8 (19.0)	42 (100.0)			
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	2 (4.1)	3 (6.1)	9 (18.4)	23 (46.9)	12 (24.5)	49 (100.0)			
แม่บ้าน	-	-	1 (12.5)	7 (87.5)	-	8 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	5 (2.4)	11 (5.3)	34 (16.4)	120 (58.0)	37 (17.9)	207 (100.0)	20.352	20	0.436

จากตารางที่ 37 ผลการศึกษาพบว่า

ลักษณะประชากรด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ไม่มี
ความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชม กับทัศนคติของผู้ชมรายการประเภท
ข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดังปรากฏตามตารางที่ 38 - 42

ตารางที่ 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง					รวม	CHI- SQUARE	df	P
	ชอบน้อย ที่สุด	ชอบ น้อย	ชอบปาน กลาง	ชอบมาก	ชอบมาก ที่สุด				
1. ความถี่ในการรับชม									
1-2 วัน/สัปดาห์	38 (38.0)	5 (5.0)	16 (16.0)	29 (29.0)	12 (12.0)	100 (100.0)			
3-4 วัน/สัปดาห์	35 (39.3)	1 (1.1)	3 (3.4)	41 (46.1)	9 (10.1)	89 (100.0)			
5-6 วัน/สัปดาห์	22 (44.0)	1 (2.0)	4 (8.0)	19 (38.0)	4 (8.0)	50 (100.0)			
ทุกวัน	42 (26.1)	1 (0.6)	17 (10.6)	19 (49.1)	22 (13.7)	161 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	27.523*	12	0.006
2. ระยะเวลาการรับชม									
น้อยกว่า 30 นาที	55 (46.2)	6 (5.0)	20 (16.8)	32 (26.9)	6 (5.0)	119 (100.0)			
31 - 60 นาที	66 (36.9)	1 (0.6)	12 (6.7)	74 (41.3)	26 (14.5)	179 (100.0)			
มากกว่า 60 นาที	16 (15.7)	1 (1.0)	8 (7.8)	62 (60.8)	15 (14.7)	102 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	52.972*	8	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 38 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ลักษณะการรับชม									
ชมตั้งแต่ต้นจนจบ	9 (29.0)	-	1 (3.2)	13 (41.9)	8 (25.8)	31 (100.0)			
ชมสลับไปมาทุกช่อง	70 (33.8)	4 (1.9)	22 (10.6)	96 (46.4)	15 (7.2)	207 (100.0)			
ชมเฉพาะข่าวที่ชอบ	54 (37.2)	4 (2.8)	12 (8.3)	52 (35.9)	23 (15.9)	145 (100.0)			
ชมหลาย ๆ ช่อง พร้อมกัน	2 (18.2)	-	3 (27.3)	5 (45.5)	1 (9.1)	11 (100.0)			
อื่น ๆ	2 (33.3)	-	2 (33.3)	2 (33.3)	-	6 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	25.360	16	0.064
4. บุคคลที่ร่วมรับชม									
ชมคนเดียว	40 (43.5)	-	9 (9.8)	35 (38.0)	8 (8.7)	92 (100.0)			
ชมพร้อมสมาชิก ครอบครัว	87 (34.1)	5 (62.5)	23 (9.0)	112 (43.4)	28 (11.0)	255 (100.0)			
ชมพร้อมบุคคลอื่น	10 (18.9)	3 (5.7)	8 (15.1)	21 (39.6)	11 (20.8)	53 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	18.122*	8	0.020

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 38 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. สถานที่รับชมที่บ้าน	128 (35.7)	8 (2.2)	34 (9.5)	148 (41.2)	41 (12.3)	359 (100.0)			
ที่ทำงาน	8 (13.8)	-	5 (17.2)	15 (51.7)	5 (17.2)	29 (100.0)			
อื่น ๆ	5 (41.7)	-	1 (8.3)	5 (41.7)	1 (8.3)	12 (100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	137 (34.2)	8 (2.0)	40 (10.0)	168 (42.0)	47 (11.8)	400 (100.0)	8.112	8	0.423

จากตารางที่ 38 ผลการศึกษาพบว่า

พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน และบุคคลที่ร่วมรับชม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะการรับชม และสถานที่รับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวพาดหัว					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
1. ความถี่ในการรับชม									
1-2 วันสัปดาห์	1 (1.6)	5 (8.2)	15 (24.6)	29 (47.5)	11 (18.0)	61 (100.0)			
3-4 วันสัปดาห์	-	-	7 (14.0)	34 (68.0)	9 (18.0)	50 (100.0)			
5-6 วันสัปดาห์	-	1 (2.9)	2 (5.9)	26 (76.5)	5 (14.7)	34 (100.0)			
ทุกวัน	2 (1.6)	2 (1.6)	16 (12.9)	80 (64.5)	24 (19.4)	124 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	3 (1.1)	8 (3.0)	40 (14.9)	169 (62.8)	49 (18.2)	269 (100.0)	19.154	12	0.085
2. ระยะเวลาการรับชม									
น้อยกว่า 30 นาที	2 (2.9)	5 (7.4)	16 (14.0)	47 (41.2)	15 (13.2)	114 (100.0)			
31 - 60 นาที	1 (0.9)	2 (1.8)	10 (7.7)	53 (40.8)	18 (13.8)	130 (100.0)			
มากกว่า 60 นาที	-	1 (1.1)	7 (10.6)	21 (31.8)	8 (12.1)	66 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	3 (1.1)	8 (3.0)	40 (14.9)	169 (62.8)	49 (18.2)	269 (100.0)	47.251*	16	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 39 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวพาดหัว					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ลักษณะการรับชม									
ชมตั้งแต่ต้นจนจบ	-	-	3	10	6	19			
			(15.8)	(52.6)	(31.6)	(100.0)			
ชมสลับไปมาทุกช่อง	-	4	17	105	19	145			
		(2.8)	(11.7)	(72.4)	(13.1)	(100.0)			
ชมเฉพาะข่าวที่ชอบ	3	4	15	47	23	92			
	(3.3)	(4.3)	(16.3)	(51.1)	(25.0)	(100.0)			
ชมหลาย ๆ ช่อง	-	-	3	5	1	9			
พร้อมกัน	-	-	(33.3)	(55.6)	(11.1)	(100.0)			
อื่น ๆ	-	-	2	2	-	4			
			(50.0)	(50.0)	-	(100.0)			
รวมจำนวน	3	8	40	169	49	269			
ร้อยละ	(1.1)	(3.0)	(14.9)	(62.8)	(18.2)	(100.0)	25.696	16	0.058
4. บุคคลที่ร่วมรับชม									
ชมคนเดียว	-	-	10	30	12	52			
			(19.2)	(57.7)	(23.1)	(100.0)			
ชมพร้อมสมาชิก	2	3	24	114	29	172			
ครอบครัว	(1.2)	(1.7)	(14.0)	(66.3)	(16.9)	(100.0)			
ชมพร้อมบุคคลอื่น	1	5	6	25	8	45			
	(2.2)	(11.1)	(13.3)	(55.6)	(17.8)	(100.0)			
รวมจำนวน	3	8	40	169	49	269			
ร้อยละ	(1.1)	(3.0)	(14.9)	(62.8)	(18.2)	(100.0)	16.127*	8	0.041

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 39 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวพาดหัว					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. สถานที่รับชมที่บ้าน	3 (1.3)	8 (3.3)	36 (15.1)	150 (62.8)	42 (17.6)	239 (100.0)			
ที่ทำงาน	-	-	3 (13.6)	14 (63.6)	5 (22.7)	22 (100.0)			
อื่น ๆ	-	-	1 (12.5)	5 (62.5)	2 (25.0)	8 (100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	3 (1.1)	8 (3.0)	40 (14.9)	169 (62.8)	49 (18.2)	269 (100.0)	1.944	8	0.983

จากตารางที่ 39 ผลการศึกษาพบว่า

พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน และบุคคลที่ร่วมรับชม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความถี่ในการรับชม ลักษณะการรับชม และสถานที่รับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของ ผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

**ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี**

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
1. ความถี่ในการรับชม									
1-2 วัน/สัปดาห์	1 (1.1)	4 (4.4)	18 (20.0)	51 (56.7)	16 (17.8)	90 (100.0)			
3-4 วัน/สัปดาห์	-	-	10 (11.9)	54 (64.3)	20 (23.8)	84 (100.0)			
5-6 วัน/สัปดาห์	-	1 (2.2)	4 (8.9)	30 (66.7)	10 (22.2)	45 (100.0)			
ทุกวัน	1 (0.6)	1 (0.6)	15 (9.4)	79 (49.7)	63 (39.6)	159 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	2 (0.5)	6 (1.6)	47 (12.5)	214 (56.6)	109 (28.8)	378 (100.0)	28.279*	12	0.004
2. ระยะเวลาการรับชม									
น้อยกว่า 30 นาที	1 (1.0)	4 (3.9)	23 (22.5)	62 (60.8)	12 (11.8)	102 (100.0)			
31 - 60 นาที	1 (0.6)	1 (0.6)	15 (18.6)	107 (61.1)	51 (29.1)	175 (100.0)			
มากกว่า 60 นาที	-	1 (1.0)	9 (8.9)	45 (44.6)	46 (45.5)	101 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	2 (0.5)	6 (1.6)	47 (12.5)	214 (56.6)	109 (28.8)	378 (100.0)	40.935*	8	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 40 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ					รวม	CHI-SQUARE	Df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ลักษณะการรับชม									
ชมตั้งแต่ต้นจนจบ	-	-	2	17	10	29			
	-	-	(6.9)	(58.6)	(34.5)	(100.0)			
ชมสลับไปมาทุกช่อง	1	2	21	113	57	194			
	(0.5)	(1.0)	(10.8)	(58.2)	(29.4)	(100.0)			
ชมเฉพาะข่าวที่ชอบ	1	4	19	75	40	139			
	(0.7)	(2.9)	(13.7)	(54.0)	(28.8)	(100.0)			
ชมหลาย ๆ ช่อง	-	-	3	7	1	11			
พร้อมกัน	-	-	(27.3)	(63.6)	(9.1)	(100.0)			
อื่น ๆ	-	-	2	2	1	5			
	-	-	(40.0)	(40.0)	(20.0)	(100.0)			
รวมจำนวน	2	6	47	214	109	378			
ร้อยละ	(0.5)	(1.6)	(12.5)	(56.6)	(28.8)	(100.0)	11.767	16	0.760
4. บุคคลที่ร่วมรับชม									
ชมคนเดียว	-	-	10	53	19	82			
	-	-	(12.2)	(64.6)	(23.2)	(100.0)			
ชมพร้อมสมาชิก	-	4	27	136	80	247			
ครอบครัว	-	(1.6)	(10.9)	(55.1)	(32.4)	(100.0)			
ชมพร้อมบุคคลอื่น	2	2	10	25	10	49			
	(4.1)	(4.1)	(20.4)	(51.0)	(20.4)	(100.0)			
รวมจำนวน	2	6	47	214	109	378			
ร้อยละ	(0.5)	(1.6)	(12.5)	(56.6)	(28.8)	(100.0)	24.119*	8	0.002

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 40 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. สถานที่รับชมที่บ้าน	2 (0.6)	6 (1.7)	40 (11.7)	195 (56.9)	100 (29.2)	343 (100.0)			
ที่ทำงาน	-	-	3 (12.0)	15 (60.0)	7 (28.0)	25 (100.0)			
อื่น ๆ	-	-	4 (40.0)	4 (40.0)	2 (20.0)	10 (100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	2 (0.5)	6 (1.6)	47 (12.5)	214 (56.6)	109 (28.8)	378 (100.0)	7.926	8	0.441

จากตารางที่ 40 ผลการศึกษาพบว่า

พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน และบุคคลที่ร่วมรับชม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะการรับชม และสถานที่รับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

**ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ชั่วโมงข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี**

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการชั่วโมงข่าว					รวม	CHI- SQUARE	df	P
	ชอบน้อย ที่สุด	ชอบ น้อย	ชอบปาน กลาง	ชอบมาก	ชอบมาก ที่สุด				
1. ความถี่ในการรับชม									
1-2 วัน/สัปดาห์	2 (3.0)	4 (4.4)	14 (21.2)	36 (54.5)	10 (15.2)	66 (100.0)			
3-4 วัน/สัปดาห์	-	-	7 (14.9)	31 (66.0)	9 (19.1)	47 (100.0)			
5-6 วัน/สัปดาห์	-	1 (2.2)	5 (16.7)	19 (63.3)	5 (16.7)	30 (100.0)			
ทุกวัน	1 (0.8)	1 (0.6)	17 (13.4)	85 (66.9)	23 (18.1)	127 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	3 (1.1)	6 (2.2)	43 (15.9)	171 (63.3)	47 (17.5)	270 (100.0)	13.076	12	0.364
2. ระยะเวลาการรับชม									
น้อยกว่า 30 นาที	2 (3.0)	4 (6.0)	23 (34.3)	34 (50.7)	4 (6.0)	67 (100.0)			
31 - 60 นาที	1 (0.9)	1 (0.9)	12 (10.4)	75 (65.2)	26 (22.6)	115 (100.0)			
มากกว่า 60 นาที	-	1 (1.1)	8 (9.1)	62 (70.5)	17 (19.3)	88 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	3 (1.1)	6 (2.2)	43 (15.9)	171 (63.3)	47 (17.5)	270 (100.0)	37.262*	8	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 41 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการชั่วโมงข่าว					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ลักษณะการรับชม									
ชมตั้งแต่ต้นจนจบ	-	-	1	13	7	21			
	-	-	(4.8)	(61.9)	(33.3)	(100.0)			
ชมสลับไปมาทุกช่อง	1	2	22	95	19	139			
	(0.7)	(1.4)	(15.8)	(68.3)	(13.7)	(100.0)			
ชมเฉพาะข่าวที่ชอบ	2	4	15	58	19	98			
	(2.0)	(4.1)	(15.3)	(59.2)	(19.4)	(100.0)			
ชมหลาย ๆ ช่อง	-	-	3	3	2	8			
พร้อมกัน	-	-	(37.5)	(37.2)	(25.0)	(100.0)			
อื่น ๆ	-	-	2	2	-	4			
	-	-	(50.0)	(50.0)	-	(100.0)			
รวมจำนวน	3	6	43	171	47	270			
ร้อยละ	(1.1)	(2.2)	(15.9)	(63.3)	(17.5)	(100.0)	18.022	16	0.323
4. บุคคลที่ร่วมรับชม									
ชมคนเดียว	-	1	8	29	11	49			
	-	(2.0)	(16.3)	(59.2)	(22.4)	(100.0)			
ชมพร้อมสมาชิก	1	3	27	118	27	176			
ครอบครัว	(0.6)	(1.7)	(15.3)	(67.0)	(15.3)	(100.0)			
ชมพร้อมบุคคลอื่น	2	2	8	24	9	45			
	(4.4)	(4.4)	(17.8)	(53.3)	(20.0)	(100.0)			
รวมจำนวน	3	6	43	171	47	270			
ร้อยละ	(1.1)	(2.2)	(15.9)	(63.3)	(17.5)	(100.0)	9.418	8	0.308

ตารางที่ 41 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการชั่วโมงข่าว					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. สถานที่รับชมที่บ้าน	3 (1.3)	6 (2.5)	38 (16.0)	149 (62.9)	41 (17.3)	237 (100.0)			
ที่ทำงาน	-	-	4 (16.7)	15 (62.5)	5 (20.8)	24 (100.0)			
อื่น ๆ	-	-	1 (11.1)	7 (77.8)	1 (11.1)	9 (100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	3 (1.1)	6 (2.2)	43 (15.9)	171 (63.3)	47 (17.5)	270 (100.0)	2.070	8	0.979

จากตารางที่ 41 ผลการศึกษาพบว่า

พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการชั่วโมงข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความถี่ในการรับชมลักษณะการรับชม บุคคลที่ร่วมรับชม และสถานที่รับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการชั่วโมงข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น.					รวม	CHI- SQUARE	df	P
	ชอบน้อย ที่สุด	ชอบ น้อย	ชอบปาน กลาง	ชอบมาก	ชอบมาก ที่สุด				
1. ความถี่ในการรับชม									
1-2 วันสัปดาห์	3 (5.0)	5 (9.3)	12 (22.2)	24 (44.4)	10 (18.5)	54 (100.0)			
3-4 วันสัปดาห์	-	1 (2.5)	4 (10.0)	27 (67.5)	8 (20.0)	40 (100.0)			
5-6 วันสัปดาห์	-	1 (3.7)	5 (18.5)	17 (63.0)	4 (14.8)	27 (100.0)			
ทุกวัน	2 (2.3)	4 (4.7)	13 (15.1)	25 (60.5)	15 (17.4)	86 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	5 (2.4)	11 (5.3)	34 (16.4)	120 (58.0)	37 (17.9)	207 (100.0)	11.281	12	0.505
2. ระยะเวลาการรับชม									
น้อยกว่า 30 นาที	4 (7.4)	6 (11.1)	16 (29.6)	26 (48.1)	2 (3.7)	54 (100.0)			
31 - 60 นาที	1 (1.1)	2 (2.1)	13 (13.7)	53 (55.8)	26 (27.4)	95 (100.0)			
มากกว่า 60 นาที	-	3 (5.2)	5 (8.6)	41 (70.7)	9 (15.5)	58 (100.0)			
รวมจำนวน ร้อยละ	5 (2.4)	11 (5.3)	34 (16.4)	120 (58.0)	37 (17.9)	207 (100.0)	34.911*	8	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 42 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น.					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
3. ลักษณะการรับชม									
ชมตั้งแต่ต้นจนจบ	-	-	2	12	5	19			
			(10.5)	(63.2)	(26.3)	(100.0)			
ชมสลับไปมาทุกช่อง	1	6	20	57	15	99			
	(1.0)	(6.1)	(20.2)	(57.6)	(15.2)	(100.0)			
ชมเฉพาะข่าวที่ชอบ	4	5	10	46	15	80			
	(5.0)	(6.3)	(12.5)	(57.5)	(18.8)	(100.0)			
ชมหลาย ๆ ช่อง	-	-	1	4	2	7			
พร้อมกัน	-	-	(14.3)	(57.1)	(28.6)	(100.0)			
อื่น ๆ	-	-	1	1	-	2			
	-	-	(50.0)	(50.0)	-	(100.0)			
รวมจำนวน	5	11	34	120	37	207			
ร้อยละ	(2.4)	(5.3)	(16.4)	(58.0)	(17.9)	(100.0)	10.951	16	0.812
4. บุคคลที่ร่วมรับชม									
ชมคนเดียว	1	1	9	26	9	46			
	(2.2)	(2.2)	(19.6)	(56.5)	(19.6)	(100.0)			
ชมพร้อมสมาชิก	2	8	18	73	20	121			
ครอบครัว	(1.7)	(6.6)	(14.9)	(60.3)	(16.5)	(100.0)			
ชมพร้อมบุคคลอื่น	2	2	7	21	8	40			
	(5.0)	(5.0)	(17.5)	(52.5)	(20.0)	(100.0)			
รวมจำนวน	5	11	34	120	37	207			
ร้อยละ	(2.4)	(5.3)	(16.4)	(58.0)	(17.9)	(100.0)	3.771	8	0.877

ตารางที่ 42 (ต่อ)

พฤติกรรม	ทัศนคติต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น.					รวม	CHI-SQUARE	df	P
	ชอบน้อยที่สุด	ชอบน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด				
5. สถานที่รับชมที่บ้าน	5 (2.8)	11 (6.1)	29 (16.0)	103 (56.9)	33 (18.2)	181 (100.0)			
ที่ทำงาน	-	-	4 (21.1)	12 (63.2)	3 (15.8)	19 (100.0)			
อื่น ๆ	-	-	1 (14.3)	5 (71.4)	1 (14.3)	7 (100.0)			
รวมจำนวนร้อยละ	5 (2.4)	11 (5.3)	34 (16.4)	120 (58.0)	37 (17.9)	207 (100.0)	3.035	8	0.932

จากตารางที่ 42 ผลการศึกษาพบว่า

พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความถี่ในการรับชม ลักษณะการรับชม บุคคลที่ร่วมรับชม และสถานที่รับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตอนที่ 7 เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ดังปรากฏตามตารางที่ 43

ตารางที่ 43 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามเพศ

รายการ	เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	P
ข่าวภาคเที่ยง	ชาย	134	3.75	.52	0.455	0.649
	หญิง	132	3.72	.61		
ข่าวพาดหัว	ชาย	128	3.73	.54	-0.374	0.708
	หญิง	141	3.76	.59		
ข่าวภาคค่ำ	ชาย	189	3.96	.51	1.196	0.233
	หญิง	189	3.89	.56		
ชั่วโมงข่าว	ชาย	133	3.77	.48	-0.007	0.995
	หญิง	137	3.77	.62		
ข่าวไอทีวี 24 น.	ชาย	106	3.68	.60	0.287	0.775
	หญิง	101	3.65	.73		

จากตารางที่ 43 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 44 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภท
ข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามอายุ

รายการ	อายุ	N	\bar{X}	S.D.
ข่าวภาคเที่ยง	16 - 25 ปี	82	3.74	.60
	26 - 35 ปี	85	3.77	.58
	36 - 45 ปี	38	3.72	.63
	46 - 55 ปี	18	3.66	.76
	56 ปีขึ้นไป	43	3.70	.24
	รวม	266	3.73	.56
ข่าวพาดหัว	16 - 25 ปี	85	3.73	.60
	26 - 35 ปี	84	3.80	.59
	36 - 45 ปี	44	3.75	.55
	46 - 55 ปี	17	3.69	.88
	56 ปีขึ้นไป	39	3.70	.26
	รวม	269	3.75	.57
ข่าวภาคค่ำ	16 - 25 ปี	104	3.83	.54
	26 - 35 ปี	124	3.89	.56
	36 - 45 ปี	64	3.96	.53
	46 - 55 ปี	40	3.92	.45
	56 ปีขึ้นไป	46	4.18	.47
	รวม	378	3.92	.54

ตารางที่ 44 (ต่อ)

รายการ	อายุ	N	\bar{X}	S.D.
ชั่วโมงข่าว	16 - 25 ปี	80	3.75	.61
	26 - 35 ปี	83	3.79	.60
	36 - 45 ปี	47	3.84	.54
	46 - 55 ปี	19	3.69	.56
	56 ปีขึ้นไป	41	3.68	.27
	รวม	270	3.77	.55
ข่าวไอทีวี 24 น.	16 - 25 ปี	70	3.67	.69
	26 - 35 ปี	68	3.69	.69
	36 - 45 ปี	35	3.71	.64
	46 - 55 ปี	19	3.44	.79
	56 ปีขึ้นไป	15	3.77	.18
	รวม	207	3.67	.67

จากตารางที่ 44 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. อยู่ในระดับ $\bar{X} = 3.73$ และ S.D. = .56, $\bar{X} = 3.75$ และ S.D. = .57, $\bar{X} = 3.92$ และ S.D. = .54, $\bar{X} = 3.77$ และ S.D. = .55, $\bar{X} = 3.67$ และ S.D. = .57 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 วิเคราะห์ความแปรปรวน ทักษะคดีของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามอายุ

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ข่าวภาคเที่ยง	ระหว่างกลุ่ม	.224	4	6.104E-02	.190	0.944
	ภายในกลุ่ม	83.943	261	.322		
	รวม	84.187	265			
ข่าวพาดหัว	ระหว่างกลุ่ม	.410	4	.102	.313	0.869
	ภายในกลุ่ม	86.350	264	.327		
	รวม	86.760	268			
ข่าวภาคค่ำ	ระหว่างกลุ่ม	4.252	4	1.063	3.799*	0.005
	ภายในกลุ่ม	104.354	373	.280		
	รวม	108.606	377			
ชั่วโมงข่าว	ระหว่างกลุ่ม	.761	4	.190	.624	0.646
	ภายในกลุ่ม	80.881	265	.305		
	รวม	81.642	269			
ข่าวไอทีวี 24 น.	ระหว่างกลุ่ม	1.229	4	.307	.687	0.602
	ภายในกลุ่ม	90.413	202	.448		
	รวม	91.643	206			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 45 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ไม่แตกต่างกัน แต่มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยกับทัศนคติเป็นรายคู่ โดยวิธีการของนิวแมน-คูลล์ ดังปรากฏตามตารางที่ 46

ตารางที่ 46 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุต่างกัน

อายุ	\bar{X}	16 - 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	56 ปีขึ้นไป
		3.83	3.89	3.92	3.96	4.18
16 - 25 ปี	3.83	-	0.06	0.09	0.13	0.35*
26 - 35 ปี	3.89		-	0.03	0.07	0.29*
36 - 45 ปี	3.92			-	0.04	0.26
46 - 55 ปี	3.96				-	0.22
56 ปีขึ้นไป	4.18					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 46 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกับกับผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 16 - 25 ปี และ 26 - 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	ระดับการศึกษา	N	\bar{X}	S.D.
ข่าวภาคเที่ยง	ประถมศึกษา	17	3.75	.33
	มัธยมศึกษา	24	3.76	.56
	อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	31	3.70	.51
	ปริญญาตรี	142	3.70	.60
	สูงกว่าปริญญาตรี	52	3.81	.57
	รวม	266	3.73	.56
ข่าวพาดหัว	ประถมศึกษา	15	3.77	.36
	มัธยมศึกษา	20	3.68	.56
	อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	37	3.67	.50
	ปริญญาตรี	138	3.75	.60
	สูงกว่าปริญญาตรี	59	3.80	.58
	รวม	269	3.75	.57
ข่าวภาคค่ำ	ประถมศึกษา	19	4.17	.50
	มัธยมศึกษา	31	3.86	.50
	อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	55	3.86	.49
	ปริญญาตรี	202	3.86	.57
	สูงกว่าปริญญาตรี	71	4.11	.44
	รวม	378	3.92	.54

ตารางที่ 47 (ต่อ)

รายการ	ระดับการศึกษา	N	\bar{X}	S.D.
ชั่วโมงข่าว	ประถมศึกษา	12	3.66	.21
	มัธยมศึกษา	21	3.63	.61
	อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	34	3.72	.45
	ปริญญาตรี	148	3.78	.61
	สูงกว่าปริญญาตรี	55	3.84	.47
	รวม	270	3.77	.55
ข่าวไอทีวี 24 น.	ประถมศึกษา	7	3.60	.28
	มัธยมศึกษา	15	3.44	.63
	อนุปริญญา/ปวช./ปวส.	23	3.69	.52
	ปริญญาตรี	122	3.67	.70
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	3.74	.70
	รวม	207	3.67	.67

จากตารางที่ 47 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. อยู่ในระดับ $\bar{X} = 3.73$ และ S.D. = .56, $\bar{X} = 3.75$ และ S.D. = .57, $\bar{X} = 3.92$ และ S.D. = .54, $\bar{X} = 3.77$ และ S.D. = .55, $\bar{X} = 3.67$ และ S.D. = .67 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 วิเคราะห์ความแปรปรวน ทักษะคิดของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ข่าวภาคเที่ยง	ระหว่างกลุ่ม	.544	4	.136	.425	0.791
	ภายในกลุ่ม	83.643	261	.320		
	รวม	84.187	265			
ข่าวพาดหัว	ระหว่างกลุ่ม	.456	4	.114	.349	0.845
	ภายในกลุ่ม	86.303	264	.327		
	รวม	86.760	268			
ข่าวภาคค่ำ	ระหว่างกลุ่ม	4.637	4	1.159	4.159*	0.003
	ภายในกลุ่ม	103.969	373	.279		
	รวม	108.606	377			
ชั่วโมงข่าว	ระหว่างกลุ่ม	.984	4	.246	.809	0.521
	ภายในกลุ่ม	80.658	265	.304		
	รวม	81.642	269			
ข่าวไอทีวี 24 น.	ระหว่างกลุ่ม	1.023	4	.256	.570	0.685
	ภายในกลุ่ม	90.620	202	.449		
	รวม	91.643	206			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 48 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ไม่แตกต่างกัน แต่มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีการของนิวแมน-คูลล์ ดังปรากฏตามตารางที่ 49

ตารางที่ 49 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยทัศนคติของผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา		มัธยมศึกษา	อนุปริญญา/ ปวช./ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	ประถมศึกษา
	\bar{X}	3.86	3.86	3.86	4.11	4.17
มัธยมศึกษา	3.86	-	0.00	0.00	0.25	0.31*
อนุปริญญา/ ปวช./ปวส.	3.86	-	-	0.00	0.25	0.31*
ปริญญาตรี	3.86	-	-	-	0.24	0.31*
สูงกว่า ปริญญาตรี	4.11	-	-	-	-	0.06
ประถมศึกษา	4.17	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 49 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกับผู้ชมที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา อนุปริญญา/ปวช./ปวส. และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายการ	รายได้ต่อเดือน	N	\bar{X}	S.D.
ข่าวภาคเที่ยง	ไม่เกิน 5,000 บาท	68	3.75	.43
	5,001 - 15,000 บาท	138	3.74	.64
	15,001 - 25,000 บาท	35	3.63	.57
	25,001 - 35,000 บาท	14	3.75	.44
	มากกว่า 35,000 บาท	11	3.84	.44
	รวม	266	3.73	.56
ข่าวพาดหัว	ไม่เกิน 5,000 บาท	69	3.73	.49
	5,001 - 15,000 บาท	138	3.76	.61
	15,001 - 25,000 บาท	35	3.70	.60
	25,001 - 35,000 บาท	14	3.69	.54
	มากกว่า 35,000 บาท	13	3.98	.45
	รวม	269	3.75	.57
ข่าวภาคค่ำ	ไม่เกิน 5,000 บาท	83	3.93	.50
	5,001 - 15,000 บาท	197	3.89	.57
	15,001 - 25,000 บาท	55	3.93	.51
	25,001 - 35,000 บาท	23	3.89	.44
	มากกว่า 35,000 บาท	20	4.21	.49
	รวม	378	3.92	.54

ตารางที่ 50 (ต่อ)

รายการ	รายได้ต่อเดือน	N	\bar{X}	S.D.
ชั่วโมงข่าว	ไม่เกิน 5,000 บาท	62	3.76	.48
	5,001 - 15,000 บาท	142	3.75	.61
	15,001 - 25,000 บาท	38	3.81	.46
	25,001 - 35,000 บาท	15	3.74	.46
	มากกว่า 35,000 บาท	13	3.84	.60
	รวม	270	3.77	.55
ข่าวไอทีวี 24 น.	ไม่เกิน 5,000 บาท	46	3.73	.52
	5,001 - 15,000 บาท	112	3.63	.74
	15,001 - 25,000 บาท	31	3.67	.66
	25,001 - 35,000 บาท	8	3.79	.46
	มากกว่า 35,000 บาท	10	3.66	.64
	รวม	207	3.67	.67

จากตารางที่ 50 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. อยู่ในระดับ $\bar{X} = 3.73$ และ S.D. = .56, $\bar{X} = 3.75$ และ S.D. = .57, $\bar{X} = 3.92$ และ S.D. = .54, $\bar{X} = 3.77$ และ S.D. = .55, $\bar{X} = 3.67$ และ S.D. = .67 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 วิเคราะห์ความแปรปรวน ทักษะคดีของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ข่าวภาคเที่ยง	ระหว่างกลุ่ม	.494	4	.123	.385	0.819
	ภายในกลุ่ม	83.693	261	.321		
	รวม	84.187	265			
ข่าวพาดหัว	ระหว่างกลุ่ม	.853	4	.213	.655	0.624
	ภายในกลุ่ม	85.907	264	.325		
	รวม	86.760	268			
ข่าวภาคค่ำ	ระหว่างกลุ่ม	1.890	4	.472	1.651	0.161
	ภายในกลุ่ม	106.716	373	.279		
	รวม	108.606	377			
ชั่วโมงข่าว	ระหว่างกลุ่ม	.165	4	4.121E-02	.134	0.970
	ภายในกลุ่ม	81.477	265	.307		
	รวม	81.642	269			
ข่าวไอทีวี 24 น.	ระหว่างกลุ่ม	.469	4	.117	.260	0.903
	ภายในกลุ่ม	91.173	202	.451		
	รวม	91.643	206			

จากตารางที่ 51 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามอาชีพ

รายการ	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.
ข่าวภาคเที่ยง	นักวิชาการ/อาจารย์	38	3.77	.62
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	44	3.79	.39
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	66	3.70	.58
	พนักงานบริษัทเอกชน	41	3.71	.72
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	53	3.71	.62
	แม่บ้าน	24	3.77	.22
	รวม	266	3.73	.56
ข่าวพาดหัว	นักวิชาการ/อาจารย์	41	3.75	.63
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	34	3.77	.39
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	3.78	.57
	พนักงานบริษัทเอกชน	43	3.73	.66
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	56	3.70	.65
	แม่บ้าน	23	3.76	.19
	รวม	269	3.75	.57
ข่าวภาคค่ำ	นักวิชาการ/อาจารย์	56	4.04	.47
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	58	4.10	.50
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	99	3.83	.55
	พนักงานบริษัทเอกชน	72	3.81	.56
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	69	3.87	.58
	แม่บ้าน	24	4.07	.36
	รวม	378	3.92	.54

ตารางที่ 52 (ต่อ)

รายการ	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.
ชั่วโมงข่าว	นักวิชาการ/อาจารย์	47	3.86	.45
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	36	3.90	.41
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	65	3.68	.59
	พนักงานบริษัทเอกชน	46	3.75	.63
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	56	3.75	.66
	แม่บ้าน	20	3.76	.21
	รวม	270	3.77	.55
ข่าวไอทีวี 24 น.	นักวิชาการ/อาจารย์	30	3.68	.69
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	24	3.90	.39
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	54	3.58	.67
	พนักงานบริษัทเอกชน	42	3.64	.74
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	49	3.68	.73
	แม่บ้าน	8	3.63	.35
	รวม	207	3.67	.67

จากตารางที่ 52 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. อยู่ในระดับ $\bar{X} = 3.73$ และ S.D. = .56, $\bar{X} = 3.75$ และ S.D. = .57, $\bar{X} = 3.92$ และ S.D. = .54, $\bar{X} = 3.77$ และ S.D. = .55, $\bar{X} = 3.67$ และ S.D. = .67 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 วิเคราะห์ความแปรปรวน ทักษะคิดของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำแนกตามอาชีพ

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ข่าวภาคเที่ยง	ระหว่างกลุ่ม	.334	5	6.690E-02	.207	0.959
	ภายในกลุ่ม	83.853	260	.323		
	รวม	84.187	265			
ข่าวพาดหัว	ระหว่างกลุ่ม	.234	5	4.680E-02	.142	0.982
	ภายในกลุ่ม	86.526	263	.329		
	รวม	86.760	268			
ข่าวภาคค่ำ	ระหว่างกลุ่ม	4.984	5	.997	3.579*	0.004
	ภายในกลุ่ม	103.621	372	.279		
	รวม	108.606	377			
ชั่วโมงข่าว	ระหว่างกลุ่ม	1.219	5	.244	.800	0.550
	ภายในกลุ่ม	80.423	264	.305		
	รวม	81.642	269			
ข่าวไอทีวี 24 น.	ระหว่างกลุ่ม	1.799	5	.360	.805	0.547
	ภายในกลุ่ม	89.843	201	.447		
	รวม	91.643	206			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 53 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ไม่แตกต่างกัน แต่มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีการของนิวแมน-คูลส์ ดังปรากฏตามตารางที่ 54

ตารางที่ 54 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ		พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/พง. รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นิสิต นักศึกษา	นักวิชาการ อาจารย์	แม่บ้าน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว
	\bar{X}	3.81	3.83	3.87	4.04	4.07	4.10
พง.บริษัทเอกชน	3.81	-	0.02	0.06	0.23	0.26	0.29*
ข้าราชการ/พง. รัฐวิสาหกิจ	3.83		-	0.04	0.04	0.24	0.27
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.87			-	0.17	0.20	0.23
นักวิชาการ/ อาจารย์	4.04				-	0.03	0.06
แม่บ้าน	4.07					-	0.03
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	4.10						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 54 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกับผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 8 ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

1. รายการข่าวภาคเที่ยง

เป็นรายงานข่าวที่ดี น่าสนใจ สามารถเกาะติดสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทันใจ ควรมีการเพิ่มข่าวต่างประเทศ ติดตามและสรุปข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนให้มากขึ้น แต่บางครั้งผู้ประกาศข่าว ไม่มีความรู้ในข่าวที่อ่านเท่าที่ควร การออกเสียงอักขระยังไม่ชัดเจน แสดงกิริยาลอยหน้าลอยตา รวมถึงการจัดฉากห้องข่าวดูสับสน

2. ข่าวพาดหัว

เป็นรายงานหัวข้อข่าวที่สั้นกระชับรัด เข้าใจง่าย ได้รับความสนใจ เพื่อให้ผู้ชมติดตามรายละเอียดของข่าวในช่วงข่าวภาคค่ำ ผู้ประกาศพูดจาฉะฉาน ตรงประเด็น และกล้าเสนอแนะ และมีการวิเคราะห์ข่าวที่น่าสนใจ แต่บางครั้งขาดความเป็นกลาง และมีระยะเวลาการออกอากาศน้อยไป

3. ข่าวภาคค่ำ

เป็นรายงานข่าวที่น่าสนใจ นำเสนอข่าวทันต่อเหตุการณ์ เจาะลึก ไม่เยิ่นเย้อ ผู้ประกาศมีน้ำเสียงที่ชัดเจน แต่บางครั้งขาดความรู้ในข่าวที่อ่าน และมีลีลาการอ่านที่เคร่งเครียดเกินไป ดูไม่เป็นธรรมชาติ ควรเพิ่มข่าวเศรษฐกิจ ปัญหาทางสังคมให้มากขึ้น รวมถึงเพิ่มรายละเอียดของข่าวให้มากกว่าที่นำเสนอข่าวภาคเที่ยง การจัดห้องข่าวไม่น่าสนใจ

4. ชั่วโมงข่าว

เป็นรายงานข่าวที่เสนอได้อย่างรวดเร็ว ผู้ประกาศมีความรู้ในข่าวเป็นอย่างดี พูดจาได้น่าฟัง น่าสนใจ แต่บางครั้งเวลาที่สัมภาษณ์สด ไม่ควรรีบตัดบทเกินไป เมื่อใกล้หมดเวลา ควรมีการติดตามข่าวที่เสนอไปว่าบทสรุปเป็นอย่างไร เนื้อหาที่น่าสนใจ และระยะเวลาแนะนำสั้นน้อยเกินไป

5. ข่าวไอทีวี 24 น.

เป็นรายงานข่าวที่เหมาะสมสำหรับคนนอนดึกที่ต้องการดูสรุปข่าว จึงควรทำเป็นสรุปข่าวเด่น ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน และจัดฉากห้องข่าวให้น่าสนใจกว่านี้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติ
ของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชม กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อ
รายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
6. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานี
โทรทัศน์ไอทีวี ตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ
อาชีพ

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
2. พฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
3. ลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพต่างกัน จะมีทัศนคติต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบผสม จำนวน 400 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งมีลักษณะเป็นเลือกตอบ (Check List)
 - ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งมีลักษณะเป็นเลือกตอบ (Check List)
 - ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามทัศนคติของผู้ชมเกี่ยวกับรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ชอบมากที่สุด, ชอบมาก, ชอบปานกลาง, ชอบน้อย และ ชอบน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Science/Personal Computer) โดยได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับพฤติกรรมการรับชมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยการทดสอบค่าไค-สแควร์ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยการทดสอบค่าไค-สแควร์ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชม กับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยการทดสอบค่าไค-สแควร์ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 7 เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยทดสอบค่าที (t-test) และทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) โดยทดสอบค่าเอฟ (F-test) ถ้าพบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะมีการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีของนิวแมน-คูลล์ และเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 8 ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีลักษณะประชากร ดังนี้ เพศชาย ร้อยละ 50.0 และเพศหญิง ร้อยละ 50.0 มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี ร้อยละ 32.5 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.0 มีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 51.8 และประกอบข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 26.3 (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 2)

2. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีพฤติกรรมการรับชม ดังนี้ รับชมทุกวัน ร้อยละ 40.2 ใช้เวลารับชมในแต่ละวัน 31 - 60 นาที ร้อยละ 44.7 รับชมสลับไปมาทุกช่อง ร้อยละ 51.7 รับชมพร้อมสมาชิกครอบครัว ร้อยละ 63.7 และรับชมที่บ้าน ร้อยละ 89.7 (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 3)

3. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการข่าวทุกรายการอยู่ในระดับชอบปานกลาง ($\bar{X} = 3.77$) และมีทัศนคติต่อรายการข่าวแต่ละรายการ ดังนี้ รายการข่าวภาคค่ำ ($\bar{X} = 3.92$) ข่าวโม่งข่าว ($\bar{X} = 3.77$) ข่าวพาดหัว ($\bar{X} = 3.75$) ข่าวภาคเที่ยง ($\bar{X} = 3.73$) และข่าวไอทีวี 24 น. ($\bar{X} = 3.67$) ตามลำดับ (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 7)

4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับพฤติกรรมการรับชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า

4.1 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีเพศต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับบุคคลที่ร่วมรับชม และสถานที่รับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 11 และตารางที่ 12) ส่วนพฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน และลักษณะการรับชม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศที่ต่างกันของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 8, 9 และ 10)

4.2 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน ลักษณะการรับชม และบุคคลที่ร่วมรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 13, 14, 15 และ 16) ส่วนพฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับสถานที่รับชม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับอายุที่ต่างกันของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 17)

4.3 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน ลักษณะการรับชม และบุคคลที่ร่วมรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 19, 20 และ 21) ส่วนพฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับความถี่ในการรับชม และสถานที่รับชม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาที่ต่างกันของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 18 และ 22)

4.4 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับความถี่ในการรับชม ลักษณะการรับชม บุคคลที่ร่วมรับชม และสถานที่รับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 23, 25, 26 และ 27) ส่วนพฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 24)

4.5 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอาชีพต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน ลักษณะการรับชม บุคคลที่ร่วมรับชม และสถานที่รับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 28, 29, 30, 31 และ 32)

5. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า

5.1 ลักษณะประชากรด้านอายุ และอาชีพ ที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะประชากรด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตาม ตารางที่ 33)

5.2 ลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่ต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 34)

5.3 ลักษณะประชากรด้านอายุ ที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะประชากรด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่ต่างกัน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตาม ตารางที่ 35)

5.4 ลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่ต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการชั่วโมงข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 36)

5.5 ลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่ต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 37)

6. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการรับชม กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า

6.1 พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน และบุคคลที่ร่วมรับชม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะการรับชม และสถานที่รับชม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 38)

6.2 พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน และบุคคลที่ร่วมรับชม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความถี่ในการรับชม ลักษณะการรับชม และสถานที่รับชม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวพาดหัว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 39)

6.3 พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน และบุคคลที่ร่วมรับชม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะการรับชม และสถานที่รับชม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 40)

6.4 พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการชั่วโมงข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความถี่ในการรับชม ลักษณะการรับชม บุคคลที่ร่วมรับชม และสถานที่รับชม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการชั่วโมงข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 41)

6.5 พฤติกรรมการรับชมเกี่ยวกับระยะเวลาการรับชมในแต่ละวัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความถี่ในการรับชม ลักษณะการรับชม บุคคลที่ร่วมรับชม และสถานที่รับชมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 42)

7. เปรียบเทียบความแตกต่างทัศนคติของผู้ชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ พบว่า

7.1 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ไม่แตกต่างกัน (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 43)

7.2 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ไม่แตกต่างกัน แต่มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมรายการประเภทข่าวที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกับกับผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 16 - 25 ปี และ 26 - 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 45 และ 46)

7.3 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ไม่แตกต่างกัน แต่มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมรายการประเภทข่าวที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกับกับผู้ชมที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา อนุปริญญา/ปวช./ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 48 และ 49)

7.4 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ข่าวภาคค่ำ ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ไม่แตกต่างกัน (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 50)

7.5 ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคเที่ยง ข่าวพาดหัว ชั่วโมงข่าว และข่าวไอทีวี 24 น. ไม่แตกต่างกัน แต่มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมรายการประเภทข่าวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกับผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 53 และ 54)

✓ อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ มีประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีพฤติกรรมการรับชมข่าวเป็นประจำทุกวัน แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในการติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ว่า มนุษย์ต้องการรู้เหตุการณ์ ต้องการการสื่อสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ความเป็นไปต่าง ๆ ในสังคม และใช้เวลาการรับชม 31 - 60 นาที ซึ่งเท่ากับระยะเวลาการออกอากาศของรายการข่าวภาคเที่ยง และรายการข่าวภาคค่ำ เป็นรายการข่าวที่มีเวลาออกอากาศมากกว่ารายการข่าวช่วงอื่น ๆ รวมทั้งเป็นรายการข่าวหลักของสถานีด้วย

นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับชมรายการข่าวจากสถานีโทรทัศน์เพียงช่องใดช่องหนึ่ง แต่ชมรายการข่าวจากสถานีโทรทัศน์หลาย ๆ ช่อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการตัดสินใจว่า ควรจะเชื่อถือข่าวสารจากแหล่งข่าวใด สถานีใด. รวมถึงรับชมรายการประเภทข่าวพร้อมสมาชิกครอบครัวที่บ้าน แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวนั้น อาจมาจากการรับเอาทัศนคติของคนรอบข้าง หรือสมาชิกในครอบครัวมาเป็นของตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเกิดทัศนคติ ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ หรือการเลียนแบบ

ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการข่าวต่าง ๆ ในระดับชอบปานกลางค่อนข้างไปทางชอบมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า สถานีโทรทัศน์ไอทีวี เปรียบเสมือนทางเลือกใหม่ในการรับชมรายการข่าว* ดังปรัชญาการทำงานที่ว่า “อยากดูต้องได้ดู อยากรู้ต้องได้รู้” และมีแนวทางการดำเนินงานที่ว่า เสรีภาพระหว่างคนผลิตและคนดูโทรทัศน์เท่าเทียมกัน โดยการนำเสนอรายการข่าวในรูปแบบสากล รวดเร็ว เจาะลึก และเชื่อถือได้

แต่เมื่อได้ชมแล้วพบว่า การเสนอข่าวภาคเที่ยงและข่าวภาคค่ำ มีเนื้อหาซ้ำซ้อนกัน ไม่ได้มีรายละเอียดเพิ่มเติม หรือความคืบหน้าแต่ประการใด และเนื้อหาของข่าวไม่มีความแตกต่างจากข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ นอกจากนั้น การจัดฉากห้องข่าวไม่น่าสนใจ อาจจะเป็นเพราะสถานีโทรทัศน์ไอทีวีต้องการให้ผู้ชมเห็นถึงสภาพการทำงานจริงของฝ่ายข่าว จึงจัดบริเวณที่ออกอากาศอยู่ในบริเวณฝ่ายข่าวของทางสถานี

ส่วนผู้ประกาศข่าวแต่ละรายการ จะมีลีลาการอ่านข่าวคล้ายกับคุณเทพชัย หย่อง เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น คุณกิตติ สิงหาปัด, คุณนรากร ตี๋ยาน, คุณภัทรพร สังข์พวงทอง, คุณสายสวรรค์ ขยันยิ่ง ฯลฯ ทำให้ขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัว และดูไม่เป็นธรรมชาติ บางครั้งก็มีลีลาการอ่านข่าวที่เคร่งเครียดจนเกินไป รวมทั้งรายการวิเคราะห์ข่าว โดยคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ซึ่งอยู่ในรายการข่าวภาคค่ำ บางครั้งมีการวิเคราะห์เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจนขาดความเป็นกลาง และสามารถวิเคราะห์เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้แทบทุกเรื่อง จนผู้ชมไม่แน่ใจว่า มีความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์เหล่านั้น มากน้อยเพียงใด

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพพบว่า ผู้ชมที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ อยู่ในระดับที่ชอบมาก อาจเป็นเพราะส่วนหนึ่งเป็นผู้ที่เกษียณอายุการทำงาน ทำให้มีเวลาในการติดตามข่าวภาคค่ำมากกว่าผู้ชมที่มีอายุ 16 - 25 ปี และ 26 - 35 ปี ซึ่งยังอยู่ในวัยเรียน และวัยทำงาน ทำให้ไม่สามารถติดตามชมรายการข่าวภาคค่ำได้อย่างสม่ำเสมอ และผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ อยู่ในระดับชอบมาก อาจเป็นเพราะเนื้อหาของข่าวที่น่าเสนอนั้น เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน และสามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มรายละเอียดของข่าว หรือรายงานความคืบหน้าของเหตุการณ์นั้น ๆ ในรายการข่าวภาคค่ำ ถ้าเนื้อหาของข่าวนั้น เป็นข่าวเดียวกับข่าวที่ได้เสนอไปในรายการข่าวภาคเที่ยง
2. ควรเพิ่มระยะเวลาการออกอากาศของรายการข่าวบางรายการ เพื่อให้สามารถเสนอเนื้อหาของเหตุการณ์ได้มากขึ้น
3. ควรจัดให้มีผู้ประกาศประจำรายการข่าวแต่ละรายการ และปรับปรุงให้ผู้ประกาศแต่ละคนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
4. ควรปรับปรุงฉากในห้องส่งสำหรับออกอากาศให้น่าสนใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาความสนใจ และความต้องการของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เพื่อจะได้ปรับปรุงรายการประเภทข่าวให้ตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้มากที่สุด
2. ควรศึกษาพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีรายการใดรายการหนึ่ง หรือไม่เกิน 2 รายการ เพื่อจะศึกษาได้อย่างลึกซึ้ง
3. ควรเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี กับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ด้วย
4. ควรศึกษาพฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ของประชากรกลุ่มอื่น ๆ นอกเหนือจากกลุ่มที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้ข้อมูลกระจายครอบคลุมทุกจังหวัดที่สามารถรับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- เกษม ศิริสัมพันธ์, อมร รักษาสัตย์ และชัตติยา กรรณสูต. **สื่อมวลชนกับการพัฒนาทางการเมือง**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2530.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ชนวดี บุญลือ. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- บุญเลิศ ศุภดิลก. **สื่อมวลชนและการพัฒนาประเทศ วิเคราะห์เชิงทฤษฎีและวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- ประมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2529.
- พีระ จิรโสภณ. "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน." **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- มาลี บุญศิริพันธ์. **หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริก, 2534.
- วิเชียร เกตุสิงห์. **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : กองการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2530.
- ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ. **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล. **แบบจำลองการสื่อสารสำหรับการศึกษาการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

วารสาร

- บุญเลิศ ศุภดิโลก. "สื่อมวลชน : พลังแฝงในการพัฒนาการเมืองที่ถูกกลืน." **วารสารศาสตร์
ธรรมศาสตร์** (ตุลาคม-ธันวาคม 2521.)
- ระวีวรรณ ประกอบผล. "ความขัดแย้งทางการเมืองและเศรษฐกิจในการผลิตข่าวโทรทัศน์"
วารสารนิเทศศาสตร์. ปีที่ 12 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- เสรี วงษ์มณฑา. "จิตวิทยาในการสื่อสาร." **วารสารธรรมศาสตร์** ปีที่ 9 (เมษายน - มิถุนายน),
2523.

เอกสารอื่น ๆ

- ชัตติยา กรรณสูต. "ทัศนคติในการปฏิบัติงานของข้าราชการ." รายงานการวิจัยเสนอต่อคณะ
กรรมการส่งเสริมการวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2516.
- ดวงทิพย์ วรพันธุ์. รายงานการวิจัย เรื่อง "ข่าวโทรทัศน์ : สภาพแวดล้อมไทย วิธีการแพร่กระจาย
และการรับรู้." กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2532.

วิทยานิพนธ์

- ชูศักดิ์ รongสวัสดิ์. "ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบ เนื้อหาของรายการมองต่างมุม กับทัศนคติ
ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุม ทางสถานีวิทยุ
โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสาร
ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- นิลาวัณย์ พาณิชยรุ่งเรือง. "ความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3,5,7,9,11)." วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- พัชรินทร์ เกวตสุทธิพันธ์. "การสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าว
โทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

เมืองยศ จันทรมหา. "ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการโทรทัศน์
 มันทอล์ค ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย."
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

ศุภัจฉรี วิชัยดิษฐ์. "การศึกษาศักยภาพ "ทีวีเสรี" ในประเทศไทย : ในแนวทัศนะแบบองค์รวม."
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

ภาษาอังกฤษ

BOOKS

Charnly, Mitchell V. **Reporting**. New York : Halt Rinehart and Winston, 1975.

Festiger, L. **A Theory of Cognitive Dissonance**. Evanston, Illinois : Row,
 Peterson, 1957.

Freedman, Jonathan L. and others. **Social Psychology**. Englewood Cliffs :
 Prentice - Hall Inc.

Good, Carter V. **Dictionary of Education**. New York : Mc Graw - Hill Book, 1959.

Kendler, Howard H. **Basic Psychology**. New York : Appleton Century Grofts
 Company, 1963.

Krech, D. and Crutchfield, R. **Theory and Problem of Social Psychology**.
 New York : Mc Graw - Hill Book, 1948.

Lasswell, H.D. **The Structure and Function Communication in Society**.
 Urbana : University of Illinvis Press, 1971.

Lewin, Kurt. "Channels of Grouplife." **Human Relation** 2 , 1947.

Katz, E.J.G. Blumber, and M. Gurevitch. Utilization of mass communications.

by the individual. **The Uses of Mass Communications.**

Bevelly Hills : sage Publication, 1974.

Mayshark Cyrus and E Richardson. "Health Attitudes as Related to Behavior

Change." **Synthesis of Research in Selected Areas of Health**

Introduction. School Health Education.

McCombs, Maxell E. and Becker, Lee B. **Using Mass Communications Theory.**

Englewood Cliffs : N.J. Prentice - Hall, 1979.

McQuil, D. and S. Windahl. **Communication Model : for the Study of Mass**

Communication. New York : Longman Inc., 1981.

Mun, Norman L. **Introduction to Psychology.** Boston : Houghton Muffin Co.,

1971.

Metz, William. **Newswriting : From Lead to "30".** Englewood Cliffs : N.J.

Prentice - Hall, 1977.

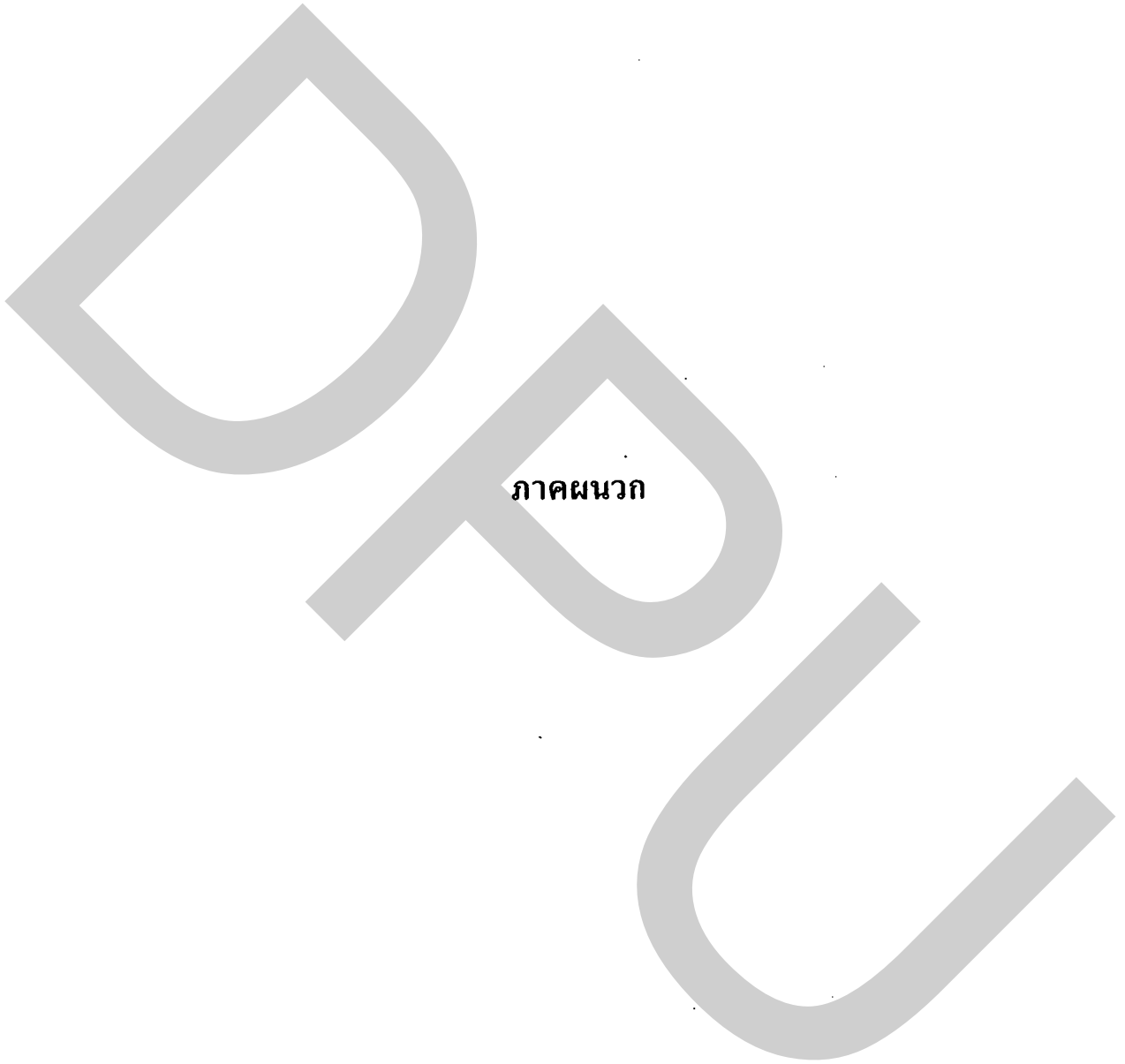
Rosenberg, Milton J, and Hovland, Carl I. **Attitude Organization and Change.**

New Haven : Yale University Press, 1960.

S. E. Asch. **Social Psychology.** New York : Prentice - Hall, 1952.

Yamane, Taro. **Statistics : An Introductory Analysis.** Tokyo Harper International

Edition, 1973.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อรายการประเภทข่าว
ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความและช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ชม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. ระดับการศึกษา ประถมศึกษา
 มัธยมศึกษา
 อนุปริญญา/ ปวช./ ปวส.
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท
 5,001 - 15,000 บาท
 15,001 - 25,000 บาท
 25,001 - 35,000 บาท
 มากกว่า 35,000 บาท
5. อาชีพ นักวิชาการ/อาจารย์
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน
 นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา
 แม่บ้าน

หมายเหตุ ท่านพักอาศัยอยู่ใน

- กลุ่มวังหลวง (พญาไท, บางซื่อ, ดุสิต, ป้อมปราบฯ, จตุจักร, ราชเทวี, ปทุมวัน, พระนคร, ลาดพร้าว, สัมพันธวงศ์, บางรัก)
- กลุ่มบูรพา (บางเขน, ลาดกระบัง, บึงกุ่ม, บางกะปิ, มีนบุรี, หนองจอก, ดอนเมือง)
- กลุ่มเจ้าพระยา (พระโขนง, ดินแดง, หัวขรวาง, สาทร, บางคอแหลม, ยานนาวา, ประเวศ, สวนหลวง, คลองเตย)
- กลุ่มธนบุรี (ภาษีเจริญ, บางขุนเทียน, ราษฎร์บูรณะ, ดลิ่งรี, บางกอกน้อย, บางกอกใหญ่, บางพลัด, หนองแขม, จอมทอง, คลองสาน, ธนบุรี)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการประเภทข่าว

6. ท่านชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีบ่อยครั้งเพียงใด

- 1 - 2 วัน/สัปดาห์
- 3 - 4 วัน/สัปดาห์
- 5 - 6 วัน/สัปดาห์
- ทุกวัน

7. ท่านใช้ระยะเวลาในการชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพียงใดในแต่ละวัน

- น้อยกว่า 30 นาที
- 31 - 60 นาที
- มากกว่า 60 นาที

8. ท่านชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีอย่างไร

- เปิดชมเพียงช่องเดียวตั้งแต่ต้นจนจบรายการ
- เปิดสลับไปมาทุกช่องเมื่อมีโฆษณา
- เลือกชมเฉพาะรายการข่าวที่ชอบ
- เปิดชมหลาย ๆ ช่องพร้อมกัน เพราะมีเครื่องรับโทรทัศน์มากกว่า 1 เครื่อง
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

9. ท่านชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

- ชมคนเดียว
- ชมพร้อมกับสมาชิกในครอบครัว
- ชมพร้อมกับบุคคลอื่น

10. ท่านชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ณ ที่ใด

- ที่บ้าน
- ที่ทำงาน
- อื่น ๆ

11. นอกจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแล้ว ท่านชมรายการประเภทข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่องใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ช่อง 3
- ช่อง 5
- ช่อง 7
- ช่อง 9
- ช่อง 11

ตอนที่ 3 ทักษะคิดของผู้ที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ผู้วิจัย: ขอให้ท่านพิจารณาทักษะคิดที่มีต่อรายการข่าวต่อไปนี้ ว่าท่านชอบดูในระดับใด โดยกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลขที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ดังนี้

5 หมายถึง รายการที่ท่านชอบมากที่สุด, 4 หมายถึง รายการที่ท่านชอบมาก, 3 หมายถึง รายการที่ท่านชอบน้อย และ 1 หมายถึง รายการที่ท่านชอบน้อยที่สุด

ทักษะคิดรายการข่าว	ชำนาญดีเยี่ยม					ชำนาญดี					ชำนาญพอ					ชำนาญน้อย					ชำนาญน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. นำเสนอเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ อย่างชัดเจน																									
2. นำเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ชัด กับผู้ชม																									
3. นำเสนอเหตุการณ์เกี่ยวกับบุคคลที่ ประชาชนให้ความสนใจ																									
4. นำเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันเวลา																									
5. นำเสนอเหตุการณ์จากสถานที่จริง																									
6. นำเสนอเหตุการณ์ที่แปลก หรือไม่เคย พบเห็นมาก่อน																									
7. นำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม																									
8. นำเสนอเหตุการณ์ความขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม																									
9. นำเสนอเหตุการณ์ที่ลึกซึ้งน่าค้นหา																									
10. นำเสนอเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อ ความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคม																									
11. นำเสนอเรื่องราว ความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีสมัยใหม่																									

ทัศนคติต่อรายการ	จำนวนเที่ยง					จำนวนค่ำ					จำนวนเช้า					จำนวนอาทิตย์ 24 น.				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
12. นำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะ สังคม																				
13. นำเสนอข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง																				
14. นำเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยประเด็น ที่แน่นอน และชัดเจน																				
15. นำเสนอข่าว ด้วยความกระชับ ไม่ฉิวฉ่องน่าเบื่อ																				
16. นำเสนอข่าวด้วยความเป็นกลาง ปราศจากอคติความคิดเห็น																				
17. นำเสนอข่าวการเมืองที่อยู่ในความสนใจ ของประชาชน																				
18. นำเสนอข่าวเศรษฐกิจที่อยู่ในความ สนใจของประชาชน																				
19. นำเสนอข่าวสังคมที่อยู่ในความสนใจ ของประชาชน																				
20. นำเสนอข่าวต่างประเทศที่อยู่ในความ สนใจของประชาชน																				
21. นำเสนอข่าวบันเทิงที่อยู่ในความสนใจ ของประชาชน																				
22. นำเสนอข่าวกีฬาที่อยู่ในความสนใจของ ประชาชน																				

ทัศนคติต่อรายการ	จำนวนที่เห็น					ชาวทาดัว					จำนวนค่า					จำนวนบาท					จำนวนต่อ 24 น.				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
23. ผู้ประกาศ มีจุดที่เห็นเรื่อง																									
24. ผู้ประกาศ ของฝั่งสหรัฐ ช่าง																									
25. ผู้ประกาศ มีความรู้ในข่าวที่อ่านเป็น อย่างดี																									
26. ผู้ประกาศ มีความเป็นกลาง																									
27. ผู้ประกาศ ส่งภาพเหมาะสม ไม่ได้ เครื่องประดับมากเกินไป																									
28. มีภาพชุดภาพประกอบการรายงาน ข่าวที่น่าสนใจ																									
29. มีการนำภาพเคลื่อนไหวกราฟฟิคมา ประกอบรายงานข่าว																									
30. มีการตัดภาพให้ข่าวน่าสนใจ																									
31. ช่วงเวลาของการออกอากาศ มีความ เหมาะสม																									
32. ระยะเวลาของการออกอากาศ มีความ เหมาะสม																									
รวม																									

ตอนที่ 4 ✦ **ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี**

1. รายการข่าวภาคเที่ยง

.....
.....
.....
.....

2. รายการข่าวพาดหัว

.....
.....
.....
.....

3. รายการข่าวภาคค่ำ

.....
.....
.....
.....

4. รายการชั่วโมงข่าว

.....
.....
.....
.....

5. รายการข่าวไอทีวี 24 น.

.....
.....
.....
.....

ขอบคุณมากค่ะ สำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ๕

น.ส.ภัทริยา ปรีชามารถ
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขานิเทศศาสตรรัฐกิจ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวพัทริยา ปรีชามารถ
วัน เดือน ปีเกิด	29 มกราคม 2518
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2534	มัธยมศึกษาตอนปลาย (แผนกศิลป์-คำนวณ) จากโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2538	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวารสารศาสตร์ จากสถาบันราชภัฏจันทรเกษม
พ.ศ. 2541	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นศ.ม.) จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต