

พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการ
ข่าวกีฬาทางโทรทัศน์



นาย ธีรชัย หลวงพรหม



ท
070.195
๓328๗

07A0136909

Title : พฤติกรรมการเปิดรับชมและความ
พึงพอใจของผู้ชมรายการข่าว
ฟุตบอลและฟุตบอลสั้น เทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

พ.ศ. 2542

ISBN 974-281-339-6

**AUDIENCE'S VIEWING BEHAVIOR AND SATISFACTION
SPORTS NEWS ON TELEVISION**

MR. NATTA CHAI LUANGPROM

A Thesis submitted in Partial Fullfillment of the Requirements

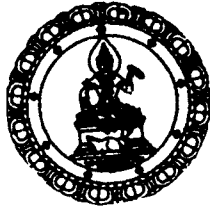
For the Degree of Master of Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School , Dhurakijpundit University

1999

ISBN 974-281-339-6



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

โดย นายณัฐชัย หลวงพรหม

สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.สมควร กวียะ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
 (ศ.สุกัญญา สุขบรรทัด)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
 (รศ.ดร.สมควร กวียะ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
 (รศ.อรนุช เลิศจรรยาภักดิ์)

..... กรรมการ

..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
 (นายอุดม จะโนภาส)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
 (ดร.พรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2542

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือของ ดร.สมควร กวียะ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และ ศ.สุกัญญา สุกบรรทัด ซึ่งท่านได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่ามาให้คำแนะนำ และให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความถูกต้องสมบูรณ์ พอที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีความสนใจต่อไป

ขอกราบขอบพระคุณ รศ.อรนุช เลิศจรยารักษ์ และอาจารย์อุดม จะโนภาส ผู้ซึ่งให้แรงใจ และมีส่วนร่วมในการทักท้วง และให้ความคิดเห็นในการเพิ่มเติมเนื้อหาการศึกษาวิจัย ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งขอขอบพระคุณ บรรณาธิการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ที่ได้สละเวลาให้ข้อมูล และชี้แนะแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณพ่อ และคุณแม่ที่ให้โอกาส และสนับสนุนทางการศึกษา ขอขอบคุณ คุณนิภา กมฺุทระกุลชัย ที่คอยเป็นกำลังใจอันอบอุ่น และเป็นแรงผลักดันให้ข้าพเจ้า ฝ่าฟันอุปสรรคทั้งหลายไปได้ด้วยดี รวมถึงพี่น้องทุกคนที่ไม่สามารถเอ่ยนามได้ทั้งหมด ที่ให้ความช่วยเหลือมาตลอด

สุดท้ายขอขอบคุณตนเองที่ได้ใช้ความตั้งใจ ความอดทน และหมั่นเพียรที่ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จ ประโยชน์อันพึงจะมีจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ทุกท่าน ส่วนความผิดพลาดประการใดก็ตาม ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นผู้ลงมือปฏิบัติทุกขั้นตอน ขออ้อมรับผิด และขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ณัฐชัย หลวงพรหม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๗
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๗
สารบัญภาพ.....	๗
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์.....	4
2. แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	7
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน.....	19
ทฤษฎีผู้ปิดเปิดประตูสาร.....	22
แนวความคิดในเรื่องคุณค่าและโครงสร้างของข่าว.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	44
ประชากรที่ศึกษา.....	44
ระยะเวลาที่ศึกษา.....	44
กลุ่มตัวอย่าง.....	44

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	47
การทดสอบเครื่องมือ.....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4. ผลการศึกษาวิจัย.....	50
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป.....	50
ตอนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์.....	53
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์.....	61
ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการรับชมข่าวกีฬา.....	68
ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	86
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	113
สรุปผลการวิจัย.....	113
อภิปรายผลการวิจัย.....	116
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	119
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	119
บรรณานุกรม.....	120
ภาคผนวก.....	125
แบบสอบถาม.....	126

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	51
2. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการทางโทรทัศน์ จำแนกตามสถานี โทรทัศน์ที่เปิดรับชม.....	51
3. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ จำแนกตามประเภทของ การเปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์.....	54
4. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ จำแนกตามความถี่ของ การเปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์.....	56
5. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ ในวันจันทร์ – ศุกร์ จำแนกตามเวลาที่เปิดรับชมตามลำดับ 1 ถึงลำดับ 3.....	57
6. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ ในวันเสาร์ – วันอาทิตย์ จำแนกตามเวลาที่เปิดรับชมตามลำดับ 1 ถึงลำดับ 3.....	59
7. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่มีความสนใจรับชม กีฬา จำแนกตามประเภทกีฬา.....	61
8. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ จำแนกตามความสนใจ ติดตามชมข่าวกีฬา.....	62
9. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์จำแนกตามความถี่ในการ ชมรายการข่าวกีฬาโทรทัศน์ ภายในหนึ่งสัปดาห์.....	63
10. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ ที่ผู้ชมชอบชมรายการ ข่าวกีฬาในช่วงของรายการข่าวกีฬา จำแนกตามประเภทข่าวกีฬา ตามลำดับ 1 ถึงลำดับ 3.....	64
11. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่ใช้เวลาในการชมราย การข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ จำแนกตามปริมาณของเวลาที่ใช้.....	66
12. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่ชมรายการข่าวกีฬา จำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับชม.....	67
13. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่มีความพึงพอใจใน ลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์จำแนกตามประเภทรายการข่าวกีฬา.....	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
14. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์จำแนกตามเหตุผลที่ ชอบดูรายการข่าวกีฬา.....	70
15. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่มีความพึงพอใจ ต่อรูปแบบเนื้อหา ช่างเวลา ปริมาณ และผู้อ่านข่าวกีฬา/พิธีกร ของรายการข่าวกีฬาที่ชื่นชอบ	72
16. จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี โทรทัศน์ช่อง 3 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา.....	74
17. จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี โทรทัศน์ช่อง 5 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา.....	76
18. จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี โทรทัศน์ช่อง 7 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา.....	78
19. จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี โทรทัศน์ช่อง 9 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา.....	80
20. จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี โทรทัศน์ช่อง 11 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา.....	82
21. จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี โทรทัศน์ช่อง ไอทีวี ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา.....	84
22. แสดงการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานีโทรทัศน์.....	86
23. แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ประจำเดือนที่มีต่อความถี่ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์.....	87
24. แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ประจำเดือนที่มีต่อการใช้เวลาในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทาง โทรทัศน์.....	91
25. แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ประจำเดือนกับช่วงเวลาที่เปิดชมรายการกีฬาทางโทรทัศน์.....	95

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
26. แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประจำเดือนกับความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์.....	99
27. แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ประจำเดือนกับความพึงพอใจถึงเหตุผลของความชอบดูรายการข่าวกีฬาทาง โทรทัศน์.....	103
28. แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ประจำเดือนกับความพึงพอใจต่อรูปแบบเนื้อหา ช่วงเวลาปริมาณและผู้อ่าน ข่าวกีฬา/พิธีกรของรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์.....	107
29. แสดงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬากับความ พึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์.....	111

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. แบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ.....	14
2. แสดงโครงสร้างของเนื้อหาข่าว.....	31



หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการเปิดรับชม และความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์
ชื่อนักศึกษา	นาย ณัฐชัย หลวงพรหม
อาจารย์ที่ปรึกษา	รศ.ดร. สมควร กวียะ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2541

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชม และความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (SURVEY RESEARCH) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ให้ความสนใจกีฬาประเภทฟุตบอลมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างเกินกว่าร้อยละ 90 สนใจชมข่าวกีฬาโดยส่วนใหญ่จะชมข่าวกีฬาเด่นประจำวันทั้งในและต่างประเทศใช้เวลาในการชมข่าวกีฬารวันละ 10 - 30 นาที โดยเปิดชมรายการข่าวกีฬาช่วงเวลา 20.00 - 20.20 น. มากที่สุด

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ในระดับมากถึงมากที่สุดในลักษณะของข่าวกีฬา โดยเฉพาะ รูปแบบการนำเสนอข่าวกีฬา เนื้อหา ช่วงเวลา ระยะเวลาการออกอากาศ ตลอดจนผู้อ่านข่าวชายและหญิง

3. ผลการทดสอบสมมุติฐาน

3.1 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.2 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.3 ตัวแปร อายุ อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.4 ตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.5 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเหตุผลของการดูรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.6 ตัวแปร เพศ อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรูปแบบ เนื้อหา ช่วงเวลาปริมาณ ผู้อ่านข่าวกีฬาและผู้รายงานข่าวของรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.7 พฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวกีฬา กับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กัน

Thesis Title Audience's Viewing Behavior and Satisfaction with Sports News on Television
Name MR. Nattachai Luangprom
Thesis Advisor Associate Professor Dr. Somkuan Kaviya
Department Bussiness Communication Arts
Academic Year 1998

ABSTRACT

This research on audience's viewing behavior and satisfaction with sports news on television is a survey research. It aims to study audience's viewing behavior and satisfaction with sports news on television in order to study the relationship between factors and the audience's behavior and satisfaction. The tool used in this research is questionnaire. The data were collected from 400 viewers of sports news on television over 16 years of age. The results are as follows :-

1. Most of the sample group are most interested in football. More than 90 percent of the sample group are interested in viewing sports news, particularly the highlighted local and international daily sports news. They spend 10-30 minutes daily, between 8.00-8.20 pm, viewing the sports news

2. Most of the sample group's degrees of satisfaction, much and very much with the sports news programs due to the presentation, content, time, and length of the broadcast programs, as well as the male and female announcers of sports news.

3. Results of the test of hypothesis :-

3.1 Gender, age, education level, occupation, and monthly income are related to the frequency of audience's viewing of sports news on television.

3.2 Gender, age, education level, occupation, and monthly income are related to the time spent on viewing sports news on television.

3.3 Age, occupation, and monthly income are related to the length of time of viewing sports news on television.

3.4 Gender, education level, and occupation are related to the satisfaction with the nature of sports news on television.

3.5 Gender , age , education level , occupation , and monthly income are related to the satisfaction with the reasons for viewing sports news on television.

3.6 Gender , occupation , and monthly income are related to the satisfaction with the form , the content , the time, the quantity , and the sports news announcers and reporters.

3.7 There is a relationship between the audience's viewing behavior and their satisfaction.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในสังคมปัจจุบัน ถือว่าได้อย่างก้าวเข้าสู่ระบบสังคมข่าวสารแล้ว เพราะไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน หรือแห่งใดข้อมูลข่าวสารสามารถที่จะไหลไปได้อย่างทั่วถึง การสื่อสารนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถจะช่วยให้ทั้งความรู้ ให้การศึกษา และความบันเทิง เพื่อผ่อนคลายความเครียดและการล้าหลังไหลของข่าวสารก็ต้องผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์และสื่ออื่น ๆ อีกมากมาย เป็นต้น ปัจจุบันประชาชนได้ให้ความสำคัญกับสื่อเหล่านี้ต่างกัน สื่อโทรทัศน์ก็เป็นสื่อหนึ่งที่สามารถสื่อได้ทั้งภาพ และเสียง จึงมีประชาชนให้ความสนใจกับสื่อโทรทัศน์อย่างมากมาย ปัจจุบันประชาชนได้ให้ความสนใจดูสื่อโทรทัศน์กันมากขึ้น รายการโทรทัศน์นั้นมีมากมายหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นรายการข่าว รายการละคร รายการเพลง เกมโชว์ เป็นต้น ✦

วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทไฟฟ้า(Electronic Media) มีอิทธิพลในการเสนอข่าวและความรู้ ความบันเทิง การศึกษา และการโฆษณาธุรกิจ โทรทัศน์จึงถือว่าเป็นสื่อมวลชนที่สำคัญยิ่ง สถานีโทรทัศน์อิสระ หรือที่เรียกกันว่า ฟรีทีวี ในประเทศไทยนี้มีอยู่ 6 สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 , สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 , สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 , สถานีวิทยุโทรทัศน์สีช่อง 9 อสมท., สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ และสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี แต่ละสถานีก็พยายามเสนอรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ เพื่อสนองความพอใจของผู้ชม และเพื่อช่วงชิงความนิยมของรายการ (RATING) เพื่อความเป็นหนึ่งในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ เมื่อรายการโทรทัศน์ของสถานีใดมีผู้ชมสนใจติดตามชมมากก็จะมีผลต่อการขายโฆษณาของสถานีนั้น ๆ รายการใดมีเรตติ้งดี ก็สามารถขายเวลาโฆษณาได้แพง แต่ถ้ารายการใดผู้ชมให้ความสนใจน้อยก็จะขายโฆษณาน้อย หรือว่าขายโฆษณาไม่ได้เลย การขายเวลา และการขายโฆษณาก็ถือว่าเป็นรายได้ของสถานีที่จะนำมาใช้ในการบริหารงานของสถานีโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์นั้นมีอยู่หลายประเภท เช่น รายการข่าว รายการเพลง รายการละคร รายการเกมโชว์ เป็นต้น

รายการข่าวก็เป็นอีกรายการหนึ่งที่มีผู้ชมให้ความสนใจติดตามชมกันมาก รายการข่าวก็จะแบ่งเป็นข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง เป็นต้น รายการข่าวกีฬาก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีผู้ชมให้ความสนใจติดตามชมกันอย่างมาก ข่าวกีฬาประกอบด้วย ข่าวกีฬาในประเทศ ข่าวกีฬาต่างประเทศ ปัจจุบันมีผู้ชมสนใจชมข่าวกีฬา ดังนั้นสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีต่างก็

พยายามที่จะผลิตข่าวเท็จของคนที่สนองความพอใจของผู้ชมและความเป็นผู้นำทางด้านรายการข่าวเท็จเพื่อสร้างความนิยมให้กับสถานีของตน ในการนำเสนอข่าวเท็จ สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีต่างก็มีกลยุทธ์ในการผลิตข่าวเท็จของตนเอง แตกต่างกันไปไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาข่าว รูปแบบการนำเสนอเทคนิคการผลิต เป็นต้น แต่ความแตกต่างทั้งหลายเหล่านี้ ก็เพื่อที่จะสนองตอบความต้องการของผู้ชม และดึงดูดผู้ชม ให้มาติดตามชมข่าวเท็จของตนเอง ให้เกิดความนิยมเพื่อการขายเวลาโฆษณา

ข่าวเท็จทางโทรทัศน์จัดได้ว่าเป็นหนึ่งในรายการข่าวทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน ดังที่พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 (มาตรา 5) กำหนดไว้ตามคำสั่งคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดิน ฉบับที่ 7 ตามความในข้อ 3 ว่า (อ้างถึงใน ดวงทิพย์ วรพันธุ์ : 2531) รายการข่าว หมายถึงข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และการวิเคราะห์ข่าว ซึ่งอาจออกอากาศในรูปแบบข่าวนิตยสาร ภาพ การอ่านข่าว หรือการอ่านข่าวประกอบภาพข่าวนิตยสาร หรือกภาพ ดังนั้น ข่าวเท็จจึงเป็นรายการข่าวประเภทหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับข่าวอื่นต่างๆ ไป คือมีลักษณะของเหตุการณ์ที่มีคุณสมบัติ หรือคุณค่าพอจะเป็นข่าวได้หนึ่งในรายการโทรทัศน์ที่มีผู้ชมให้ความสนใจมากขึ้น ในปัจจุบันก็คือ รายการข่าวโทรทัศน์ที่มีบทบาทต่อการรับทราบความเป็นไปต่าง ๆ ในสังคมที่อยู่ใกล้ตัวและไกลตัวออกไป เนื่องจากรายการข่าวโทรทัศน์มีการพัฒนาขึ้นมาก จนทำให้เป็นที่สนใจของผู้ชมมากขึ้นไปด้วย

ด้วยปัญหาการผลิตข่าวเท็จทางโทรทัศน์ในปัจจุบันของสถานีโทรทัศน์หลาย ๆ สถานี ยังมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่บ้าง ทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพ การที่จะศึกษาว่าการส่งเนื้อหาข่าวเท็จออกอากาศไปนั้นประสบผลมากน้อยเพียงใด ก็น่าจะศึกษาได้ด้วยวิธีการศึกษาจากตัวผู้รับโดยตรง ซึ่งมีบทบาทอย่างมากในกระบวนการการสื่อสาร การศึกษาผู้รับจะช่วยให้ทราบว่าสภาพการรับรู้ข่าวเท็จทางโทรทัศน์ในปัจจุบันเป็นอย่างไร มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาข่าวเหล่านั้นเพียงใด และได้ข้อมูลที่จะเป็นกระบอกสะท้อนภาพที่แท้จริง เพื่อเป็นประโยชน์ในทั้ง 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ส่งสารจะได้ทราบว่าผลิตข่าวที่มีเนื้อหาอย่างไร ออกอากาศให้ตรงกับความต้องการของผู้รับ และฝ่ายผู้รับก็จะได้รับชมข่าวที่อยู่ในความสนใจของผู้รับเป็นส่วนใหญ่ ที่มีความสมคูลย์ทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวเท็จ ความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการข่าวเท็จทางสถานีโทรทัศน์ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับปรุงรายการข่าวเท็จทางสถานีโทรทัศน์ในลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมการเปิดรับชม และความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับชม และความพึงพอใจของผู้ชมข่าวกีฬาทางโทรทัศน์
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นพื้นฐานในการวางแผนการดำเนินงาน ปรับปรุงรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ปัญหาคำถามการวิจัย

1. ผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ มีพฤติกรรมการเปิดรับชม และความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์อย่างไร
2. มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชม และความพึงพอใจจากการชมข่าวกีฬาทางโทรทัศน์
3. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์หรือไม่

สมมติฐานการวิจัย

1. เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์
2. เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์
3. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬา มีความมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาผู้ชมที่เปิดรับชมรายการข่าวกีฬาจากสถานีโทรทัศน์ หรือ Free TV จำนวน 6 สถานี ได้แก่ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11, และ ไอทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผู้ชมเหล่านี้จะสามารถให้ข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นอันจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพของรายการข่าวกีฬาให้สามารถสนองความต้องการและความพอใจของผู้ชมให้มากยิ่งขึ้น

เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้กระทำหลังจากจบการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 เดือนธันวาคม 2541 จึงอาจมีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ซึ่งยังมีความนิยมชมชอบในรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ และความชอบในประเภทของกีฬา หรือต่อตัวนักกีฬาด้วย และทำให้มีผลต่อการตอบแบบสอบถามของผู้วิจัยในครั้งนี้

นิยามศัพท์

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ช่วงเวลาที่เปิดรับ และปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร ฯลฯ ซึ่งผู้ชมสามารถเปิดรับสื่อได้มากกว่า 1 สื่อ

พฤติกรรมกรเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชม ช่วงเวลาที่เปิดรับ และปริมาณการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรับชม ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ ไอทีวี

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการข่าวกีฬา ทางโทรทัศน์ทั้ง 6 สถานี ได้แก่ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ ไอทีวี

ผู้ชม หมายถึง บุคคลทั่วไปที่เปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ทั้งที่เปิดรับเป็นประจำและเป็นครั้งคราว แต่ครั้งสุดท้ายที่ใครรับชมต้องผ่านมาแล้วไม่เกิน 1 เดือน

รายการข่าวกีฬา หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ของกีฬาตามข้อเท็จจริงให้ประชาชนผู้ชมได้รับรู้อย่างรวดเร็วที่สุด ทั้งนี้ไม่จำกัดว่าต้องอยู่ในขอบเขตเรื่องการแข่งขันกีฬาเท่านั้น หากรวมถึง เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา เช่น การเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เศรษฐกิจ หรืออื่นใดก็ตาม นอกจากนี้ข่าวกีหายังครอบคลุมถึง

รายละเอียด อันเกี่ยวกับผู้เข้ารอบแข่งขันทั้งหมดด้วย ได้แก่ นักกีฬา ผู้จัดการ โค้ช เจ้าหน้าที่
ประจำสนามแข่งขัน โปรแกรมการแข่งขันด้วย

รายการข่าวกีฬาที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. รูปแบบและวิธีการนำเสนอที่ดี น่าสนใจ
2. มีช่วงระยะเวลาการนำเสนอที่เหมาะสม
3. เทคนิคการผลิตดี (ภาพน่าสนใจ ชัดเจน มุมกล้อง การตัดต่อ ฯลฯ)
4. เนื้อหาดี รวดเร็ว และทันสมัย

องค์ประกอบของรายการข่าวกีฬา หมายถึง ส่วนประกอบต่าง ๆ ได้แก่ รูปแบบ วิธีการ
และช่วงเวลานำเสนอ เนื้อหาของข่าวกีฬาที่ต้องมีการนำมาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดเป็นรายการ
ข่าวกีฬาทางสถานีโทรทัศน์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. รูปแบบการนำเสนอ

รายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ นั้นมีรูปแบบของการนำเสนอที่แตก ต่าง
กัน ซึ่งอาจจะเป็นการแถลงการณ์หรือข่าวด่วนต่างๆ ซึ่งเป็นข่าวสำคัญซึ่งต้องประกาศันรายการ
ที่แพร่ภาพ ข่าวอ่านธรรมดา ข่าวอ่านประกอบภาพ และการวิเคราะห์ข่าวกีฬาหรือวิจารณ์ข่าว
กีฬา การถ่ายทอดสด ดังนั้นการนำเสนอข่าวกีฬาสถานีโทรทัศน์อาจนำเสนอด้วยรูปแบบ ต่าง
กัน เช่น

- ข่าวเด่นประจำวันทั้งในและต่างประเทศ
- ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ (Reuter CNN , WTN)
- ข่าวกีฬาในประเทศที่น่าสนใจ
- ภาพกีฬามัน ๆ
- สกู๊ปข่าวกีฬาพิเศษ
- ข่าวแถลงต่าง ๆ
- ถ่ายทอดสด เป็นต้น

2. วิธีการนำเสนอ

หมายถึงการจัดลำดับในการนำเสนอรูปแบบรายการข่าวกีฬาต่าง ๆ ว่าเสนอ
อะไรก่อนหลัง ระยะเวลาในการนำเสนอแต่ละรูปแบบ และการกำหนดเวลาทั้งหมดในการ
นำเสนอ รายการข่าวกีฬาในแต่ละครั้ง นอกจากนั้น ยังรวมไปถึงการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวกีฬา/

ผู้อ่านข่าวกีฬาที่คุณสมบัติเหมาะสม มีการทนายผลเชิงรางวัล ฯลฯ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มุ่งเน้นที่จะให้
ผู้ชมสนใจติดตามชมรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์นั้น ๆ

3. ช่วงเวลาในการนำเสนอ

เนื่องจากรายการข่าวกีฬา เป็นส่วนหนึ่งของรายการข่าวประจำวัน ช่วงเวลาในการ
นำเสนอจึงถูกผูกติดกับช่วงเวลาการนำเสนอของข่าวประจำวัน คือ ระหว่างเวลา 19.00-21.00 น.
ซึ่งการเลือกใช้ช่วงเวลาในการนำเสนอข่าวกีฬาของแต่ละสถานีโทรทัศน์จะแตกต่างกัน

4. เนื้อหาของข่าวกีฬา

หมายถึง สาระของข่าวกีฬา ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

1. หัวข้อข่าว โดยปกติจะทำได้ 2 ลักษณะ คือ คู่มือข้อก็ทราบเรื่องราว ส่วน
ใหญ่หรือต้องติดตามตั้งแต่ต้นจนจบจึงจะรู้เรื่องเนื้อหาข่าวหัวข้อข่าวที่ดีจะมีผลต่อการติดตาม
ชมข่าวกีฬา ซึ่งลักษณะของหัวข้อข่าวที่ดีนั้นควรจะสามารถเข้าใจให้เกิดความสนใจต่อผู้พบเห็น
หยุดดูหรือฟัง ใช้ข้อความหรือรูปภาพดึงดูดใจได้ดี ภาษาเข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน ตรงประเด็น
ข้อความที่กล่าวอ้างต้องมีน้ำหนักน่าเชื่อถือ และมีความสัมพันธ์สอดคล้องกลมกลืนกับเนื้อเรื่อง

2. เนื้อเรื่อง หมายถึงเรื่องราวหรือรายละเอียดของการแข่งขันกีฬา โดยเลือกเน้นไป
ที่ประเด็นต่างๆ เช่น ผลการแข่งขัน สภาพสนามหรือคนดู บรรยากาศขณะทำการแข่งขัน กติกา
การเล่น ประวัติการแข่งขันของนักกีฬา ประวัติส่วนตัวของนักกีฬาที่น่าสนใจ ข่าวการแข่งขันกีฬา
ของบุคคลสำคัญ เป็นต้น

เนื้อหาของข่าวกีฬาที่ดี ควรมีลักษณะของการให้ข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเหตุ
การณ์ ภาษาเข้าใจง่าย กระชับ สละสลวย อาจแสดงด้วยรูปภาพหรือมีภาพประกอบ เสนอเฉพาะ
สาระสำคัญของข่าว เรียงเนื้อหาตามลำดับความสำคัญของข่าว ไม่ควรใช้คำย่อ ศัพท์เทคนิค หรือคำ
พูดที่ใช้เฉพาะกลุ่ม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาในส่วนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 5 ส่วน คือ

1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
2. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
3. ทฤษฎีผู้ปิดเปิดประตูลสาร
4. แนวคิดในเรื่องคุณค่าและโครงสร้างของข่าว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

(The Uses and Gratifications Theory)

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้รับสาร มีลักษณะแตกต่างกับการศึกษาถึงผลที่สื่อมวลชนก่อให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้รับสาร (The Media Effect Approach) ซึ่งศึกษาในแนวที่ว่า สื่อสารมวลชนทำอะไรให้ผู้รับสาร (Functional Approach) สมมติฐานใหม่ของการสื่อสารมวลชนในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications) เน้นที่ผู้รับข่าวสาร หรือประชาชนในแง่ที่เป็นผู้ที่กำหนดว่า คนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารที่ได้เหล่านั้นไปตอบสนองความต้องการของคนอย่างไร

การศึกษาในแนวการใช้ประโยชน์และสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนี้ เป็นการมองมนุษย์ในแง่จิตวิทยาสังคม โดยเน้นค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาแนวทฤษฎีนี้จึงเน้นความต้องการ และสาเหตุของความต้องการของประชาชน ผู้ใช้สื่อมวลชน วิธีการตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจนี้ ได้ชี้ให้เห็นความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการสื่อสารขึ้น ทั้งนี้เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการบุคคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่น ๆ ต่างมีส่วนช่วยอธิบายการที่มนุษย์เราแสวงหา หรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนไปใช้ให้เป็นประโยชน์

การส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการได้แก่

1. ความต้องการของผู้รับสาร : โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นจะเข้าไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

- 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะ และค่านิยมของตน
- 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ต้องการความสะดวก และรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร : ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่ต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

2.1 อายุ อายุหรือวัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อคนมีอายุมากขึ้น (Myer Myers, 1982 : 5)

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม (Liberal) ชีตถืออุดมการณ์ (Idealistic) ใจร้อน (Impatient) และมองโลกในแง่ดี (Optimistic) มากกว่าคนที่มีอายุมาก สำหรับคนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม (Conservation) ชีตถือการปฏิบัติ (Pracmatic) ระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) มากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากคนที่มีอายุมากมักมีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย นอกจากนี้ โดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ ต่างกัน มีความสนใจข่าวสารที่ต่างกันได้ด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 113) ดังนั้น อายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่ต่างกันได้

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่ต่างกันได้ กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้ม และมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wilo, Goldhabors and Yates, 1980 : 87)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเข้าอารมณ์ถูกชักจูงได้ง่าย และหยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง (ประมะ สตะเวทิน, 2533 : 114)

2.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่า อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (Family background) ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2533 : 115) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2.4 การศึกษา เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง สามารถเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ (ประมะ สตะเวทิน, 2533 : 116) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการ ให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

3. ความตั้งใจ และประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะดีความต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evana, 1962 : 772 - 782) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่าง ๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างสาร มาเป็นความต้องการของผู้ใช้สาร อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ ทฤษฎีอธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่มาสโลว์ (Maslow, 1954) กล่าวไว้คือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการยอมรับ ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จในชีวิตแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง คือ ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะรับรู้นี้ เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่ถูกขจัดเชยช่าข่าวสารให้ดังที่เคยคิดกัน

ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในทฤษฎีนี้ก็คือว่า เราศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความข่าวสารของการสื่อสาร เราศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสารอย่างนั้นอย่างนี้ มากกว่าที่จะศึกษาว่าข้อความในการสื่อสารว่าอย่างไรและจะก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์เรา

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจมีข้อสรุปที่ยอมรับกันดังนี้

1. มนุษย์สนใจ และแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกขจัดเชยช่าให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีการเลือก และการหลบหลีกข่าวสาร ได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย (Goal - Directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน (เสรี วงษ์มณฑา, 2523 : 6)

การวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจนี้ ได้มีผู้ริเริ่มมาตั้งแต่ต้นปี 1940 เศษ ๆ เมื่อเซอร์ซอก (Herzog, 1944) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน โดยที่ในขณะที่เดียวกันนั้น การศึกษาผลกระทบ

ของสื่อต่อผู้รับสาร เริ่มต่อคำให้เห็นว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมาก ดังที่นักวิชาการในยุคเริ่มแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้ ตัวอย่างเช่น ลาซาร์สเฟลด์ (Lazarsfeld , 1950) ได้ศึกษาพบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา เมื่อปี 1948 นั้น การหาเสียงทางสื่อมวลชนไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย เพียงแต่เป็นการย้ำให้ผู้ลงคะแนนเสียงมั่นใจในการเลือกเสียงเดิมของตนมากขึ้นเท่านั้น

การค้นพบครั้งนี้ เป็นแนวทางให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ทำให้เกิดการวางแนวคิดใหม่ ซึ่งถือว่าการสื่อสารนั้นผู้รับสาร คือ ตัวจักรสำคัญในการตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก และได้รับการสนับสนุนเป็นจริงเป็นจังจากการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้น

ต่อมา แคทซ์และคณะ (Katz and Others , 1973) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อีทีวีสื่อในประเทศอิสราเอล งานวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ เนื่องจากเป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่มีลักษณะของการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications) ถือว่าเป็นต้นแบบของการวิจัยในแนวนี้นี้

แคทซ์และคณะ ได้สร้างมาตรฐานวัดความต้องการทางด้านจิตวิทยา และสังคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในด้าน ต่าง ดังนี้

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ เช่น
 - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลกับสิ่งภายนอก ได้แก่
 - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้

- 2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
- 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
- 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Reference คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - 3.1 ตนเอง
 - 3.2 ครอบครัว
 - 3.3 เพื่อนฝูง
 - 3.4 สังคม รัฐบาล
 - 3.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
 - 3.6 โลก
 - 3.7 สิ่งอ้างอิงภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้ แคทซ์และคณะได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคล ซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำได้โดยผนวกองค์ประกอบแต่ละด้านดังกล่าว เช่น การผนวกข้อ 1.1 2.4 3.2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัว ซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น คือ ความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวของตน และถ้าผนวกข้อ 1.2 2.4 3.1 คือ ความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตนเอง นั่นคือ ความต้องการที่จะหนีหนี (Escape) จากสภาวะที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิง จะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

แคทซ์และคณะ (1973) นำข้อความชี้ความต้องการของบุคคลจำนวน 35 ข้อความ มาสร้างมาตราวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (Individual's Need Salience) โดยใช้มาตราวัด 4 ระดับ ได้แก่ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใจ (3) ไม่ค่อยสำคัญ (4) ไม่สำคัญเลย ทั้งนี้ให้ชาวอิสราเอลเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยให้จัดลำดับความสำคัญของความต้องการที่แตกต่างนี้ ซึ่งแคทซ์และคณะค้นพบว่า ความต้องการเกี่ยวกับตนเอง และความต้องการเกี่ยวกับบุคคลอื่น และสิ่งอื่น ๆ ถูกจัดความสำคัญต่างกัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ต่างกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบตัวที่สาม

กลุ่มอ้างอิง (Reference) ซึ่งได้แก่ ตนเอง และบุคคลอื่น ๆ และสิ่งอื่น ๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงด้วย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงมิติความต้องการที่ต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างบุคคลต่างกลุ่มกัน

นอกจากนี้ แคทซ์และคณะ ยังได้วัดระดับความพึงพอใจ (Gratifications) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือ สร้างมาตราวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่างมาตราวัดความพอใจ เช่น “โทรทัศน์” สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปในโลกอย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอสมควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย และยังถามด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ความพอใจตามที่ต้องการแล้วมีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

ผลการวิจัย ชาวอิสราเอลเห็นประโยชน์ของแหล่งสนองความพึงพอใจที่ไม่ใช่สื่อ เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง แต่คนเหล่านี้ก็ได้จัดอันดับว่า สื่อมีส่วนช่วยพอสมควรในการสนองความต้องการต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ค่อนข้างสันโดษ ที่ไม่ค่อยติดต่อกันอย่างใกล้ชิดกับบุคคลอื่น ๆ จะเห็นว่า สื่อมีประโยชน์สูงในการสนองความพึงพอใจของผู้รับสารในระยะต่อมา ซึ่งแบบแผน (Pattern) ของการศึกษาตามทฤษฎีดังกล่าว โดยแคทซ์และคณะ (1974) สรุปได้ดังนี้

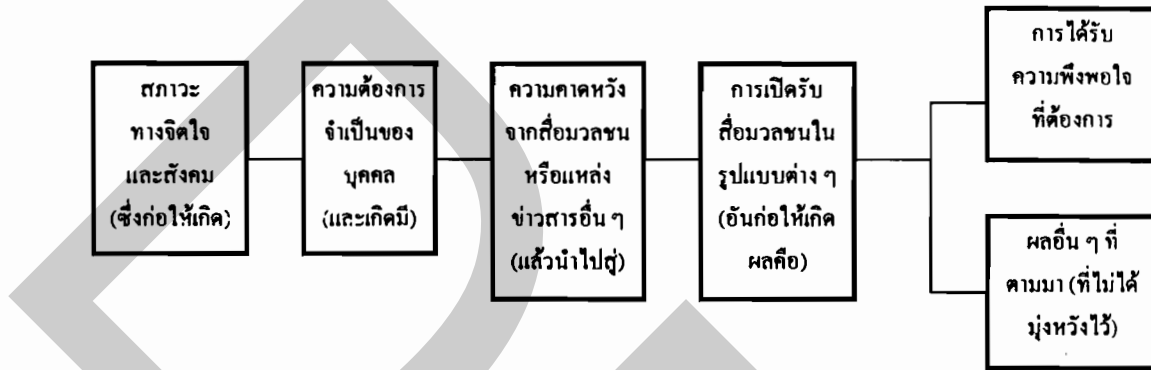
การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางสังคม และจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดขึ้น
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผล คือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่เจตนาไว้ก็ได้

แบบจำลองที่แคทซ์และคณะ (1974) สร้างขึ้น อธิบายได้ดังนี้ คือ สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุด

ท้าย คือ ความพึงพอใจที่ได้รับการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย รูปแบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจได้ดังนี้

ภาพที่ 1 แบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ



คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้

อาจจะยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ยังเจก

บุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชน โดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาต้องการได้ คือ เป็นคนรอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกัน ผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุก ๆ วัน ก็อาจมีผลอื่นๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน (พีระ จิระโสภณ, 2532 : 635)

ในความหมายของคำว่า ประโยชน์กับความพึงพอใจ โรเซนเกรน (Karl Erik Rosengren, 1974 : 269 - 285) กล่าวไว้ว่าทั้ง 2 คำ มีความสัมพันธ์กันอยู่ในแง่ที่ว่าประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ เพราะฉะนั้น นักวิจัยอาจศึกษาเฉพาะตัวหนึ่งตัวใด โดยมีเป้าหมายถึงทั้ง 2 ตัวก็ได้

นอกจากนี้ แมคคอมบส์ และเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979 : 51 - 52) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย หรือสนทนา (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ต่อมาคิพเพ็คและเมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980 อ้างใน ศิราณี อนุสิลปชาญ, 2531 : 13 - 14) ได้นำความคิดของแคทซ์ไปศึกษา นอกจากจะเน้นเรื่องของการใช้สื่อและความพึงพอใจ คิพเพ็คยังได้เพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย จุดประสงค์ของการศึกษานี้ คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชน กับความพึงพอใจและการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษาได้กล่าวถึง

1. ปัจจัยตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก คือ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ ตั้งแต่ 9 - 11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่รับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคม และความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาค่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่า เป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เราสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลก และเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย หนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยุ และภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึง คุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

จากการศึกษาของคิฟแพ็ค และคณะ จึงสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าในใจอีกชิ้นหนึ่งคืองานของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985 : 171 - 193) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications Map) เวนเนอร์ แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. **Oriental Gratifications** หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้าในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. **Social Gratifications** เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. **Para - social Gratifications** หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. **Para - orientational Gratifications** หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

สำหรับความพึงพอใจที่จะทำให้เกิดการรับสารนั้น บลูมเมอร์ (Jay G Blumler , 1985 : 50) ได้จำแนกความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. ความเพิกเฉล (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว เป็นต้น
3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้าความเชื่อของตน เป็นต้น
4. รู้เหตุการณ์ (Surveillance)

พาล์มกรีน และคณะ (Plamgreen and Others, 1985 : 14) ที่สนใจศึกษาและพัฒนาแนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยสนับสนุนต่างพัฒนาข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญในการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ดังนี้

1. ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร และกระตือรือร้น
2. การใช้สื่อจึงมีเป้าหมายโดยตรง
3. สื่อแต่ละชนิดจะมีการแข่งขันในการตอบสนองความพึงพอใจ
4. ลักษณะต่าง ๆ ของผู้รับสารที่จะเชื่อมโยงความต้องการกับโอกาสในการเปิดรับสื่อ
5. การบริโภคสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่าง ๆ
6. เนื้อหาของสื่อจะไม่สามารถทำนายรูปแบบของความพึงพอใจได้ถูกต้องสมบูรณ์เสมอไป
7. ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรม และสภาพแวดล้อมของสื่ออาจจะทำให้ความต้องการความพึงพอใจแตกต่างในช่วงของเวลา หรือสถานการณ์
8. ความพึงพอใจที่ได้รับมีจุดเริ่มต้นมาจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ หรือสถานการณ์ทางสังคมที่มีส่วนทำให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อขึ้น

นอกจากนี้ แมคควอล , บลูมเลอร์ และบราวน์ (McQuail, Blumler and Brown , 1972) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนไว้ ดังนี้ (ศิริชัย ศิริภายะ และ กาญจนา แก้วเทพ , 2533 : 110 - 112)

1. ความต้องการสารสนเทศ

- (1) เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคม และ โลก
- (2) เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ
- (3) สนองความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจ
- (4) ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
- (5) สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- (1) ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- (2) ให้แบบอย่างทางพฤติกรรม
- (3) แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
- (4) มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- (1) มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- (2) แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- (3) นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- (4) ใช้แทนเพื่อน
- (5) ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- (6) สร้าง สายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง

- (1) เพื่อหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
- (2) เพื่อผ่อนคลาย
- (3) เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- (4) เพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- (5) เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
- (6) เพื่อกระตุ้นทางเพศ

การวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจซึ่งเน้นแนวคิดเกี่ยวกับ Functional Analysis นิยมทำกันโดยใช้ Factor Analysis ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้วิธีการของ Multivariate Regression Analysis เพื่อจัดเอาความต้องการต่าง ๆ (ได้รับการประเมินความสำคัญแล้วจากผู้ให้สัมภาษณ์) เข้าอยู่ในกลุ่ม (factor) เดียวกันหรือต่างกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์บ่งระดับของความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการแต่ละรายการกับแต่ละกลุ่ม (factor) กลุ่มใหม่ดังกล่าวจะได้รับการตั้งชื่อใหม่ให้ครอบคลุมเนื้อหาของความต้องการหลาย ๆ รายการ ตัวอย่างเช่น ความต้องการที่จะใช้เวลากับครอบครัว ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงาน จะรวมอยู่ใน factor เดียวกัน ภายใต้ชื่อใหม่ว่า ความต้องการที่จะติดต่อกับสังคมภายนอก (ขุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2534 : 89)

(๖) ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

แอตकिन (Atkin , 1973 อ้างถึงใน นันทวัน สุชาโต เอกสารประกอบการสอนทฤษฎีและแนวทางการศึกษาการสื่อสารมวลชน) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูมีตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เชอรี่ (Cherry , 1978 อ้างถึงใน วันทนิษฐ์ แสนภักดี , 2530) ซึ่งให้เห็นว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An Ace of Sharing) กันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจ และกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

ในการรับข่าวสารต่าง ๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วย

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้น จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) คือ เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้ว จะตีความหมายตามความเข้าใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย สภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนในขณะนั้น เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

บุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่

- ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อนไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น

- ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน

- ประโยชน์ใช้สอย โดยได้รับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง อาจจะได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ

สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้นชี้นำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวนั้น ๆ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

การแสวงหาข่าวสาร

ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลการเลือกบริโภค หรือเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยเน้นในเรื่องพฤติกรรมเลือกเปิดรับข่าวสารว่า มีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

แอตकिन (Atkin 1973, อ้างถึงใน พิระ จิโรโสภณ , 2530) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบ ระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทน หรือผลประโยชน์ที่ได้รับ (เช่น การได้รับข่าวสาร หรือความบันเทิงตามที่ต้องการ) สูงกว่า การลงทุนลงแรง (เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา) หรือ การต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น และถ้าการเปิดรับข่าวสารนั้นจะทำให้เกิดพันธะผูกพันตามมา เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีการหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้ง เราอาจจำใจต้องรับข่าวสารนั้น ๆ ทั้งที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น การที่เรายอมดูโฆษณาที่ซ้ำ ๆ ซาก ๆ ในโทรทัศน์ ก็เนื่องจากขี้เกียจเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าหมุนไปช่องไหน ๆ ก็เจอแต่โฆษณา ก็เลยจำใจต้องนั่งดูทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบ

แอตकिन ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้ หรือ ไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองไม่เห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) และยังเป็นสิ่งที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง
2. การมองไม่เห็นความไม่สอดคล้องกัน ระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลขณะนั้นต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงเริงใจด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การประเมิน เปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้ และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

(ทฤษฎีผู้ปิดเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory))

แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) นี้มาจากข้อเขียนของเลวิน (Lewin, K, 1947) ซึ่งให้ข้อสังเกตว่าข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อันประกอบด้วยบริเวณประตู ประตูซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้หรือโดยวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูเองว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปได้อย่างไร แนวคิดนี้ได้ถูกนำมาอธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน เลวิน เคยกล่าวไว้ว่า การเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ประตู (Gate) นำไปสู่ความเป็นกลางคือ เมื่อเราเข้าใจถึงองค์ประกอบ ซึ่งเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจของผู้เฝ้าประตู อย่างไรก็ตามเป็นความจริงที่ว่าอิทธิพลในส่วนของประตูในช่องทางการสื่อสาร เป็นสิ่งที่ควรได้รับการพิจารณาอย่างยิ่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้เฝ้าประตู และขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทั้งหมดภายใต้ช่องทางการสื่อสารนั้น

ดี เอ็ม ไวท์ (White, D.M., 1950) ได้นำแนวคิดในเรื่อง “ผู้เฝ้าประตู” มาใช้เป็นคนแรก ในการศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ของหนังสือมีส่วนคล้ายกับผู้เฝ้าประตู เนื่องจากมีข่าวจำนวนมากมายที่ส่งทางโทรทัศน์ บรรณาธิการข่าวจะต้องเลือกข่าวเพียงบางชิ้นที่มีความเหมาะสมมาลงตีพิมพ์ ประเด็นที่ใช้ในการศึกษาก็คือต้องการที่จะเรียนรู้ว่าบรรณาธิการได้ใช้เกณฑ์ส่วนตัวที่ไม่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนมากน้อยเพียงไรในการคัดเลือกข่าว ผลของการศึกษาพบว่า ส่วนหนึ่งของการคัดเลือกเป็นเรื่องของความต้องการขององค์กรและอีกส่วนเกี่ยวกับความต้องการของผู้รับ

แนวคิดในเรื่องคุณค่าและโครงสร้างของข่าว

ได้มีผู้นิยามและให้คำจำกัดความของคำว่า “ข่าว” ได้มากมายหลายประการ แต่ยังไม่มีความจำกัดความอันใดที่เหมาะสมที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากสาเหตุที่ว่าลักษณะของข่าวได้เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และบางครั้งคำจำกัดความของคำว่า “ข่าว” ส่วนใหญ่จะมาจากความคิดเห็นของบรรณาธิการ และของแต่ละบุคคลในสังคมที่เกี่ยวข้อง (ดร.ฉวีพร หิรัญรักษ์, 2529)

ดังนั้น ความหมายของคำว่า “ข่าว” ซึ่งถึงแม้ว่าจะแตกต่างกันออกไปตามแต่ใครจะกำหนดคำจำกัดความ “ไม่มีใครสามารถจะกำหนดค่านิยามหรือความหมายของคำว่าข่าวได้อย่างแน่นอนตายตัวลงไปว่า อะไรคือข่าวที่แน่แท้ อย่างไรก็ตาม ในขณะที่บุคคลหนึ่งให้คำจำกัด

ความของข่าวไปในทางหนึ่ง อีกบุคคลหนึ่งอาจกำหนดข่าวออกไปอีกลักษณะหนึ่งได้เช่นกัน” ซึ่ง
ได้มีผู้พยายามให้ความหมายไว้ดังนี้

ข่าว คือ เรื่องราวอะไรบางอย่าง ซึ่งเป็นที่สนใจของประชาชน (สถาบันพัฒนาการ
หนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2530)

ข่าว คือ เรื่องราวซึ่งผู้อ่านของท่านมีความปรารถนาที่จะรู้ หรืออะไรก็ตามที่พัวพันกับ
สาธารณะ สวัสดิการ อะไรก็ตามที่ทำให้เกิดความสนใจ หรือที่ให้ข้อแนะนำแก่บุคคล
เป็นราย ๆ เกี่ยวกับทรัพย์สินของเขา หรือเกี่ยวกับพฤติกรรมของเขาเหล่านั้นแหละคือข่าว (สุภา ศิ
ริมานนท์, 2526)

ข่าว คือ รายงานเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้น ข่าวมิใช่ตัวของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ๆ แต่
ข่าวคือเรื่องราวหรือส่วนของเรื่องราวที่เกิดขึ้นที่มาถึงเรา

ฉะนั้น ข่าวไม่จำเป็นต้องเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีทันใดอย่างที่ด้กำหนดไว้ใน
พจนานุกรม เพราะ

- เหตุการณ์ที่ยังไม่เกิดขึ้นก็อาจจะเป็นข่าวได้
- เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหลายปีมาแล้วก็อาจจะเป็นข่าวได้ถ้าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่เพิ่งค้นพบ
- เรื่องราวหรือเนื้อหาของข่าวจริง ๆ ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับเหตุการณ์ที่

เพิ่งจะเกิดขึ้น

ข่าว คือ สิ่งที่ประชาชนสนใจ

ข่าว คือ เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงหรือเรื่องราวที่ประชาชนสนใจใคร่รู้

ข่าว คือ เหตุการณ์หรือ “ข่าวสาร” ที่รายงานให้ผู้อ่านทราบ

ดังนั้น ข่าวคือ “สาระที่มีผู้รับ” (ศิริชัย ศิริกาเย, 2531) ซึ่งเป็นการมองแบบหลากหลาย
(Interactionist) คือ แล้วแต่มุมมองของคน ซึ่งความหลากหลายไม่ใช่เป็นการมองเชิงบรรทัดฐาน
(Normative Perspective) ที่มีการจำกัดความหมายอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่ง หมายถึงว่า ข่าว คือ
สาระที่มีผู้รับนั้นอาจถูกนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ กันก็ได้ เช่น ข่าวที่ได้แยกย่อยประเภทให้ดู
หลากหลายขึ้น ได้แก่ ข่าวกีฬา ข่าวธุรกิจ ข่าวบันเทิง ฯลฯ ซึ่งเป็นการรายงานโดยสื่อมวลชนหรือ

ข่าวที่ถูกเสนอในรูปแบบอื่น เช่น อาจแฝงมาเป็นสาระจากละคร เพลง หรือรายงานอื่นใดก็ได้ ทั้งนี้ต้องมีผู้รับสารนั้นเป็นสำคัญ ฉะนั้น ความหมายของข่าวจึงหลากหลายและขึ้นอยู่กับผู้รับสารด้วย อย่างไรก็ตาม โดยสรุปคำว่าข่าวก็คือเรื่องใหม่ๆ ที่มีการนำเสนอต่อผู้รับสารทั้งในการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชน

รายการข่าวกีฬา จึงมีความหมายถึง การรายงานเหตุการณ์ใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับการ กีฬา ตามข้อเท็จจริงให้ประชาชนผู้ชมได้รับรู้อย่างรวดเร็วที่สุด ทั้งนี้ไม่จำกัดว่าต้องอยู่ในขอบเขตเรื่องการแข่งขันกีฬาเท่านั้น หากรวมถึงเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา เช่น การเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เศรษฐกิจหรืออื่นใดก็ตาม นอกจากนี้ข่าวกีฬายังครอบคลุมถึงรายละเอียด อันเกี่ยวกับผู้เข้ารอบแข่งขันทั้งหมดด้วย

การศึกษาสร้างความเป็นจริงของข่าวนี้ เป็นการศึกษาทางด้านสังคมวิทยา ซึ่งมีแนวความคิดที่ใช้ศึกษาทั้ง 2 แนวคิด คือ

1. แนวคิดของสังคมวิทยาตามประเพณีดั้งเดิม (Traditional Sociologies) ตามแนวคิดนี้เห็นว่า ข่าวเป็นผลผลิตของกระบวนการประกิด เพราะโครงสร้างสังคมกำหนดบรรทัดฐานและทัศนคติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อคนในสังคม และบรรทัดฐานของงานอาชีพโดยกลุ่มเกลาผู้ทำข่าวให้แสวงหา เลือกรสร และเผยแพร่เรื่องราวที่คิดว่าน่าสนใจและสำคัญ โดยโครงสร้างสังคมเป็นตัวกำหนดความหมายของข่าว หากโครงสร้างสังคม และสถาบันต่าง ๆ ของสังคมเปลี่ยนแปลงความหมายของข่าวก็จะเปลี่ยนแปลงตาม ข่าวจึงเป็นเสมือนกระจกที่สะท้อนสังคม

Rosh (1975) อธิบายว่า ข่าวเปลี่ยนแปลงตามโครงสร้างสังคม เช่น การทำข่าว รายงานเรื่องผิดปกติกี่เกิดขึ้น อย่างคนกักสุนัข แต่เมื่อโครงสร้างสังคมเปลี่ยนแปลงคนในสังคมยอมรับความผิดปกตินั้นเมื่อใด ความหมายของข่าวก็จะเปลี่ยนแปลงไป คือ เห็นว่าเรื่องเช่นนี้ไม่ใช่เรื่องผิดปกติกี่ต่อไป จึงสรุปได้ว่าความหมายของข่าวเปลี่ยนแปลงตามโครงสร้างสังคม โดยไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของผู้ทำข่าว หรือองค์ข่าวแต่อย่างไร

2. แนวคิดของสังคมวิทยาเชิงอธิบายความหมาย (Interpretive Sociologies) ให้ความสำคัญกับกิจกรรมของผู้ทำข่าวและองค์กรข่าวมากกว่าบรรทัดฐานของสังคม กล่าวคือบรรทัดฐานของสังคมมิได้เป็นตัวกำหนดความหมายของข่าว คุณค่าของข่าวเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา โดยผู้ทำข่าวเป็นผู้กำหนดความหมาย และลักษณะเหตุการณ์ว่าจะให้ปรากฏออกมาในรูปใด เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจึงเป็นเพียงวัตถุดิบของข่าว และได้ถูกนำมาผ่านการอธิบายความหมาย กำหนด

ความหมายหลายขั้นตอน ดังนั้น ข่าวดตามแนวความคิดนี้จึงมิได้สะท้อนสังคม แต่ทำให้สังคมได้รับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมร่วมกัน

แนวความคิดทั้งสองนี้ทำให้เกิดแนวทางการศึกษาข่าวที่แตกต่างกัน แต่ทว่าแนวความคิดที่ได้รับความนิยมในระยะหลัง คือ แนวความคิดเชิงอธิบายความหมาย Alfred Schutz (1962) นักสังคมวิทยาผู้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาแนวคิดนี้มีทัศนะว่า คนเราชอบรับปรากฏการณ์ที่มีผู้เสนอให้โดยไม่มีข้อกังขาใดๆ เพราะสิ่งที่เราได้รับดูเหมือนเป็นความจริงที่เป็นภาพวิสัย (Objective) ซึ่ง Schutz กล่าวว่า การยอมรับนี้เป็นไปตามธรรมชาติ (Natural Attitude) เพราะคนเราเชื่อว่าปรากฏการณ์ที่เราได้รับนั้น คือ ความจริง แต่โดยแท้จริงแล้วเราได้รับรู้เรื่องราวที่มีทัศนะของผู้ทำข่าวปะปนอยู่ด้วย Schutz ย้ำว่ามนุษย์เราเป็นผู้สร้างความหมายและใช้ความหมายร่วมกันในสังคม แนวทางการศึกษาของ Schutz นี้จึงมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการศึกษาข่าวและข่าว ในฐานะที่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคม รวมไปถึงการทำความเข้าใจเสียงพูดอันเป็นความหมายอย่างหนึ่งด้วย

Grafinkel & Ciourel (1964, 1973) ซึ่งศึกษาทางด้าน Ethnomethodology มีแนวคิดในเรื่องการสร้างความหมายว่า คนเราสร้างความหมายในลักษณะที่เป็น Reflexivity และ Indexicality

Reflexivity หมายถึง การสร้างความหมายในลักษณะที่สะท้อนความเป็นจริงของเหตุการณ์ตามที่เกิดในบริบทเดิมของมัน เป็นการรายงานเหตุการณ์โดยตรง

Indexicality หมายถึง การสร้างความหมายให้กับ เหตุการณ์นอกบริบทเดิมของมัน ผู้รายงานจะทำความเข้าใจบริบทเดิมของเหตุการณ์ด้วยเพื่อให้ผู้รับเข้าใจในความหมายของเหตุการณ์ที่นำมาเล่า การสร้างความเป็นจริงในลักษณะนี้จึงจำเป็นต้องหาผู้รับรู้บริบทเดิมของเหตุการณ์เสียก่อนเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน

ทั้งนี้ Reflexivity และ Indexicality เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผสมผสานกันอยู่ใน การเปลี่ยนเหตุการณ์ให้ข่าว ข่าวที่เสนอแก่สาธารณชนจึงเป็นทั้งการบันทึกเหตุการณ์และเป็นผลผลิตที่ได้ผ่านการเลือกสรรเนื้อหา กำหนดรูปแบบการนำเสนอ และเพิ่มเติมรายละเอียดบางอย่างเข้าไปในกระบวนการผลิต Malotch & Lester (1975) เชื่อว่า ข่าวที่เสนอทำขึ้นตามความเข้าใจของ

ผู้ทำข่าวที่มีต่อกระบวนการเมืองหรือองค์กรข่าว ดังนั้น ข่าวจึงสะท้อนให้เห็นบริบทของการผลิตและการนำเสนอซึ่งเป็นลักษณะ Reflexivity

Erving Goffman (1974) ได้เสนอความคิดเรื่อง Frame และ Strip เพื่ออธิบายการสร้างความหมายของข่าว โดยกล่าวว่า Frame คือ หลักการที่องค์กรใช้เป็นการกรอบในการทำงาน ส่วน Strip คือ หลักเกณฑ์ที่แต่ละบุคคลกำหนดขึ้นเอง โดยอิงอยู่กับ Frame ในการทำข่าวจะมี 2 กระบวนการเกิดขึ้นพร้อมกัน คือ

1. เรื่องราวที่เกิดขึ้นเปลี่ยนเป็นเหตุการณ์
2. เหตุการณ์เปลี่ยนเป็น “ข่าว”

ในกระบวนการแรก Frame เป็นตัวกำหนดว่า เรื่องใดถือเป็นเหตุการณ์สำคัญที่ควรนำมาเสนอ และในกระบวนการที่สอง Strip เป็นตัวกำหนดว่าเหตุการณ์นั้นจะปรากฏออกมาเป็น “ข่าว” ในรูปใด ทั้ง Frame และ Strip นี้ชี้ให้เห็นถึงหลักเกณฑ์ที่คนเราใช้ในการจัดระบบประสพการณ์และแปลความหมายของเหตุการณ์ให้ผู้อื่นได้รับรู้ อันเป็นขั้นตอนในการสร้างความหมายให้กับ “ข่าว” นั้นเอง

ในปี 1965 Galtung และ Ruge ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ข่าวมีส่วนสัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจาก 3 สิ่ง คือ องค์กร แบบฉบับ และสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งตามแนวคิดนี้ได้แบ่งการทำข่าวออกเป็น 2 แนว โดยมีองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน 4 ประการคือ

1. เหตุการณ์ (Events)
2. เกณฑ์ในการเลือกทำข่าวหรือคุณค่าของข่าว (News Criteria)
3. ความสนใจของการสาธารณชนที่มีต่อข่าว (News Interest)
4. การรายงานข่าว (News Report)

ในแนวคิดแรกเริ่มต้นให้ความสำคัญของเหตุการณ์ (Events) ก่อนแล้วจึงนำมาวิเคราะห์ว่ามีคุณค่าตามเกณฑ์ (New Criterial) หรือไม่ จากนั้น จึงรวบรวมรายงานออกมาเป็นข่าว (News Report) โดยไม่ได้คำนึงถึงความสนใจของสาธารณชน (News Interest) ว่าให้ความสนใจต่อข่าวนั้นมากน้อยเพียงใด

ส่วนอีกแนวคิดหนึ่ง จะเริ่มที่ความน่าสนใจของข่าว (New Interest) โดยนำประสบการณ์ของนักข่าวที่สั่งสมมาประเมินไว้ก่อน ว่าสิ่งใดที่สาธารณชนสนใจแล้วใช้เกณฑ์ในการเลือกทำข่าว (News Criteria) มาตัดสิน เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นจึงตัดสินใจว่าจะทำข่าวนั้นหรือไม่ หรือเลือกเอาเฉพาะเหตุการณ์ที่มีคุณค่าเชิงข่าว นำมาทำเป็นรายงานข่าว (News Report) ออกไป โดยปรับไปตามเกณฑ์ของข่าว กลั่นกรองของสำนักข่าวและแนวที่เคยปฏิบัติ โดยคำนึงถึงสิ่งที่ผู้รับสารต้องการอย่างแท้จริง

คุณค่าของข่าว (News Value)

Allan Bell (1968) แบ่งคุณค่าของข่าวออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. คุณค่าจากบุคคลที่เป็นข่าว และเหตุการณ์ต่าง ๆ

(Values in News Actors and Events)

Allan Bell เห็นพ้องกับการให้คุณค่าของข่าวสารจากบุคคลและเหตุการณ์เหมือนกับที่ Galtung และ Ruge เคยกล่าวไว้ ซึ่งการแบ่งคุณค่าของข่าวเช่นนี้ทำให้ข่าวนั้นมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดมุมมองที่ถูกต้อง เทียบตรง และชัดเจน โดยมีองค์ประกอบทั้ง 12 ประการต่อไปนี้

1.1 ความผิดปกติจากสิ่งที่เคยเป็นอยู่ตามปกติ ทำให้เกิดคุณค่าในข่าว และเป็นสิ่งที่สร้างความสนใจให้กับคน (Negative) เช่น ความหายนะต่าง ๆ การล้มบอล รวมไปถึงความขัดแย้งระหว่างบุคคลในวงการกีฬา

1.2 ความสด ใหม่ ปัจจุบันทันด่วน (Recency) โดยให้เวลาเป็นตัวกำหนดคุณค่าของข่าว

1.3 ความใกล้ชิด (Proximity) เรื่องที่ใกล้ตัวย่อมมีความสำคัญและได้รับความสนใจมากกว่า

1.4 ความสอดคล้อง (Consonance) เป็นสิ่งที่คนได้คาดหวังก่อนไว้อยู่ในใจว่าสิ่งนี้ควรจะเป็นอย่างนี้ (Script)

1.5 สิ่งที่ชัดเจน มีความเป็นหนึ่งเดียว ไม่คลุมเครือ (Unambiguity) เป็นข้อเท็จจริง (Facts) จะหลีกเลี่ยงการเขียนข่าวโดยใช้คำว่า น่า จะ แต่ ถ้า ฯลฯ น้อยที่สุด

1.6 สิ่งที่ไม่ได้คาดหวังก่อน (Unexpectedness) เช่น วิทยาการใหม่ ๆ ของวงการกีฬา โดยเอาวิทยาศาสตร์การกีฬาเข้ามาช่วย

1.7 สิ่งที่เป็น “ที่สุด” (Superlativeness) เช่น ดีที่สุด ยอดเยี่ยมที่สุด มากที่สุด ฯลฯ ตัวอย่างเช่น การทำลายสถิติโลก มีนักกีฬามากที่สุด ฯลฯ

1.8 สิ่งที่เป็นความต้องการของคน อันมีผลมาจากสิ่งที่ใกล้ชิดกับชีวิต และประสบการณ์ของคน (Relevance) ในเรื่องต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง กีฬา

1.9 ความเฉพาะตัวของสื่อ (Personalization) เช่น รายการพิเศษกีฬา คนอ่านข่าว กีฬาที่ถูกต้อง

1.10 บุคคลเด่น สำคัญ ที่เหมาะเป็นข่าว (Eliteness) รวมไปถึงสิ่งของ หรือคนที่คัดไว้แล้วว่ามีความสำคัญที่สุด

1.11 สิ่งที่ถูกกำหนดมาแล้วจากคุณสมบัติหรือคุณลักษณะนั้น ๆ (Attribute) เป็นเรื่องเฉพาะในแหล่งที่มาของข้อมูลนั้น ๆ เช่น นักมวย 2 คนใน 12 คนได้เหรียญทองแล้ว เป็นต้น

1.12 ความชัดเจนของข้อมูล (Facticity) ในเรื่องต่าง ๆ เช่น ชื่อคน ชื่อสถานี ผลการแข่งขันกีฬาแต่ละชนิด ฯลฯ

2. คุณค่าของข่าวอันเกิดจากกระบวนการของข่าว

(Values in the News Process)

จากคุณสมบัติส่วนใหญ่ทั้ง 2 ข้อ ซึ่ง Galtung และ Ruge ได้กล่าวไว้ในเรื่องของคุณค่าของข่าวจากเหตุการณ์และบุคคลต่าง ๆ ซึ่งผู้แต่งเดิมเนื้อหาให้เกิดคุณค่าของข่าวขึ้น สิ่งที่มาเป็นลำดับต่อไป คือ ความต่อเนื่องและการจัดส่วนรวม ซึ่งเกี่ยวข้องในเรื่องของการรวบรวมข่าวและกระบวนการต่าง ๆ ซึ่ง Allan Bell ได้เพิ่มเติมขึ้นอีก 4 ข้อดังนี้

1. การแข่งขัน
2. การร่วมกันมอง
3. ความสามารถในการพยากรณ์
4. สิ่งที่ถูกทำขึ้นก่อนหน้าที่

รวมทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่

2.1 ความต่อเนื่อง (Continuity)

หมายถึง เมื่อเกิดข่าวแรกขึ้นมาแล้ว ย่อมต้องมีข่าวต่าง ๆ ต่อไปในลักษณะเดียวกัน (New Breed News) เพราะข่าวที่ได้ถูกนำเสนอออกไปอย่างดีแล้ว ย่อมเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดข่าวที่ดีขึ้นในลักษณะเช่นนี้อีกต่อไป

2.2 การแข่งขัน (Competition)

ลักษณะเหมือนกับเงินเหรียญที่จะต้องมีการสะท้อนอีกด้านหนึ่งออกมาเช่นกัน ข่าวทุก ๆ ข่าวที่เผยแพร่ออกไปนั้นย่อมต้องการความพิเศษเฉพาะตัว การเสนอเรื่องราวต่าง ๆ จะต้องถูกแข่งขันกันในวงการตลาดข่าวด้วยมุมมองพิเศษออกไป (Tuchman, 1978)

2.2 การร่วมมือกันมอง (Co-Option)

เช่น การร่วมกันส่งเสริมกีฬาอย่างต่อเนื่องในสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือเหตุการณ์พิเศษที่สามารถสร้างคุณค่าในข่าวขึ้นร่วมกัน

2.4 การจัดส่วนรวม (Composition)

เป็นการแต่งแต้มหนังสือพิมพ์ หรือประกาศโฆษณาต่าง ๆ ตามที่บก.ข่าวต้องการให้ผสมผสานกลมกลืน ในความแตกต่างกันของข่าวประเภทต่าง ๆ และการปรับบางอย่าง ที่ราบเรียบราวเส้นด้ายให้ลงตัวอย่างเหมาะสม

2.5 การทำนายเหตุการณ์ล่วงหน้า (Predictability)

เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสารงานข่าว โดยการใช้ความรู้และวิจารณ์ญาณของตัวผู้ทำข่าวมาเสริมการพยากรณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ ก่อนที่ข่าวนั้นจะสิ้นสุดสมบูรณ์ ซึ่งหัวข้อนี้จะเกิดคุณค่าของข่าวขึ้นเป็นอย่างมาก

2.6 สิ่งที่ถูกทำขึ้นมาก่อนหน้านี้ (Prefabrication)

สิ่งที่ได้ทำไว้แล้วสามารถนำมาอ้างอิง หรือแทนที่ได้อย่างรวดเร็ว ในข่าวมีลักษณะเนื้อหาคล้ายคลึงกัน

3. คุณค่าของข่าวจากเนื้อหา

(Values in the News Text)

ขึ้นอยู่กับ 3 สิ่ง คือ

1. Clarity - ความแจ่มแจ้ง ชัดเจน
2. Brevity - ความสั้น กระชับรัด
3. Colour - สีสันของข่าว

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเขียนวรรคนำ (Lead) ซึ่งการย่อหน้าแรกของข่าว อันเป็นเรื่องราวของการสรุปเหตุการณ์ต่าง ๆ

Galtung และ Ruge (1965) ได้กำหนดจุดประสงค์จาก 2 สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการที่องค์ประกอบต่าง ๆ ของข่าวได้รวมเข้าไว้ด้วยกัน

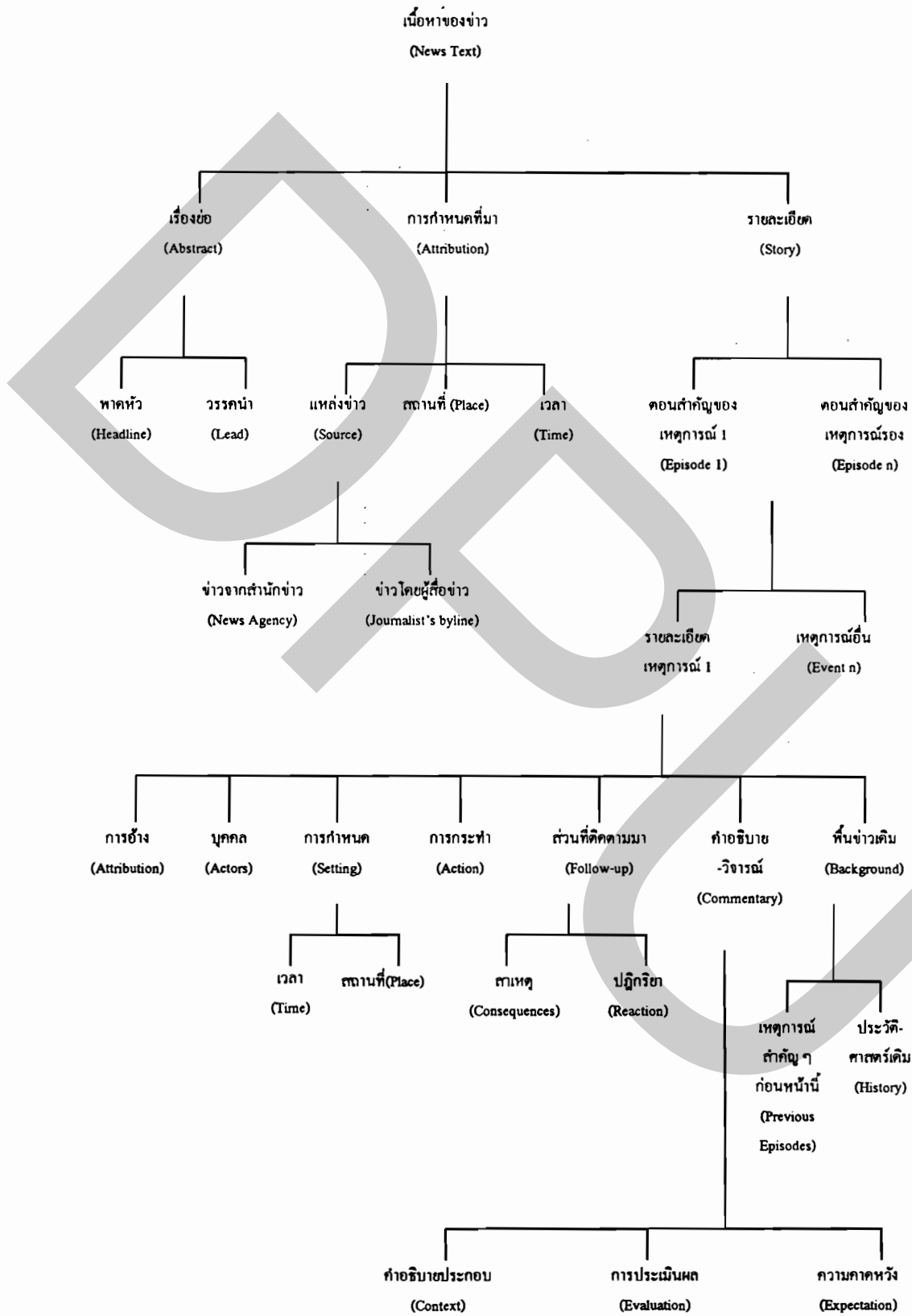
มันไม่ได้แยกออกจากกัน แต่เป็นการสะสมให้เพิ่มพูนขึ้น นั่นก็หมายถึงว่าข่าวจะมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ถ้าประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ ด้าน ตัวอย่างเช่น ข่าวกีฬา เป็นสิ่ง ที่รวบรวมมาหลาย ๆ เหตุการณ์เข้าไว้ด้วยกัน ได้แก่ ความชัดเจนจากผลการแข่งขัน เป็นการต่อสู้ จากสิ่งที่ไม่ได้คาดหวังไว้

โครงสร้างของเนื้อหาข่าว

(The Structure of News Stories)

Van Dijk (1983) ได้ให้นิยามในเรื่องของการพูดคุยเกี่ยวกับข่าว และลักษณะอื่น ๆ จำเป็นต้องมีเงื่อนไขอันประกอบด้วย เรื่องย่อ (Abstract) การกำหนดแหล่งที่มา (Attribution) และรายละเอียดของเนื้อหาต่าง ๆ (Story Proper) มีรายละเอียดแสดงจากแผนภูมิต่อไปนี้

ภาพแสดงโครงสร้างของเนื้อหาข่าว (The Structure of News Stories)



แผนภูมิแสดงโครงสร้างของเนื้อหาข่าว ได้แก่ จำนวนของเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือตอนสำคัญของเหตุการณ์หลัก การติดตามผล และพื้นเรื่องเดิม มีส่วนเพิ่มความเป็นอย่างมากในเรื่องของเหตุการณ์หลัก ๆ นอกจากนี้ พาดหัวหลัก และพาดหัวรองก็เป็นส่วนที่ประกอบให้เนื้อหาชัดเจนขึ้น รวมไปถึงสิ่งที่กำหนดหรืออ้างอิงต่าง ๆ ก็เป็นส่วนประกอบสำคัญของเหตุการณ์ หรือตอนหลัก ๆ ของเนื้อหานั้น ๆ ด้วยเช่นกัน

แนวความคิดในเรื่องการสร้างสารให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสารในประเทศกำลังพัฒนา

ในการพัฒนาชาตินั้น สื่อสารมวลชนจะมีหน้าที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ หน้าที่แจ้งข่าวสาร หน้าที่ชี้แจงนโยบาย หน้าที่ให้การชี้แนะหรือให้การศึกษา และหน้าที่ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. หน้าที่ให้ข่าวสาร (Information or Watchman Function) โดยความหมายของหน้าที่นี้นั้น สื่อมวลชนก็จะทำหน้าที่ค้นหาข่าวสารความเป็นไป แล้วรายงานให้ประชาชนได้ทราบ ในการรายงานนั้นก็จะเป็นผู้ให้สีสรรว่ามีอะไรเกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไร และมีความสำคัญอย่างไร

1.1 เปิดโลกทัศน์ของประชาชนในประเทศชาติให้กว้างไกล ได้รับรู้ทั้งภายในและภายนอก

1.2 ช่วยให้เกิดความสนใจในเรื่องที่สำคัญ การเล่นข่าว การเสนอข่าวของสื่อมวลชน โดยการวางข่าวไว้หน้าหนึ่ง การพาดหัวตัวใหญ่ การเสนอข่าวต่อเนื่องกันหลายวัน การเสนอข่าวทางวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงบ่อย ๆ จะทำให้ข่าวนั้นกลายเป็นสิ่งที่น่าสนใจและประชาชนทั่วประเทศติดตามศึกษาหารายละเอียดเกี่ยวกับข่าว เพราะฉะนั้นถ้าเราอยากให้การเปลี่ยนแปลงใด ๆ เกิดขึ้นก็สามารถที่จะใช้การเล่นข่าวของสื่อมวลชนสร้างความสำคัญให้แก่การเปลี่ยนแปลงนั้นได้

1.3 ช่วยยกระดับความทะเยอทะยาน โดยการเสนอภาพในอุดมคติ การเสนอผลสำเร็จของความก้าวหน้า เสนอประวัติบุคคลที่มีความก้าวหน้าในการทำงาน หรือเก่งทางกีฬา โดยอาศัยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ จะช่วยทำให้คนเรารู้สึกอยากจะทำให้ออกไปจากสภาพชีวิตที่เป็นอยู่ สลัดความรู้สึกเรื่องพรหมลิขิตและชะตากรรมออกไปจากแนวปรัชญาชีวิต ทำให้เกิดความต้องการอยากเป็นขึ้นมาบ้าง

1.4 ช่วยสร้างบรรยากาศของการพัฒนา เรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับความสำเร็จ ความก้าวหน้า เป็นสิ่งที่ทำให้คนอยากก้าวไปจากจุดที่เป็นอยู่ การชี้แนะปัญหาของสภาวะในปัจจุบัน ทำให้คนรับรู้ปัญหาของสภาวะที่เป็นอยู่แล้วอยากเปลี่ยนแปลงการรายงานข่าวความ

สำเร็จเป็นช่วง ๆ ทำให้เกิดกำลังใจ และการชี้แนะกระตุ้นความร่วมมือกับโครงการต่าง ๆ ทำให้บรรยากาศของการพัฒนาดำเนินไปได้ด้วยดี

2. หน้าที่ชี้แจงนโยบาย (Policy Function) ในประเทศที่กำลังพัฒนาการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องนโยบาย การส่งเสริมเพื่อให้เกิดการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการชี้แจงนโยบายจะทำให้เกิดการร่วมมือกันในหมู่ประชาชนทุกระดับ โดยหน้าที่นี้สื่อมวลชนที่จะเอาข้อมูลจากประชาชนไปสู่ผู้ตัดสินใจวางนโยบายและในทางเดียวกันก็สามารถชี้แจงนโยบายให้แก่ประชาชนได้รับทราบและเกิดการยอมรับ ทำให้เกิดความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนทั้งประเทศที่จะร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาวงการ ถ้าจะมองกันโดยละเอียดแล้วในหน้าที่ชี้แจงนโยบายนั้นสื่อมวลชนจะปฏิบัติการได้ดังต่อไปนี้

2.1 ช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าทัศนคติและค่านิยมที่ฝังใจประชาชนอยู่นั้นมีอยู่ไม่น้อยที่มีอุปสรรคต่อการพัฒนา

2.2 ช่วยก่อให้เกิดการสนทนาระหว่างบุคคล เมื่อมีข่าวคราวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงออกไปจากสื่อมวลชน ก็จะกระตุ้นให้เกิดการสนทนาและเปลี่ยนความคิดเห็นและทัศนคติต่าง ๆ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ

2.3 ช่วยให้เกิดการยอมรับสถานภาพ บุคคลที่ดี นโยบายที่ดี จะมีบทบาทในการพัฒนาอย่างสัมฤทธิ์ผล ก็คือเมื่อประชาชนยอมรับความเป็นผู้นำของบุคคล ความสามารถของบุคคล

3. หน้าที่ให้การศึกษา (Teaching Function) เมื่อการพัฒนาประเทศก้าวไป การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้น คนในประเทศทุกคนกำลังเรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ประชาชนกำลังต้องการการศึกษาทั้งทางตรงและทางอ้อม สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นผู้เผยแพร่ความรู้ในกระบวนการทางสังคม หรือการเตรียมคนเข้าสู่สังคมใหม่ มีทักษะใหม่ มีค่านิยมใหม่ และมีความเชื่อใหม่พร้อมจะใช้ชีวิตในสังคมที่พัฒนาแล้วด้วยความสบายใจในหน้าที่สื่อสารมวลชนทำได้มากที่สุด

3.1 เป็นผู้ให้ความรู้แก่ประชาชน การเล่นเกมกีฬาแต่ละชนิด โดยผ่านทางสื่อมวลชน เช่น วิทยุกระจายเสียง บทความวิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์

3.2 เป็นผู้สอนทักษะ นอกจากจะให้เกิดความรู้ความเข้าใจแล้ว ขั้นตอนในการปฏิบัติในการดำเนินงานก็ได้ถูกนำมาเผยแพร่ในสื่อมวลชนด้วย

3.3 ช่วยให้การเรียนรู้เร็วขึ้น ปัจจุบันนี้คนในประเทศ และต่างประเทศสามารถรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เรียนรู้วิชาการต่าง ๆ ได้รวดเร็วพอ ๆ กัน โดยอาศัยวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ตลอดจนข่าวผ่านดาวเทียม

4. หน้าที่เปลี่ยนแปลงทักษะ (Transformation Function) ในการที่เราได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชนมากมาย วิธีการเสนอเนื้อหาสาระของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นลีลา น้ำเสียง การเลือกรูปแบบ และเทคนิคในการสร้างเนื้อหาซึ่งมีส่วนที่จะปรับอารมณ์ ความรู้สึก ทำหน้าที่เราจะมีต่อสิ่งเร้าในสังคมได้ด้วย เนื้อหาที่ดี ๆ แต่ขาดการเสนอที่ดีก็อาจทำให้เราปฏิเสธข้อมูลเหล่านั้น แต่วิธีการนำเสนอที่ดีจะทำให้เราประทับใจและเกิดอารมณ์คล้อยตามการเปลี่ยนทัศนคติที่สื่อมวลชนกระทำนั้นอาจเกิดขึ้นโดยสิ่งต่อไปนี้

4.1 การใช้ลีลาและองค์ประกอบของการสร้างเนื้อหาสภาวะอารมณ์ คนเราจะทำอะไรได้ต้องมีสภาวะอารมณ์ (Mood) คนตรี ภาพยนตร์ กีฬา ข่าวในสื่อมวลชนหลายครั้งสร้างสภาวะอารมณ์ทำให้เราพร้อมต่อการแสดงออก ซึ่งพฤติกรรมบางอย่าง เช่น สนุกสนานกับการแข่งขัน เพลิดเพลินกับการเล่นกีฬาแต่ละชนิด

4.2 การชี้มุมมองใหม่ให้แก่ประชาชน คนเราบางทีเมื่อมีข่าวสารอยู่ในมือ แต่มองอะไรในมุมมองเดิม ทัศนคติก็จะอยู่อย่างเดิมไม่เปลี่ยนแปลง แต่ถ้าเราเปลี่ยนมุมมองให้เราเกิดทัศนคติใหม่ ๆ เช่น อุปกรณ์เทคนิคการกีฬาจากต่างประเทศ จะทำให้เราเกิดความรู้สึกเปลี่ยนมุมมองใหม่ขึ้นได้

สำหรับการสร้างสารให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสารตามแนวคิดของ Wilbur Schramm (1964) นั้น Schramm ได้สรุปสิ่งที่สื่อมวลชนสามารถทำได้เพื่อสนองความต้องการของผู้รับสารในประเทศกำลังพัฒนาในแง่มุมต่าง ๆ ดังนี้

1. สื่อมวลชนเป็นเสมือน “Watchmen” เนื่องจากสื่อมวลชนมีความสามารถในการรายงานและให้ข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งในการให้บริการด้านข่าวสารต่าง ๆ สำหรับประเทศกำลังพัฒนา

2. สื่อมวลชนสามารถเปิดโลกให้กว้างขวางออกไปจากเดิม เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมประเพณี และสังคมสมัยใหม่ให้เข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ

3. สื่อมวลชนสามารถสร้างจุดเน้น เพื่อสร้างความสนใจในเรื่องต่าง ๆ อย่างชัดเจน เพื่อการแก้ปัญหาและการพัฒนาประเทศ

4. สื่อมวลชนสามารถเสริมความตั้งใจในด้านต่าง ๆ ของคนในประเทศกำลังพัฒนาได้มากขึ้น

แม้ว่าการสื่อสารจะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศ แต่ก็มีข้อว่าการสื่อสารช่วยการพัฒนาประเทศจะสำเร็จลุล่วงโดยง่ายทุกครั้งไป การที่จะใช้สื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศอย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. ศึกษาบรรยากาศของชุมชน และภูมิหลังของกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารที่ดีไม่ใช่มองตัวแปรทางการสื่อสาร เช่น ใครเป็นผู้ส่งข่าว ข้อความของสาร หรือสิ่งที่จะส่งสาร แต่ต้องมองผู้ว่าผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของเราเป็นใคร รู้อะไร เชื่ออะไร มีทัศนคติมีค่านิยมอย่างไรมาก่อน แล้วถ้าหากว่าข้อความที่เราสื่อออกไปไม่สอดคล้องกับความคิด ความเชื่อ ความรู้ คั้งเดิมที่มีอยู่ ความสำเร็จก็เกิดขึ้นได้ยาก
2. เลือกผู้ส่งสารให้ถูกต้อง และสร้างข่าวสารให้มีประสิทธิภาพ การนำการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคม เราต้องเลือกผู้ที่จะนำการเปลี่ยนแปลงนั้นไปสู่สังคม บางทีอาจจะเป็นเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง บางทีอาจจะเป็นผู้นำภูมิภาค บางทีอาจจะเป็นคารานักแสดง นักกีฬา ฯลฯ การพิจารณาหากผู้ส่งสารหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมอย่างถูกต้อง ย่อมทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงไปได้ง่ายยิ่งขึ้น

ภาระหน้าที่ของสื่อมวลชน หมายถึง ผลที่ตามมา หรือจุดมุ่งหมาย หรือสิ่งที่ต้องการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของคนกับความสัมพันธ์ และเกี่ยวข้องกับการใช้ซึ่งคนได้เรียนรู้จากสื่อมวลชน สื่อมวลชนพยายามที่จะให้สาระแก่ประชาชน คือ ผู้ใช้สื่อมวลชนจะยึดถือทัศนคติของการใช้สื่อมวลชนอย่างไร ซึ่งเป็นการมองทัศนคติจากผู้สร้างสาร หรือมองจากทัศนคติของผู้รับสาร หรือมองจากผู้สังเกตการณ์ที่เป็นกลาง ดังนั้น การกิจของสื่อมวลชนจึงเป็นเรื่องที่ต้องการเห็นพ้องต้องกัน ในสังคม และกำหนดภารกิจของสื่อมวลชนนั้น เพราะภารกิจบางอย่าง เช่น การให้ความบันเทิงแก่สาธารณชนเป็นสิ่งที่เหมาะสมในทฤษฎีหนึ่ง แต่กลับเป็นสิ่งเลวร้ายในอีกทฤษฎีหนึ่งได้

ภารกิจของสื่อมวลชนในลักษณะที่เป็นจุดหมาย ซึ่งในทฤษฎีนี้สามารถนำมาใช้สำหรับการอภิปรายในเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสังคม และสามารถนำมาใช้ได้ โดยผู้ที่ต้องการหลักฐานเกี่ยวกับสื่อมวลชนมาอ้างอิงได้จากทฤษฎี และในลักษณะที่เป็นจุดมุ่งหมายนั้นก็คือ การพยายามแสดงให้เห็นภาพกว้าง ๆ ของกิจกรรมหลักของตัวสื่อมวลชนในลักษณะที่เป็นตัวจักรของสังคม และการช่วยสนับสนุน ตลอดจนให้ข้ออ้างอิงแก่ทฤษฎีเชิงบรรทัดฐาน โดยปกติทฤษฎีเชิงบรรทัดฐานจะต้องระบุถึงจุดมุ่งหมายของการจัดอันดับความสำคัญของจุดมุ่งหมาย และวิธีการที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น ได้ดีที่สุด

ชแรมม์ (Schramm, 1975) กล่าวถึงหน้าที่หลักของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม 5 ประการ คือ

1. ทำหน้าที่ในการเป็นแหล่งให้ข่าวสารเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม
2. หน้าที่เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชนต่อประเด็นปัญหาข้อขัดแย้งต่าง ๆ ที่มีผลกระทบกระเทือนต่อประชาชนที่อยู่ในสังคม
3. หน้าที่เป็นแหล่งให้ความรู้แก่ประชาชน เท่ากับเป็นแห่งเพิ่มพูนปัญญาอันจะนำมาซึ่งความก้าวหน้าของตนเองและสังคม
4. หน้าที่ให้การบันเทิง เพื่อให้ประชาชนได้พักผ่อนทางด้านจิตใจ คลายความตึงเครียด และให้ความสนุกสนาน
5. หน้าที่ให้บริการทางธุรกิจ เพื่อประโยชน์ต่อการค้าขายและเศรษฐกิจของสังคม

ฉะนั้น สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีความสำคัญยิ่งต่อชีวิตประจำวัน จากบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนเช่นนี้ จึงมีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวทางความรู้สึกรู้จักคิดของสังคม ซึ่งสื่อแต่ละประเภทต่างก็มีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลในสังคมเช่นกัน

นอกจากนี้ ลูคัส และเรียล (Lucas and Real อ้างถึงใน Coakley, 1966) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์และโอลิมปิกเกมส์ (Television and Olympic Games) มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ต้องการทราบว่าโทรทัศน์พึงการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกหรือไม่
2. ต้องการทราบว่าผู้ที่ดำเนินการจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกต้องพึงโทรทัศน์หรือไม่
3. มีการเปลี่ยนแปลงในการแข่งขันกีฬานั้น ๆ ตามความต้องการของโทรทัศน์หรือไม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

รูบิน (Rubin, 1979) ได้ผลของการวิจัยที่สนับสนุนทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ สนองความต้องการของผู้ใช้สื่อ โดยเฉพาะการใช้สื่อโทรทัศน์พบว่าการดูโทรทัศน์รายการต่าง ๆ ในผู้ชมที่สูงอายุมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับความตั้งใจที่จะได้รับประโยชน์ในแง่ต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และยังพบความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างผู้ที่มีความตั้งใจใช้สื่อในการฆ่าเวลา กับการดูรายการข่าวทางโทรทัศน์ด้วย

พาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1979) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน โดยวัดค่าความคาดหวังจากการดูโทรทัศน์ว่ารายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ การใช้ประโยชน์ในการใช้สื่อสัมพันธ์ การช่วยให้ลืมปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา เพื่อเป็นการแก้เหงา และเพื่อความบันเทิง เขาพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง และมีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง - ความพึงพอใจต่ำ หรือความคาดหวังต่ำ - ความพึงพอใจสูง

โรนัลด์ (ronald J. Compisie, 1980) ศึกษาถึงผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ชมทั้งหมด 52 รายการ เพื่อจัดรวมเป็น 7 กลุ่มใหญ่ ๆ และตีความหมายความสำคัญของแต่ละกลุ่ม รวมทั้งความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ หากค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มปัจจัยบนฐานของค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด ได้ผลคือ กลุ่มปัจจัยที่จัดแบ่งได้เป็น 7 กลุ่มใหญ่ คือ ผู้ชมที่ชมเพื่อ 1. ได้รับความบันเทิง 2. ชมเพราะเป็นนิสัย เป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน 3. ดูเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่จะดูจะดู 4. ดูเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางสังคม ในการติดต่อกับคนอื่น รวมทั้งการดูกับเพื่อน และการนำไปพูดคุยกับเพื่อนด้วย 5. ดูเพื่อเป็นการพักผ่อน หรือหลีกเลี่ยงปัญหา เพื่อลดความตึงเครียด 6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ดูเพราะเบื่อ หรือไม่มีอะไรทำ หรือไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น 7. ดูเพื่อสำรวจความเป็นจริง หรือเพื่อหาคำแนะนำ เพื่อช่วยแก้ปัญหาในชีวิตของผู้ดู หรือใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่เป็น

บุคคล ช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจชีวิตของตนเอง และชีวิตคนอื่น ๆ หรือใช้สะท้อนความเป็นจริงทางสังคม กลุ่มความพึงพอใจต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยเป็นตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการชุดนั้น ชมรายการเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้านใดบ้าง

เวนเนอร์ (Wenner , 1986) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง หรือความพึงพอใจที่ได้รับ (Gratification Obtained) จากการชมรายการโทรทัศน์ โดยการวัดค่าการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในด้านความต้องการเฝ้าสังเกตเพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance) ด้านความบันเทิง/พักผ่อนหย่อนใจ (Entertainment/Diversion) การใช้ประโยชน์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Utility) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยอ้อม (Parasocial Interaction) รวม 12 รายการ (Statements) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สุ่มตัวอย่างผู้ชมทางโทรทัศน์จากเมืองไอโอวา รัฐไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการชมรายการโทรทัศน์โดยความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ดังกล่าว จะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

ชนิดา พลศรี (2530) ได้ศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พบว่า ความคาดหวังของเยาวชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมนิทรรศการ และพฤติกรรมการชมนิทรรศการของเยาวชนในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับ

จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ได้ศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไป ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร คลื่นพิเศษ F.M. SCA. พบว่า ผู้โดยสารที่มีช่วงอายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกัน

วันทนี้อย่าง แกนภักดี (2533) ได้ศึกษาความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา เป็นการศึกษาความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการการรับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชน ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจของนักศึกษาวิทยาลัยครู

พระนครศรีอยุธยาพบว่า ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความต้องการรับรู้ทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

นฤมล มั่งคณกุล (2534) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมและประชากรกับความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมือง ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความต้องการข่าวสารการเมือง และความต้องการข่าวสารการเมือง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมือง

บุศรินทร์ หนูนุกดี (2534) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ พบว่า ประชาชนที่มีเพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้ข่าวสารต่าง ๆ ของพนักงานเทศบาลเมืองแตกต่างกัน และประชาชนที่มีช่วงอายุ และรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเทศบาลเมืองแตกต่างกัน

อรวรรณ วิจักขณะ (2534) ได้ศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความสนใจ ความชื่นชอบต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ พบว่า นิสิต นักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์ เพราะต้องการทราบข่าวสารและเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวันบางส่วน ส่วนการชมรายการโทรทัศน์จะเป็นไปเพื่อความสนุกเพลิดเพลิน และเพื่อติดตามรายการที่ตนชื่นชอบ นอกจากนี้พบว่า นิสิต นักศึกษาได้มีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน วิทยุ และโทรทัศน์ มาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนอยู่เสมอ และสื่อมวลชนเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ค่านิยม ความคิดเห็น และพฤติกรรมในระดับพอสมควร

กัทธิดา พันธุมเสน (2535) ได้ศึกษาประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของนักเรียนโรงเรียนสตรีนนทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อมวลชนในปริมาณที่สูง จำนวน 10 สื่อ จัดลำดับการเปิดรับมากที่สุดตามลำดับดังนี้ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือการ์ตูน เทปเพลง นิตยสาร นวนิยาย เกมส์ หนังสือพิมพ์ วีดีโอ และภาพยนตร์ โดยเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือ ประเภทข่าว ความรู้ ส่วนเนื้อหาประเภทบริการประชาชนนั้นนักเรียนไม่สนใจ

เปิดรับ ซึ่งการเปิดรับสื่อมวลชนได้สนองตอบต่อความจำเป็น 4 ประการ โดยสนองตอบความต้องการทางด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการสร้างความมั่นใจ ความต้องการข่าวสารความรู้ และสุดท้ายคือ ความต้องการหลีกเลี่ยงหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

อรณี ผุ้จวรรณลักษณ์ (2538) ได้ศึกษาการเปิดรับการคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพทางครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา และการคาดหวังประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา

งานวิจัยเกี่ยวกับลักษณะประชากรกับการเปิดรับสื่อมวลชน

เบลสัน (W.A. Belson, 1959) ได้วิจัยเรื่อง “Effects of Television on the Interests and the Initiative of Adult Viewers in Greater London” เมื่อปี 1956 เพื่อศึกษาว่าโทรทัศน์ดึงดูดความสนใจ และช่วยสร้างความคิดริเริ่มของผู้ชมหรือไม่ โดยทำวิจัยจากประชาชนในหัวเมืองลอนดอน พบว่า โทรทัศน์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชม และสามารถสร้างความคิดริเริ่มในตัวผู้ชมให้สูงขึ้นได้

แชรรมม์ (Schramm 1964) พบว่า การศึกษามีอิทธิพลต่อความสนใจ ข่าวสาร การเมือง อาชีพ และรายได้ จะมีอิทธิพลต่อเมื่อคนมีการศึกษาดำเท่านั้น นั่นคือ ถ้าคนมีการศึกษาสูงแล้วไม่ว่าจะอยู่ในอาชีพใด มีฐานะทางเศรษฐกิจอย่างไร ความสนใจข่าวสารทางการเมืองจะไม่แตกต่างกัน แต่ถ้ามีการศึกษาดำแล้ว การมีฐานะดีขึ้น มีอาชีพที่มีค่านิยมสูงในสังคมจะช่วยเพิ่มความสนใจข่าวสารการเมืองให้กับประชาชน

แม็คเนลลี่ และฟอนซิเก้ (McNally and Fonseca, 1964) พบว่า การใช้สื่อที่เป็นสิ่งตีพิมพ์ ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจข่าวสารการเมืองได้ดีกว่าการใช้วิทยุ และโทรทัศน์ที่ประชาชนถือว่าเป็นสื่อที่ใช้สำหรับให้ความบันเทิง ในการศึกษาครั้งนี้ แม็คเนลลี่และฟอนซิเก้ ศึกษาในกลุ่มนักศึกษา มหาวิทยาลัยคอนคอร์ดารีกัน พบว่า ฐานะทางเศรษฐกิจไม่มีผลต่อการสนใจข่าวสารการเมืองของนักศึกษา

เซียร์ และฟรีดแมน (Sears and Freedman , 1967) ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล พบว่า กลุ่มตัวแปรทางด้านบุคคลที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรม การเปิดรับสื่อมวลชนที่ดีที่สุด คือ ระดับการศึกษา และระดับชั้นทางสังคม ซึ่งตัวแปรหลังนี้ใช้อาชีพเป็นเครื่องชี้ได้

อลายโม (Alaimo , 1969) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมของนักเรียนมัธยมศึกษา ปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ เพศ การยอมรับตนเอง การเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม โอกาสในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนเพศชาย และเพศหญิงมีค่านิยมต่อสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และนักเรียนทุกระดับจะคำนึงถึงเหตุผลด้านเศรษฐกิจ เป็นสาเหตุแรกที่ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม

โรบินสัน (Robinson, 1972) พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารดี และจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยใช้สื่อมวลชน

เดนนิส แม็คควอล, เจ และพรอว์น บลูมเมอร์ (Dennis McQuial , Jay and Prown Blumer 1972) พบว่าหน้าที่สำคัญของโทรทัศน์ในการตอบสนองความต้องการของผู้ชมมีอยู่ 4 ประการคือ

1. Self - rating Appeal คือ ผู้ชมได้พบเห็นบางสิ่งบางอย่างในตัวเอง เช่น ปัญหาของตน บุคลิกภาพของตน เป็นต้น

2. Basic for Social Interaction คือ เมื่อชมโทรทัศน์แล้ว ทำให้คนภายในครอบครัวมีการปะทะสังสรรค์กันมากขึ้น มีการพูดคุยกัน ถกเถียง และเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ตลอดจนมีการแข่งขันกันตอบปัญหา ทำให้ครอบครัวมีความสนใจร่วมกัน (Shared Family Interest)

3. Excitement คือ เพื่อความตื่นเต้น เช่น ผู้ชมจะเดาว่าเหตุการณ์ในโทรทัศน์จะเป็นเช่นไร ใครจะเป็นผู้แพ้ ใครจะเป็นผู้ชนะ เช่น การตอบปัญหา การแข่งกีฬา นอกจากนี้ ยังเป็นการหนีจากโลกของความเป็นจริงที่สับสนวุ่นวาย ดึงเครียดทางอารมณ์ เข้าทำนองว่า "I like to forget my worries for a while" ลืมความทุกข์ ความกังวลใจได้ชั่วขณะ ถือว่าเป็นหน้าที่แบบหนึ่งของการระบายอารมณ์ (Emotional cathesis)

4. Educational Appeal การคูโทรทัศน์ทำให้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับตนเอง และโลกภายนอก ก่อให้เกิดการปรับปรุงตนเอง มีการปรับตัวที่ดีขึ้น เพราะข่าวสารที่ได้รับช่วยให้ทันโลก ทันเหตุการณ์ ทำให้มีความรู้ความสามารถมากกว่าเดิม

แม็คคอมบ์ และมัลลินส์ (McCombs and Mullins , 1973) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษ การใช้สื่อมวลชน และความสนใจทางการเมือง พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้สื่อมวลชน และการใช้สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมือง แต่การศึกษานั้นมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมืองโดยทางอ้อมเท่านั้น กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อมวลชนและเพราะการใช้สื่อมวลชนมีมากขึ้นในหมู่ผู้มีการศึกษาสูง จึงทำให้เขาให้เขาสนใจข่าวสารการเมืองไปด้วย แต่ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการศึกษากับความสนใจทางการเมือง โดยไม่ผ่านการใช้สื่อมวลชนนั้นไม่มี จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ขณะที่การศึกษาเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อมวลชน แต่ก็ไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสนใจทางการเมืองด้วย

ศิริชัย ศิริกาชะ (2525) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชน เพื่อการพัฒนาในเขตเมืองในชนบท พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของค่านิยมสมัยใหม่ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจของประชาชน ขณะเดียวกันยังพบว่า สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวันเป็นสื่อที่มีผู้นิยมใช้มาก เรียงตามลำดับโดยที่โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีแนวโน้มของการ ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างมาก

วัชรียา อานามวัฒน์ (2533) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์ และการตอบสนองความต้องการ พบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์ คือ กลุ่มเพศหญิงมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันที่แตกต่างกัน

กฤษดา กิตติวัฒน์ (2534) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ผู้ชมข่าวต่างประเทศทางโทรทัศน์ : กรณีศึกษานิสิตบัณฑิตศึกษา เฉพาะโครงการสำหรับผู้บริหาร พบว่า สิ่งที่ต้องเร่งแก้ไขเพิ่มขึ้น ได้แก่ ข่าวต่างประเทศประเภทข่าวกีฬา เวลาการออกอากาศ และคุณค่าของข่าวเกี่ยวกับความชัดเจนของข่าว

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2534) ศึกษาการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน แต่ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน พบว่าปริมาณการเปิดรับการสื่อสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน ปริมาณการเปิดรับข่าวสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน

ชมกฤษ ปฎิมาประกร (2534) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสาร และการให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการจงใจ กับความเข้าใจ และความพึงพอใจในโฆษณาเพื่อส่งเสริมสังคมทางวิทยุโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสาร และการให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการจงใจ มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจและความพึงพอใจในโฆษณาเพื่อส่งเสริมสังคม

ศุภวรรณ สังข์พงศ์ (2534) ศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจและพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า สื่อโทรทัศน์ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนมากที่สุด ในกรณีที่สื่อต่าง ๆ เสนอข่าวสารโดยมีรายละเอียดเนื้อหาไม่ตรงกัน และในกรณีที่สามารถเลือกแหล่งข่าวสารได้แหล่งเดียว ประชาชนส่วนใหญ่จะเลือกสื่อโทรทัศน์

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ศึกษา

ประชากร ที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป และได้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ระยะเวลาศึกษา

เริ่มดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ระหว่างปลายเดือนธันวาคม 2541 - มกราคม 2542

กลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจครั้งล่าสุดของสำนักงานนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร พบว่า มีประชากรที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 4,378,978 คน (สถิติกรุงเทพมหานคร, 2540)

ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามหลักการความแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะที่เนื่องจากการสุ่มตัวอย่างตามสูตร (วิเชียร เกตุสิงห์: 2537) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อประชากรที่ต้องการศึกษามีจำนวน 4,378,978 หน่วยประชากร และให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{4,378,987}{1+4,378,987 \times (0.05)^2}$$

$$n = 399.96$$

ดังนั้นจึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย จำนวน 400 ตัวอย่าง สำหรับวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้

1. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเป็นประเภทลำดับชั้น (Stratified Sampling) แบ่งตามเขตปกครองออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ เขตเมือง เขตต่อเมือง และเขตชานเมือง ดังนี้

เขตเมืองมีทั้งหมด 14 เขต คือ เขตพระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย ปทุมวัน สัมพันธวงศ์ บางรัก บางซื่อ ดุสิต พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง ดินแดง ธนบุรี คลองสาน และบางกอกใหญ่

เขตต่อเมือง มีทั้งหมด 23 เขต คือ เขตยานนาวา ประเวศ ซาทร บางคอแหลม พระโขนง คลองเตย บางเขน ดอนเมือง บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม จตุจักร บางกอกน้อย บางพลัด ภาษีเจริญ ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ บางนา วังทองหลาง วัฒนา สะพานสูง หลักสี่ และสายไหม

เขตชานเมือง มีทั้งหมด 13 เขต คือ เขตหนองจอก สวนหลวง มีนบุรี ลาดกระบัง บางขุนเมือง จอมทอง ดลิ่งชัน หนองแขม คันนายาว คลองสามวา ทวีวัฒนา บางแค และบางบอน

2. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีจับสลาก มากกลุ่มละ 2 เขต รวม 6 เขต ดังนี้

เขตเมือง ได้แก่ เขตพญาไท เขตดินแดง

เขตต่อเมือง ได้แก่ เขตพระโขนง เขตบางกะปิ

เขตชานเมือง ได้แก่ เขตบางแค เขตสวนหลวง

3. ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยกำหนดอายุของประชาชนที่มีอายุ ตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป และได้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ซึ่งการสุ่มตัวอย่างในขั้นนี้ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างให้กระจายไปตามสัดส่วนของลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

เขต	ประชากร(คน)	กลุ่มตัวอย่าง(คน)
พญาไท	93,296	43
ดินแดง	171,062	80
พระโขนง	200,693	93
บางกะปิ	139,870	65
คลองตัน	145,490	68
สวนหลวง	108,644	51
รวม	859,055	400

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับชม และความพึงพอใจต่อการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และดัดแปลงมาจากการศึกษา ค้นคว้าเอกสาร และรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ประจำเดือน ซึ่งเป็นแบบสำรวจรายการ (check list)

ตอนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นแบบสำรวจรายการ (check list)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ เป็นแบบสำรวจรายการ (check list)

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยการให้คะแนนขึ้นอยู่กับข้อความดังนี้

ข้อเลือก	คะแนน
มากที่สุดหรือเด่นมากที่สุด	5
มากหรือเด่นมาก	4
ปานกลางหรือเด่นปานกลาง	3
น้อยหรือเด่นน้อย	2
น้อยที่สุดหรือเด่นน้อยที่สุด	1

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเนื้อหารายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมสื่อมวลชน ความพึงพอใจของผู้รับชมต่อการเปิดชมรายการข่าว และแนวคิดทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย
2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีสร้างแบบสอบถามจากเอกสารต่าง ๆ
3. สร้างแบบสอบถาม แล้วนำไปให้คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบและดำเนินการทดสอบเครื่องมือ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการทดสอบเครื่องมือ โดยการ Pre-test ทดสอบกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง
2. หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) และพิจารณาข้อความให้ชัดเจนเหมาะสม นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข เสนอต่อคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้ง
3. ผู้วิจัยเลือกนำเครื่องมือมาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตร Coefficient alpha ของ ครอนบาค ซึ่งใช้สำหรับแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left| \frac{1-V_i}{V_t} \right|$$

เมื่อ α = ความเชื่อถือได้

k = จำนวนข้อ

V_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.67 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะนำแบบสอบถามไปใช้ดำเนินการศึกษาวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยใช้เวลาในการรวบรวมข้อมูลประมาณ 2 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วน มาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS-X (Statistical Package for the Social Science X)

1. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่และคิดเป็นร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
2. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่และคิดเป็นร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
3. นำแบบสอบถามตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
4. นำแบบสอบถามตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่และคิดเป็นร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

5. หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ โดยการทดสอบด้วยไค-สแควร์ (χ^2 test)

6. หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน กับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ โดยการทดสอบด้วยไค-สแควร์ (χ^2 test)

7. หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวกีฬาทางโทรทัศน์กับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ โดยการทดสอบด้วย ไค-สแควร์ (χ^2 test)

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

การนำเสนอผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอนตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์
3. พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์
4. ความพึงพอใจในการรับชมข่าวกีฬา
5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

การนำเสนอทั้ง 5 ตอน จะใช้การนำเสนอตารางประกอบความเรียงเพื่ออธิบายผลการศึกษาดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

จากการวิเคราะห์แบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ คำร้อยละ ตามตัวแปรที่ศึกษา ปรากฏผลดังตาราง 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	219	54.8
หญิง	181	45.3
รวม	400	100.0
2. อายุ		
16-20 ปี	80	20.0
21-30 ปี	160	40.0
31-40 ปี	93	23.0
41-50 ปี	47	11.8
51-60 ปี	15	3.8
60 ปี ขึ้นไป	5	1.3
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	57	14.3
ม.6 หรือ ปวช.	70	17.5
ปวส. หรือ อนุปริญญา	65	16.3
ปริญญา หรือ เทียบเท่า	104	26.0
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.3
กำลังศึกษา	67	16.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	30	7.5
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	145	36.3
พนักงาน/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	25	6.3
ข้าราชการ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐบาล	88	22.0
นักเรียน/นักศึกษา	93	23.0
แม่บ้าน	8	2.0
ไม่ได้ทำงาน	11	2.8
รวม	400	100.0
5. รายได้ประจำเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	107	26.8
5,000 - 10,000 บาท	156	39.0
10,000 - 15,000 บาท	74	18.5
15,001 - 20,000 บาท	26	6.5
20,001 - 25,000 บาท	23	5.8
25,001 - 30,000 บาท	2	0.5
มากกว่า 30,000 บาท	12	3.0
รวม	400	100.0

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์
จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษา สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.8 และเป็นเพศ
หญิง คิดเป็นร้อยละ 45.3

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30ปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาอายุ
31-40 ปี ร้อยละ 23.3 ,อายุ 16-20 ปี ร้อยละ 20.0 , อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 11.8 , อายุ 51-60 ปี ร้อยละ
3.8 และ อายุ 60 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 1.3

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาได้แก่ ม.6หรือปวช. ร้อยละ 17.5 , กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีและมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 16.3, ต่ำกว่าม.6หรือ ปวช. ร้อยละ 14.3 และ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.3

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 23.0 , ข้าราชการ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐบาล ร้อยละ 22.0 , ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 7.5 , พนักงาน/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 6.3 และ ไม่ได้ทำงาน เป็นแม่บ้าน ร้อยละ 2.8 และ 2.0 ตามลำดับ

รายได้ประจำ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ประจำเดือน 5,000 -10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 26.8 ,10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 18.5 , 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 6.5 , 20,001 -25,000 บาท ร้อยละ 5.8 , มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 3.0 และ 25,001 -30,000 บาท ร้อยละ 0.5

ตอนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการ โทรทัศน์ จำแนกตามสถานีโทรทัศน์ที่เปิดรับชม

สถานีโทรทัศน์	เปิดชม (n=1975)
ช่อง 3	20.0 (395)
ช่อง 5	17.4 (344)
ช่อง 7	20.0 (395)
ช่อง 9	16.0 (316)
ช่อง 11	12.0 (237)
ไอทีวี	14.6 (288)

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เปิดชมรายการโทรทัศน์ทุกช่อง โดย สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และช่อง 3 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับชมมากที่สุด โดย คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 ร้อยละ 17.4 , ช่อง 9 ร้อยละ 16.0 ,ไอทีวี ร้อยละ 14.6 และช่อง 11 ร้อยละ 12.0 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์จำแนกตามประเภทของการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์

ประเภทรายการ	รวม (n)	สถานีโทรทัศน์ (n=400)					
		ช่อง3	ช่อง 5	ช่อง7	ช่อง9	ช่อง11	ไอทีวี
1. รายการข่าว	100.0 (1106)	23.1 (256)	8.7 (96)	27.6 (304)	12.0 (133)	5.5 (61)	23.1 (256)
2. ทอล์คโชว์	100.0 (577)	44.4 (256)	18.5 (107)	22.2 (128)	9.0 (52)	2.4 (14)	3.5 (20)
3. กีฬา	100.0 (992)	26.0 (258)	13.2 (131)	36.3 (360)	11.5 (114)	4.6 (46)	8.4 (83)
4. เกมโชว์	100.0 (702)	32.5 (228)	29.6 (208)	25.2 (177)	10.8 (76)	0.7 (5)	1.2 (8)
5. ละคร	100.0 (798)	39.1 (312)	21.7 (173)	30.7 (245)	7.0 (56)	0.6 (5)	0.9 (7)
6. วาไรตี้	100.0 (507)	42.6 (216)	18.9 (96)	25.0 (127)	6.8 (34)	1.8 (9)	4.9 (25)
7. สารคดี	100.0 (554)	4.7 (26)	13.2 (73)	16.2 (90)	18.2 (101)	26.9 (149)	20.8 (115)
8. สนทนาปัญหาบ้านเมือง/เศรษฐกิจและสังคม	100.0 (574)	8.2 (47)	9.2 (53)	17.8 (102)	14.8 (85)	18.8 (108)	31.2 (179)

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ดังตาราง3 ดังนี้

1. รายการ ข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามชมรายการข่าวจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดชมรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมาได้แก่ ช่อง 3 และไอทีวี ร้อยละ 23.1 ,ช่อง 9 ร้อยละ 12.0 ,ช่อง 5 ร้อยละ 8.7 และ ช่อง 11 ร้อยละ 5.5
2. ทอล์คโชว์ ผู้ตอบแบบสอบถามชมทอล์คโชว์ จากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดชมทอล์คโชว์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาได้แก่ ช่อง 7 ร้อยละ 22.0, ช่อง 5 ร้อยละ 18.5, ช่อง 9 ร้อยละ 9.0, ไอทีวี ร้อยละ 3.5 และ ช่อง 11 ร้อยละ 2.4
3. กีฬา ผู้ตอบแบบสอบถามชมรายการกีฬาจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดชมรายการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาได้แก่ ช่อง 3 ร้อยละ 26.0, ช่อง 5 ร้อยละ 13.2, ช่อง 9 ร้อยละ 11.5, ไอทีวี ร้อยละ 8.4 และช่อง 11 ร้อยละ 4.6
4. เกมโชว์ ผู้ตอบแบบสอบถามชมเกมโชว์จากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดชมเกมโชว์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาได้แก่ ช่อง 5 ร้อยละ 29.6, ช่อง 7 ร้อยละ 25.2 , ช่อง 9 ร้อยละ 10.8 ,ไอทีวี ร้อยละ 0.7 และ ช่อง 11 ร้อยละ 1.2
5. ละคร ผู้ตอบแบบสอบถามชมละครจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดชมละครมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมาได้แก่ ช่อง 7 ร้อยละ 30.7, ช่อง 5 ร้อยละ 21.7, ช่อง 9 ร้อยละ 7.0, ไอทีวี ร้อยละ 0.9 และ ช่อง 11 ร้อยละ 0.6
6. วาไรตี้ ผู้ตอบแบบสอบถามชมรายการวาไรตี้จากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดชมวาไรตี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาได้แก่ ช่อง 7 ร้อยละ 25.0, ช่อง 5 ร้อยละ 18.9 ,ช่อง 9 ร้อยละ 6.8 ,ไอทีวี ร้อยละ 1.8 และ ช่อง 11 ร้อยละ 4.9
7. สารคดี ผู้ตอบแบบสอบถามชมรายการสารคดีจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดชมรายการสารคดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาได้แก่ ไอทีวี ร้อยละ 20.8, ช่อง 9 ร้อยละ 18.2 , ช่อง 7 ร้อยละ 16.2 ,ช่อง 5 ร้อยละ 13.2 และ ช่อง 3 ร้อยละ 4.7

8. สนทนาปัญหาบ้านเมือง/เศรษฐกิจ และสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามชมรายการ รายการสนทนาปัญหาบ้านเมืองจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ซึ่งจากการศึกษา พบว่าสถานี โทรทัศน์ ไอทีวี เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดชมรายการสนทนาปัญหาบ้านเมือง/ เศรษฐกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาได้แก่ ช่อง 11 ร้อยละ 18.8, ช่อง 7 ร้อยละ 17.8 , ช่อง 9 ร้อยละ 14.8, ช่อง 5 ร้อยละ 9.2 และ ช่อง 3 ร้อยละ 8.2

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์จำแนกตามความถี่ของการเปิดรับชม รายการทางโทรทัศน์

ความถี่ในการเปิดรับชม	จำนวน (n)	ร้อยละ
ทุกวัน	283	70.8
5-6 ครั้ง	56	14.0
3-4 ครั้ง	44	11.0
1-2 ครั้ง	17	4.3
รวม	400	100.0

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ภายในหนึ่งสัปดาห์เปิดชมรายการ โทรทัศน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาเปิดชม 5-6 ครั้ง ร้อยละ 14.0, เปิดชม 3-4 ครั้ง ร้อยละ 11.0 และ เปิดชม 1-2 ครั้ง ร้อยละ 4.3 ดังตาราง 4

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์จำแนกตาม
เวลาที่เปิดรับชมตามลำดับ 1 ถึง ลำดับ 3

เวลาที่เปิดรับชม	จำนวน (n)	ร้อยละ
ลำดับ 1		
06.00-08.00 น.	26	6.5
08.00-10.00 น.	12	3.0
10.00-12.00 น.	40	10.0
12.00-14.00 น.	19	4.8
14.00-16.00 น.	24	6.0
16.00-18.00 น.	40	10.0
18.00-20.00 น.	106	26.5
20.00-22.00 น.	100	25.0
22.00-24.00 น.	33	8.3
รวม	400	100.0
ลำดับ 2		
06.00-08.00 น.	9	2.3
08.00-10.00 น.	11	2.8
10.00-12.00 น.	11	2.8
12.00-14.00 น.	15	3.8
14.00-16.00 น.	13	3.3
16.00-18.00 น.	57	14.3
18.00-20.00 น.	82	20.5
20.00-22.00 น.	135	33.8
22.00-24.00 น.	67	16.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 5 (ต่อ)

เวลาที่เปิดรับชม	จำนวน (ก)	ร้อยละ
ลำดับ 3		
06.00-08.00 น.	25	6.3
08.00-10.00 น.	10	2.5
10.00-12.00 น.	36	9.0
12.00-14.00 น.	14	3.5
14.00-16.00 น.	6	1.5
16.00-18.00 น.	33	8.3
18.00-20.00 น.	95	23.8
20.00-22.00 น.	79	19.8
22.00-24.00 น.	102	25.5
รวม	400	100.0

จากการศึกษา พบผู้ตอบแบบสอบถาม เปิดชมรายการโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ ในลำดับแรก ส่วนใหญ่ เปิดชมรายการโทรทัศน์ ในช่วงเวลา 18.00-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาได้แก่ เวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 25.0, เวลา 10.00-12.00 น. และ เวลา 16.00-18.00 น. ร้อยละ 10.0 ลำดับที่สอง ส่วนใหญ่ เปิดชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 20.00-22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาได้แก่ เวลา 18.00-20.00 น. ร้อยละ 20.5, เวลา 22.00-24.00 น. ร้อยละ 16.8 และ เวลา 16.00-18.00 น. ร้อยละ 14.3 ลำดับที่สาม ส่วนใหญ่เปิดชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 22.00-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาได้แก่ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 23.8, เวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 19.8 และ 10.00-12.00 น. ร้อยละ 9.0 ตามลำดับ ดังตาราง 5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์จำแนกตามเวลาที่เปิดรับชมตามลำดับ 1 ถึง ลำดับ 3

เวลาที่เปิดรับชม	จำนวน (n)	ร้อยละ
ลำดับ 1		
06.00-08.00 น.	28	7.0
08.00-10.00 น.	71	17.8
10.00-12.00 น.	132	33.0
12.00-14.00 น.	31	7.8
14.00-16.00 น.	35	8.8
16.00-18.00 น.	18	4.5
18.00-20.00 น.	29	7.3
20.00-22.00 น.	38	9.5
22.00-24.00 น.	18	4.5
รวม	400	100.0
ลำดับ 2		
06.00-08.00 น.	5	1.3
08.00-10.00 น.	13	3.3
10.00-12.00 น.	32	8.0
12.00-14.00 น.	45	11.3
14.00-16.00 น.	56	14.0
16.00-18.00 น.	78	19.5
18.00-20.00 น.	69	17.3
20.00-22.00 น.	74	18.5
22.00-24.00 น.	28	7.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 6 (ต่อ)

เวลาที่เปิดรับชม	จำนวน (n)	ร้อยละ
ลำดับ 3		
06.00-08.00 น.	6	1.5
08.00-10.00 น.	7	1.8
10.00-12.00 น.	29	7.3
12.00-14.00 น.	18	4.5
14.00-16.00 น.	28	7.0
16.00-18.00 น.	38	9.5
18.00-20.00 น.	90	22.5
20.00-22.00 น.	116	29.0
22.00-24.00 น.	68	17.0
รวม	400	100.0

จากการศึกษา พบผู้ตอบแบบสอบถาม เปิดชมรายการโทรทัศน์ในวันเสาร์ - อาทิตย์ ในลำดับแรก ส่วนใหญ่เปิดชมรายการโทรทัศน์ ในช่วงเวลา 10.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาได้แก่ เวลา 08.00-10.00 น. ร้อยละ 17.8 , เวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 9.5 และ เวลา 14.00-16.00 น. ร้อยละ 8.8 ลำดับที่สอง ส่วนใหญ่ เปิดชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 16.00-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาได้แก่ เวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 18.5 , เวลา 18.00-20.00 น. ร้อยละ 17.3 และ เวลา 14.00-16.00 น. ร้อยละ 14.0 ลำดับที่สาม ส่วนใหญ่เปิดชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 20.00-22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมาได้แก่ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 22.5 , เวลา 22.00-24.00 น. ร้อยละ 17.0 และ 16.00-18.00 น. ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 6

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีความสนใจรับชมกีฬา
จำแนกตามประเภทกีฬา

ประเภทกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
1. ฟุตบอล	313	22.6
2. มวยไทย	90	6.5
3. มวยสากล	126	9.0
4. กีฬา	80	5.8
5. เทนนิส	49	3.6
6. แบดมินตัน	49	3.6
7. วอลเลย์บอล	138	9.9
8. ปิงปอง	19	1.4
9. บาสเก็ตบอล	153	11.0
10. จักรยาน	29	2.1
11. ยิมนาสติก	120	8.6
12. วายน้ำ	167	12.0
13. สนุกเกอร์	36	2.6
14. รถแข่ง	8	0.6
15. มวยปล้ำ	10	0.7
รวม	1387	100.0

จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 22.6 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด สนใจในกีฬาฟุตบอล รองลงมาได้แก่ วายน้ำ ร้อยละ 12.0 , บาสเก็ตบอล ร้อยละ 11.0 , วอลเลย์บอล ร้อยละ 9.9 และ มวยสากล ร้อยละ 9.0 ตามลำดับดังตารางที่ 7

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์จำแนกตามความสนใจ
ติดตามชมข่าวกีฬา

ความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	364	91.0
ไม่สนใจ	36	9.0
รวม	400	100.0

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 91.0 มีความสนใจติดตาม
ชมข่าวกีฬา และร้อยละ 9.0 ไม่สนใจติดตามชมข่าวกีฬา ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์จำแนกตามความถี่ในการชมรายการข่าวกีฬาโทรทัศน์ภายในหนึ่งสัปดาห์

ความถี่ในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	194	48.5
5-6 ครั้ง	58	14.5
3-4 ครั้ง	86	21.5
1-2 ครั้ง	62	15.5
รวม	400	100.0

จากการ ศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ในสัปดาห์หนึ่ง ๆ ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมาชมรายการข่าวกีฬา 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.5 , 1-2 ครั้ง ร้อยละ 15.5 และ 5-6 ครั้ง ร้อยละ 14.5 ดังตาราง 9

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่ผู้ชมชอบชมรายการข่าวกีฬาในช่วงของรายการข่าวกีฬา จำแนกตามประเภทของข่าวกีฬาตามลำดับ 1 ถึง ลำดับ 3

ประเภทของรายการข่าวกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ลำดับ 1		
ข่าวเด่นประจำวันในและต่างประเทศ	122	30.5
ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ(CNN, WTN, Reuter)	52	13.0
ข่าวกีฬาในประเทศเฉพาะที่น่าสนใจ	43	10.8
ภาพกีฬามัน ๆ	86	21.5
สื่อบข่าวกีฬาพิเศษ ต่าง ๆ	17	4.3
ข่าวแถลงต่าง ๆ	4	1.0
ถ่ายทอดสด	76	19.0
รวม	400	100.0
ลำดับ 2		
ข่าวเด่นประจำวันในและต่างประเทศ	46	11.5
ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ(CNN, WTN, Reuter)	54	13.5
ข่าวกีฬาในประเทศเฉพาะที่น่าสนใจ	44	11.0
ภาพกีฬามัน ๆ	107	26.8
สื่อบข่าวกีฬาพิเศษ ต่าง ๆ	77	19.3
ข่าวแถลงต่าง ๆ	7	1.8
ถ่ายทอดสด	62	15.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ประเภทของรายการข่าวกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ลำดับ 3		
ข่าวเด่นประจำวันในและต่างประเทศ	56	14.0
ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ(CNN, WTN, Reuter)	27	6.8
ข่าวกีฬาในประเทศเฉพาะที่น่าสนใจ	78	19.5
ภาพกีฬามัน ๆ	76	19.0
สตู๊ปข่าวกีฬาพิเศษ ต่าง ๆ	58	14.5
ข่าวแกล้งต่าง ๆ	21	5.3
ถ่ายทอดสด	84	21.0
รวม	400	100.0

จากการศึกษาพบว่า ในช่วงของรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ผู้ตอบแบบสอบถามชอบชมรายการข่าวกีฬา ในลำดับแรก ส่วนใหญ่เปิดชมรายการข่าวเด่นประจำวันใน และต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาได้แก่ ภาพกีฬามัน ๆ ร้อยละ 21.5 , รายการถ่ายทอดสด ร้อยละ 19.0 และ ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ ร้อยละ 13.0 ลำดับสอง ส่วนใหญ่เปิดชมภาพกีฬามัน ๆ คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมา ได้แก่ สตู๊ปข่าวกีฬาพิเศษ ร้อยละ 19.3 , รายการถ่ายทอดสด ร้อยละ 15.5 และ ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ ร้อยละ 13.5 ลำดับสาม ส่วนใหญ่เปิดชมรายการถ่ายทอดสด คิดเป็นร้อยละ 21.0 , ข่าวกีฬาในประเทศเฉพาะที่น่าสนใจ ร้อยละ 19.5 , ภาพกีฬามัน ๆ ร้อยละ 19.0 และสตู๊ปข่าวกีฬาพิเศษ ร้อยละ 14.5 ตามลำดับ ดังตาราง 10

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่ใช้เวลาในการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์จำแนกตามปริมาณของเวลาที่ใช้

ปริมาณเวลาในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 นาที	36	9.0
5-10 นาที	108	27.0
10-30 นาที	148	37.0
30 นาที - 1 ชั่วโมง	108	27.0
รวม	400	100.0

จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้เวลาในการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ในแต่ละวัน ประมาณ 10-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาใช้เวลาในการชม 5-10 นาที และ 30 นาที - 1 ชั่วโมง ร้อยละ 27.0 เท่ากัน และ น้อยกว่า 5 นาที ร้อยละ 9.0 ดังตาราง 11

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่ชมรายการข่าวกีฬาจำแนกตาม
ช่วงเวลาที่เปิดรับชม

ช่วงเวลาที่เปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ
19.00-19.20 น.	32	8.0
19.20-19.40 น.	31	7.8
19.40-20.00 น.	85	21.3
20.00-20.20 น.	116	29.0
20.20-20.40 น.	74	18.5
20.40-21.00 น.	19	4.8
หลัง 21.00น.เป็นต้นไป	43	10.8
รวม	400	100.0

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ในช่วงเวลา 20.00-20.20 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมา ได้แก่ ช่วงเวลา 19.40-20.00 ร้อยละ 21.3 , ช่วงเวลา 20.20-20.40 ร้อยละ 18.5 และ หลัง 21.00 น. เป็นต้นไป ร้อยละ 10.8

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการรับชมรายการข่าวกีฬา

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์จำแนกตามประเภทรายการข่าวกีฬา

ประเภทรายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=400)					\bar{X}
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1.ข่าวเด่นประจำวันในและต่างประเทศ	20.5 (82)	33.5 (134)	40.0 (160)	4.8 (19)	1.3 (5)	3.7
2.ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ (CNN, WTN, Reuter)	14.5 (58)	22.3 (89)	50.3 (201)	10.3 (41)	2.8 (11)	3.4
3.ข่าวกีฬาในประเทศเฉพาะที่น่าสนใจ	11.5 (46)	32.3 (129)	50.3 (201)	5.0 (20)	1.0 (4)	3.5
4.ภาพกีฬามัน ๆ	33.8 (135)	33.8 (135)	29.0 (116)	2.3 (9)	1.3 (5)	3.9
5.สื่อบันเทิงกีฬาพิเศษ ต่าง ๆ	15.8 (63)	32.0 (128)	45.0 (180)	6.0 (24)	1.3 (5)	3.6
6.ข่าวแถลงต่าง ๆ	4.3 (17)	12.5 (50)	54.3 (217)	21.8 (87)	7.3 (29)	2.8
7. ถ่ายทอดสด	33.8 (135)	28.3 (113)	29.5 (118)	5.5 (22)	3.0 (12)	3.8

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ จากตารางที่ 13 ดังต่อไปนี้

1. ข่าวเด่นประจำวันทั้งในและต่างประเทศ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 33.5 และระดับมากที่สุด ร้อยละ 20.5
2. ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ (CNN, WTN, Reuter) ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 14.5 และมากที่สุด ร้อยละ 14.5
3. ข่าวกีฬาในประเทศเฉพาะที่น่าสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 32.3 และมากที่สุด 11.5
4. ภาพกีฬามัน ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก และมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.8 และในระดับปานกลาง ร้อยละ 29.0
5. สกู๊ปข่าวกีฬาพิเศษ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 32.0 และมากที่สุด ร้อยละ 15.8
6. ข่าวแถลงต่าง ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาในระดับน้อย ร้อยละ 21.8 และในระดับมาก ร้อยละ 12.5
7. ถ่ายทอดสด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาในระดับปานกลาง ร้อยละ 29.5 และในระดับมาก 28.3

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์จำแนกตามเหตุผลที่ชอบดูรายการข่าวกีฬา

ประเภทรายการ	ระดับความพึงพอใจ(n=400)					\bar{X}
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา	19.5 (78)	33.5 (134)	43.8 (175)	2.5 (10)	0.8 (3)	3.7
2. ช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ดี	17.0 (68)	46.3 (185)	32.3 (129)	2.5 (10)	2.0 (8)	3.7
3. ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ตื่นเต้น	12.0 (48)	41.0 (164)	37.5 (150)	6.8 (27)	2.8 (11)	3.5
4. ทำให้มีข้อมูลพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น	9.3 (37)	32.3 (129)	45.8 (183)	9.8 (39)	3.0 (12)	3.9
5. หลีกเลียงความเบื่อหน่ายไม่มีอะไรจะทำ	5.0 (20)	20.3 (81)	49.0 (196)	19.5 (78)	6.3 (25)	3.2
6. ช่วยให้ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	7.5 (30)	25.8 (103)	53.5 (214)	7.5 (30)	5.8 (23)	3.2
7. สนองความอยากรู้อยากเห็น	7.8 (31)	26.5 (106)	47.8 (191)	13.0 (52)	5.0 (20)	3.5

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการดูรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ด้วยเหตุผล ดังต่อไปนี้ จากตารางที่ 14

1. ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 33.5 และระดับมากที่สุด ร้อยละ 19.5

2. ช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ดี ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาในระดับปานกลาง ร้อยละ 32.3 และมากที่สุด ร้อยละ 17.5

3. ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ ตื่นเต้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาในระดับปานกลาง ร้อยละ 37.5 และมากที่สุด ร้อยละ 12.0

4. ทำให้มีข้อมูลพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 32.3 และในระดับน้อย ร้อยละ 9.8

5. หลีกเลี่ยงความเบื่อหน่ายไม่มีอะไรจะทำ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 20.3 และในระดับน้อย ร้อยละ 19.5

6. ช่วยให้ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 25.8 และ ระดับน้อย ร้อยละ 7.5

7. สนองความอยากรู้อยากเห็นผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 26.5 และในระดับน้อย ร้อยละ 13.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบเนื้อหา
ช่วงเวลา ปริมาณและผู้อ่านข่าวกีฬา/พิธีกร ของรายการข่าวกีฬาที่ชื่นชอบ

ความชื่นชอบของรายการข่าวกีฬา	ระดับความพึงพอใจ(n=400)					\bar{X}
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. รูปแบบการนำเสนอของรายการข่าวกีฬา	11.5 (46)	34.5 (138)	50.0 (200)	2.8 (11)	1.3 (5)	3.5
2. เนื้อหาของข่าวกีฬา	14.0 (56)	35.5 (146)	48.3 (193)	0.8 (3)	1.5 (6)	3.6
3. ช่วงเวลาของการออกอากาศของรายการ ข่าวกีฬา (19.00-21.00น.)	13.8 (55)	32.0 (128)	50.3 (201)	3.0 (12)	1.0 (4)	3.5
4. ระยะเวลาของการออกอากาศ	5.0 (20)	24.5 (98)	56.0 (224)	13.8 (55)	0.8 (3)	3.2
5. ผู้อ่านข่าวกีฬาชาย	9.0 (36)	31.8 (127)	52.3 (209)	4.3 (17)	2.8 (11)	3.4
6. พิธีกรชาย	5.5 (22)	33.0 (132)	53.8 (215)	6.3 (25)	1.5 (6)	3.4
7. ผู้อ่านข่าวกีฬาหญิง	4.3 (17)	21.5 (86)	61.0 (244)	11.3 (45)	2.0 (8)	3.1
8. พิธีกรหญิง	5.3 (21)	23.8 (95)	57.0 (228)	12.5 (50)	1.5 (6)	3.1

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบ เนื้อหา ช่วงเวลา ปริมาณ และผู้อ่านข่าวกีฬา/พิธีกร ของรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ดังต่อไปนี้ จากตารางที่ 15

1. รูปแบบที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 34.5 และระดับมาก ร้อยละ 11.5

2. เนื้อหาของข่าวกีฬา ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 35.5 และมากที่สุด ร้อยละ 14.0

3. ช่วงเวลาของการออกอากาศของรายการข่าวกีฬา (19.00-21.00 น.) ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 32.0 และมากที่สุด ร้อยละ 13.8

4. ระยะเวลาของการออกอากาศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 24.5 และในระดับน้อย ร้อยละ 13.8

5. ผู้อ่านข่าวกีฬาชายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 31.8 และในระดับมาก ร้อยละ 9.0

6. พิธีกรชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 33.0 และ ระดับน้อย ร้อยละ 6.3

6. ผู้อ่านข่าวหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 21.5 และในระดับน้อย ร้อยละ 11.3

7. พิธีกรหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 23.8 และในระดับน้อย ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี
โทรทัศน์ช่อง 3 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา

จุดเด่น	ระดับความพึงพอใจ (n =263)					\bar{X}
	เด่น มาก ที่สุด	เด่น มาก	ปาน กลาง	เด่น น้อย	เด่น น้อย ที่สุด	
1. รูปแบบที่น่าสนใจ	16.0 (42)	36.1 (95)	45.6 (120)	1.5 (4)	0.8 (2)	3.7
2. วิธีการนำเสนอข่าวดี น่าสนใจ	11.1 (29)	39.3 (103)	47.3 (124)	1.5 (4)	0.8 (2)	3.6
3. เทคนิคการผลิตดี	13.0 (34)	38.9 (102)	44.7 (117)	2.7 (7)	0.8 (2)	3.6
4. เนื้อหาดี	11.1 (29)	45.0 (118)	38.5 (101)	3.4 (9)	1.9 (5)	3.6
5. รวดเร็ว	14.9 (39)	38.5 (101)	40.8 (107)	3.8 (10)	1.9 (5)	3.6
6. ทันสมัย	13.0 (34)	46.6 (122)	35.1 (92)	3.1 (8)	2.3 (6)	3.7
7. ผู้อ่านข่าว	12.6 (33)	40.8 (107)	40.1 (105)	5.3 (14)	1.1 (3)	3.6
8. พิธีกร	13.0 (34)	25.0 (100)	27.0 (108)	3.0 (12)	2.0 (8)	3.5

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคู่ช่างกีฬาช่อง 3 เพราะมีจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา ดังต่อไปนี้ จากตารางที่ 16

1. รูปแบบที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 36.1 และเด่นที่สุด ร้อยละ 16.0
2. วิธีการนำเสนอข่าวดี น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 39.3 และเด่นที่สุด ร้อยละ 11.1
3. เทคนิคการผลิตดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 38.9 และเด่นที่สุด ร้อยละ 13.0
4. เนื้อหาดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาเด่นปานกลาง ร้อยละ 38.5 และเด่นที่สุด ร้อยละ 11.1
5. รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 38.5 และเด่นที่สุด ร้อยละ 14.9
6. ทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาเด่นปานกลาง ร้อยละ 35.1 และเด่นที่สุด ร้อยละ 13.0
7. ผู้อ่านข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาเด่นปานกลาง ร้อยละ 40.1 และเด่นที่สุด ร้อยละ 12.6
8. พิธีกร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 25.0 และเด่นที่สุด ร้อยละ 13.0

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานีโทรทัศน์
ช่อง 5 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา

จุดเด่น	ระดับความพึงพอใจ (n=121)					\bar{X}
	เด่น มากที่สุด	เด่น มาก	ปาน กลาง	เด่น น้อย	เด่น น้อยที่สุด	
1. รูปแบบที่น่าสนใจ	6.6	20.7	70.2	2.5	-	3.3
2. วิธีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ	(8)	(25)	(85)	(3)		
3. เทคนิคการผลิตดี	5.8	14.9	65.3	14.0	-	3.1
4. เนื้อหาดี	(7)	(18)	(79)	(17)		
5. รวดเร็ว	2.5	13.2	71.1	13.2	-	3.1
6. ทันสมัย	(3)	(16)	(86)	(16)		
7. ผู้อ่านข่าว	6.6	30.6	54.5	8.3	-	3.4
8. พิธีกร	(8)	(37)	(60)	(10)		
	1.7	24.8	60.3	12.4	0.8	3.1
	(2)	(30)	(73)	(15)	(1)	
	3.3	35.5	51.2	9.1	0.8	3.3
	(4)	(43)	(62)	(11)	(1)	
	3.3	20.7	65.3	10.7	-	3.2
	(4)	(25)	(79)	(13)		
	1.6	16.4	68.9	13.1	-	3.2
	(2)	(20)	(84)	(16)		

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคู่ขวัญกีฬาช่อง 5 เพราะมีจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา ดังต่อไปนี้ จากตาราง ที่17

1. รูปแบบที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 20.7 และเด่นที่สุด ร้อยละ 8.0
2. วิธีการนำเสนอข่าวดี น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 14.9 และเด่นน้อย ร้อยละ 14.0
3. เทคนิคการผลิตดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 71.1 รองลงมาเด่นมาก และเด่นน้อย ร้อยละ 13.2
4. เนื้อหาดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 30.6 และเด่นน้อย ร้อยละ 8.3
5. รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 24.8 และเด่นน้อย ร้อยละ 12.4
6. ทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 35.5 และเด่นน้อย ร้อยละ 9.1
7. ผู้อ่านข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 20.7 และเด่นน้อย ร้อยละ 10.7
8. พิธีกร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 68.9 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 16.4 และเด่นน้อย ร้อยละ 13.1

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี
โทรทัศน์ช่อง 7 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา

จุดเด่น	ระดับความพึงพอใจ (363)					\bar{X}
	เด่น มาก ที่สุด	เด่น มาก	ปาน กลาง	เด่น น้อย	เด่น น้อย ที่สุด	
1. รูปแบบที่น่าสนใจ	17.7 (64)	43.1 (156)	37.8 (137)	1.4 (5)	-	3.8
2. วิธีการนำเสนอข่าวดี น่าสนใจ	17.9 (65)	47.4 (172)	34.4 (125)	0.3 (1)	-	3.8
3. เทคนิคการผลิตดี	16.0 (58)	45.7 (166)	35.0 (127)	2.8 (10)	0.6 (2)	3.7
4. เนื้อหาดี	14.9 (54)	46.0 (167)	36.4 (132)	1.9 (7)	0.8 (3)	3.7
5. รวดเร็ว	15.2 (55)	45.7 (166)	36.9 (134)	1.9 (7)	0.3 (1)	3.7
6. ทันสมัย	14.3 (52)	47.4 (172)	36.1 (131)	1.9 (7)	0.3 (1)	3.7
7. ผู้อ่านข่าว	15.2 (55)	43.0 (156)	38.3 (139)	3.0 (11)	0.6 (2)	3.7
8. พิธีกร	15.5 (56)	42.3 (153)	38.4 (139)	3.9 (14)	-	3.7

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคู่ข่าวกีฬาช่อง 7 เพราะมีจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา ดังต่อไปนี้ จากตาราง ที่ 18

1. รูปแบบที่น่าสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 37.8 และเด่นที่สุด ร้อยละ 17.7
2. วิธีการนำเสนอข่าวดี น่าสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาเด่นปานกลาง ร้อยละ 34.4 และเด่นที่สุด ร้อยละ 17.9
3. เทคนิคการผลิตดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาเด่นปานกลาง ร้อยละ 35.0 และเด่นที่สุด ร้อยละ 16.0
4. เนื้อหาดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาเด่นปานกลาง ร้อยละ 36.4 และเด่นที่สุด 14.9 ร้อยละ 8.3
5. รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาเด่นปานกลาง ร้อยละ 36.9 และเด่นที่สุด ร้อยละ 15.2
6. ทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาเด่นปานกลาง ร้อยละ 36.1 และเด่นที่สุด ร้อยละ 14.3
7. ผู้อ่านข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาเด่นปานกลาง ร้อยละ 38.3 และเด่นที่สุด ร้อยละ 15.2
8. พิธีกร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเด่น ร้อยละ 38.4 และเด่นมากที่สุด ร้อยละ 15.5

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี
โทรทัศน์ช่อง 9 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา

จุดเด่น	ระดับความพึงพอใจ (n = 116)					\bar{X}
	เด่น มาก ที่สุด	เด่น มาก	ปาน กลาง	เด่น น้อย	เด่น น้อย ที่สุด	
1. รูปแบบดีน่าสนใจ	8.6 (10)	17.2 (20)	65.5 (76)	8.6 (10)	-	3.5
2. วิธีการนำเสนอข่าวดี น่าสนใจ	7.8 (9)	19.1 (22)	64.3 (75)	8.7 (10)	-	3.3
3. เทคนิคการผลิตดี	8.7 (10)	23.5 (27)	60.9 (70)	6.1 (7)	0.9 (1)	3.3
4. เนื้อหาดี	9.6 (11)	40.9 (47)	47.8 (55)	1.7 (2)	-	3.6
5. รวดเร็ว	11.3 (13)	26.1 (30)	58.3 (67)	4.3 (5)	-	3.4
6. ทันสมัย	12.2 (14)	30.4 (35)	48.7 (56)	7.8 (9)	0.9 (1)	3.4
7. ผู้อ่านข่าว	7.8 (9)	25.2 (29)	53.0 (61)	13.9 (16)	-	3.3
8. พิธีกร	8.6 (10)	19.8 (23)	56.0 (65)	11.2 (13)	4.3 (5)	3.2

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคู่ข่าวกีฬาช่อง 9 เพราะมีจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา ดังต่อไปนี้ จากตารางที่ 19

1. รูปแบบที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 17.2 และเด่นที่สุด ร้อยละ 8.6
2. วิธีการนำเสนอข่าวดี น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 19.1 และเด่นน้อย ร้อยละ 8.7
3. เทคนิคการผลิตดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 3.5 และเด่นที่สุด ร้อยละ 8.7
4. เนื้อหาดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 40.9 และเด่นที่สุด ร้อยละ 9.6
5. รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 24.8 และเด่นน้อย ร้อยละ 12.4
6. ทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 26.1 และเด่นที่สุด ร้อยละ 11.3
7. ผู้อ่านข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 25.2 และเด่นน้อย ร้อยละ 13.9
8. พิธีกร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 19.8 และเด่นน้อย ร้อยละ 11.2

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี
โทรทัศน์ช่อง 11 ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา

จุดเด่น	ระดับความพึงพอใจ (n = 45)					\bar{X}
	เด่น มาก ที่สุด	เด่น มาก	ปาน กลาง	เด่น น้อย	เด่น น้อย ที่สุด	
1. รูปแบบที่น่าสนใจ	17.8 (8)	13.3 (6)	37.8 (17)	24.4 (11)	6.7 (3)	3.1
2. วิธีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ	13.3 (6)	15.6 (7)	40.0 (18)	28.9 (13)	2.2 (1)	3.1
3. เทคนิคการผลิตดี	8.9 (4)	17.8 (8)	40.0 (18)	31.1 (14)	2.2 (1)	3.0
4. เนื้อหาดี	13.3 (6)	26.7 (12)	42.2 (19)	15.6 (7)	2.2 (1)	3.3
5. รวดเร็ว	8.9 (4)	20.0 (9)	42.2 (19)	26.7 (12)	2.2 (1)	3.1
6. ทันสมัย	11.1 (5)	22.2 (10)	42.2 (19)	22.2 (10)	2.2 (1)	3.2
7. ผู้อ่านข่าว	11.1 (5)	20.0 (9)	53.3 (24)	13.3 (6)	2.2 (1)	3.3
8. พิธีกร	6.7 (3)	28.9 (13)	44.4 (20)	17.8 (8)	2.2 (1)	3.2

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคู่ข่าวกีฬาช่อง 11 เพราะมีจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา ดังต่อไปนี้ จากตารางที่ 20

1. รูปแบบคิที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาเด่นน้อย ร้อยละ 24.4 และเด่นที่สุด ร้อยละ 17.8
2. วิธีการนำเสนอข่าวกีฬาที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาเด่นน้อย ร้อยละ 28.9 และเด่นมาก ร้อยละ 15.6
3. เทคนิคการผลิตคิ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา เด่นน้อย ร้อยละ 31.1 และเด่นมาก ร้อยละ 17.8
4. เนื้อหาคิ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 26.7 และเด่นน้อย ร้อยละ 15.6
5. รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาเด่นน้อย ร้อยละ 26.7 เด่นมาก ร้อยละ 20.0
6. ทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาเด่นมาก และ เด่นน้อย ร้อยละ 22.2
7. ผู้อ่านข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 20.0 และเด่นน้อย ร้อยละ 13.3
8. พิธีกร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 28.9 และเด่นน้อย ร้อยละ 17.8

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานี
โทรทัศน์ช่อง ไอทีวี ตามจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา

จุดเด่น	ระดับความพึงพอใจ (n = 80)					\bar{X}
	เด่น มากที่สุด	เด่น มาก	ปาน กลาง	เด่น น้อย	เด่น น้อยที่สุด	
1. รูปแบบที่น่าสนใจ	35.0 (28)	35.0 (28)	30.0 (24)	-	-	4.1
2. วิธีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ	35.0 (28)	45.0 (36)	20.0 (16)	-	-	4.2
3. เทคนิคการผลิตดี	33.8 (27)	38.8 (31)	23.8 (19)	3.8 (3)	-	4.0
4. เนื้อหาดี	43.8 (35)	42.5 (34)	12.5 (10)	1.3 (1)	-	4.3
5. รวดเร็ว	52.5 (42)	37.5 (30)	10.0 (8)	-	-	4.4
6. ทันสมัย	50.0 (40)	35.0 (28)	15.0 (12)	-	-	4.4
7. ผู้อ่านข่าว	33.8 (27)	32.5 (26)	33.8 (27)	-	-	4.0
8. พิธีกร	30.3 (24)	26.3 (21)	36.3 (29)	3.8 (3)	3.8 (3)	3.8

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกดูข่าวกีฬาช่อง ไอทีวี เพราะมีจุดเด่นในการเสนอข่าวกีฬา ดังต่อไปนี้ จากตาราง 21

1. รูปแบบที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจว่าเด่นมาก และเด่นที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 และเด่นปานกลาง ร้อยละ 30.0
2. วิธีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาเด่นที่สุด ร้อยละ 35.0 และเด่นปานกลาง ร้อยละ 20.0
3. เทคนิคการผลิตดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นมาก คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาเด่นที่สุด ร้อยละ 33.8 และเด่นปานกลาง ร้อยละ 23.8
4. เนื้อหาดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 42.5 และเด่นปานกลาง ร้อยละ 12.5
5. รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 37.5 และเด่นปานกลาง ร้อยละ 10.0
6. ทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 35.0 และเด่นปานกลาง ร้อยละ 15.0
7. ผู้อ่านข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นที่สุด และเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาเด่นมาก ร้อยละ 32.5
8. พิธีกร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจว่าเด่นปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาเด่นที่สุด ร้อยละ 30.3 และเด่นมาก ร้อยละ 26.3

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เลือกดูข่าวกีฬาทางสถานีโทรทัศน์

จุดเด่น	คะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ (X)					
	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ไอทีวี
1. รูปแบบที่น่าสนใจ	3.7	3.3	3.8	3.5	3.1	4.1
2. วิธีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ	3.6	3.1	3.8	3.3	3.1	4.2
3. เทคนิคการผลิตดี	3.6	3.1	3.7	3.3	3.0	4.0
4. เนื้อหาดี	3.6	3.4	3.7	3.6	3.3	4.3
5. รวดเร็ว	3.6	3.1	3.7	3.4	3.1	4.4
6. ทันสมัย	3.7	3.3	3.7	3.4	3.2	4.4
7. ผู้อ่านข่าว	3.6	3.2	3.7	3.3	3.3	4.0
8. พิธีกร	3.5	3.1	3.7	3.7	3.2	3.8

จากผลการศึกษา ถ้าเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยในแต่ละช่องแล้ว พบว่า สถานีโทรทัศน์ ไอทีวี เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มากกว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง อื่น ๆ ในทุก ๆ จุดเด่น ซึ่งได้แก่ รูปแบบที่น่าสนใจ, วิธีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ, เทคนิคการผลิตดี, เนื้อหาดี, รวดเร็ว, ทันสมัย, ผู้อ่านข่าว และ พิธีกร รองลงมาได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และช่อง 3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 22

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

5.1 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ซึ่งผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรตามสมมติฐาน ปรากฏผลดังนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน กับความถี่ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำ
เดือนที่มีต่อความถี่ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตัวแปร	ความถี่ในการเปิดรับชมข่าวกีฬา				df	χ^2	p-value
	ทุกวัน	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง			
เพศ					3	18.52	.0003**
ชาย	31.5 (126)	7.8 (31)	8.5 (34)	7.0 (28)			
หญิง	17.0 (68)	6.8 (27)	13.0 (52)	8.5 (34)			
อายุ					15	67.69	.0000**
16-20 ปี	10.8 (43)	3.0 (12)	5.5 (22)	0.8 (3)			
21-30 ปี	20.5 (82)	8.3 (33)	5.8 (23)	5.5 (22)			
31-40 ปี	8.8 (35)	1.5 (6)	6.3 (25)	6.8 (27)			
41-50 ปี	6.5 (26)	1.5 (6)	3.0 (12)	0.8 (3)			
51-60 ปี	2.0 (8)	0.3 (1)	1.0 (4)	0.5 (2)			
60 ปีขึ้นไป	-	-	-	1.3 (5)			

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ตัวแปร	ความถี่ในการเปิดรับชมข่าวกีฬา				df	χ^2	p-value
	ทุกวัน	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง			
ระดับการศึกษา					15	32.70	.005**
ต่ำกว่า ม6.หรือ ปวช.	8.3 (33)	1.8 (7)	1.0 (4)	3.3 (13)			
ม6. หรือ ปวช.	6.8 (20)	2.5 (10)	5.3 (21)	3.3 (33)			
ปวส.หรือ อนุปริญญา	7.3 (29)	1.3 (5)	4.8 (19)	3.0 (12)			
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	11.3 (45)	5.8 (23)	5.0 (20)	4.0 (16)			
สูงกว่าปริญญาตรี	5.5 (22)	0.5 (2)	2.0 (8)	1.3 (5)			
กำลังศึกษาอยู่	9.8 (39)	2.8 (11)	3.5 (14)	0.8 (3)			

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ตัวแปร	ความถี่ในการเปิดรับชมข่าวกีฬา				df	χ^2	p vaule
	ทุกวัน	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง			
อาชีพ					18	60.31	.000**
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.8 (15)	0.3 (1)	2.8 (11)	0.8 (3)			
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท เอกชน	12.8 (51)	7.3 (29)	8.8 (35)	7.5 (30)			
พนักงาน/ลูกจ้างพนักงานรัฐ วิสาหกิจ	3.3 (13)	1.3 (5)	0.5 (2)	1.3 (5)			
ข้าราชการ/ลูกจ้างหน่วยงาน รัฐบาล	12.8 (51)	1.8 (7)	4.8 (19)	2.8 (11)			
นักเรียน/นักศึกษา	14.3 (57)	3.5 (14)	4.5 (18)	1.0 (4)			
แม่บ้าน	0.5 (2)	-	-	1.5 (6)			
ไม่ได้ทำงาน	1.3 (5)	0.5 (2)	0.3 (1)	0.8 (3)			

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ตัวแปร	ความถี่ในการเปิดรับชมข่าวกีฬา				df	χ ²	p-value
	ทุกวัน	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง			
รายได้ประจำเดือน					18	45.18	.0004**
ต่ำกว่า 5,000 บาท	15.8 (63)	3.5 (14)	5.0 (20)	2.5 (10)			
5,000-10,000 บาท	18.3 (73)	7.0 (28)	8.5 (34)	5.3 (21)			
10,001-15,000 บาท	7.5 (30)	1.3 (5)	4.0 (16)	5.8 (23)			
15,001-20,000 บาท	2.3 (9)	2.3 (9)	1.3 (5)	0.8 (3)			
20,001-25,000 บาท	3.5 (14)	0.5 (2)	1.8 (7)	-			
25,001-30,000 บาท	-	-	0.3 (1)	0.3 (1)			
มากกว่า 30,000 บาท	1.3 (5)	-	0.8 (3)	1.0 (4)			

** p < 0.01

จากการศึกษา พบว่าตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ภายในหนึ่งสัปดาห์ ดังตารางที่ 23

5.1.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประจำเดือน กับการใช้เวลาชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตารางที่ 24 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือนที่มีต่อการใช้เวลาในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตัวแปร	เวลาที่ใช้ในการเปิดรับชมรายการ ข่าวกีฬา				df	χ^2	p-value
	< 5 นาที	5-10 นาที	10-30 นาที	30 นาที -1 ชั่วโมง			
เพศ					3	28.69	.000**
ชาย	4.0 (16)	10.3 (41)	20.8 (83)	19.8 (79)			
หญิง	5.0 (20)	16.8 (67)	16.3 (65)	7.3 (29)			
อายุ					13	28.16	.02*
16-20 ปี	1.0 (4)	5.5 (22)	6.8 (27)	6.8 (27)			
21-30 ปี	2.3 (9)	11.3 (45)	15.5 (62)	11.0 (44)			
31-40 ปี	4.5 (18)	7.0 (28)	7.8 (31)	4.0 (16)			
41-50 ปี	1.3 (5)	2.5 (10)	4.5 (18)	3.5 (14)			
51-60 ปี	-	0.8 (3)	1.5 (6)	1.5 (6)			
60 ปีขึ้นไป	-	-	1.0 (4)	0.3 (1)			

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ตัวแปร	เวลาที่ใช้ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬา				df	χ^2 p-value
	ทุกวัน	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง		
ระดับการศึกษา					15	36.79 .001**
ต่ำกว่า ม6. หรือ ปวช.	1.0 (4)	6.3 (25)	4.3 (17)	2.8 (11)		
ม6. หรือ ปวช.	0.8 (3)	4.8 (19)	8.0 (32)	4.0 (16)		
ปวส. หรือ อนุปริญญา	0.8 (3)	3.5 (14)	6.5 (26)	5.5 (22)		
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.8 (19)	6.8 (27)	9.0 (36)	2.3 (9)		
สูงกว่าปริญญาตรี	1.0 (4)	1.8 (7)	4.3 (17)	7.0 (28)		
กำลังศึกษาอยู่	0.8 (3)	4.0 (16)	5.0 (20)			

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ตัวแปร	เวลาที่ใช้ในการชมรายการข่าวกีฬา				df	χ ²	p-value
	ทุกวัน	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง			
อาชีพ					18	51.48	.000**
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-	1.5 (6)	2.3 (9)	3.8 (15)			
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท เอกชน	2.8 (11)	11.3 (45)	14.0 (56)	8.3 (33)			
พนักงาน/ลูกจ้างพนักงานรัฐ วิสาหกิจ	0.3 (1)	1.0 (4)	3.8 (15)	1.3 (5)			
ข้าราชการ/ลูกจ้างหน่วยงาน รัฐบาล	3.5 (14)	6.0 (24)	8.3 (33)	4.3 (17)			
นักเรียน/นักศึกษา	1.5 (6)	7.0 (28)	6.8 (27)	8.0 (32)			
แม่บ้าน	1.0 (4)	0.3 (1)	0.5 (2)	0.3 (1)			
ไม่ได้ทำงาน	-	-		1.3 (5)			

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ตัวแปร	เวลาที่ใช้ในการชมรายการข่าวกีฬา				df	χ^2	p-value
	ทุกวัน	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง			
รายได้ประจำเดือน					18	33.80	.015*
ต่ำกว่า 5,000 บาท	1.5 (6)	7.3 (29)	8.0 (32)	10.0 (40)			
5,000-10,000 บาท	3.5 (14)	9.3 (37)	17.0 (68)	9.3 (37)			
10,001-15,000 บาท	3.0 (12)	6.0 (24)	5.5 (22)	4.0 (16)			
15,001-20,000 บาท	-	1.5 (6)	4.0 (16)	1.8 (7)			
20,001-25,000 บาท	0.3 (1)	1.8 (7)	2.0 (8)	-			
25,001-30,000 บาท	0.3 (1)	0.3 (1)	-	1.0 (4)			
มากกว่า 30,000 บาท	0.5 (2)	1.0 (4)	0.5 (2)	1.8 (7)			
				-			
				1.0 (4)			

*p< 0.05

** p< 0.01

จากการศึกษาพบว่า ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำ มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ดังตารางที่ 24

5.1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ประจำเดือนกับช่วงเวลาที่เปิดชมรายการทางโทรทัศน์

ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือนกับช่วงเวลาที่เปิดชมรายการกีฬาทางโทรทัศน์

ตัวแปร	ช่วงเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์							df χ^2 p-value
	19.00- 19.20	19.20- 19.40	19.40- 20.00	20.00- 20.20	20.20- 20.40	20.40- 21.00	หลัง 21.00	
เพศ								6 8.95 0.17
ชาย	3.0 (12)	4.5 (18)	11.0 (44)	14.8 (59)	11.8 (47)	3.0 (12)	6.8 (27)	
หญิง	5.0 (20)	3.3 (13)	10.3 (41)	14.3 (57)	6.8 (27)	1.8 (7)	4.0 (16)	
อายุ								30 70.35 .000**
16-20 ปี	1.0 (4)	1.5 (6)	2.8 (11)	6.3 (25)	3.5 (14)	1.8 (7)	3.3 (13)	
21-30 ปี	2.8 (11)	3.5 (14)	7.5 (30)	9.3 (37)	10.5 (42)	1.8 (7)	4.8 (19)	
31-40 ปี	3.3 (13)	1.5 (6)	5.5 (22)	7.5 (30)	3.3 (13)	0.8 (3)	1.5 (6)	
41-50 ปี	0.8 (3)	1.3 (5)	4.3 (17)	4.5 (18)	0.8 (3)	-	0.3 (1)	
51-60 ปี	-	-	1.3 (5)	1.5 (6)	-	-	1.0 (4)	
60 ปีขึ้นไป	0.3 (1)	-	-	-	0.5 (2)	0.5 (2)	-	

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ตัวแปร	ช่วงเวลาที่มาชมรายการโทรทัศน์							df	χ^2	p-value
	19.00- 19.20	19.20- 19.40	19.40- 20.00	20.00- 20.20	20.20- 20.40	20.40- 21.00	หลัง 21.00			
ระดับการศึกษา								30	42.45	0.06
ต่ำกว่า ม.6. หรือ ปวช.	1.3 (5)	1.0 (4)	2.0 (8)	3.5 (14)	4.3 (17)	0.8 (3)	1.5 (6)			
ม.6. หรือ ปวช.	2.0 (8)	1.0 (4)	3.5 (14)	4.8 (19)	4.0 (16)	1.3 (5)	1.0 (4)			
ปวศ. หรือ อนุปริญญา	0.8 (3)	2.0 (8)	3.0 (12)	6.0 (24)	1.8 (7)	-	2.8 (11)			
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2.3 (9)	2.3 (9)	7.3 (29)	7.0 (28)	4.8 (19)	1.8 (7)	0.8 (3)			
สูงกว่าปริญญาตรี	0.5 (2)	0.8 (3)	2.5 (10)	3.0 (12)	1.0 (4)	0.3 (1)	1.3 (5)			
กำลังศึกษาอยู่	1.3 (5)	0.8 (3)	3.0 (12)	4.8 (19)	2.8 (11)	0.8 (3)	3.5 (14)			

ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

ตัวแปร	ช่วงเวลาที่มารายการโทรทัศน์							df χ^2 p-value
	19.00- 19.20	19.20- 19.40	19.40- 20.00	20.00- 20.20	20.20- 20.40	20.40- 21.00	หลัง 21.00	
อาชีพ								36 84.07 .000**
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	0.8 (3)	0.8 (3)	1.0 (4)	2.8 (11)	0.5 (2)	-	1.8 (7)	
พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัท เอกชน	2.5 (10)	3.3 (13)	8.0 (32)	8.5 (34)	9.0 (36)	2.5 (10)	2.5 (10)	
พนักงาน/ลูกจ้างรัฐ วิสาหกิจ	-	0.8 (3)	1.5 (6)	2.5 (10)	0.3 (1)	0.5 (2)	0.8 (3)	
ข้าราชการ/ลูกจ้าง หน่วยงานรัฐบาล	1.8 (7)	1.5 (6)	6.5 (26)	8.3 (33)	2.8 (11)	0.3 (1)	1.0 (4)	
นักเรียน/นักศึกษา	1.5 (6)	1.5 (6)	3.8 (15)	6.5 (26)	5.0 (20)	1.0 (4)	4.0 (16)	
แม่บ้าน	1.0 (4)	-	0.5 (2)	-	-	0.5 (2)	-	
ไม่ได้ทำงาน	0.5 (2)	-	-	0.5 (2)	1.0 (4)	-	0.8 (3)	

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ตัวแปร	ช่วงเวลาที่เปิดชมรายการโทรทัศน์							df	χ^2	p-value
	19.00-19.20	19.20-19.40	19.40-20.00	20.00-20.20	20.20-20.40	20.40-21.00	หลัง 21.00			
รายได้ประจำเดือน								36	58.55	.01*
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2.3 (9)	1.5 (6)	4.0 (16)	7.5 (30)	5.5 (22)	1.3 (5)	4.8 (19)			
5,000-10,000 บาท	3.3 (13)	3.5 (14)	6.3 (25)	12.3 (49)	8.0 (32)	2.0 (8)	3.8 (15)			
10,001-15,000 บาท	1.3 (5)	1.5 (6)	7.0 (28)	4.8 (19)	3.3 (13)	0.5 (2)	0.3 (1)			
15,001-20,000 บาท	0.5 (2)	-	1.5 (6)	2.3 (9)	0.5 (2)	0.8 (3)	1.0 (4)			
20,001-25,000 บาท	0.5 (2)	0.3 (1)	2.0 (8)	2.0 (8)	0.8 (3)	-	0.3 (1)			
25,001-30,000 บาท	-	-	-	-	0.3 (1)	-	0.3 (1)			
มากกว่า 30,000 บาท	0.3 (1)	1.0 (4)	0.5 (2)	0.3 (1)	0.3 (1)	0.3 (1)	0.3 (1)			

* p < 0.05

**p < 0.01

จากการศึกษา พบว่า ตัวแปร อายุ อาชีพ และ รายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับ ช่วงเวลาที่เปิดชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ส่วน เพศ และระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เปิดชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ดังตารางที่ 25

5.2 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความชัดเจนและสะดวกในการเปรียบเทียบและแปลผลการ ศึกษาในแต่ละกลุ่ม ผู้วิจัยจึงได้ใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้แบ่งระดับคะแนนเฉลี่ยออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (วิเชียร เกตุสิงห์.2538 :9)

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-2.33 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับต่ำ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.34-3.66 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.67-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับสูง

5.2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ประจำเดือน กับความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน กับความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
เพศ						
ชาย	28.0	25.8	1.0	2	19.60	.001**
หญิง	(112)	(103)	(4)			
อายุ	13.0	31.0	1.0			
16-20 ปี	(53)	(124)	(4)	10	9.77	.461
21-30 ปี	0.5	11.8	7.8			
31-40 ปี	(2)	(47)	(31)			
41-50 ปี	0.5	22.8	16.8			
51-60 ปี	(2)	(91)	(67)			
60 ปีขึ้นไป	0.8	13.5	9.0			
	(3)	(54)	(36)			
	0.3	6.3	5.3			
	(1)	(25)	(21)			
	-	1.3	2.5			
		(5)	(10)			
	-	1.3	-			
		(5)				

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่า ม6. หรือ ปวช.	4.3 (17)	9.5 (38)	0.5 (2)	10	3.37	.0002**
ม6. หรือ ปวช.	4.0 (16)	13.5 (54)	-			
ปวส. หรืออนุปริญญา	6.5 (26)	9.8 (39)	-			
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	12.8 (51)	12.3 (49)	1.0 (4)			
สูงกว่าปริญญาตรี	6.3 (25)	3.0 (12)	-			
กำลังศึกษาอยู่	7.5 (30)	8.8 (35)	0.5 (2)			

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
อาชีพ				12	27.45	.007**
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.3 (13)	4.3 (17)	-			
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท เอกชน	12.3 (49)	22.8 (91)	1.3 (5)			
พนักงาน/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	1.8 (7)	4.3 (17)	0.3 (1)			
ข้าราชการ/ลูกจ้าง หน่วยงาน รัฐบาล	13.3 (53)	8.8 (35)	-			
นักเรียน/นักศึกษา	9.5 (38)	13.3 (53)	0.5 (2)			
แม่บ้าน	-	2.0 (8)	-			
ไม่ได้ทำงาน	1.3 (5)	1.5 (6)	-			

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
รายได้ประจำเดือน				12	17.01	.15
ต่ำกว่า 5,000 บาท	11.5 (46)	15.0 (60)	0.3 (1)			
5,000-10,000 บาท	15.8 (63)	22.5 (90)	0.8 (3)			
10,001-15,000 บาท	5.8 (23)	12.3 (49)	0.5 (2)			
15,001-20,000 บาท	3.3 (13)	3.3 (13)	-			
20,001-25,000 บาท	2.8 (11)	2.8 (11)	0.3 (1)			
25,001-30,000 บาท	-	0.5	-			
มากกว่า 30,000 บาท	2.3 (9)	0.5 (2)	0.3 (1)			

** p < .01

จากการศึกษา พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ส่วน อายุ และรายได้ประจำเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ดังตารางที่ 26

5.2.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ประจำเดือน กับความพึงพอใจถึงเหตุผลความชอบดูรายการกีฬาทางโทรทัศน์

ตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน กับความพึงพอใจถึงเหตุผลความชอบดูรายการกีฬาทางโทรทัศน์

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
เพศ				2	21.78	.000**
ชาย	23.0 (92)	30.5 (122)	1.3 (5)			
หญิง	9.8 (39)	32.3 (129)	3.3 (13)			
อายุ				10	18.24	.051
16-20 ปี	9.3 (37)	10.0 (40)	0.8 (3)			
21-30 ปี	13.3 (53)	25.3 (101)	1.5 (6)			
31-40 ปี	4.8 (19)	16.8 (67)	1.8 (7)			
41-50 ปี	4.3 (17)	7.0 (28)	0.5 (2)			
51-60 ปี	1.3 (5)	2.5 (10)	-			
60 ปีขึ้นไป	-	1.3 (5)	-			

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
ระดับการศึกษา				10	22.80	.011**
ต่ำกว่า ม6.หรือ ปวช.	5.5 (22)	7.3 (29)	1.5 (6)			
ม6. หรือ ปวช.	5.0 (20)	12.5 (50)	-			
ปวส.หรือ อนุปริญญา	4.5 (18)	10.3 (41)	1.5 (6)			
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	6.8 (27)	18.3 (73)	1.0 (4)			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.0 (16)	5.3 (21)	-			
กำลังศึกษาอยู่	7.0 (28)	9.3 (37)	0.5 (2)			

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
อาชีพ				12	63.80	.000**
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	2.3 (9)	5.3 (21)	-			
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท เอกชน	10.0 (40)	24.8 (99)	1.5 (6)			
พนักงาน/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	1.0 (4)	4.3 (17)	1.0 (4)			
ข้าราชการ/ลูกจ้าง หน่วยงาน รัฐบาล	8.0 (32)	14.0 (56)	-			
นักเรียน/นักศึกษา	10.3 (41)	12.0 (48)	1.0 (4)			
แม่บ้าน	-	1.0 (4)	1.0 (4)			
ไม่ได้ทำงาน	1.3 (5)	1.5 (6)	-			

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
รายได้ประจำเดือน				12	9.75	.64
ต่ำกว่า 5,000 บาท	10.8 (43)	14.8 (59)	1.3 (5)			
5,000-10,000 บาท	12.0 (48)	25.3 (101)	1.8 (7)			
10,001-15,000 บาท	4.3 (17)	13.0 (52)	1.3 (5)			
15,001-20,000 บาท	2.0 (8)	4.5 (18)	-			
20,001-25,000 บาท	2.3 (9)	3.3 (13)	0.3 (1)			
25,001-30,000 บาท	0.3 (1)	0.3 (1)	-			
มากกว่า 30,000 บาท	1.3 (5)	1.8 (7)	-			

** p < .01

จากการศึกษา พบว่า ตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจถึงเหตุผลของความชอบดูรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ส่วน อายุ และรายได้ประจำเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจถึงเหตุผลของความชอบดูรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ดังตารางที่ 27

5.2.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ประจำเดือน กับความพึงพอใจต่อรูปแบบเนื้อหา ช่วงเวลา ปริมาณ และผู้อ่านข่าวกีฬา/พิธีกร ของรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน กับความพึงพอใจต่อรูปแบบเนื้อหา ช่วงเวลา ปริมาณ และผู้อ่านข่าวกีฬา/พิธีกร ของรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
เพศ				2	6.98	.031*
ชาย	16.5 (66)	37.5 (150)	0.8 (3)			
หญิง	8.5 (34)	36.3 (145)	0.5 (2)			
อายุ				10	18.05	.054
16-20 ปี	5.8 (23)	14.3 (57)	-			
21-30 ปี	8.3 (33)	31.5 (126)	0.3 (1)			
31-40 ปี	6.0 (24)	17.0 (68)	0.3 (1)			
41-50 ปี	3.8 (15)	7.3 (29)	0.8 (3)			
51-60 ปี	1.3 (5)	2.5 (10)	-			
60 ปีขึ้นไป	-	1.3 (5)	-			

ตารางที่ 28(ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
ระดับการศึกษา				10	13.33	0.20*
ต่ำกว่า ม6.หรือ ปวช.	2.8 (11)	11.5 (46)	-			
ม6. หรือ ปวช.	4.3 (17)	13.3 (53)	-			
ปวส.หรือ อนุปริญญา	3.3 (13)	13.0 (52)	-			
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	7.3 (29)	18.0 (72)	.08 (3)			
สูงกว่าปริญญาตรี	3.8 (15)	5.3 (21)	0.3 (1)			
กำลังศึกษาอยู่	3.8 (15)	12.8 (51)	0.3 (1)			

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ^2	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
อาชีพ						
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	2.3 (9)	5.3 (21)	-	12	28.97	.004**
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท เอกชน	6.8 (27)	29.0 (116)	0.5 (2)			
พนักงาน/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	-	6.0 (24)	0.3 (1)			
ข้าราชการ/ลูกจ้าง หน่วยงาน รัฐบาล	9.0 (36)	12.8 (51)	0.3 (1)			
นักเรียน/นักศึกษา	6.0 (24)	17.0 (68)	0.3 (1)			
แม่บ้าน	-	2.0 (8)	-			
ไม่ได้ทำงาน	1.0 (4)	1.8 (7)	-			

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความพึงพอใจ			df	χ ²	p-value
	มาก	ปานกลาง	ต่ำ			
รายได้ประจำเดือน				12	29.88	.003**
ต่ำกว่า 5,000 บาท	7.3 (29)	19.3 (77)	0.3 (1)			
5,000-10,000 บาท	10.3 (41)	28.5 (114)	0.3 (1)			
10,001-15,000 บาท	3.8 (15)	14.8 (59)	-			
15,001-20,000 บาท	1.5 (6)	5.0 (20)	-			
20,001-25,000 บาท	1.3 (5)	4.3 (17)	0.3 (1)			
25,001-30,000 บาท	-	0.5 (2)	-			
มากกว่า 30,000 บาท	1.0 (4)	0.5 (6)	1.5 (2)			

* p < .05

** p < .01

จากการศึกษา พบว่า ตัวแปร เพศ อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจรูปแบบเนื้อหา ช่วงเวลา ปริมาณ และผู้อ่านข่าวกีฬา/พิธีกรของรายการข่าวกีฬาทาง โทรทัศน์ ส่วน อายุ และระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจรูปแบบเนื้อหา ช่วง เวลา ปริมาณ และผู้อ่านข่าวกีฬา/พิธีกรของรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ดังตารางที่ 28

5.3 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ
ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

ตารางที่ 29 แสดงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬากับความพึงพอใจ
จากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

พฤติกรรมการเปิดรับชม รายการข่าวกีฬา	ความพึงพอใจในการเปิด รับชมรายการข่าวกีฬา			df	χ^2	p-value
	มาก	ปาน กลาง	ต่ำ			
ความถี่ในการเปิดรับชม				6	34.73	.000**
ทุกวัน	16.0 (14)	32.5 (130)	-			
5-6 ครั้ง	4.0 (16)	10.5 (42)	-			
3-4 ครั้ง	4.5 (18)	16.3 (65)	1.0 (4)			
1-2 ครั้ง	0.5 (2)	14.0 (56)	0.8 (3)			
ปริมาณเวลาในการชมรายการข่าว กีฬา				6	55.16	.000**
น้อยกว่า 5 นาที	1.0 (4)	6.5 (26)	1.5 (6)			
5-10 นาที	6.8 (27)	20.0 (80)	0.3 (1)			
10-30 นาที	9.0 (36)	28.0 (112)	-			
30 นาที- 1 ชั่วโมง	8.3 (33)	18.8 (75)	-			

ตารางที่ 29 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับชม รายการข่าวกีฬา	ความพึงพอใจในการเปิดรับ ชมรายการข่าวกีฬา			df	χ^2	p-value
	มาก	ปาน กลาง	ต่ำ			
ช่วงเวลาในการชมรายการข่าวกีฬา				12	22.02	.03*
19.00-19.20 น.	1.8 (7)	5.5 (22)	0.8 (3)			
19.20-19.40 น.	2.8 (11)	5.0 (20)	-			
19.40-20.00 น.	4.0 (16)	17.3 (69)	-			
20.00-20.20 น.	8.0 (32)	20.8 (83)	0.3 (1)			
20.20-20.40 น.	4.5 (18)	13.5 (54)	0.5 (2)			
20.40-21.00 น.	2.0 (8)	2.8 (11)	-			
หลัง 21.00 น.	2.0 (8)	5.5 (34)	0.3 (1)			

* p < .05

** p < .01

จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ดังตารางที่ 29

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร ต่อ พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน จากกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้การหาค่าไค-สแควร์ (χ^2 -test) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30ปี เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาอายุ 31-40 ปี โดยมีระดับการศึกษาสูงสุดจบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาจบ ม.6 หรือ ปวช. ผู้กรอกแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ/ลูกจ้างจากหน่วยงาน ส่วนใหญ่มีรายได้เดือนละ 5,000-10,000 บาท

2. การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทุกช่อง โดยช่องที่ได้รับการเปิดรับชมมากที่สุดได้แก่ ช่อง 3 และช่อง 7 รองมา คือ ช่อง 5

ประเภทรายการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชม มีดังนี้

รายการข่าว	เปิดรับชมทางช่อง 7 มากที่สุด รองลงมา คือ ช่อง 3
รายการทอล์คโชว์	เปิดรับชมทางช่อง 3 มากที่สุด รองลงมา คือ ช่อง 7
รายการกีฬา	เปิดรับชมทางช่อง 7 มากที่สุด รองลงมา คือ ช่อง 3
รายการเกมส์โชว์	เปิดรับชมทางช่อง 3 มากที่สุด รองลงมา คือ ช่อง 5
รายการละคร	เปิดรับชมทางช่อง 3 มากที่สุด รองลงมา คือ ช่อง 7

รายการวาไรตี้	เปิดรับชมทางช่อง 3 มากที่สุด รองลงมา คือ ช่อง 7
รายการสารคดี	เปิดรับชมทางช่อง 11 มากที่สุด รองลงมา คือ ช่องไอทีวี
สนทนาปัญหาบ้านเมือง /	
เศรษฐกิจและสังคม	เปิดรับชมทางช่อง ไอทีวี มากที่สุด รองลงมา คือ ช่อง 11

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทุกวัน รองลงมาเปิดสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง ในวันจันทร์ - วันศุกร์ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.00 - 20.00 น. มากที่สุด รองลงมา 20.00 - 22.00 น. และเวลา 22.00 - 24.00 น. ในวันเสาร์ - อาทิตย์ เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 10.00 - 12.00 น.มากที่สุดรองลงมา 16.00 - 18.00 น.และเวลา 20.00 - 22.00 น.

3. พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ทุกวัน ในช่วงเวลาของข่าวกีฬาทางโทรทัศน์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชมข่าวกีฬาเด่นประจำวันในและต่างประเทศ รองลงมาเปิดรับชมภาพกีฬามันๆ และชมรายการถ่ายทอดสด กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ในแต่ละวันประมาณ 10 -30 นาที รองลงมา 5 -10 นาที และ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง โดยเปิดชมรายการข่าวกีฬาในช่วง 20.00 -20.20 น.มากที่สุด รองลงมาในช่วงเวลา 19.40 -20.00 น.

4. ความพึงพอใจในการรับชมรายการข่าวกีฬา

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงสุดในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์เรียงตามลำดับ ดังนี้คือ ลักษณะข่าวภาพกีฬามันๆ และถ่ายทอดสด หมายถึงการรายงานข่าวกีฬาสด นอกสถานที่ผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ประเภทข่าวกีฬาเด่นประจำวันในและต่างประเทศ ที่กำลังได้รับความนิยมสนใจจากประชาชนในช่วงเวลานั้น ๆ ทั้งข่าวกีฬาในและต่างประเทศ ,ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ คือเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการกีฬาจากต่างประเทศ, ข่าวกีฬาในประเทศเฉพาะที่น่าสนใจ คือเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการกีฬาในประเทศ, สถิติข่าวกีฬาพิเศษ คือ เรื่องราวหรือเนื้อหาที่ได้ทำการเจาะลึกในแต่ละเหตุการณ์เป็นพิเศษเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม และข่าวแถลงต่างๆ คือข่าวที่ทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องราวของภารกิจของหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ผู้ชมมีความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการดูรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ด้วยเหตุผลช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ดี, ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์, ตื่นเต้นผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจในการดูรายการข่าวกีฬา ด้วยเหตุผลว่า การให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการ

กีฬา,ทำให้มีข้อมูลพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น, หลีกเลี่ยงความเบื่อหน่ายไม่มีอะไรจะทำ , ช่วยให้ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และสนองความอยากรู้อยากเห็น ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอข่าวกีฬา ,เนื้อหาของข่าวกีฬา , ช่วงเวลาของการออกอากาศ , ระยะเวลาของการออกอากาศ , ผู้อ่านข่าวชาย , พิธีกรชาย , ผู้อ่านข่าวหญิงและพิธีกรหญิง ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างเลือกดูข่าวกีฬาทางช่อง 3 จำนวน 263 คน เพราะมีจุดเด่นที่ผู้ชมพึงพอใจต่อรูปแบบ , วิธีการนำเสนอข่าวดี น่าสนใจ , เทคนิคการผลิตดี , รวดเร็ว , ผู้อ่านข่าวและพิธีกรในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจเพราะมีจุดเด่นในเรื่องเนื้อหาดี และทันสมัย ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างเลือกดูข่าวกีฬาทางช่อง 5 จำนวน 121 คน เพราะมีจุดเด่นที่ผู้ชมพึงพอใจต่อรูปแบบ , วิธีการนำเสนออย่างดี น่าสนใจ , เทคนิคการผลิตดี , เนื้อหาดี , รวดเร็ว , ทันสมัย , ผู้อ่านข่าวและพิธีกรในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างเลือกดูข่าวกีฬาทางช่อง 7 จำนวน 363 คน เพราะมีจุดเด่นที่ผู้ชมพึงพอใจต่อรูปแบบ , วิธีการนำเสนออย่างดี น่าสนใจ , เทคนิคการผลิตดี , เนื้อหาดี , รวดเร็ว , ทันสมัย , ผู้อ่านข่าวและพิธีกรในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างเลือกดูข่าวกีฬาทางช่อง 9 จำนวน 115 คนเพราะมีจุดเด่นที่ผู้ชมพึงพอใจต่อรูปแบบ , วิธีการนำเสนออย่างดี น่าสนใจ , เทคนิคการผลิตดี , เนื้อหาดี , รวดเร็ว , ทันสมัย , ผู้อ่านข่าวและพิธีกรในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างเลือกดูข่าวกีฬาทางช่อง 11 จำนวน 45 คน เพราะมีจุดเด่นที่ผู้ชมพึงพอใจต่อรูปแบบ , วิธีการนำเสนออย่างดี น่าสนใจ , เทคนิคการผลิตดี , เนื้อหาดี , รวดเร็ว , ทันสมัย , ผู้อ่านข่าวและพิธีกรในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างเลือกดูข่าวกีฬาทางช่องไอทีวี จำนวน 80 คน เพราะมีจุดเด่นที่ผู้ชมพึงพอใจต่อรูปแบบ , วิธีการนำเสนออย่างดี น่าสนใจ , เทคนิคการผลิตดี , เนื้อหาดี , รวดเร็ว , ทันสมัย , ผู้อ่านข่าวและพิธีกรในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจเพราะมีจุดเด่นที่พิธีกร ในระดับมาก

5. ผลการทดสอบสมมุติฐาน

5.1 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

5.2 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

5.3 ตัวแปร อายุ อาชีพ และรายได้ประจำเดือนมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

5.4 ตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

5.5 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ต่อเหตุผลของการดูรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

5.6 ตัวแปร เพศ อาชีพ และรายได้ประจำเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรูปแบบเนื้อหา ช่วงเวลา ปริมาณ และผู้อ่านข่าวกีฬา/พิธีกรของรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

5.7 พฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวกีฬา กับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าร้อยละ 90 มีความสนใจติดตามชมข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ โดยกีฬาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจ ได้แก่ ฟุตบอล วอลเลย์บอล บาสเก็ตบอล มวยสากล โดยเปิดดูข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ทุกวัน ในช่วงข่าวกีฬาเด่นประจำวันในและต่างประเทศ เวลา 20.00 - 20.20 น. ซึ่งเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างสนใจติดตามดูรายการข่าวกีฬานั้น เพราะช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ดี ได้รับความรู้สึกเร้าอารมณ์ นอกจากนี้ยังสามารถให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการกีฬา และทำให้มีข้อมูลไปพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น โดยสถานีโทรทัศน์ที่มีผู้เปิดรับชม ข่าวกีฬามากที่สุดได้แก่ช่อง 7 สันนิษฐานว่า น่าจะมาจากรูปแบบและวิธีการนำเสนอของสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ซึ่งได้แก่ผู้อ่านข่าวที่เป็นที่ยอมรับในน้ำเสียงและลีลาการอ่าน ประกอบกับองค์ความรู้ของผู้อ่านข่าวที่สามารถนำเสนอวิเคราะห์ วิจัยเกี่ยวกับเรื่องราวของกีฬาได้อย่างถูกใจผู้ชม ช่วงการนำเสนอข่าวกีฬาของช่อง 7 จะดำเนินต่อจากข่าวในพระราชสำนัก การนำเสนอข่าวจะอยู่ในช่วงเวลา 20.10-20.30น. และใช้เวลาในการนำเสนอประมาณ 10 นาที เทคนิคการผลิต มีความทันสมัย สีสดสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างดี สอดคล้องกับเนื้อหาของข่าวรวมถึงมุกตลกและการตัดต่อ และเป็นผู้ดำเนินในช่วงของการนำเสนอภาพกีฬามัน ๆ ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม รองลงมา คือ ช่อง 3 แต่ยังมีข้อสังเกตว่า สถานีโทรทัศน์ไอทีวี แม้จะมีผู้เปิดรับชมข่าวกีฬาเพียง 80 คน จาก 400 คน แต่ระดับของความพึงพอใจ ต่อจุดเด่นต่างๆในการนำเสนอข่าวกีฬานั้นอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอข่าวกีฬาได้ถูกใจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมที่ชมรายการข่าวกีฬา อาจเป็นเพราะว่ารูปแบบและวิธีการนำเสนอกระชับ

รวดเร็ว ทันสมัย และเทคนิคการตัดต่อภาพที่เร้าใจผู้ชม นอกจากนี้สถานีโอโทรทัศน์ไอทีวีนำการรายงานสดนอกสถานที่มาเป็นจุดดึงดูดผู้ชม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของเบลสัน (W.A. Belson,1959) ที่พบว่าโทรทัศน์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมและสามารถสร้างความคิดริเริ่มให้กับผู้ชมให้สูงขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ เดนนิส แม็คเคลเวล , เจและพรอวน บลูมเมอร์ (Dennis Mcquial , Jay and Prown Blumer 1972) ที่พบว่าหน้าที่สำคัญของโทรทัศน์ในการตอบสนองความต้องการของผู้ชมมีอยู่ 4 ประการ คือ 1) ผู้ชมได้พบเห็นบางสิ่งบางอย่างในตัวเอง เช่น ปัญหาของตนเอง 2) เมื่อชมโทรทัศน์แล้วทำให้คนภายในครอบครัวมีการปะทะสังสรรค์กันมากขึ้น มีการพูดคุยกัน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3) เพื่อความตื่นเต้น เช่น ใครเป็นผู้แพ้ผู้ชนะ จากการแข่งขันกีฬา ผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ ลืมความทุกข์ และ 4) การดูโทรทัศน์ทำให้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับตนเองและโลกภายนอก เกิดการปรับตัวที่ดีขึ้น เพราะข่าวสารที่ได้รับช่วยให้ทันสมัยทันเหตุการณ์ สุภวรรณ สัจจงพงศ์ (2534) ที่ทำการศึกษาดังกล่าวถึงเนื้อหาของแหล่งสาร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจและพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า สื่อโทรทัศน์ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนมากที่สุด และจากผลการทดสอบสมมติฐานสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ โดยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับชม ช่วงเวลาในการเปิดรับชม และปริมาณเวลาในการเปิดรับชม จากผลการศึกษาพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 สอดคล้องกับการศึกษาของ เซียร์ ฟรีดแมน (Sears and Freedman,1967) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการเลือก เปิดรับข่าวสารของบุคคล พบว่ากลุ่มตัวแปรทางด้านบุคคลที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรม การเปิดรับสื่อมวลชนที่ดีที่สุด คือ ระดับการศึกษา และระดับชั้นทางสังคม เช่นเดียวกับการศึกษาของ โรบินสัน (Robinson ,1972) พบว่าระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ สิริชัย สิริภายะ (2525) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชน เพื่อการพัฒนาในเขตเมืองในชนบท พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของค่านิยมสมัยใหม่ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจของประชาชน และสอดคล้องกับ วัชรียา อานามวัฒน์ (2533) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ พบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์ ดังนั้น จากผลการศึกษา จึงสรุปได้ว่า ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

2. ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬา ทางโทรทัศน์โดยความพึงพอใจ จากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ได้แก่ ความพึงพอใจของลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ความพึงพอใจต่อเหตุผลของการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ และความพึงพอใจต่อรูปแบบเนื้อหาช่วงเวลา ปริมาณ และผู้ข่าวกีฬา/พิธีกรของรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ จากการศึกษาพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ได้ศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุประจำทางทั่วไป จากผลการศึกษาพบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน จากการศึกษาของ บุศรินทร์ หนูนักดี (2534) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ พบว่า ประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้ข่าวสารต่างๆของพนักงานเทศบาลเมืองแตกต่างกันและประชาชน ที่มีช่วงอายุ และรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเทศบาลเมืองแตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ นฤมล มังคลิกุล (2534) ที่ทำการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมและประชากรกับความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอคำเนินสะดวก จ.ราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมือง ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้ข่าวสารต่าง ๆ ของพนักงานเทศบาลเมือง จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับชมข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 สอดคล้องกับการศึกษาของ อรณี ผู่จวรรณลักษณ์ (2538) ที่ทำการศึกษาคือการเปิดรับการคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ สมาชิกของพระพุทธศาสนาสอดคล้องกับการศึกษาของ ชมภูษ ภูมิมาประกร (2534) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสาร จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสาร และการให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการจูงใจมีความสัมพันธ์ กับความเข้าใจ และความพึงพอใจในโฆษณา เพื่อส่งเสริมสังคมและ สอดคล้องกับ วันทนีย์ แส่นักดี (2533) ที่ทำการศึกษาคือความคาดหวัง ความ

พึงพอใจ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมีความสัมพันธ์กัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษา พบว่า ปึงจัด้้านประชากรและสังคม มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ดังนั้นทางแผนกข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เป็นผู้มีหน้าที่ดำเนินการผลิตและนำเสนอข่าวกีฬา จึงควรให้มีการจัดการฐานข้อมูลทางด้านประชากร และสังคม ของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์ เพื่อมาใช้สนับสนุนการดำเนินการผลิตและนำเสนอรายการข่าวกีฬาให้ผู้ชมได้รับความพึงพอใจต่อการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬามากที่สุด

2. จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นผู้ผลิตรายการข่าวกีฬาควรมีการพัฒนารูปแบบเทคนิค การนำเสนอ ความทันสมัย ความรวดเร็ว และความถูกต้องของเนื้อหาตลอดจนการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อโฆษณาการประชาสัมพันธ์สถานีโทรทัศน์ เพื่อจูงใจให้ผู้ชมเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางสถานีโทรทัศน์ของตนและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมให้ได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยทางด้านผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ผู้ผลิตรายการข่าวกีฬา ว่ามีศักยภาพ มีความพร้อม และมีองค์ความรู้ในการดำเนินการผลิตรายการข่าวกีฬา หรือไม่อย่างไร

2. ควรมีการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอ เทคนิคการผลิต เนื้อหาของข่าวกีฬา ว่ามีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ อย่างไร

3. ศึกษาถึงเหตุผลต่างๆที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้นิยมชมรายการข่าวกีฬาเป็นจำนวนมาก

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ครุณี หิรัญรักษ์. เทคนิคการหาข่าว และการเขียนข่าวในหนังสือพิมพ์. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- นันทวัน สุชาโต. และประมวญ บุญยะโหดระ. พฤติกรรมการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2531.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ศิริชัย ศิริกาษา. มนุษย์กับสังคม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520.
- _____ . สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองป็นชนบท. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- ศิริชัย ศิริกาษา และกาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.

เอกสารอื่น

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. "การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ : ทฤษฎีงานวิจัย และข้อเสนอต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ." วารสารนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- วัชรียา อานามวัฒน์. "การสำรวจทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานคร ต่อรายการเวที - วาที." รายงานฝึกภาคปฏิบัติ คณะวารสารศาสตร์ และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.
- สุภา ศิริมานนท์. "แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์." เอกสารประกอบการศึกษาโครงการวุฒิปัตร์นักรหนังสือพิมพ์ภูมิภาค, กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526.
- เสรี วงษ์มณฑา. "จิตวิทยาในการสื่อสาร." วารสารธรรมศาสตร์. ปีที่ 9 เล่มที่ 4, 2523.

วิทยานิพนธ์

- กฤชดา กิตติวัฒน์. "การวิเคราะห์ผู้ชมชาวต่างประเทศทางโทรทัศน์ : กรณีศึกษานิสิตบัณฑิตศึกษาเฉพาะโครงการสำหรับผู้บริหาร." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- จรัสศรี หาญสมวงศ์. "การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไป ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร คลื่นพิเศษ FM.SCA." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ชนิดา พลศรี. "ความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ชมนุช ปฎิมาประกร. "ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากร พฤติกรรมเปิดรับสาร และการให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบ การจูงใจกับความเข้าใจ และความพึงพอใจในโฆษณาเพื่อส่งเสริมสังคมทางวิทยุโทรทัศน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ต้องฤดี ปุณณกันต์. "การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของประชาชน ตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน : ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอ นครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- นฤมล มังคลิกุล. "ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และประชากร กับความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชน ในเขตอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ปัทมาวดี หล่อวิจิตร. "ทัศนคติการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ประโยชน์ เทียนศาสตร์. "การวิเคราะห์ข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

บุศรินทร์ หนูนักดี. "ความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมือง
จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหา
บัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

พีระ จิรโสภณ. "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน." มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2521.

ภัทติศา พันธุมเสน. "ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ของนักเรียนโรงเรียนสตรี
นนทบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2535.

วันทนี้อย์ แส่นักดี. "ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทาง
การเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา." วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ศุภวรรณ ลัจจงพงศ์. "ความน่าเชื่อถือของแหล่งงาน การคาดหวังผลตอบแทน ความพึงพอใจ และ
พฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชน." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตรมหา
บัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534

อรณี ผู่จวรรณลักษณ์. "การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะ
ทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา ในกรุงเทพมหานคร."
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2538.

อรวรรณ วิจักขณะ. "การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน ของนิสิต นักศึกษา
มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K. *Anticipated Communication and Mass Media International Seeking.*
Public Opinion Quarterly. New York : Free Press, 1973 and Garramone G.
The Role of Foreign news, Coverage in Adolescent Palitical
Socialization. Paper presented at the association For Education in
Journalism and Mass Comm Convention, Corvalis, 1983.

Colin, Cherry. *On Human Communications : A review, A Survey and Criticism.* New
York : Holt, Rhinchart and Winston, 1978.

- Evans, John W. **Alienation and Learning in a Hospital Setting**. *American Sociology Review*, December, 1962.
- Herzog H. **what do we really know about daytime serial listeners**. *Radio Research*. New York : Duell Sloan and Pearce, 1944.
- Jay G. Blumber. **The Social Character of Media Gratifications Media Gratification Research Current Perspectives**. Beverly Hills : Sage 1985.
- Karl Erik Resengren. **Use and Gratifications : A Paradigm outlined The Uses of Mass Communications : Current Perspectives on Gratifications Rescond** Beverly Hills : Sage, 1974.
- Katz. E.J.G. Blumber, and M. Gurevitch. **Utilization of mass communications. By the individual. The Uses of Mass Communications**, Beverly Hills, Sage 1973.
- Kippax, Susan and John P. Murray. **Using The Mass Media Need Gratification and Perceived Utility**. *Communication Research*, Vol.7 ; No. 3 ; 1980.
- Lawrence A. Wenner. **The Nature of News Gratifications. Media Gratifications Research : Current Perspective**. Beverly Hills : Sage, 1985.
- Maslow, A.H. **Motivation and Personality**. New York. Harper and Brothes, 1954.
- Maxwell E. McCombs, Lee B. Becker. **Using Mass Communications Theory**. Englewood Cliffs : N. J. Princtice Hall, 1979.
- Mcnelly , John T. and Fonesca, **Engenio Media Use and Political Interest at the U. of Casta Rica**. *Journalism Quarterly* Vol.41, No.2, 1964.
- Mc Quial, Dennis, Blumler, Jay G. and Prawn J.R. **The Television Audience : A Revised Perspective in Sociology of Mass Communications**. New York : Dennis, Penguin Book, 1972
- Myers, Michele Tolela and Myers, Gail E. **Managiry by Comm : An Organizational Approach**. Tokyo : Mc Graw – Hill Kogakush Ltd, 1982
- Phillip Palmgreen and J.D. Rayburn. **An Expectancy – Value Approach to Media Gratification . In Media Gratification Research Current Perspective . USA.** : Sage, 1985.

**Schramm , W. Responsibility in Mass Communication . New York : Herper and Row,
1975.**

Yubol Benjarongkit. Life Events Need Salience and Audiences Use of Television

Ph.D. Dissertation in the Graduate School of the Ohio state University, 1985.

**Willo , O . A. , Goldhabers, G.M. and Yates, M.P. Organization Communication Research :
Time for Reflection. In Dan Nimmo (ed.), Communication Yearbook 4. New
jersey : International Communication Association 1980.**

ด

ด

ภาคผนวก

ด

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์
ในระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จึงใคร่
ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยข้อมูลที่ได้อาจจากการตอบแบบสอบ
ถามนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและทำการวิจัยต่อไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (1-5 ข้อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงใน () และเติมข้อความลงในช่องว่างที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1 เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. 16-20 ปี

() 2. 21-30 ปี

() 3. 31-40 ปี

() 4. 41-50 ปี

() 5. 51-60 ปี

() 5. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() 1. ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.

() 2. ม.6 หรือ ปวช.

() 3. ปวส. หรือ อนุปริญญา

() 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

() 5. สูงกว่าปริญญาตรี

() 6. กำลังศึกษา(ระบุน) ระดับ.....

() 7. อื่นๆ ระบุน.....

4. อาชีพ

- () 1. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
- () 2. พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน
- () 3. พนักงาน/ลูกจ้างพนักงานรัฐวิสาหกิจ
- () 4. ข้าราชการ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐบาล
- () 5. นักเรียน/นักศึกษา
- () 6. แม่บ้าน
- () 7. ไม่ได้ทำงาน
- () 8. อื่นๆ ระบุ

5. รายได้ประจำเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท
- () 2. 5,000-10,000 บาท
- () 3. 10,001-15,000 บาท
- () 4. 15,001-20,000 บาท
- () 5. 20,001-25,000 บาท
- () 6. 25,501-30,000 บาท
- () 7. มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ (6-10 ข้อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () และเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

6. ท่านชมรายการโทรทัศน์ทางช่องใด (เลือกตอบได้หลายข้อ)

- () 1. ช่อง 3
- () 2. ช่อง 5
- () 3. ช่อง 7
- () 4. ช่อง 9
- () 5. ช่อง 11
- () 6. ไอทีวี

7. ท่านชมรายการโทรทัศน์

ประเภท	สถานีโทรทัศน์					
	3	5	7	9	11	ไอทีวี
1. รายการข่าว						
2. ทอล์กโชว์						
3. รายการกีฬา						
4. เกมโชว์						
5. ละคร						
6. วาไรตี้						
7. สารคดี						
8. สันทนาการบ้านเมือง/ เศรษฐกิจและสังคม						
9. อื่นๆ ระบุ.....						

8. ในสัปดาห์หนึ่งๆ ท่านชมรายการโทรทัศน์บ่อยเพียงไร

 1. ทุกวัน

 2. 5-6 ครั้ง

 3. 3-4 ครั้ง

 4. 1-2 ครั้ง

9. ในวันจันทร์ – ศุกร์ ท่านชมรายการโทรทัศน์เวลาใด โดยใส่หมายเลข 1-3 เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

 1. 06.00-08.00 น.

 2. 08.00-10.00 น.

 3. 10.00-12.00 น.

 4. 12.00-14.00 น.

 5. 14.00-16.00 น.

 6. 16.00-18.00 น.

 7. 18.00-20.00 น.

 8. 20.00-22.00 น.

 9. 22.00-24.00 น.

 10. หลัง 24.00 น. เป็นต้นไป

10. ในวันเสาร์-อาทิตย์ ท่านชมรายการโทรทัศน์เวลาใด โดยใส่หมายเลข 1-3 เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

- | | |
|------------------------|---------------------------------|
|1. 06.00-08.00 น. |2. 08.00-10.00 น. |
|3. 10.00-12.00 น. |4. 12.00-14.00 น. |
|5. 14.00-16.00 น. |6. 16.00-18.00 น. |
|7. 18.00-20.00 น. |8. 20.00-22.00 น. |
|9. 22.00-24.00 น. |10. หลัง 24.00 น.เป็นต้นไป |

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ (11-16 ข้อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงใน () และเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

11. ท่านมีความสนใจกีฬาประเภทใด (ตอบได้หลายข้อ)

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| () 1. ฟุตบอล | () 2. มวยไทย |
| () 3. มวยสากล | () 4. กีฬา |
| () 5. เทนนิส | () 6. แบดมินตัน |
| () 7. บิงปอ | () 8. วอลเลย์บอล |
| () 9. บาสเก็ตบอล | () 10. จักรยาน |
| () 11. ยิมนาสติก | () 12. ชกน้ำหนัก |
| () 13. ตะกร้อ | () 14. ว่ายน้ำ |
| () 15. อื่นๆ ระบุ..... | |

12. ท่านเป็นผู้สนใจติดตามชมข่าวกีฬาทางโทรทัศน์หรือไม่

- | | |
|-------------|----------------|
| () 1. สนใจ | () 2. ไม่สนใจ |
|-------------|----------------|

13. ในสัปดาห์หนึ่งๆ ท่านชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์อย่างไร

- | |
|------------------|
| () 1. ทุกวัน |
| () 2. 5-6 ครั้ง |
| () 3. 3-4 ครั้ง |
| () 4. 1-2 ครั้ง |

14. ในช่วงของรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ท่านชอบชมข่าวกีฬาประเภทใด โดยใส่หมายเลข 1-3 เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

-1. ข่าวเด่นประจำวันในและต่างประเทศ
-2. ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ (CNN, WTN, Reuter)
-3. ข่าวกีฬาในประเทศเฉพาะที่น่าสนใจ
-4. ภาพกีฬามัน ๆ
-5. สกู๊ปข่าวกีฬาพิเศษ
-6. ข่าวแถลงต่าง ๆ
-7. ถ่ายทอดสด
-8. อื่น ๆ ระบุ.....

15. ท่านใช้เวลาในการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ในแต่ละวันมากน้อยเพียงใด

- () 1. น้อยกว่า 5 นาที
- () 2. 5-10 นาที
- () 3. 10-30 นาที
- () 4. 30 นาที - 1 ชั่วโมง
- () 5. อื่น ๆ ระบุ.....

16. ท่านชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- | | |
|--------------------------------|-----------------------|
| () 1. 19.00-19.20 น. | () 2. 19.20-19.40 น. |
| () 3. 19.40-20.00 น. | () 4. 20.00-20.20 น. |
| () 5. 20.20-20.40 น. | () 6. 20.40-21.00 น. |
| () 7. หลัง 21.00 น. เป็นต้นไป | |

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการรับชมข่าวกีฬา (17-20 ข้อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องตารางที่แสดงระดับความพึงพอใจ

17. โปรดระบุระดับความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ที่ท่านชอบ

ประเภทรายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ข่าวกีฬาเด่นประจำวันทั้งในและต่างประเทศ					
2. ข่าวกีฬาจากต่างประเทศ (CNN, WTN, REUTER)					
3. ข่าวกีฬาในประเทศเฉพาะที่น่าสนใจ					
4. ภาพกีฬาอื่นๆ					
5. สถิติข่าวกีฬาพิเศษ					
6. ข่าวแถลงต่างๆ					
7. ถ่ายทอดสด					
8. อื่นๆ ระบุ.....					

18. ท่านชอบดูรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ด้วยเหตุผลเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

เหตุผล	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการกีฬา					
2. ช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ดี					
3. ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ตื่นเต้น					
4. ทำให้มีข้อมูลพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น					
5. หลีกเสี่ยงความเบื่อหน่ายไม่มีอะไรจะทำ					
6. ช่วยให้ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์					
7. สนองความอยากรู้อยากเห็น					
8. อื่นๆ ระบุ.....					

19. รูปแบบเนื้อหา ช่วงเวลา ปริมาณ และผู้อ่านข่าวกีฬา/ พิธีกร ของรายการข่าวกีฬา
ทางโทรทัศน์ที่ท่านชื่นชอบ

ความชื่นชอบของรายการข่าวกีฬา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบการนำเสนอของรายการข่าวกีฬา					
2. เนื้อหาของข่าวกีฬา					
3. ช่วงเวลาการออกอากาศของรายการข่าวกีฬา (19.00-21.00 น.)					
4. ระยะเวลาของการออกอากาศ					
5. ผู้อ่านข่าวกีฬาชาย					
6. พิธีกรชาย					
7. ผู้อ่านข่าวกีฬาหญิง					
8. พิธีกรหญิง					

20. ท่านคิดว่าสถานีโทรทัศน์ที่ท่านเลือกชมข่าวกีฬาในแต่ละช่องมีจุดเด่นในการนำเสนอข่าวกีฬา
อย่างไร

จุดเด่น ของ ช่อง 3	ระดับความพึงพอใจ				
	เด่นที่สุด	เด่น	ปานกลาง	เด่นน้อย	เด่นน้อยที่สุด
1. รูปแบบคิที่น่าสนใจ					
2. วิธีการนำเสนอข่าวคิที่น่าสนใจ					
3. เทคนิคการผลิตคิ(ภาพน่าสนใจ, จัดเจน มุมกล้อง,การตัดคิต่อ ฯลฯ)					
4. เนื้อหาคิ					
5. รวดเร็ว					
6. ทันสมัย					
7. ผู้อ่านข่าว					
8. พิธีกร					
9. อื่นๆ ระบุ					

จุดเด่น ของ ช่อง 5	ระดับความพึงพอใจ				
	เด่นที่สุด	เด่น	ปานกลาง	เด่นน้อย	เด่นน้อยที่สุด
1. รูปแบบคินำเสนอใจ					
2. วิธีการนำเสนอข่าวคินำเสนอใจ					
3. เทคนิคการผลิตคิ(ภาพนำเสนอใจ, ซัดเจน มุมกล้อง, การตัดต่อ ฯลฯ)					
4. เนื้อหาคิ					
5. รวดเร็ว					
6. ทันสมัย					
7. ผู้อ่านข่าว					
8. พิธีกร					
9. อื่นๆ ระบุ					

จุดเด่น ของ ช่อง 7	ระดับความพึงพอใจ				
	เด่นที่สุด	เด่น	ปานกลาง	เด่นน้อย	เด่นน้อยที่สุด
1. รูปแบบคินำเสนอใจ					
2. วิธีการนำเสนอข่าวคินำเสนอใจ					
3. เทคนิคการผลิตคิ(ภาพนำเสนอใจ, ซัดเจน มุมกล้อง, การตัดต่อ ฯลฯ)					
4. เนื้อหาคิ					
5. รวดเร็ว					
6. ทันสมัย					
7. ผู้อ่านข่าว					
8. พิธีกร					
9. อื่นๆ ระบุ					

จุดเด่น ของ ช่อง 9	ระดับความพึงพอใจ				
	เด่นที่สุด	เด่น	ปานกลาง	เด่นน้อย	เด่นน้อยที่สุด
1. รูปแบบคินำเสนอใจ					
2. วิธีการนำเสนอข่าวคินำเสนอใจ					
3. เทคนิคการผลิตคิ(ภาพนำเสนอใจ, ซัดเจน มุมกล้อง, การตัดต่อ ฯลฯ)					
4. เนื้อหาคิ					
5. รวดเร็ว					
6. ทันสมัย					
7. ผู้อ่านข่าว					
8. พิธีกร					
9. อื่นๆ ระบุ					

จุดเด่น ของ ช่อง 11	ระดับความพึงพอใจ				
	เด่นที่สุด	เด่น	ปานกลาง	เด่นน้อย	เด่นน้อยที่สุด
1. รูปแบบคินำเสนอใจ					
2. วิธีการนำเสนอข่าวคินำเสนอใจ					
3. เทคนิคการผลิตคิ(ภาพนำเสนอใจ, ซัดเจน มุมกล้อง, การตัดต่อ ฯลฯ)					
4. เนื้อหาคิ					
5. รวดเร็ว					
6. ทันสมัย					
7. ผู้อ่านข่าว					
8. พิธีกร					
9. อื่นๆ ระบุ					

จุดเด่น ของ ช่อง ทีวี	ระดับความพึงพอใจ				
	เด่นที่สุด	เด่น	ปานกลาง	เด่นน้อย	เด่นน้อยที่สุด
1. รูปแบบคินำเสนอใจ					
2. วิธีการนำเสนอข่าวคินำเสนอใจ					
3. เทคนิคการผลิตคิ(ภาพนำเสนอใจ, ซัดเจน มุมกล้อง, การตัดต่อ ฯลฯ)					
4. เนื้อหาดี					
5. รวดเร็ว					
6. ทันสมัย					
7. ผู้อ่านข่าว					
8. พิธีกร					
9. อื่นๆ ระบุ					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายณัฐชัย หลวงพรหม
วัน เดือน ปีเกิด	10 พ.ค. 2508
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรรัฐกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ตำแหน่ง	ผู้กำกับรายการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 แผนกปฏิบัติการออกอากาศ ฝ่ายรายการ