

ศึกษาพฤติกรรมของประชาชนในเขตปทุมวันและ  
เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร ในการดูข่าวโทรทัศน์



นางสาวสุวลักษณ์ วงศ์เทศ

	วท302.2345 ศ868ศ
30A0090498	
Title : ศึกษาพฤติกรรมของประชาชนในเขต ปทุมวันและ เขตพระโขนง กรุงเทพมหานครใน หอสมุดและศูนย์สนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาศึกษาศาสตร์ธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2535

Behavior in viewing Television News of the people  
in Khet Prathumwan and Phrakhanong, Bangkok

MISS SUVALAK WONGTHAYT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement

for the Degree of Master of Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School

Dhurakijpundit University

1992



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ ศึกษาพฤติกรรมของประชาชนในเขตปทุมวันและ เขตพระโขนงกรุงเทพมหานคร  
ในการดูข่าวโทรทัศน์  
BEHAVIOR IN VIEWING TELEVISION NEWS OF THE PEOPLE IN KHET  
PRATHUMWAN AND PHRAKHANONG, BANGKOK

โดย น.ส. สุวลักษณ์ วงศ์เทศ

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.สมควร กวียะ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รศ. สุเมธ สมภักดี

ให้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ  
(ดร. เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพัฒน์)  
..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย  
(รศ. จุมพล รอดคำดี)  
..... กรรมการ  
(รศ.ดร.สมควร กวียะ)  
..... กรรมการ  
(รศ.ดร.พรทิพย์ วรภักจโรคาตร์)  
..... กรรมการ  
(รศ.สุเมธ สมภักดี)  
..... กรรมการ

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
( ศ.ดร.ประเสริฐ วิทยารัฐ )

วันที่ 18 เดือน ๖ พ.ศ. 2536

## กิติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพัฒน์ รองศาสตราจารย์ ดร. พรทิพย์ วรกิจโกคาทร รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ อาจารย์ที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์ ดร.สุเมธ สมภักดี อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่กรุณา แนะนำให้ความรู้ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับทฤษฎีและการทำวิจัยครั้งนี้

อนึ่งขอกราบขอบพระคุณท่านผู้หญิงนวลผ่อง เสนาณรงค์ ผู้อำนวยการกองหารายได้ ม.ร.ว.ปรีียงค์ศรี วัฒนคุณ รองผู้อำนวยการกองหารายได้ คุณสุวรรณ พิมลแสงสุริยา ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักงานกลาง คุณเจริญศรี แก้วแดง หัวหน้าแผนกทะเบียนประวัติ กองการเจ้าหน้าที่ สภาอากาศไทย ที่กรุณาให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ ให้โอกาสและให้เวลา ช่วยเหลือทุกกรณีในการทำงานครั้งนี้

นอกจากนี้ขอขอบคุณอาจารย์ เจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย เพื่อนร่วมรุ่นทุกคนในคณะ นิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และเพื่อน ๆ ในสภาอากาศไทยที่คอยช่วยเหลือในการทำวิจัย ให้คำปรึกษาทุกเรื่อง จนการทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สำหรับความดีทุกประการของผลงานการวิจัยครั้งนี้ ขอมอบให้คุณพ่อ คุณแม่ ผู้ที่มีพระคุณและสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเรียนตลอดหลักสูตร และให้กำลังใจตลอดเวลา พร้อมด้วยพี่น้องที่บ้านทุกคน

สุวลักษณ์ วงศ์เทศ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.3 คำนิยามศัพท์.....	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
<b>บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>9</b>
2.1 พฤติกรรม.....	9
2.2 ทฤษฎีการสื่อสาร.....	13
2.3.1 ความหมายของการสื่อสารมวลชน และองค์ประกอบของ การสื่อสาร.....	13
2.3.2 บทบาทหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์.....	19
2.3.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสาร....	21
2.3.4 ข่าวและประเภทของข่าว.....	30
2.3.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....</b>	<b>42</b>
3.1 ขอบเขตของการวิจัย.....	42
3.2 กลุ่มประชากรที่ศึกษา.....	42

	หน้า
3.3 วิธีกำรสุ่มตัวอย่าง.....	42
3.4 เครื่องมือในการวิจัย.....	43
3.5 กำรเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
3.6 สถิติใช้ในการวิเคราะห์.....	44
บทที่ 4 กำรวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	68
บรรณานุกรม.....	80
ภาคผนวก.....	84
ก. แบบสอบถาม.....	85
ประวัติผู้เขียน.....	94

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำแนกเขตบ้านพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง.....	46
4.2	จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง.....	47
4.3	จำแนกอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....	48
4.4	จำแนกอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	49
4.5	จำแนกการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง.....	50
4.6	จำแนกรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง.....	51
4.7	จำแนกประเภทสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่าง.....	52
4.8	จำแนกความถี่ในการดูรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	53
4.9	จำแนกความนิยมการดูรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	54
4.10	จำแนกช่วงเวลาในการเสนอข่าวตามความนิยม.....	55
4.11	จำแนกเหตุผลในการดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	56
4.12	จำแนกประเภทข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	57
4.13	จำแนกความนิยมผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	58
4.14	จำแนกเหตุผลความนิยมผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	59
4.15	จำแนกเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างดูรายการข่าวโทรทัศน์.....	60
4.16	จำแนกพฤติกรรมขณะดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	61
4.17	จำแนกรายการข่าวโทรทัศน์ของช่องต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มตัวอย่าง.....	62
4.18	จำแนกวิธีการเสนอข่าวที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ.....	63
4.19	จำแนกพฤติกรรมภายหลังการดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	64
4.20	จำแนกบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างนิยมพูดคุยเกี่ยวกับข่าวโทรทัศน์.....	65
4.21	จำแนกประโยชน์ในการดูข่าวโทรทัศน์ประจำวันตามความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
4.22	จำแนกข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์.....	67

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : ศึกษาพฤติกรรมของประชาชนในเขตปทุมวัน และเขตพระโขนง  
กรุงเทพมหานคร ในการดูข่าวโทรทัศน์  
ชื่อนักศึกษา : นางสาวสุวลักษณ์ วงศ์เทศ  
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ  
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม : รองศาสตราจารย์ สุเมธ สมภักดี  
ภาควิชา : นิเทศศาสตร์ธุรกิจ  
ปีการศึกษา : 2535

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง "ศึกษาพฤติกรรมของประชาชนเขตปทุมวัน และเขตพระโขนง  
กรุงเทพมหานคร ในการดูข่าวโทรทัศน์"

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ของ  
ประชาชนเขตปทุมวันและเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร ทั้ง 2 เขต ว่ามีพฤติกรรมเป็นอย่างไร

วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาจากกลุ่มตัว  
อย่าง เฉพาะประชาชนชายและหญิงจำนวน 300 คน ในเขตปทุมวันและเขตพระโขนง กรุงเทพ  
มหานคร

ผลการศึกษาวิจัย ปรากฏ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจ  
เอกชน หรือบริษัท
2. ในด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความนิยมดู  
ข่าวโทรทัศน์ ในรายการข่าวในประเทศ รายการข่าวต่างประเทศและข่าวการเมือง เป็นลำดับ



3. สำหรับความสนใจและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเปิดรับข่าวโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ รับข่าวจากวิทยุ และอ่านหนังสือพิมพ์

4. สำหรับข่าวโทรทัศน์มักชมข่าวประจำวัน ในช่วงเวลา 19.30-21.00 น. โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกชมข่าวจากสถานีโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอข่าวที่รวดเร็ว ทันใจ ส่วนใหญ่จะชมข่าวโทรทัศน์กับคนในครอบครัว

5. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อความเชื่อถือในการนำเสนอข่าว พบว่า ข่าวโทรทัศน์ได้รับความเชื่อถือมากที่สุด เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีภาพและเสียง

6. สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการดูข่าวโทรทัศน์ คือ ทำให้ทราบความคิดเห็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และได้รับความรู้ทางวิชาการด้านต่าง ๆ

7. อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การนำเสนอข่าวควรจะทำให้ น่าสนใจ สั้น เข้าใจง่าย อธิบายด้วยภาพมากกว่าเสียงและผู้อ่านข่าวทางโทรทัศน์ควรมีน้ำเสียง สุกใส ไพเราะ พุดชัดเจน ถูกต้อง บุคลิก ดีดังุด ความสนใจ

THESIS TITLE : Behavior in viewing Television News of the  
people in Khet Puthumwan and Phrakhanong,  
Bangkok

NAME : MISS SUVALAK WONGTHAYT

THESIS ADVISOR : ASSOC PROF. DR. SOMKUAN KAVIYA

THESIS CO-ADVISOR : ASSOC. PROF SUMATE SOMPAKDEE

DEPARTMENT : BUSINESS COMMUNICATION ARTS

ACADEMIC YEAR : 1992

#### Abstract

Behavior in viewing Television News of the people in Khet  
Puthumwan and Phrakhanong, Bangkok

This research had main objective to study the behavior in  
Viewing Television News of the people in Khet Pathumwan and  
Phrakhanong, Bangkok. The study was designed as a survey research to  
ask 300 men and women who live in both Khet.

The major finding are as follows :

1. The Samples, were mainly graduated and worked in private  
sector or business field.
2. Most of the respondents prefer to view home news,  
international news and sports news.
3. The favourite channel to receive news was Television  
while radio and newspaper were listed next.

4. The news time preferred by the samples was 7:30 to 9 p.m. They preferred the channel which has quick presentation. Most liked to watch news program with their family.

5. Regarding the credibility of news presentation, it was found that television news was the most credible, since it was presented with sound and image

6. Most respondents also answered that viewing television news made them know expressed opinions on political, economic, social and cultural affairs. It also made them modern, up-to date, and aware of various technical knowledge

7. However, the news presentation should be improved to be more interesting, concise, understandable, and with more image than sound. News presenters should have nice and clear voice, use correct language, and have attractive personality.

บทที่ 1

บทนำ

### ความสำคัญและความเป็นมาของการวิจัย

กิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ได้ทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ เพราะเป็นศูนย์กลางกระจายข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชน สถานโทรทัศน์เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจอันดีเป็นสื่อสารมวลชนที่มีคุณค่าของสังคม โทรทัศน์ในปัจจุบันสามารถแพร่ภาพออกอากาศได้ทั่วประเทศประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆได้ในเวลาพร้อมเพรียงกัน

ในปัจจุบันสังคมมีการขยายตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้คนในสังคมจึงต่างได้รับผลกระทบแห่งความเคลื่อนไหวนั้น ๆ ด้วย และการที่จะทราบความเป็นไปหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นก็ต้องมีการรับรู้ข่าวสาร เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่น เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่น ตลอดจนปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม

สังคมทุกสังคมย่อมต้องมีและใช้ข่าวสาร<sup>1</sup> เรื่องของการติดต่อสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทในสังคมปัจจุบันมากขึ้นทุกขณะ กล่าวคือ นอกจากมนุษย์จะมีการติดต่อระหว่างมนุษย์ด้วยกันเองแล้ว ยังมีกิจการสื่อสารอีกประเภทหนึ่งที่กำลังมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่ง สิ่งที่กำลังถึงนี้ก็คือสื่อ

---

<sup>1</sup>อนุช อภาภิรมย์, "ความคิดเรื่องสังคมข่าวสาร" วารสารนิเทศศาสตร์ 10 (ฉบับภาคการศึกษา 2532) : 11.

มวลชน (Mass Media) ที่มีคุณสมบัติพิเศษในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมาก ๆ ได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้การรับรู้ข่าวสาร และการติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นไปโดยสะดวกมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สื่อมวลชนจะมีบทบาทหน้าที่ในการถ่ายทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐานของสังคมจากสมาชิกผู้หนึ่งไปยังอีกผู้หนึ่ง หน้าที่ในการให้ความบันเทิง ให้การศึกษาและให้บริการทางธุรกิจแล้ว ยังมีบทบาทหน้าที่อันสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การสอดส่อง และรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโลก เพื่อให้คนในสังคมได้รับทราบและเรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ของโลกภายนอก ซึ่งโดยปกติคนในสังคมไม่มีโอกาสจะได้ไปอยู่ ไปสัมผัสเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วยตนเอง บทบาทเช่นนี้เองช่วยให้คนในสังคมสามารถทราบ และคาดคะเนเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวเองได้ใกล้เคียงและถูกต้อง Lasswell เรียกบทบาทหน้าที่นี้ว่า "surveillance"<sup>1</sup>

เมื่อความต้องการของมนุษย์ในสังคม คือ การแสวงหาข่าวสารข้อมูลและสื่อมวลชนก็ทำหน้าที่ในการรายงานข่าว การนำเสนอข่าวในสังคมโดยสื่อมวลชน จึงเกิดขึ้นในรูปแบบวิธีการที่ต่างกันไปตามนโยบายและคุณสมบัติของแต่ละสื่อ และ "นับวันบทบาทที่ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเป็นแรงผลักดันให้สื่อมวลชนต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพเพื่อแข่งขันกันในการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าว"<sup>2</sup> จึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าทุกวันนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่เราจะต้องรับรู้ข่าวสารที่สื่อมวลชนนำเสนอไม่ด้วยหนทางใดก็หนทางหนึ่ง

<sup>1</sup> อรุณ เลิศจรรยาภักดิ์, "สื่อมวลชนกับการเลือกเสนอข่าว" วารสารศาสตร์, 9 (ตุลาคม-ธันวาคม, 2532) : 34.

<sup>2</sup> ชัยวัฒน์ สถาอานันท์. คำกล่าวรายงานการเปิดการสัมมนาเรื่อง "ข่าวและแนวทางการเสนอข่าวอย่างสร้างสรรค์," จัดโดยมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็กร่วมกับมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ ณ ห้องประชุมบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต วันที่ 21 กันยายน 2532.

"ปัจจุบันผู้ผู้ชม มีโอกาสรับรู้ข่าวสารจากรายการข่าวประจำวันเฉลี่ยวันละประมาณ 1 ชั่วโมง 45 นาที... ส่วนความนิยมการรับชมรายการข่าวพบว่าผู้ผู้ชมเริ่มหันมานิยมดูรายการข่าวตั้งแต่ปลายปี 2528"<sup>1</sup> คำกล่าวของ ร.ศ.ดวงทิพย์ วรรณธ์ ซึ่งกล่าวเพียงเฉพาะข่าวที่นำเสนอทางสื่อโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม คำว่า "ผู้ผู้ชม" หมายถึงผู้รับสารนั่นเอง

บทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเสนอข่าวสาร เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศมาสู่สายตาผู้ชม ทำให้ผู้ชมได้รู้ ได้เห็น สิ่งเดียวกันในเวลาเดียวกันก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีประสบการณ์ร่วมกัน สิ่งเหล่านี้สร้างความน่าเชื่อถือให้กับโทรทัศน์เป็นอย่างมาก

ปัจจุบันรายการข่าวโทรทัศน์ในแต่ละวัน เป็นที่น่าสนใจต่อประชาชนทั่วไปเป็นอย่างมาก ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์รอบตัวทั้งใกล้และไกล ภายในประเทศทั่วทุกภาคและในต่างประเทศ

ประเทศไทยได้มีวิวัฒนาการในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ต่อประชาชนตามลำดับ เป็นต้นมา นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2498-ปัจจุบัน ซึ่งสมัยก่อนมีสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งแรกเพียงแห่งเดียวที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ปัจจุบันมีสถานีวิทยุโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเป็น 5 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร และในส่วนภูมิภาคอีก 5 แห่ง ทำให้ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารทั้งจากภาครัฐบาลและเอกชนทั่วไปได้เป็นอย่างดี

การดูข่าวโทรทัศน์ของประชาชนทำให้ประสิทธิภาพของข่าวโทรทัศน์ในการเข้าถึงประชาชนโดยการใช้สื่อมวลชนประเภทสถานีโทรทัศน์นั้น สามารถให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสาร

<sup>1</sup>ดวงทิพย์ วรรณธ์, "ข่าวโทรทัศน์ : สภาพแวดล้อมไทยวิธีการแพร่กระจายและการรับรู้" (สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532), น. บทคัดย่อ.

เนื้อหาสาระตลอดจนความบันเทิง ในการนำเสนอข่าวสารทางโทรทัศน์ทำให้ประชาชนสามารถ เข้าใจได้ดีมีคุณภาพ เพราะได้เห็นทั้งภาพและเสียง ดีกว่าการได้รับรู้ข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

สื่อมวลชนนับวันจะมีบทบาท อิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชน มากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์ซึ่งสามารถกระจายข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงครอบคลุมไปเกือบทั่วทั้งประเทศไทย ปราศจากซึ่งอุปสรรคทางด้าน การอ่าน การได้ยิน และการเห็น

หน้าที่การเสนอข่าวสารนับเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของโทรทัศน์ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนสามารถประมวลเหตุการณ์ข้อมูลต่างๆมาช่วยตัดสินใจในเรื่องสำคัญๆ ทางด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมได้ด้วยตนเอง การตัดสินใจจะถูก ต้องหรือไม่ขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสื่อโทรทัศน์ส่งผ่านมายังประชาชน หากข้อมูลข่าวสารอุดม ไปด้วยความถูกต้องไม่บิดเบือน มีข้อมูลหลายด้าน ประชาชนจึงจะสามารถวิเคราะห์ และตัดสินใจด้วยตัวเองได้อย่างถูกต้อง แต่หากข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านมาจากโทรทัศน์ไม่ตรงกับที่ประชาชน เห็นเคยรู้และบางครั้งรับรู้มาด้วยสายตาตนเอง โทรทัศน์เสนอข่าวด้านเดียว ไม่เสนอข้อมูลที่ทำให้ประชาชนสามารถวิเคราะห์เหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างแจ่มชัด ความคลางแคลงใจนี้เองทำให้ประชาชนเกิดความไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือในสื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์ในขณะ เดียวกันประชาชนก็ปรารถนาที่จะมีสิทธิในการรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้อง มีสิทธิในการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารต่างๆจากโทรทัศน์

ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีสิทธิเสรีภาพในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจากสื่อ มวลชนอย่างโทรทัศน์ มีอุปสรรคอะไรที่ทำให้สื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์ไม่สามารถเสนอข้อมูลข่าว สารอย่างตรงไปตรงมาได้ในบางสถานการณ์ มีอิทธิพลอะไรบีบบังคับให้ทำเช่นนั้น จะมีทางออก ทางใดที่จะทำให้การเสนอข่าวสารของโทรทัศน์มีคุณค่าถูกใจประชาชนไทยทั้งในยามเหตุการณ์ ปกติและยามที่มีเหตุการณ์วิกฤติ

การดูข่าวโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อชาวกรุงเทพมหานครอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันโทรทัศน์นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญพื้นฐานในชีวิตประจำวันของคนชาวกรุงเทพฯ ทั้งในแง่ให้ข่าวสารและความบันเทิง ดังนั้นพฤติกรรมการดูข่าวโทรทัศน์ จึงเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยอยากจะศึกษาเพื่อทราบถึงแนวความคิดหรือทัศนคติตลอดจนอิทธิพลของข่าวสารทางโทรทัศน์ต่อผู้ชม ไม่ว่าจะเป็นเหตุผลในการดูข่าวโทรทัศน์ พฤติกรรมที่จะนำไปใช้ประโยชน์โดยตรง และความคิดเห็นต่อการเสนอแนะเกี่ยวกับข่าวโทรทัศน์ เพื่อนำไปสู่แนวทางในการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงการเสนอข่าวโทรทัศน์

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ของประชาชนกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะในเขตปทุมวัน และเขตพระโขนงซึ่งเป็นการศึกษาระหว่างพฤติกรรมและลักษณะการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ เนื่องจากในกรุงเทพมหานครสามารถรับการเผยแพร่ภาพของสถานีโทรทัศน์ได้ทั้ง 5 ช่อง คือ ช่อง 3-5-7-9 และ 11 ประชาชนสามารถเลือกรับรู้ว่าข่าวสารต่าง ๆ จากแต่ละสถานีตามความสนใจของแต่ละคน ผู้วิจัยจึงอยากทราบถึงความต้องการในการรับรู้ข่าวสารของบุคคล เพื่อนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์และสนองนโยบายการเผยแพร่ข่าวกิจกรรมของสภากาชาดไทย ให้ประชาชนได้รับรู้ โดยเฉพาะกิจกรรมเกี่ยวกับการหารายได้ ซึ่งผู้วิจัยมีบทบาทรับผิดชอบงานในส่วนนี้

เมื่อข่าวมีความสำคัญในด้านการพัฒนาความรู้และความคิดของประชาชน จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจถึงพฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ว่า ประชาชนมีความสนใจที่จะเปิดรับข่าวหรือไม่ อย่างไร คนสนใจดูข่าวโทรทัศน์ประเภทใด เช่น ข่าวในประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง รวมทั้งความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อข่าว ซึ่งผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาถึงพฤติกรรมของคนในการดูข่าวโทรทัศน์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเข้าถึงประชาชน



### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของประชาชนในเขตปทุมวัน และเขตพระโขนงในการดูข่าวโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ 5 สถานี คือ ช่อง 3-5-7-9-11 ในกรุงเทพมหานครว่ามีพฤติกรรมอย่างไรบ้าง
2. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าว การเลือกรับข่าวโทรทัศน์ของประชาชนในเขตปทุมวัน และเขตพระโขนง ทางสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ 5 สถานีในกรุงเทพมหานคร

### นิยามศัพท์ในการศึกษา

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำกริยา อากาการ บทบาท ลีลา ท่าที การประพฤติปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่ง คือ ตา ปาก จมูก หู และผิวหนัง

ข่าวโทรทัศน์ หมายถึง รายการข่าวประจำวันที่ออกอากาศเวลา 19.00 น. - 21.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ 5 สถานี คือ ช่อง 3-5-7-9 และ 11 กรุงเทพมหานคร

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่มีคุณสมบัติในการแพร่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วไปยังผู้รับข่าวสารจำนวนมาก

- สื่อโทรทัศน์ จำกัดเฉพาะสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9 และ 11

พฤติกรรมในการดูข่าว หมายถึง ความถี่ ลักษณะความสนใจและเหตุผลในการเปิดรับข่าวประเภทต่าง ๆ จากสื่อโทรทัศน์

ข่าว (News) หมายถึง รายงานของเหตุการณ์และเรื่องราวหรือสถานการณ์ที่น่าสนใจ ในที่นี้จะศึกษาเฉพาะข่าวจากสื่อโทรทัศน์

ประเภทของข่าวโทรทัศน์ มีประเภทต่าง ๆ ดังนี้

ข่าวในพระราชสำนัก หมายถึง ข่าวเกี่ยวกับพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ พระราชพิธีต่าง ๆ ที่เป็นเรื่องภายในพระราชสำนัก

ข่าวในประเทศ หมายถึง ข่าวที่เกิดขึ้นหรือเกี่ยวข้องกับประเทศไทย ได้แก่ ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวราชการ ข่าวการเมือง ข่าวบุคคลสำคัญของรัฐบาล ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวธุรกิจ อุตสาหกรรม เกษตรกรรมและแรงงาน ข่าวการศึกษา วิจัยและวิทยาศาสตร์ ข่าวสังคม ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าวศิลปวัฒนธรรม ข่าวศาสนา ข่าวอาชญากรรม ทั้งนี้แล้วแต่สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งจะมีนโยบายเสนอข่าวอะไร

ข่าวการเมือง หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐบาล ข่าวเกี่ยวกับพรรคการเมืองทั้งฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้าน ความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับการเมือง

ข่าวต่างประเทศ หมายถึง ข่าวที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่

ข่าวกีฬา หมายถึง การรายงานข่าวผลของการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ เนื้อหาสาระเกี่ยวกับตารางแข่งขัน สถิติการแข่งขัน การฝึกซ้อมการทำนายผลการแข่งขัน รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องกับการแข่งขันกีฬานั้น ๆ

ข่าวบันเทิง หมายถึง การรายงานข่าวที่เกี่ยวกับวงการบันเทิง ทั้งในวงการภาพยนตร์ โทรทัศน์ ละคร ดนตรี หนังสือ ศิลปกรรม ข่าวสังคมซุบซิบและแฟชั่น

ข่าวเศรษฐกิจ เป็นข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเงินการธนาคาร การ  
อุตสาหกรรม การเกษตร แรงงาน การคมนาคม

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสื่อโทรทัศน์ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับดังนี้ คือ จำแนกเป็น

- ก. ทุกวัน หมายถึง เปิดรับข่าวทุกวันใน 1 สัปดาห์
- ข. เกือบทุกวัน หมายถึง เปิดรับข่าว 3-5 วัน ใน 1 สัปดาห์
- ค. นานๆ ครั้ง หมายถึง เปิดรับข่าว 1-2 วัน ใน 1 สัปดาห์

ประชาชนในเขตปทุมวันและเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร หมายถึง ประชาชนกลุ่ม  
ตัวอย่างที่มีบ้านพักอาศัยในเขตปทุมวันและเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมของประชาชนในเขตปทุมวันและเขตพระโขนง กรุง  
เทพมหานครในการดูข่าวโทรทัศน์
2. ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขต  
ปทุมวันและเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบถึง ความนิยมของสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอข่าว
4. สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับปรุงในการเสนอข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมของมนุษย์ มีทั้งพฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอก

พฤติกรรมภายใน หมายถึง การทำงานของระบบต่าง ๆ ในร่างกายของมนุษย์ เช่น ระบบประสาท ระบบหายใจ ระบบการไหลเวียนของโลหิต

พฤติกรรมภายนอก หมายถึง การแสดงออกที่เป็นคำพูดและไม่ใช้คำพูด เช่น น้ำเสียง สายตา การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทางของร่างกาย

สำหรับความหมายของพฤติกรรมนั้น แลนด์อเออร์ (Landore) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของสิ่งมีชีวิต

พฤติกรรม ปรากฏโดยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ทางตา ปาก จมูก หู และผิวหนัง พฤติกรรมที่สามารถรับรู้ได้ง่ายจากรูป รส กลิ่น เสียง การถูกต้อง ซึ่งเป็นประเภทที่สังเกตเห็นได้ง่าย จากอริยาบถต่าง ๆ เช่น การนอน นั่ง ยืน เดิน วิ่ง กระโดด การกิน พูด ฯลฯ พฤติกรรมบางอย่างบุคคลพยายามปกปิด ชั่วขณะจึงเกิดเป็นพฤติกรรมประเภทที่ไม่สามารถจะสังเกตได้อย่างชัดเจน เช่น ความรู้สึกนึกคิด จินตนาการ ต้องอาศัยเครื่องมือ เช่น เครื่องจับเท็จ แบบทดสอบ เครื่องวัดคลื่นหัวใจ

องค์ประกอบ 7 ประการของพฤติกรรม (Seven Elements in Behavior)

พฤติกรรมเป็นผลของการเลือกปฏิบัติที่เหมาะสมที่สุดมาตอบสนองสิ่งเร้าในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น ในการสร้างบ้านใหม่ย่อมต้องมีเป้าหมายปลายทางว่า จะทำให้เกิดเป็นรูปร่างลักษณะอย่างไร เจ้าของต้องเลือกตอบสนองอยู่ตลอดเวลา เช่น แบบแปลน วัสดุก่อสร้าง นายช่างผู้มีฝีมือ ครอนแบช (Cronbach) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการ

1. เป้าหมาย หรือ ความมุ่งหมาย (goal) คือวัตถุประสงค์หรือความต้องการซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรม เช่น ความต้องการมีหน้ามีตาในสังคม
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ และความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
3. สถานการณ์ (Situation) หมายถึง ลู่ทางหรือโอกาสหรือเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) เป็นการพิจารณาลู่ทาง หรือ สถานการณ์เพื่อเลือกหาวิธีที่คิดว่าจะสนองความต้องการเป็นที่พอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง (Response) คือ การดำเนินการทำกิจกรรมตามที่ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว
6. ผลรับที่ตามมา (Consequence) คือผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำกิจกรรมนั้น ซึ่งอาจได้ผลตรงกับที่คาดไว้ (Confirm) หรือ ตรงข้ามกับที่คิดหวังไว้ (Contradict) ก็ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) เป็นปฏิกริยาที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการ จึงต้องกลับไปแปลความหมายใหม่เพื่อเลือก

หาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการได้ แต่ถ้าเห็นว่าเป้าประสงค์นั้นเกินความสามารถก็ต้องยอม  
ละเลิกความต้องการนั้นเสีย

พฤติกรรมจะสมบูรณ์และสิ้นสุดลงก็ต่อเมื่อผลที่ตามมาตรงกับความคาดหวัง หากไม่  
สมหวังคนเราก็จะมีปฏิกิริยาต่อไปอีก

### ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการพฤติกรรม

สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการพฤติกรรมนั้น มี 2 ประการ คือพันธุกรรม  
(Heredity) และสิ่งแวดล้อม (Environment) เมื่อยืนยันว่าทั้งสองประการต่างเป็นตัวกำหนด  
พฤติกรรมของบุคคล ซึ่งพลอากาศตรีทิพย์ นาดสุภา<sup>1</sup> ได้วิเคราะห์ว่า

นายแพทย์ นักจิตวิทยา นักปกครอง หรือนักธุรกิจ ต่างก็สนใจว่ามนุษย์นี้จะดีหรือชั่ว  
โง่งหรือฉลาด สุจริตหรือทุจริตเกิดจากสิ่งแวดล้อม การอบรมหรือพันธุกรรมอย่างใดกันแน่ เพราะ  
ถ้าทราบมูลเหตุย่อมสามารถทำนายและควบคุมแก้ไข (prediction and control) ได้  
สัมฤทธิ์ผล เปรียบดูลการรักษาโรค นายแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะโรคย่อมสามารถค้นหาสมุฏฐาน  
ของโรคได้ถูกต้อง การรักษานั้นจะหายคงแรมมิได้ ส่วนหมอเถื่อนผู้มียาดีที่สุดแต่มีความรู้เลวที่  
สุด ย่อมหลงรักษาแต่อาการของโรคและทำให้คนไข้ตายมากที่สุด

เราต้องการมนุษย์ประเภทใด ชนิดใดในโลกนี้ สมมุติว่า เราต้องการมนุษย์ที่มี  
พฤติกรรมดี มีมรรยาท คุณธรรมสูง ซื่อสัตย์สุจริต ยุติธรรม เมตตาปรานี มีกำลังกายเข้มแข็ง

<sup>1</sup>ทิพย์ นาดสุภา "กรรมพันธุ์หรือการอบรม (Nature or Nurture)," บทความ  
ประกอบหมวดวิชาการศึกษา (พระนคร : หน่วยศึกษานิเทศก์, กรรมการฝึกหัดครู, 2531,  
หน้า 31-34, 37.

รื่นเริง เป็นผลเมืองดี ไม่มีการเอาर्डเอาเบรียบ ไม่มีการวิวาท บาดหมาง ไม่แสดงอำนาจ อภิลิทธิ เราก็จะแสวงหา วิธีที่ดีที่สุด ตามหลักการของวิทยาศาสตร์ เพื่อส่งเสริมแก้ไขปรับปรุง การอบรมหรือพันธุกรรมให้ดีขึ้น

จอห์น บี. วัตสัน (John B. Watson) ผู้สร้างลัทธิจิตวิทยา (Psychological school of behaviourism) แห่งมหาวิทยาลัยชิคาโก และจอห์น ฮอบกินส์ กล่าวว่า

"ข้าพเจ้ายืนยันว่า การอบรม (Nurture) เป็นสิ่งสำคัญ สิ่งแวดล้อม (environments) มีอิทธิพลต่อมนุษย์มากที่สุด ขอเด็กเล็ก ๆ อายุสองสามขวบ ที่มีสุขภาพดีสัก หนึ่งโหล ข้าพเจ้าจะรับอบรมเขาตามที่ท่านประสงค์ ท่านชี้มาซี จะให้คนไหนเป็นอะไรก็ได้ โดยไม่เฉพาะเจาะจง คนนี้ให้เป็นนายแพทย์ หรือถ้าท่านต้องการจะให้อบรมเป็นนายโจรสลักคน หนึ่ง เป็นอันธพาลสักสองคน และคนสุดท้ายให้เป็นยาจกฉวมก ข้าพเจ้ายังรับจัดอบรมให้ได้ โดยไม่ต้องคำนึงถึงสติปัญญา เซาว์น ความโน้มเอียง ความสามารถ อาชีพและเชื้อชาติ ของบิดามารดาตลอดจนบรรพบุรุษของเด็กเหล่านั้น"

#### กระบวนการของพฤติกรรมของมนุษย์<sup>1</sup>

นักจิตวิทยาต่างกล่าวว่าพฤติกรรมทุกอย่างย่อมมีสาเหตุ (Every behavior is caused) กล่าวคือ มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมออกไปโดยไม่มีสาเหตุหรือแสดงไปโดยไม่มีเหตุผลไม่ได้ ต้นเหตุแห่งพฤติกรรมนั้นเรียกกันว่าสิ่งเร้า (Stimulus) สิ่งเร้าบางอย่างก็เป็นสิ่งเร้าภายนอก บางอย่างก็เป็นสิ่งเร้าในกาย ดังนั้นพฤติกรรมบางอย่างของคน จึงเป็นพฤติกรรมที่ค้นหา สาเหตุได้ยาก

---

<sup>1</sup> ก้อ สวัสดิพานิชย์ และนาฏเจลิยว สุมาวงศ์, วิชาครุตอน 3 : จิตวิทยา (พระนคร : ครูสภา, 2506) หน้า 24-26.



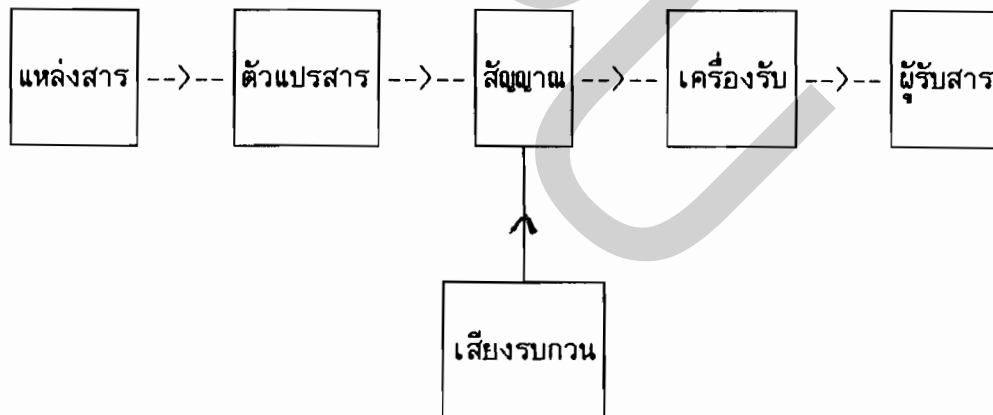


(LISTENER) ซึ่งจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ของอริสโตเติลนั้นสามารถนำมาใช้ได้กับการสื่อสารทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารต่อตัว การสื่อสารในกลุ่มย่อย หรือการสื่อสารมวลชนก็ตาม ซึ่งปัจจุบันเรานำมาปรับปรุงเป็น ผู้ส่งสาร (COMMUNICATOR หรือ SOURCE) สาร (MESSAGE) และผู้รับสาร (RECEIVER หรือ DESTINATION)

ส่วนชานอนและวีเวอร์ (1949) ซึ่งเป็นนักคำนวณและวิศวกรไฟฟ้าได้กำหนดองค์ประกอบของการสื่อสารไว้เป็น 5 องค์ประกอบคือ

1. แหล่งสาร (SOURCE)
2. ตัวแปรสาร (TRANSMITTER)
3. สัญญาณ (SIGNAL)
4. เครื่องรับ (RECEIVER)
5. ผู้รับสาร (DESTINATION)
6. เสียงรบกวน (NOISE)

ซึ่งสามารถนำมาเขียนเป็นแผนผังได้ดังต่อไปนี้



ส่วนฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ (HAROLD D. LASSWELL) (1971) ศาสตราจารย์ทางกฎหมายและการเมือง ได้ให้คำนิยามของคำว่า การสื่อสาร ซึ่งได้คลุมเอาองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญเอาไว้มากที่สุด ลาสเวลล์ได้กล่าวเป็นประโยคคำถามง่าย ๆ ไว้ว่า ใคร (WHO) กล่าวอะไร (SAYS WHAT) ผ่านสื่อไหน (IN WHICH CHANNEL) แก่ใคร (TO WHOM) และมีผลอย่างไร (WITH WHAT EFFECT)

คำนิยามของลาสเวลล์นั้นนับได้ว่าเป็นประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารและใช้อ้างอิงอย่างแพร่หลาย องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ลาสเวลล์หมายถึงในคำถามที่ได้กล่าวมาแล้วเรียงตามลำดับ คือ

ใคร (WHO) มีความหมายเท่ากับ ผู้ส่งสาร (COMMUNICATOR หรือแหล่งสาร SOURCE)

กล่าวอะไร (SAYS WHAT) มีความหมายเท่ากับ สาร (MESSAGE)

ผ่านสื่อไหน (IN WHICH CHANNEL) มีความหมายเท่ากับ สื่อกลาง (MEDIUM) หรือช่องทาง (CHANNEL)

แก่ใคร (TO WHOM) มีความหมายเท่ากับ เครื่องรับ (RECEIVER) หรือ ผู้รับ (DESTINATION)

มีผลอย่างไร (WITH WHAT EFFECT) มีความหมายเท่ากับ ผล (EFFECT)

ดังนั้นลาสเวลล์ได้เพิ่มองค์ประกอบการสื่อสารอีกสองอย่าง คือ สื่อกลาง หรือช่องทางและผล โดยเฉพาะผลนั้นลาสเวลล์ได้เน้นให้เห็นความสำคัญเป็นอย่างมาก

มีนักวิชาการอื่นอีกเป็นจำนวนมากที่ได้ให้คำนิยามการสื่อสารสอดคล้องกับที่ลาสเวลล์คิดขึ้น บางคนพยายามขยายขอบเขตนิยามให้คลุมถึงองค์ประกอบมากขึ้น บุคคลสำคัญที่มีส่วนสร้างความก้าวหน้าให้วงการด้านนี้มากคือ เดวิด เค. เบอร์โล (DEVID K, BERLO) และ อีเวอเรท เอ็ม. โรเจอร์ส (EVERETT M. ROGERS)

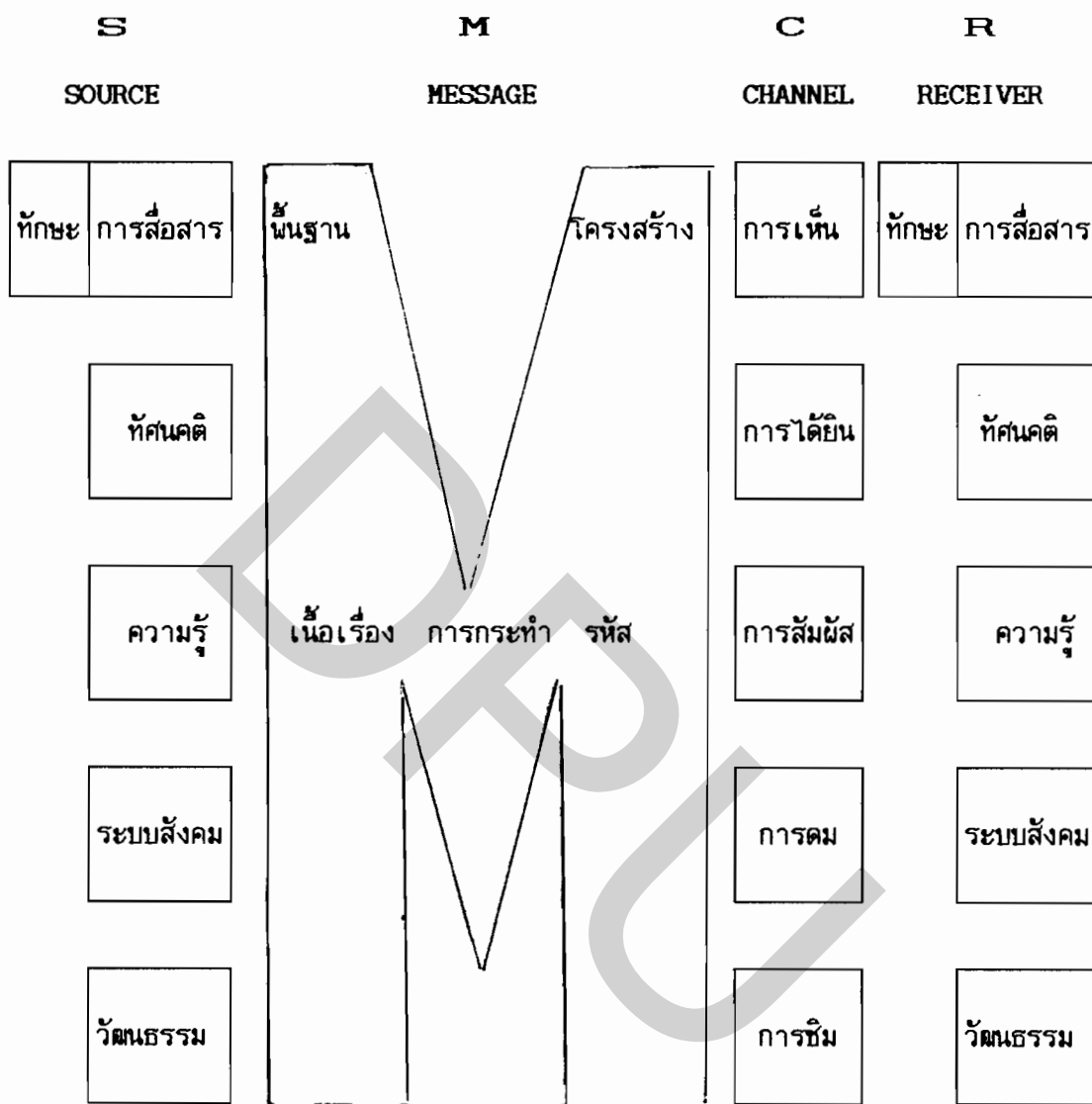
เบอร์โล (1960) ศาสตราจารย์ทางสื่อสารมวลชนที่มหาวิทยาลัยมิชิแกน สหรัฐอเมริกา ได้เสนอว่าการสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 6 อย่างด้วยกัน คือ

1. แหล่งการสื่อสาร (COMMUNICATION SOURCE)
2. ผู้ส่งรหัส (ENCODER)
3. สาร (MESSAGE)
4. ช่องทาง (CHANNEL)
5. ผู้รับรหัส (DECODER)
6. ผู้รับการสื่อสาร (COMMUNICATION RECEIVER)

คำนิยามของเบอร์โลได้ชี้ให้เห็นองค์ประกอบเพิ่มเติมขึ้นอีก 2 อย่างคือ ผู้ส่งรหัส และผู้รับรหัส คำทั้งสองนี้มีความหมายคล้ายคลึงกันกับองค์ประกอบที่เชนนอนและวีเวอร์ เรียกว่า ตัวแปลสาร และ เครื่องรับ ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่ากิจกรรมการสื่อสารทุกประเภทย่อมจะต้องประกอบด้วย การแปลรหัสไป-กลับ (ENCODE-DECODE) เสมอ ในการสื่อสารแบบตัวต่อตัวนั้นแหล่งสารและผู้ส่งรหัส ก็เป็นบุคคลเดียวกันด้วย ในกรณีเช่นนี้บุคคลที่จะทำหน้าที่ส่งข่าวสารจะต้องแปลความหมายข่าวสารออกเป็นรหัส เพื่อให้ผู้รับสารสามารถแปลรหัสกลับไปได้ ความหมายที่ถูกต้องตรงกัน อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาโดยถ้อยถ้วนแล้ว ไม่ว่าจะ เป็น "แหล่งสาร" หรือ "เครื่องรับ" ต่างก็ทำหน้าที่เป็นทั้ง "ผู้ส่งรหัส" และ "ผู้รับรหัส" ไปในตัวเหมือนกัน

เบอร์โลได้สร้างแบบจำลองซึ่งแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารไว้อย่างชัดเจน ในภาพจำลองของเบอร์โลได้รวมเอาทั้ง "ผู้ส่งรหัส" และ "ผู้รับรหัส" เข้าไว้ด้วยกันกับ "แหล่งสาร" และ "เครื่องรับ" ตามลำดับ แบบจำลองของเบอร์โลจึงประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 อย่าง คือ (1) แหล่งสาร (2) สาร (3) ช่องทาง (4) เครื่องรับ แบบจำลองนี้นิยมเรียกกันแพร่หลายว่า "เอส-เอ็ม-ซี-อาร์" (S-M-C-R) ตามอักษรย่อของแต่ละตัว นอกจากนั้นเบอร์โลยังได้แยกแยะปัจจัยย่อย ๆ ขององค์ประกอบทั้ง 4 อย่าง ซึ่งต่างก็ช่วยให้การสื่อสารได้ผลสมบูรณ์มากขึ้น แบบจำลองของเบอร์โลแสดงได้ดังนี้

ภาพที่ 1 แบบจำลองของเบอร์โล

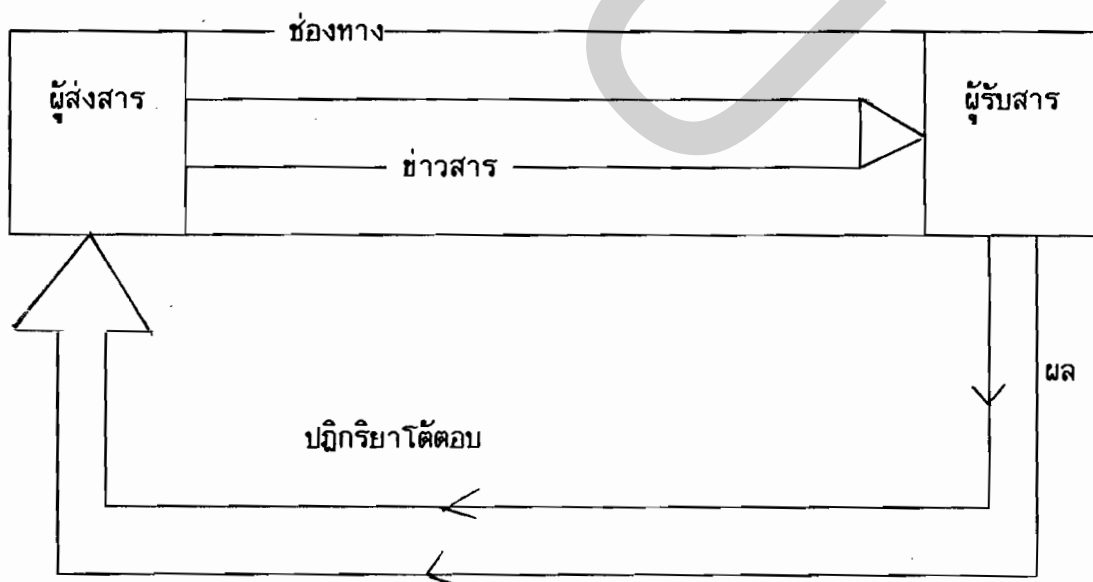


ที่มา : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, หลักและทฤษฎีการสื่อสารมวลชน น. 138

SOURCE	MESSAGE	CHANNEL	RECEIVER
S	M	C	R
แหล่งสาร	ข่าวสาร	ช่องทาง	ผู้รับ

โรเจอร์ส (1969) ศาสตราจารย์ทางสังคมวิทยาและการสื่อสารได้ขยายแบบจำลองของเบอร์โลคลุมไปถึงองค์ประกอบอื่นๆ เพิ่มเติม โรเจอร์สได้เน้นความสำคัญที่ "ผล" ของการสื่อสารเช่นเดียวกับที่ลาตเวลล์ แบบจำลองของโรเจอร์อาจเรียกย่อๆ ว่า "S-M-C-R-E" ดังนั้นนิยามการสื่อสารตามทัศนะของโรเจอร์ และลาสเวลล์ จึงมีองค์ประกอบที่เหมือนกันทุกประการมาในระยะหลังๆ นี้โรเจอร์ (1973) ได้ขยายองค์ประกอบคลุมเอา "ปฏิกิริยาโต้ตอบ" (FEEDBACK) เข้าไว้ด้วย ในขณะที่เดียวกันก็ได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของปัจจัยสิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENT) หรือสถานการณ์ (SITUATION) ซึ่งการสื่อสารเกิดขึ้นด้วย แบบจำลองของโรเจอร์สอาจแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

ภาพที่ 2 แบบจำลองของโรเจอร์



## สื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์มีคุณสมบัติพิเศษในการดึงดูดใจได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง<sup>1</sup> ทำให้ผู้ชมมีมโนภาพได้ถูกต้อง และจะเกิดความเชื่อ ความเลื่อมใส รวมทั้งถูกชักจูงได้ง่าย นอกจากนี้ความเจริญทางด้านเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ก็ช่วยให้การเสนอข่าวทางโทรทัศน์รวดเร็วฉับไวขึ้น

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ ดังนี้

1. เป็นสื่อที่ได้ทั้งภาพและเสียง การนำเสนอในรูปแบบทั้งภาพและเสียงเป็นวิธีการที่ดีที่สุด ประกอบกับเทคนิคใหม่ๆ ทางด้านการผลิตภาพยนตร์โฆษณาอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายที่อาจจำและรับรู้อย่างรวดเร็ว และสามารถเปรียบเทียบระหว่างสินค้าต่างๆทำให้สามารถตัดสินใจถูกต้องมากยิ่งขึ้นในการเลือก
2. สามารถครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ในปัจจุบันรัศมีของสถานีโทรทัศน์ของแต่ละช่องสามารถครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง และทุกสถานีกำลังปรับปรุง เพื่อประสิทธิภาพรัศมีการออกอากาศสามารถครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่วประเทศ ซึ่งถ้าดำเนินการสำเร็จตามความมุ่งหมายในอนาคตแล้วจะทำให้ข่าวสารแพร่หลายทั่วประเทศอย่างรวดเร็วแม้กระทั่งในชนบท
3. เจาะลึกถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้ดีรายการโทรทัศน์มีให้เลือกหลายประเภท ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายต่างๆเราสามารถเจาะจงให้รับรู้สินค้าได้อย่างแม่นยำมากขึ้น
4. ใช้งบประมาณได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ

---

<sup>1</sup> บำรุง สุขพรรณ, วิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522), น. 4.

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน การนำเสนอเทคนิคเร้าใจ ดึงดูดใจมากกว่าสื่อชนิดอื่นในด้านโฆษณาสามารถที่จะสร้างจุดเด่นของสินค้าได้เป็นอย่างดี สื่อโทรทัศน์เจาะตลาดเป้าหมายได้จำนวนมากและครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างขวาง งบประมาณคุ้มค่างับ สิ่งที่ได้รับโทรทัศน์เป็นสื่อ เข้าถึงประชาชนอย่างใกล้ชิดและเป็นสื่อทุกเพศทุกวัยสนใจที่จะรับ

เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมแพร่หลายจากประชาชนทุกระดับทุกอาชีพ นั้นสามารถที่จะสรุปหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์ไว้ดังนี้คือ

1. สื่อโทรทัศน์ สามารถแสดงภาพได้เหมือนของจริงและประทับใจได้ เรียกร้องให้เกิดความเชื่อ ความเลื่อมใส และสามารถชักจูงใจได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ๆ
2. ทำให้ผู้เกิดความทรงจำติดตามได้นาน
3. ภาพที่แสดงชักพาให้เด็กหรือผู้ใหญ่เชื่อว่าเป็นของจริง ทั้งนี้อาจจะเสนอผิดเพี้ยนไปจากความจริง เล็กน้อย
4. ภาพช่วยปลุกอารมณ์ของเด็กได้ง่าย และสร้างรอยประทับใจให้เด็กได้ดีกว่าผู้ใหญ่
5. ผู้ชมมีความสนุกสนานเพลิดเพลิน มีส่วนร่วมกับรายการนั้นๆ
6. สามารถสื่อไปถึงมวลชนได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่ามวลชนจะอยู่ ณ แห่งใด
7. สามารถเข้าถึง ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชาติ ทุกภาษา ทุกศาสนา และทุก ๆ อาชีพ ในขณะเดียวกัน

นอกจากสื่อโทรทัศน์จะทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้วก็ตาม โทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่โน้มน้าวจิตใจให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้ายตามกับสิ่งที่ได้ดูไปด้วย และมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากเดิมเข้าสู่พฤติกรรมใหม่โดยอาศัยประสบการณ์ที่ผ่านมาร่วมกับได้รับสิ่งใหม่เข้า จึงทำให้เกิดพฤติกรรมอันแท้จริงออกมา และเนื่องจากโทรทัศน์สามารถครอบคลุมผู้ชมได้คราวละจำนวนมากๆ สื่อทางโทรทัศน์ จึงกลายเป็นสื่อที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ชาวในโทรทัศน์สามารถที่จะชักจูงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายยอมรับและตัดสินใจเลือกชมข่าวและทำให้เปรียบเทียบกันขึ้นระหว่างการเสนอข่าวของแต่ละช่อง จะเห็นได้ว่าข่าวได้กลายเป็นหัวใจของการชมโทรทัศน์ โดยเฉพาะการโฆษณาทางโทรทัศน์ ด้วยถือว่า เป็นการได้เปรียบอย่างยิ่งไม่ว่าทางด้านเทคนิคการนำเสนอ น่าสนใจ และเร้าใจทำให้ผู้ชมเกิดจินตนาการเหมือนของจริงตามโฆษณานั้นๆ ในปัจจุบันโทรทัศน์เริ่มขยายเครือข่ายมากขึ้นโดยได้ขยายเครือข่ายไปต่างจังหวัดทำให้ประชาชนที่อยู่ต่างจังหวัดสามารถรับชมโทรทัศน์ได้ทั่วถึงกันซึ่งการรับรู้ข่าวสารต่างๆ ทางโทรทัศน์ จากส่วนกลางที่เผยแพร่ออกไปนั้น ประชาชนที่อยู่ห่างไกลสามารถรับชมรายการต่างๆ นั้นได้อย่างกว้างขวาง และมีการรับข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น จึงทำให้สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อชนทุกอาชีพ

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ในการรับข่าวสารต่าง ๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคลกระบวนการดังกล่าว ประกอบด้วย<sup>1</sup>

<sup>1</sup>พีระ จิตรโสภณ, "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน," ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), น. 639-640.



1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้นจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive dissonance (ความขัดแย้งทางความรู้)

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) คือ เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้วก็จะตีความหมายตามความเข้าใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย สภาวะทางอารมณ์และจิตใจ เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง

บุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่

- ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น

- ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

- ประโยชน์ใช้สอย (Self aggrandizement) โดยรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง อาจได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ

- สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชี้นำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวนั้นๆ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลาเพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด อย่างไรนั้น ก็ด้วยปัจจัยที่กำหนด คือ<sup>1</sup>

1) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าการเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกันซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

2) ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิดทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่า ลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

<sup>1</sup> ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, "แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสาร," ใน พลศาสตร์ของการสื่อสาร หน้าที่ 2 (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531), น.23-26.

นอกจากนี้แล้ว ในการเลือกรับข่าวสารต่าง ๆ ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ คือ<sup>1</sup>

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างไรก็ตาม
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทักษะคิด จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

องค์ประกอบที่กล่าวมานั้น ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบทางด้านจิตใจ ซึ่งยังมีองค์ประกอบทางด้านสังคมที่สามารถสร้างประสบการณ์ กลุ่มเกลา ปลุกฝังความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารได้ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของผู้รับสารกลุ่มอ้างอิงหรือบุคคลที่อยู่รับสารเกี่ยวข้องสัมพันธ์ด้วย วัฒนธรรมประเพณีที่กำหนดให้บุคคลมีความเชื่อ ค่านิยมต่าง ๆ กัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น ความแตกต่างของเพศ อายุ อาชีพ เป็นต้น

---

<sup>1</sup>Wilbur Schramm, "Channels and Audiences," in Handbook of Communication (Chicago : Ran McNally collage Publishing company, 1973), pp. 121-122.

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ก็จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งทางด้านจิตใจและสังคม ทั้งประชาชนและครอบครัวก็จะมีส่วนในพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ

นอกจากนี้ แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารว่า คือ<sup>1</sup>

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือบุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลของตนเองสนใจ อยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความเอาใจใส่ อ่านดูหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

นอกจากนี้ ชาร์ล แอทคิน (Charles K. Atkin) กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่า<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Samual L. Becker, "Discovering Mass Communication," Scott Foresman and Company Glenview, Illinois, pp. 79-82.

<sup>2</sup>Atkin, C.K., Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking, Public Opinion Quarterly 36, 1973.

ในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวที่ต่างกันไปตามประสบการณ์ ความเชื่อทัศนคติ ฯลฯ กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) กล่าวคือบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจ และความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากจะเลือกเปิดรับสารแล้วบุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย

3. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception) บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่ มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับเลือกให้ความสนใจ และเลือกตีความข่าวสารไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระข่าวสารในส่วนที่ต้องการจำ เข้าไปไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

พฤติกรรมการเลือกสรรข่าวสารดังกล่าวนี้ มีหลายทฤษฎีทางจิตวิทยาที่ช่วยอธิบายเหตุผลของการที่คนเราจะรับรู้ข่าวสารบางอย่าง และเพิกเฉยต่อข่าวสารบางอย่าง ได้แก่

- ทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Dissonance Theory) เฟสติงเจอร์ (Festinger) กล่าวว่า บุคคลมักแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติ

เดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกริเริ่มคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้วจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า "Cognitive Dissonance"<sup>1</sup> ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน อาทิ ผู้ต้องการจะซื้อรถยนต์ย่อมอ่านโฆษณาซื้อขายรถยนต์มากกว่าโฆษณาสมัครงาน เป็นต้น เพื่อแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจ ในทำนองเดียวกัน ผู้ประกอบการส่งออกย่อมจะอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจการค้าที่จะเอื้ออำนวยต่อธุรกิจของตน

- ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจ (Uses and Gratification)<sup>2</sup> เป็นทฤษฎีว่าด้วยผู้รับสารที่แสวงหาข่าวสาร ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการของตัวเอง กล่าวคือบุคคลย่อมให้ความสนใจ รับรู้ และจดจำข่าวสารซึ่งเป็นที่พึงพอใจสร้างความพึงพอใจสามารถตอบสนองต่อความต้องการ หรือความสนใจ ซึ่งข่าวสารดังกล่าวอาจสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับแนวความคิดที่มีอยู่เดิมหรือไม่ก็ตาม

- ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) ทฤษฎีนี้ เดอ เฟลอร์ (De Fleure) ได้พัฒนาจากหลักการเชิงกลไกของสิ่งเร้า - การตอบสนอง (Stimulus - Response Theory) โดยเล็งเห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน โดยได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลดังนี้

---

<sup>1</sup>อ้างใน, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุโขทัยธรรมาธิราช, 2527), หน้า 637.

<sup>2</sup>Kartz, Elihu and others, "The Use of Mass Communication," Current Perspective on Gratification Research, (Beverly Hill), p. 19.

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างดังกล่าวนี้ เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมแตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกัน ดังกล่าว

ความแตกต่างดังกล่าวนี้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสาร หรือเลือกจดจำข่าวสาร มีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร ดังนั้น ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ จึงมิได้มีลักษณะเป็นเข็มฉีดยา เพราะผู้รับสารมีภูมิคุ้มกัน หรือมีเครื่องกรองข่าวสารต่าง ๆ ทำให้ผลหรือการตอบสนอง อาจจะไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของสารเสมอไป

#### ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร<sup>1</sup>

ในกระบวนการติดต่อสื่อสารต้องอาศัยขอบเขตแห่งความรู้ หรือขอบเขตแห่งประสบการณ์ ของผู้รับสารและผู้ส่งสาร ในการเปิดรับข่าวสารของบุคคล ในอันที่จะเข้าใจข่าวสารได้มากน้อยเพียงไร ก็ย่อมขึ้นอยู่กับขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารด้วย

สำหรับขอบเขตแห่งประสบการณ์นี้ ย่อมขึ้นกับระบบสังคม และวัฒนธรรมตลอดจนภูมิหลังต่าง ๆ ซึ่งแยกเป็นปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

---

<sup>1</sup>พรณิมล ก้านกนก, สื่อสารการตลาด (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2533), หน้า 46-49.

1. ทักษะหรือความชำนาญ อันเป็นทักษะในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร เช่น การอ่านหนังสือของบุคคลแต่ละวัน หรือระดับการศึกษาต่างกันย่อมมีความสามารถ ความเร็วในการอ่าน ตลอดจนการเข้าใจในสาระข่าวสารนั้นต่างกันด้วย

2. ทักษะของผู้รับสาร ซึ่งจะมีต่อข่าวสาร เรื่องราวที่ได้รับ และทัศนคติที่มีต่อผู้ส่งสาร ตัวอย่างเช่น ผู้รับสารมีทัศนคติไม่ดีต่อหน่วยงานที่เป็นผู้ส่งสาร ผู้รับก็ย่อมมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อข่าวสาร และปฏิเสธการรับข่าวสาร

3. ระดับความรู้ของผู้รับสาร การที่จะทำความเข้าใจข่าวสาร เรื่องราวที่จะรับหรือทำความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้พบเห็น คนที่มีความรู้มาก ย่อมเข้าใจข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้เร็วกว่าผู้มีความรู้น้อย

4. ระบบสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจะมีผลต่อการแปลหรือการตีความของผู้รับสารที่คนเรามาจากสังคมต่างกัน หรือภูมิหลังวัฒนธรรมที่ต่างต่างกัน ย่อมตีความเรื่องราวข่าวสารที่ได้รับมาแตกต่างกันไปด้วย ตามระบบสังคม และวัฒนธรรมที่เขาเป็นอยู่

5. ความต้องการของผู้รับสาร เนื่องจากในสังคมปัจจุบัน มีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ แก่กัน ข่าวสารนั้นมีมากมายหลายประเภท ผู้รับสารแต่ละบุคคลหรือกลุ่มจะเลือกรับเฉพาะข่าวสารที่มีสาระตรงกันกับความสนใจ ความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่เป็นเป้าหมายของแต่ละคนและสนใจจดจำในส่วนนั้น ๆ มากเป็นพิเศษ

กล่าวโดยสรุปคือ บุคคลจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการ และสอดคล้องกับความมีทัศนคติของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามขอบเขตแห่งประสบการณ์



### ข่าวและประเภทของข่าว

โดยทั่วไป ข่าวเป็นเรื่องที่จะอ่านให้เข้าใจและจดจำได้ง่ายมากกว่าที่จะให้คำจำกัดความ เนื่องจากข่าวมีระดับข้อมูลที่ต่างกันไปตามชุมชน อาชีพ เพศ อายุ ความสนใจ ชุมชนหนึ่งจะถือว่าเหตุการณ์หนึ่งเป็นข่าว แต่อีกชุมชนหนึ่งไม่ถือว่าเหตุการณ์อย่างนั้นเป็นข่าว

ข่าวประกอบด้วยกิจกรรมที่เกิดขึ้นและเป็นสิ่งที่มนุษย์สนใจ (Human Interest)<sup>1</sup>

เรื่องราวทั้งหลายที่คนควรทราบ แต่ยังไม่ทราบ เรียกว่า เป็นข่าวทั้งสิ้นและข่าวจะต้องมี Degree ของความเป็นข่าว ตั้งแต่ข่าวเล็กไปจนถึงข่าวใหญ่"<sup>2</sup>

ความหมายของ "ข่าว" ในหนังสืออ้างอิงต่าง ๆ ให้คำจำกัดความไว้ต่าง ๆ กัน ดังนี้ คือ

"ข่าว" คือ เป็นเรื่อง หรือข้อเท็จจริงอย่างใหม่ซึ่งเกี่ยวกับทุกสิ่งทุกอย่างที่เราไม่เคยรู้มาก่อน (Previous unknow)<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Julian Harris, Kelly Leither and Stanley Johnson, The Complete Reporter (Macmillan Publishing Co., INC., New Youk, 1977), p. 22.

<sup>2</sup>บุญเหลือ เทพยสุวรรณ, อะไรเป็นข่าว (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2516), น. 16.

<sup>3</sup>Webster's New twentieth Centry Dictionary, 2 nd Edition, (N.Y. The World Publishing Company, 1968), p. 1209.

"ข่าว" คือ การรายงาน หรือการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วน หรือเกี่ยวกับความเป็นจริงอย่างใหม่ หรือสิ่งอื่น (The Progressive English Dictionary, 1968)

"ข่าว" คือ การแจ้งทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิต และวัตถุต่าง ๆ (United Press Association)

และ คือรายงานเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นในระยะเวลาใกล้เคียงกับเวลาเขียนข่าว" (ศัพท์ทานุกรมสื่อสารมวลชน เล่ม 2. แผนกสื่อสารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2520)

"ข่าว" คือ "การรายงาน การเสนอ การแจ้งเรื่องราว การสื่อความหมายเกี่ยวกับเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีความแปลก ใหม่ เด่น เป็นความรู้และน่าสนใจ ซึ่งได้เกิดขึ้นอย่างปัจจุบัน อย่างสดๆ ร้อนๆ อย่างทันที่ทันใจ และหรือเมื่อเร็วๆ นี้ ผู้ผู้ชม ผู้ซึ่งให้ได้ทราบสิ่งนั้น"

#### องค์ประกอบของข่าว

คุณสมบัติ หรือลักษณะของข่าวในด้านเหตุการณ์ หรือ ความคิดเห็นเรื่องราวต่างๆ นั้น จะมีคุณค่ามากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของข่าวดังนี้<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ประชัน วัลลิโก, การสื่อข่าว (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์, 2513,)

## 1. ความรวดเร็ว (Immediacy)

ในการพิจารณาว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสมควรจะได้รับการพิจารณาว่าเป็นข่าวหรือไม่เป็นข่าว ความรวดเร็วเป็นองค์ประกอบสำคัญประการแรก ความรวดเร็วในที่นี้ความหมายสองประการ คือ

ก. ความรวดเร็วของเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น (Time of occurrence) หรือเวลาที่เหตุการณ์จะเกิดขึ้นกับเวลาที่รายงานเหตุการณ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือวิทยุและโทรทัศน์ หากช่วงเวลานั้น เป็นไปด้วยความเร็วเหตุการณ์นั้นย่อมมีคุณค่าทางข่าวสูง

ข. ความรวดเร็วของเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้นแล้วถูกค้นพบ (Time of disclosure) กับเวลาที่เหตุการณ์จะได้รับการรายงานไปยังผู้อ่าน

ความรวดเร็วทั้งสองประการข้างต้นเป็นองค์ประกอบสำคัญเบื้องต้นที่ทำให้เหตุการณ์ได้รับการพิจารณาว่าเป็นข่าวหรือไม่ เป็นข่าวเล็กหรือข่าวใหญ่ขนาดไหนขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ

## 2. ความใกล้ชิด (Proximity or Nearness)

ความใกล้ชิดในที่นี้หมายถึงความใกล้ชิดในทางกายและจิตใจระหว่างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับผู้อ่าน ยกตัวอย่างเช่น สงครามในเวียดนาม เป็นต้น เหตุการณ์เกิดขึ้นในเวียดนามไกลจากสหรัฐอเมริกามากในทางภูมิศาสตร์ แต่คนในประเทศนั้นใกล้ชิดกับเหตุการณ์ในทางใจเพราะอาจจะมีลูกหลานหรือญาติอยู่ในสนามรบ

### 3. ความสำคัญหรือความเด่น (Prominence)

ความสำคัญในที่นี้อาจจะ เป็นความสำคัญของบุคคลที่เกี่ยวข้องในเหตุการณ์ เพราะเป็นที่รู้จักทั่วไปทั้งนี้เนื่องจากเป็นคนร่ำรวย เพราะตำแหน่งทางสังคม บุคคลที่ทำงานสำคัญ ๆ สำเร็จเหล่านี้ เป็นต้น ขณะเดียวกันก็อาจจะ เป็นความเด่นทางด้านสถานที่ วัตถุและสถานการณ์

ความเด่นอาจจะมีอยู่ในชั่วระยะเวลาอันสั้น เช่นการแข่งขันเลือกตั้งหรือการไต่สวนคดีสำคัญๆ และอาจจะเด่นอยู่ได้นาน ๆ

### 4. ผลกระทบกระเทือน (Consequence)

องค์ประกอบของ เหตุการณ์ที่สำคัญในการที่จะได้รับการพิจารณาเป็นข่าวอีกประการหนึ่งที่สำคัญและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับความรวดเร็วและความใกล้ชิดมาก ได้แก่ ผลกระทบกระเทือนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยในการพิจารณาว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้จะเป็นข่าวเล็กหรือข่าวใหญ่ คิดกันตามหลักคณิตศาสตร์จะมองเห็นว่าอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกระทบกระเทือนต่อคนเป็นพัน ๆ ย่อมมีคุณค่าทางข่าวสูงกว่าอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับคนจำนวนน้อย

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจจะมีค่าต่อชีวิตประจำวันเป็นรายบุคคลและในขณะเดียวกันก็อาจจะมีความสำคัญต่อคนทั่ว ๆ ไปด้วย เช่น กรณี รถเมล์หยุดให้บริการ เป็นต้น เหตุการณ์กระทบกระเทือนในแง่ที่ว่า ผู้ซึ่งใช้บริการรถเมล์อาจต้อง เดินไปทำงานหรือเสียค่ารถเมล์เพิ่มขึ้น

การรายงานเหตุการณ์ทำนองนี้ ผู้รายงานจะต้องพยายามหาคำตอบว่า เหตุการณ์นั้น ๆ กระทบกระเทือนต่อผู้รับข่าวประการใด

## 5. ความมีเงื่อนงำ (Suspense)

ปัจจัยสำคัญของเหตุการณ์ที่จะได้รับพิจารณาเป็นข่าวอีกประการหนึ่ง ซึ่งนับว่าสำคัญ ได้แก่ความมีเงื่อนงำหรือภาษาอังกฤษเรียกว่า Suspense ซึ่งมีความหมายถึงความคลี่คลายของเหตุการณ์ไปในทางที่ไม่มีใครคาดถึง ความสนใจในเรื่องนี้เหมือนคนชมภาพยนตร์ประเภทลึกลับ ความมีเงื่อนงำในเหตุการณ์อย่างการเลือกตั้งประธานาธิบดีหรือนายกรัฐมนตรี ได้แก่ อะไรจะเกิดขึ้น ใครจะได้รับเลือกตั้ง ในกรณีแข่งขันกีฬาเราอยากจะรู้ว่าจะเป็นแชมป์ในแข่งขัน เป็นต้น

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยมิได้มีผู้ใดคาดหมายมาก่อนอาจจะเกิดขึ้นเมื่อใดและที่ไหนก็ได้ เหตุการณ์เช่นนี้ไม่จำเป็นต้องมีความคู่กับปัจจัยผลกระทบกระเทือน

โดยปกติมักจะเป็นเหตุการณ์เกี่ยวกับการมาตรฐานหรือการลงโทษ "ใครเป็นผู้กระทำผิดหรือถูกลงโทษ" เป็นส่วนสำคัญที่คนต้องการรู้

## 6. ความฉิดจากธรรมดา (Oddity)

คนที่รับข่าวชอบเรื่องที่ฉิดจากธรรมดา การเสนอข่าวจะพยายามทำสิ่งแปลกใหม่ต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งใหม่ที่สุด ความเคลื่อนไหวเร็วที่สุด รวมทั้งเรื่องประเภทเกิดขึ้นครั้งแรก

## 7. ความขัดแย้ง (Conflict)

ความขัดแย้งกันในเหตุการณ์ ความคิดเห็น ข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวต่าง ๆ นั้น มีระดับ (Degree) ความสำคัญของข่าวพอประมาณ นับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของข่าวด้านหนึ่ง เช่น ความขัดแย้งในเรื่องการสงคราม (Wars) ฆาตกรรม (Murders) การนัดหยุดงานที่มีการปะทะกันรุนแรง (Violent strikes) หรือการโต้เถียงกัน ในเรื่องสังคม เศรษฐกิจ

การเมือง เป็นต้น

## 8. องค์ประกอบทางเพศ (Sex)

องค์ประกอบในทางเพศมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าองค์ประกอบทางความขัดแย้งในข้อ 7 เพราะว่าเรื่องทางเพศเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตของมนุษย์ชาติ การเสนอข่าวในทางเพศของสื่อมวลชนจะแตกต่างกันออกไปตามนโยบายของแต่ละสื่อ ความแตกต่างกันจะเน้นหนักไปในทางปริมาณและเนื้อหา

อย่างไรก็ตามเราอาจจะกล่าวได้ว่ารายงานข่าวเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างชายและหญิง เรื่องของความรักใคร่ การแต่งงาน การอุศุคร่า เรื่องขึ้นโรงศาลและเรื่องอื่น ๆ จะได้รับความสนใจจากคนหมู่มาก

เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะทราบเรื่องราว ข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การเสนอข่าว (NEWS) จึงเป็นรายงานเหตุการณ์ที่น่าสนใจ แก่ผู้รับสารทางสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ซึ่งการเสนอข่าวจะต้องเป็นไปตามนโยบายของแหล่งข่าวสารและคุณสมบัติของแต่ละสื่อ และตามนโยบายการเสนอข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์ด้วย

## ข่าว NEWS

คำจำกัดความง่าย ๆ ของคำว่า ข่าว ที่เทอร์เนอร์ แคทเลดจ์ (Turner Catledge) แห่งหนังสือพิมพ์นิวยอร์กไทมส์กล่าวไว้ คือ "ข่าวคือสิ่งใดก็ตามที่เราไม่รู้เมื่อวานนี้"

จากนิยามนี้ชี้ให้เห็นว่าข่าวมีความเกี่ยวข้องกับการเป็นสารสนเทศใหม่ (new information) การไปเหยียบพื้นผิวของดวงจันทร์ครั้งแรกเป็นข่าวเมื่อเหตุการณ์เกิดขึ้นในวันที่ 20 กรกฎาคม 1960 แต่มันหาเป็นข่าวในปี 1970 ไม่

ข่าวจะไม่เป็นข่าวถ้าเป็นเพียงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ไม่มีการรายงานสิ่งนั้น การมาตกรรมจะไม่เป็นข่าวจนกระทั่งมีผู้พบเห็นและมีการรายงาน

ข่าวคือ การรายงานบางสิ่งบางอย่างที่ใหม่และเป็นที่น่าสนใจของผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นเรื่องระดับโลก ระดับชาติ หรือมีข้อจำกัดโดยสภาพภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ หรือโดยความสนใจอื่น ๆ ข่าวเกี่ยวกับการปฏิวัติไทยแบบใหม่เป็นข่าวที่มีความสำคัญสำหรับเกษตรกรในชนบทมากกว่าในเมืองใหญ่ ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร

"คุณค่าของข่าว" ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งรวมถึง ก) สถานที่เกิดเหตุการณ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับผู้รับสาร ข) ผลกระทบในวงกว้างต่อผู้รับสาร ค) จุดเด่นที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ และ ง) การแข่งขันของข่าวอื่นในช่วงเวลาเดียวกันนั้น

ข่าวคือข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนต้องการอย่างเร่งด่วนในการแบกภาระต่าง ๆ ในโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สถานที่ซึ่งสถานการณ์กำกวม หรือมีทางเลือก หรือต้องกระทำการตัดสินใจ สารสนเทศใหม่ ๆ ใดก็ตามที่กระทบต่อผลิตผลของสังคม คือข่าว ข่าวคือข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญต่อบางคน ข่าวเป็นเรื่องที่ไม่มี ความคงทน เหตุการณ์ที่เป็นที่เข้าใจกันแล้วจะทำให้ผู้คนอ่อนคลายความตึงเครียด ข่าวนั้นก็จะหมดความสำคัญลงอย่างไรก็ดีสารสนเทศที่ได้รับการยอมรับนั้นจะกลายเป็นประวัติศาสตร์ มันอาจยังอนได้รับความสนใจจากคนบางกลุ่ม แต่จะไม่ได้ได้รับความสนใจจากมหาชน นั่นก็คือ ไม่เป็นข่าวอีกต่อไป

### คุณค่าของข่าว

#### คุณลักษณะทั่วไป

1. ความขัดแย้ง (ความตึงเครียด - ความแปลกประหลาด)
2. ความก้าวหน้า (ความสุดยอด - การพัฒนา)
3. ผลที่ตามมา (ผลกระทบต่อชุมชน)
4. ความเด่น (สะดุดความสนใจ)
5. เรื่องราวเชิงนวนิยาย (ไม่ปกติหรือสุดขั้วของความปกติ)
6. ความสนใจของมนุษย์ (ภูมิหลังทางอารมณ์)

#### คุณสมบัติที่พึงปรารถนา

7. ทันการณ์ (สดและใหม่)
8. ใกล้เคียง (ดึงดูดใจในเรื่องของสถานที่)

#### ความสนใจทั่วไป

9. เพศ

### สังคมข่าวสาร

Joseph Plelton<sup>1</sup> (1981) ได้กล่าวว่า

---

<sup>1</sup>Joseph, Pelton N. Global Talk. Sussex : The Harvester Press Limited, 1981.



"สื่อสารมวลชน" ในยุคสังคมข่าวสารเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งรูปแบบของรายการและลักษณะการใช้สื่อ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการจัดระบบการหาแหล่งข่าวในลักษณะของ "เครือข่าย" (Network) ทั่วโลก ในเวลาเดียวกันเทคโนโลยียุคดาวเทียมนำไปสู่การกระจายข่าวสารครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลก (Globalization) (Powershift 1988)

สื่อมวลชนพยายามมุ่งเป้าหมายผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (Specialization) มากขึ้นเมื่อได้ "ข่าวสาร" ได้รับความสนใจจากคนแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะ เนื่องจากความหลากหลายของ "สื่อ" และ "สาร" มีมากจนไม่สามารถจะรับได้ทั้งหมด

สังคมในยุคข่าวสารทำให้งานต่าง ๆ เกิดการแข่งขัน ทั้งธุรกิจ การเมือง การศึกษา การจัดระบบของโลกกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบใหม่ New World Corder ที่มีลักษณะของการรวมตัวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม "ความต้องการข่าวสาร" ในสังคมเกิดขึ้นทุกระดับและทุกวงการ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกันเกือบทั่วโลก

Alvin Toffler<sup>1</sup> (Morgan, 1984) กล่าวว่า เรากำลังอยู่ในโลกของ "FUTURE SHOCK" คือโลกที่จะต้องอยู่โดยอาศัยคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีไมโครชิปที่ผลิตงานได้อย่างน่ามหัศจรรย์ ทำให้โลกกลายเป็นยุคแห่ง "สังคมข่าวสาร"

อนู อภาภิรมย์<sup>2</sup> (ความคิดเรื่องสังคมข่าวสาร 2532) กล่าวว่า มนุษย์เริ่มต้นยุคอุตสาหกรรมด้วยเครื่องจักรไอน้ำ และก้าวสู่สังคมข่าวสารด้วยเครื่องจักรคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์ช่วยสร้างเครื่องจักรและกลไกอื่นเป็นจำนวนมาก และหลากหลายจนกลายเป็นที่มาของเครื่องจักรเพื่อข่าวสาร

<sup>1</sup>Alvin Toffler. Powershift. New York : Bantam Book, 1990

<sup>2</sup>อนู อภาภิรมย์, "ความคิดเรื่องสังคมข่าวสาร," วารสารนิเทศศาสตร์ 10 (ฉบับภาคการศึกษา 2532) : 11-13.

ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันเนื่องมาจากการขยายตัวทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา และวัฒนธรรม ทำให้เกิดความต้องการ "ข่าวสาร" อย่างมากมายในทุกวงการ ลักษณะเด่นของสังคมข่าวสาร ก็คือ มีปริมาณและระดับการไหลเวียนของข่าวสารสูงมาก ข่าวสารได้แพร่กระจายไปในทุกระดับ ทุกทิศทาง ในหลากหลายรูปแบบ โดยผ่านสื่อที่ทันสมัยในยุค High-Tech ทั้งสื่อทั่วไปและสื่อมวลชน<sup>1</sup>

### ผู้อ่านข่าว

ในสหรัฐอเมริกา ผู้อ่านข่าวจะไม่ใช้คนหนุ่มสาว ที่มีหน้าตาดี แต่จะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับข่าวโทรทัศน์มานาน อ่านข่าวเป็นประจำประมาณ 10-12 ปี ทำให้มีทักษะและความชำนาญเป็นอย่างดี เมื่อสมัยหนุ่ม-สาว เคยเป็นผู้สื่อข่าว และมีประสบการณ์ในการทำข่าวโทรทัศน์ การติดตามข่าว วิเคราะห์ข่าวและเจาะข่าวต่าง ๆ ทำให้เข้าใจในการนำเสนอข่าวต่าง ๆ แก่ผู้ดูโทรทัศน์เป็นอย่างดี<sup>2</sup>

ในประเทศอังกฤษ ผู้อ่านข่าวของสถานีโทรทัศน์ BBC เขาทำการคัดเลือกผู้อ่านข่าว ที่มีบุคลิกดี หน้าตาดี การแต่งกายดี การอ่านออกเสียง สำเนียงดี ชัดเจน รู้จักการวางตัวดีเมื่ออยู่หน้ากล้องโทรทัศน์ เพราะข่าวไม่ใช่รายการบันเทิง ฉะนั้นผู้อ่านข่าวจะต้องมีบุคลิกที่ดี และดึงดูดความสนใจแก่ผู้ดูที่บ้านซึ่งจะเน้นเรื่องการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย เน้นเรื่องเนื้อหาของข่าวและรูปแบบที่เป็นทางการในการอ่านข่าวแต่ละครั้ง<sup>3</sup>

<sup>1</sup> กัทธิดา พันธุมเสนและสุปราณี เชื้อนเพชร "ยุคสังคมข่าวสาร", ในรายงานผลการสัมมนาเรื่อง การผลิตข่าวโทรทัศน์ในยุคสังคมข่าวสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย น. 86.

<sup>2</sup> Todd, Gitlin. Watching Television. New York : Pantheon Book, 1970, (P.19).

<sup>3</sup> The Technique of Television News, London : Ivor York Focal Press, 1987 (P.196-197).

### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในปี พ.ศ.2506 พรรณลีย์ เทพลักษณ์<sup>1</sup> ศึกษาความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีต่อรายการโทรทัศน์ โดยการศึกษาเด็กอายุ 12-17 ปี จำนวน 506 คนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลสรุป ว่านักเรียนชอบดูโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือฟังวิทยุ และอ่านหนังสือ เฉลี่ยแล้วจะดูโทรทัศน์วันละ 3 ชั่วโมง 6 นาที 36 วินาที ในช่วง 19.00-20.00 น. และมีความสนใจรายการดนตรีมากที่สุด รองลงมาคือ รายการข่าว สารคดี รายการนำเที่ยว รายการกีฬา และรายการทายปัญหา

ในปี พ.ศ.2513 ศิริรัตน์ เจริญศักดิ์<sup>2</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่องความสนใจ รายการโทรทัศน์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ชมโทรทัศน์ประเภทให้ความรู้ โดยนักเรียนชายสนใจรายการวิทยาศาสตร์และข่าวกีฬามาก ส่วนนักเรียนหญิงชอบรายการข่าว ช่วงเวลาที่ชมคือ 18.00-20.00 น. และชอบรายการบันเทิงมากกว่ารายการเพื่อการศึกษา โทรทัศน์มีอิทธิพลในแง่ความคิด การแต่งกาย และกิริยาท่าทาง

ปี พ.ศ.2521 บังอร พันธ์ฉน<sup>3</sup> ทำการวิจัยเรื่องความนิยม ของเด็กวัยรุ่นต่อโปรแกรมการศึกษาทางโทรทัศน์ พบว่า รายการที่วัยรุ่นชอบมากที่สุดคือ ข่าวกีฬา ข่าววิทยาศาสตร์ วิทยุ

<sup>1</sup>พรรณลีย์ เทพลักษณ์ เลขา. "ความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีต่อรายการโทรทัศน์ ในปี 2506, " (วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2507), น.7

<sup>2</sup>ศิริรัตน์ เจริญศักดิ์ "ความสนใจรายการโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย," (วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2513), น. 10.

<sup>3</sup>บังอร พันธ์ฉน "ความนิยมของเด็กวัยรุ่นต่อโปรแกรมการศึกษาทางโทรทัศน์," (วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2516), น.38.

รุ้นหญิงชอบข่าวต่างประเทศ และข่าววิทยาศาสตร์ วัยรุ่นชอบการจัดรายการประเภทตอบปัญหา เล่นเกมส์ต่าง ๆ มีความเห็นว่า รายการข่าวและสารคดีจะช่วยเพิ่มพูนความรู้และเพื่อพักผ่อน เวลาที่เหมาะสมกับความสนใจของเด็กวัยรุ่น คือ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง

ปี 2522 สุกัญญา ตีระวนิช<sup>1</sup> ศึกษาเด็กอายุ 5-14 ปีที่ศึกษาระบบโรงเรียนพบว่า เด็กเข้าถึงสื่อหลากหลายชนิด แต่สื่อที่เป็รับและชอบมากที่สุดคือโทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือ นิตยสารรายวันและวิทยุตามลำดับ

ปี พ.ศ.2524 ดวงเดือน พันธมนาวิน และคณะ<sup>2</sup> ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ทำการวิจัยเรื่อง "สื่อมวลชนครอบครัวและวัยรุ่นไทย : การวิจัย ทางจิตวิทยา" โดยศึกษานักเรียนอายุ 10-13 ปีในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดรอบกรุงเทพฯ สอบถามทั้งนักเรียนและผู้ปกครอง จำนวน 3,200 คน ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับการรับสื่อมวลชนของ เด็กไทยว่า 91% มีโทรทัศน์ใช้ในบ้านและชมโทรทัศน์ 25 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ฟังวิทยุ 11 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ และอ่านหนังสือพิมพ์ สิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ สัปดาห์ละ 4 ชั่วโมง 30 นาที

ปี 2526 บำรุง สุขพรรณ<sup>3</sup> ศึกษาถึงการรับฟังวิทยุ ชมโทรทัศน์ และอ่านหนังสือพิมพ์ ของเด็กอายุ 13-18 ปี สรุปว่าเด็กสนใจรับข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือวิทยุ และหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 95.00, 75.60 และ 39.70 ตามลำดับ

<sup>1</sup> สุกัญญา ตีระวนิช "อิทธิพลของสื่อต่อเด็กในกรุงเทพมหานคร," การสื่อสารเพื่อ เด็กและเยาวชน (กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522), น.140-141.

<sup>2</sup> ดวงเดือน พันธมนาวิน และคณะ, "สื่อมวลชน ครอบครัวและวัยรุ่นไทยการวิจัย ทางจิตวิทยา," วารสารแนะแนว 21 (เมษายน- พฤษภาคม, 2530) : 14-19.

<sup>3</sup> บำรุง สุขพรรณ, "บทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่วัฒนธรรมปลูกฝังความรักชาติ ความสามัคคี ส่งเสริมความสำนึก ความมีระเบียบวินัย และปลูกฝังค่านิยมที่พึงประสงค์ต่อ เยาวชนไทย," 2526, น. 169-170.

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จำกัดขอบเขตในการศึกษาเฉพาะประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่พักอาศัยในเขตปทุมวัน และเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร

#### ประชากรที่ทำการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาเป็นประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุมากกว่า 15 ปี ที่มียานพักอาศัยในเขตปทุมวันและเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร คือ

เขตปทุมวัน	แขวง ลุมพินี
	แขวง วังใหม่
	แขวง รongเมือง
	แขวง ปทุมวัน
เขตพระโขนง	แขวง บางจาก
	แขวง บางนา

#### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ แบ่งชั้นง่าย (Stratified Random Sampling)

## เครื่องมือในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามและสัมภาษณ์ได้สร้างขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูล ต่าง ๆ 3 ส่วน ด้วยกัน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลส่วนตัว เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวโทรทัศน์

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับข่าวโทรทัศน์

แบบสอบถามที่สร้างขึ้น ได้นำไปทดสอบประชาชนในเขตปทุมวัน และเขตพระโขนงที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมาย โดยเลือกเพศ วัย แต่ไม่เลือกอาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ในเขตปทุมวัน แขวงลุมพินี แขวงรองเมือง แขวงวังใหม่ แขวงปทุมวัน แขวงละ 6 คน เป็นจำนวน 24 คน และเขตพระโขนง - แขวงบางจาก 12 คน แขวงบางนา 13 คน เป็นจำนวน 25 คน ทดสอบโดยถามแบบสอบถาม โดยวิธีการสัมภาษณ์ ซึ่งเมื่อถามคำถาม ส่วนใหญ่เข้าใจในคำถาม และได้รับความร่วมมือในการตอบคำถามต่าง ๆ เป็นอย่างดี มีบางข้อที่ไม่เข้าใจ ก็ได้้นำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุง แก้ไขใหม่ จนผู้ตอบเข้าใจแบบสอบถามดี หลังจากนั้นได้ทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม เพื่อจัดพิมพ์แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 300 ชุด เพื่อนำแบบสอบถามไปสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

สำหรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ ใช้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 300 คน โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นสุ่มอย่างง่าย

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 348,623 คน

เขต / จำนวน	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง
เขตปทุมวัน	134,906	120
เขตพระโขนง	<u>213,717</u>	<u>180</u>
รวม	<u>348,623</u>	<u>300</u>

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยนำแบบทดสอบถามไปขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม กระจายไปตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ใช้อัตราส่วนร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นในด้าน ประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ การศึกษา พฤติกรรมของการดูข่าวโทรทัศน์ และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเสนอแนะรายการข่าวโทรทัศน์

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ เขตบ้านพักอาศัย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้  
ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการข่าวโทรทัศน์ ของกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 1 จำแนกเขตบ้านพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

ภูมิสำเนา	จำนวน	ร้อยละ (%)
สำมะโนครัว		
1.1 เขตปทุมวัน		
1.1.1 แขวงลุมพินี	30	10.0
1.1.2 แขวงรองเมือง	30	10.0
1.1.3 แขวงวังใหม่	30	10.0
1.1.4 แขวงปทุมวัน	30	10.0
1.2 เขตพระโขนง		
1.2.1 แขวงบางจาก	90	30.0
1.2.2 แขวงบางนา	90	30.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับเขตบ้านพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็นเขตปทุมวัน มี 4 แขวง คิดเป็นร้อยละ 40.0 และเขตพระโขนง มี 2 แขวง คิดเป็นร้อยละ 60.0

## ตารางที่ 2 จำแนกเพศ ของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ (%)
ชาย	150	50.0
หญิง	150	50.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับเพศของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน จำแนกเป็นเพศชาย และเพศหญิง อย่างละ 150 คน หรือ เป็นชายร้อยละ 50 และหญิงร้อยละ 50

ตารางที่ 3 จำแนกอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
15-20 ปี	18	6.0
21-30 ปี	135	45.0
31-40 ปี	84	28.0
41-50 ปี	32	10.66
51-60 ปี	24	8.0
60 ปีขึ้นไป	7	2.33
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45

ตารางที่ 4 จำแนกอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
รับราชการ	48	16.0
รัฐวิสาหกิจ	53	17.66
ธุรกิจเอกชน/บริษัท	57	19.0
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	41	13.66
แม่บ้าน	16	5.33
รับจ้าง	46	1.53
อื่น ๆ	39	1.3
	300	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง 300 คน พบว่า ประกอบอาชีพธุรกิจเอกชนหรือบริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19 ในขณะที่มีอาชีพ รัฐวิสาหกิจ และรับราชการรองลงมาคิดเป็นร้อยละ 17.66 และ 16.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำแนกการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษา	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	107	35.66
ปริญญาตรี	140	46.66
สูงกว่าปริญญาตรี	53	17.66
	300	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี 140 คน คิดเป็นร้อยละ 46.66

ตารางที่ 6 จำแนกรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน	98	32.66
5,000-10,000 บาทต่อเดือน	130	43.33
10,000-15,000 บาทต่อเดือน	43	14.33
15,000 บาทขึ้นไป	29	9.66
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 43.33 มีรายได้ระดับ 5,000 ถึง 10,000 บาท ต่อเดือน รองลงมา คือ ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 7 จำแนกประเภทสื่อมวลชนที่เป็นที่นิยมของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทสื่อมวลชน	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
โทรทัศน์	218	29.94
วิทยุกระจายเสียง	147	20.47
น.ส.พ.	193	26.88
นิตยสาร	163	22.70
รวม	718	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง นิยมใช้สื่อมวลชน ประเภทโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.94 และอ่านหนังสือพิมพ์รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 26.88

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับ-ดูข่าวโทรทัศน์

ตารางที่ 8 จำแนกความถี่ในการดูรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ดูทุกวัน	128	42.66
เกือบทุกวัน	159	53
นานๆครั้ง	13	4.33
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากดูรายการข่าวโทรทัศน์เกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 53 ในขณะที่ดูทุกวันคิดเป็นร้อยละ 42.66



ตารางที่ 9 จำแนกความนิยมการดูรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง

โทรทัศน์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ช่อง 3	143	22.30
ช่อง 5	159	24.80
ช่อง 7	171	26.68
ช่อง 9	92	14.35
ช่อง 11	44	6.86
ดูทุกช่อง	32	4.99
รวม	641	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ข่าวโทรทัศน์ช่อง 7 ได้รับความนิยมสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 26.68 ในขณะที่ ช่อง 5 ได้รับความนิยม รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 24.80 ส่วนช่อง 11 ได้รับความนิยมเพียงร้อยละ 6.86

ตารางที่ 10 จำแนกช่วงเวลาในการเสนอข่าวตามความนิยมของกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงเวลา	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
20.30-21.00 น.	25	7.39
รวม	338	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ช่วงเวลาเสนอข่าวที่นิยมมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.00-20.30 น. คิดเป็นร้อยละ 33.13 ในขณะที่ ช่วงเวลา 20.30-21.00 น. มีคนดูน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.39

ตารางที่ 11 จำแนกเหตุผลในการรูดบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผล	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
เสนอข่าวรวดเร็ว ทันใจดี	265	53.0
มีรายละเอียดเนื้อหาดี	153	30.6
มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด	82	16.4
รวม	500	100.0

จากตารางที่ 11 เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลที่ กลุ่มตัวอย่างเลือกข่าวด่วนเร็วที่สุด คือ เสนอข่าว รวดเร็ว ทันใจดี คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา คือ มีรายละเอียดเนื้อหาดี คิดเป็นร้อยละ 30.6

ตารางที่ 12 จำแนกประเภทข่าวโทรทัศน์ตามความนิยมของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทข่าว	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ข่าวราชสำนัก	76	9.97
ข่าวในประเทศ	179	23.49
ข่าวต่างประเทศ	156	20.47
ข่าวการเมือง	137	17.97
ข่าวสังคมธุรกิจ/เศรษฐกิจ	89	11.67
ข่าวกีฬา	39	5.12
ข่าวบันเทิง	54	7.08
ข่าวพยากรณ์อากาศ	32	4.19
	762	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงถึงความนิยมต่อประเภทข่าวโทรทัศน์ ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งพบว่านิยมชมข่าวในประเทศสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 23.49 รองลงมาคือข่าวต่างประเทศ ร้อยละ 20.47 ส่วนข่าวพยากรณ์อากาศ ได้รับความนิยมเพียงร้อยละ 4.19

ตารางที่ 13 จำแนกความนิยมผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง (ตอบเพียง 1 ข้อ)

ช่อง 5	74	24.66
ช่อง 7	113	37.66
ช่อง 9	51	17.0
ช่อง 11	27	9.0
	300	100.00

จากตารางที่ 13 เมื่อพิจารณาถึงความนิยมของกลุ่มตัวอย่างต่อการเสนอข่าวโทรทัศน์ พบว่าช่อง 7 ได้รับความนิยมสูงสุด คือร้อยละ 37.66 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 24.66 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ได้รับความนิยมน้อยที่สุด คือร้อยละ 9.0

ตารางที่ 14 จำแนกเหตุผลของความนิยมผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผล	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
อ่านได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	125	28.22
มีความรู้ดี	33	7.44
บุคคลิกดี	142	32.05
น่าเชื่อถือ	29	6.54
เสียงไพเราะ น่าฟัง	108	24.37
อื่น ๆ	6	1.35
	443	1.35

จากตารางที่ 14 เมื่อพิจารณาถึงความนิยมต่อผู้อ่านข่าวโทรทัศน์พบว่า ร้อยละ 32.05 นิยมผู้อ่านข่าวที่มีบุคลิกดี และรองลงมาร้อยละ 28.22 พบว่า นิยมผู้อ่านข่าวที่อ่านได้ชัดเจน เข้าใจง่าย

ตารางที่ 15 จำแนกเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างดูรายการข่าวโทรทัศน์

เหตุผล	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
- ไม่รู้จะทำอะไร	2	0.25
- เป็นช่วงเวลาที่ทุกช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว	234	29.81
- ดูแล้วสนุก น่าสนใจ	94	11.97
- เป็นข่าวสดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ เห็นทั้งภาพและเสียง	198	25.22
- ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ	257	32.74
	785	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าเหตุผล ในการดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างคือ ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ ร้อยละ 32.74 ในขณะที่ตอบว่าดูข่าวโทรทัศน์เพราะไม่รู้จะทำอะไร ร้อยละ 0.25



ตารางที่ 16 จำแนกพฤติกรรมขณะดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมขณะชมข่าว	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
- ดูข่าวอย่างตั้งใจ	68	14.38
- พักผ่อนกับครอบครัว	277	58.56
- รับประทานอาหารเย็นไปด้วย	109	23.04
- อ่าน น.ส.พ. ขณะมีโฆษณาในรายการข่าวโทรทัศน์	19	4.02
	473	100.0

จากตารางที่ 16 จากการจำแนกพฤติกรรมผู้ดูข่าวโทรทัศน์พบว่า ร้อยละ 58.56 ตอบว่า เป็นช่วงพักผ่อนกับครอบครัว และร้อยละ 23.04 ตอบว่า รับประทานอาหารเย็นไปด้วย ในขณะที่ร้อยละ 14.38 ดูข่าวอย่างตั้งใจ



ตารางที่ 17 จำแนกรายการข่าวโทรทัศน์ของช่องต่าง ๆ เป็นที่นิยมของกลุ่มตัวอย่าง  
ตอบเพียง 1 ข้อ

โทรทัศน์	ข่าวราชสำนัก		ข่าวในประเทศ		ข่าวต่างประเทศ	
	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ช่อง 3	27	9.0	42	14.0	43	14.33
ช่อง 5	89	29.67	78	26.0	76	25.33
ช่อง 7	113	37.67	115	38.33	117	39.0
ช่อง 9	34	11.33	37	12.33	38	12.67
ช่อง 11	37	12.33	28	9.33	26	8.67
	300	100.0	300	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 17 เมื่อพิจารณาถึงข่าวประเภทต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมจากผู้ดูพบว่า ข่าวราชสำนักของช่อง 7 ได้รับความนิยมสูงสุดร้อยละ 37.67 เช่นเดียวกับข่าวในประเทศ และต่างประเทศ ที่ได้รับความนิยมสูงสุดเช่นกัน คือร้อยละ 38.33 และ 39.0 ตามลำดับ ในขณะที่ข่าวทั้ง 3 ประเภทของช่อง 5 ได้รับความนิยมรองลงมา คือข่าวราชสำนัก ร้อยละ 29.67 ข่าวในประเทศร้อยละ 26.0 และข่าวต่างประเทศร้อยละ 25.33 ส่วนข่าวราชสำนักของช่อง 3 ได้รับความนิยมน้อยที่สุด คือร้อยละ 9.33 เช่นเดียวกับข่าวต่างประเทศ ซึ่งได้รับความนิยมน้อยที่สุดเช่นกัน คือร้อยละ 8.67

ตารางที่ 18 จำแนกวิธีการเสนอข่าว ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

วิธีการเสนอข่าว	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
เป็นทีม	65	21.66
เดี่ยว	22	7.33
เสนอโดยตรงจากที่เกิดเหตุการณ์	213	71.0
	300	100.0

จากตารางที่ 18 วิธีการเสนอข่าวที่กลุ่มตัวอย่างตอบว่าสนใจมากที่สุด คือ การเสนอโดยตรงจากที่เกิดเหตุการณ์ คือ ร้อยละ 71

ตารางที่ 19 จำแนกพฤติกรรมภายหลังการดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

พฤติกรรม	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
เคยเป็นประจำ	271	58.28
นาน ๆ ครั้ง	186	40.0
ไม่เคย	5	1.08
	465	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าพฤติกรรมภายหลังการดูข่าวโทรทัศน์แล้วมักจะนำไปคุยกันเป็นประจำสูงสุดถึงร้อยละ 58.28

ตารางที่ 20 จำนวนบุคคลในกลุ่มตัวอย่างนิยมพูดคุยเกี่ยวกับข่าวโทรทัศน์  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทบุคคล	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
เพื่อนบ้าน	9	3.0
เพื่อนที่ทำงาน	216	72.0
คนในครอบครัว	75	25.0
	300	100.0

จากตารางที่ 20 เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มตามผู้ดูข่าวโทรทัศน์นิยมพูดคุยเกี่ยวกับข่าว คือ เพื่อนที่ทำงานเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 72.0 ในขณะที่พูดคุยกับคนในครอบครัวร้อยละ 25.0 แต่พูดคุยกับเพื่อนบ้านเพียงร้อยละ 3.0

ตารางที่ 21 จำแนกพฤติกรรมการนำไปใช้ประโยชน์ในการดูข่าวโทรทัศน์ประจำวันตามความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
- ช่วยให้มีความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้นและเป็น ความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์	156	29.94
- ช่วยสร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	38	7.29
- ทำให้เกิดความคิดเห็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม	219	42.03
- ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน	11	2.11
- มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น การกินอาหาร การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ การใช้เวลาว่าง	94	18.04
- คิดว่าจะไม่มีผลอะไรมากนัก	3	0.58
	521	100.0

จากตารางที่ 21 เมื่อพิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการดูข่าวโทรทัศน์ประจำวัน ผู้ดูส่วนใหญ่คือร้อยละ 42.03 ตอบว่า ทำให้เกิดความคิดเห็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รองลงมาร้อยละ 29.94 ตอบว่าช่วยให้ความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้น และเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ ส่วนร้อยละ 0.58 ตอบว่า คิดว่าจะไม่มีผลอะไรมากนัก

ตารางที่ 22 จำแนกข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข่าว	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
- ควรสั้น เข้าใจง่าย อธิบายด้วยภาพมากกว่าเสียง	98	30.91
- ผู้อ่านข่าวต้องเสนอข่าวที่น่าสนใจ	156	49.21
- เพิ่มข่าวเศรษฐกิจและธุรกิจ	19	5.99
- เพิ่มข่าวพยากรณ์อากาศ	8	2.52
- เพิ่มข่าวภูมิภาคแต่ละจังหวัดให้มากขึ้น	34	10.72
- เพิ่มข่าวต่างประเทศ	2	0.63
รวม	317	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ดูข่าวโทรทัศน์เสนอแนะว่า ผู้อ่านข่าวควรต้องนำเสนอข่าวที่น่าสนใจร้อยละ 49.21 และอีกร้อยละ 30.91 เห็นว่าข่าวควรสั้น เข้าใจง่าย อธิบายด้วยภาพมากกว่าเสียง

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

แบ่งการนำเสนอผลสรุปการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

#### 1. สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประชาชนในเขตปทุมวันและเขตพระโขนงอายุมากกว่า 15 ปีเป็นชาย ร้อยละ 50.0 และหญิงร้อยละ 50.0 จำแนกตามเขตบ้านพักอาศัย เขตปทุมวัน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และเขตพระโขนง คิดเป็นร้อยละ 60.0 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 300 คน

อายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0

ตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประกอบอาชีพธุรกิจเอกชนหรือบริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.0

การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.66

รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีรายได้ ระดับ 5,000 บาท-10,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 43.33

ประเภทสื่อมวลชนที่นิยมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า สื่อโทรทัศน์ นิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.94

ความถี่ในการดูรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนมากดูรายการข่าวโทรทัศน์ เกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 53

ช่วงเวลาที่นิยมดูรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ช่วงเวลา 20.00-20.30 น. เป็นช่วงเวลาที่นิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.13

เหตุผลในการดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เลือกดูเพราะว่า เสนอข่าวรวดเร็ว ทันใจดี เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0

ประเภทข่าวโทรทัศน์ที่นิยมดูของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นิยมดูข่าวในประเทศ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.49 รองลงมาคือ ข่าวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 20.47 สำหรับข่าวการเมือง คิดเป็นร้อยละ 17.97 ข่าวสังคมธุรกิจ/เศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.67 ข่าวราชสำนัก คิดเป็นร้อยละ 9.97 ข่าวบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 7.08 ข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 5.12 และข่าวพยากรณ์อากาศคิดเป็นร้อยละ 4.19 ตามลำดับ

ความนิยมผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้อ่านข่าวของสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบก ช่อง 7 ได้รับความนิยมนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.66 รองลงมา คือ สถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 24.66 สำหรับสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 17.0 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 11.66 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

เหตุผลของความนิยมผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า นิยมเพราะบุคลิกดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.05 และอ่านได้ชัดเจน เข้าใจง่าย คิดเป็นร้อยละ 28.22 ตลอดจนเสียงไพเราะ น่าฟัง คิดเป็นร้อยละ 24.37 มีความรู้ดี คิดเป็นร้อยละ 7.44 น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 6.54 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.35



เหตุผลในการดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คนเลือกชมข่าวโทรทัศน์เพราะ  
 ว่าง ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 32.74 เป็นช่วงเวลาที่ทุก  
 ช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 29.81 เป็นข่าวสดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ เห็นทั้ง  
 ภาพและเสียง คิดเป็นร้อยละ 25.22 ดูแล้วสนุก น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 11.97 เป็นช่วง  
 เวลาที่ไม่รู้จะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 0.25

พฤติกรรมขณะดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นช่วงเวลาที่พักผ่อนกับครอบครัว  
 คิดเป็นร้อยละ 58.56 พร้อมกับรับประทานอาหารเย็นไปด้วย คิดเป็นร้อยละ 23.04 ดูข่าว  
 อย่างตั้งใจ คิดเป็นร้อยละ 14.38 นอกจากนี้ยังอ่านหนังสือพิมพ์และมีโฆษณาในรายการข่าว  
 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 4.02

รายการข่าวโทรทัศน์ของช่องต่างๆ ที่เป็นที่นิยมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ข่าวราชสำนัก  
 ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.67 รองลงมา  
 ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 29.67 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 คิด  
 เป็นร้อยละ 11.33 ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 12.33 และสถานีโทรทัศน์ไทย  
 ทีวีสีช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

สำหรับข่าวในประเทศ พบว่า สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้รับความนิยมมาก  
 ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.33 รองลงมา คือสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ  
 26.0 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 14.0 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 คิด  
 เป็นร้อยละ 12.33 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ

สำหรับรายการข่าวต่างประเทศ พบว่า สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้รับความนิยม  
 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 คิดเป็นร้อย  
 ละ 25.33 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 14.33 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9  
 คิดเป็นร้อยละ 12.67 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 8.67 ตามลำดับ

วิธีการเสนอข่าวที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ พบว่า การเสนอโดยตรงจากที่เกิดเหตุการณ์ นั้นนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือ การเสนอข่าวเป็นทีม คิดเป็นร้อยละ 21.66 และการเสนอข่าวเดี่ยว คนเดียว คิดเป็นร้อยละ 7.33

พฤติกรรมภายหลังการดูข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มักจะนำไปคุยเป็นประจำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.28 รองลงมาคือ คุยนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 และไม่เคยคุยเลย คิดเป็นร้อยละ 1.08

บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างนิยมพูดคุยเกี่ยวกับข่าวโทรทัศน์ พบว่า มักนิยมพูดคุยกับเพื่อนที่ทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาคือ คุยกับคนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 25.0 และคุยกับเพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.0

พฤติกรรมการนำไปใช้ประโยชน์ในการดูข่าวโทรทัศน์ประจำวันตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทำให้เกิดความคิดเห็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.03 รองลงมาคือ ช่วยให้มีความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้นและเป็นความรู้ที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ คิดเป็นร้อยละ 29.94 และมีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น การกินอาหาร การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ การใช้เวลาว่าง คิดเป็นร้อยละ 18.04 ช่วยสร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 7.29 ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 2.11 คิดว่าจะไม่มีผลอะไรมากนัก คิดเป็นร้อยละ 0.58 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์พบว่า ผู้อ่านข่าวต้องเสนอข่าวที่น่าสนใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.21 รองลงมาคือ ข่าวควรรู้ เข้าใจง่าย อธิบายด้วยภาพมากกว่าเสียง คิดเป็นร้อยละ 30.91 และเห็นว่าควรเพิ่มข่าวภูมิภาคแต่ละจังหวัดให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 10.72 ตลอดจนเห็นว่า ควรเพิ่มข่าวเศรษฐกิจและธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.99 คิดว่าควรเพิ่มข่าวพยากรณ์อากาศ คิดเป็นร้อยละ 2.52 และเห็นว่า ควรเพิ่มข่าวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 0.63 ตามลำดับ

## 2. อภิปรายผล

ประชาชนกลุ่มตัวอย่างในเขตปทุมวัน และเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร มีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง จึงได้เปรียบมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการดูข่าวโทรทัศน์ พบว่า ผู้อ่านข่าวต้องนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ ร่องลงมา เห็นว่า ข่าวควรสั้น เข้าใจง่าย อธิบายด้วยภาพมากกว่าเสียง

ข่าวโทรทัศน์ได้เปรียบจากข่าวทางวิทยุหรือข่าวหนังสือพิมพ์ เนื่องจาก คนได้เห็นภาพ การเคลื่อนไหวของข่าว ได้ยินเสียงและให้ความประทับใจในน้ำเสียงที่ไพเราะ บุคลิกดี การอ่านที่ชัดเจน ของผู้อ่านข่าว ทำให้คนสนใจในการเลือกรับชมข่าวโทรทัศน์

สำหรับเหตุผลของความนิยมผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีบุคลิกดี มากที่สุด ร่องลงมาคือ อ่านข่าวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ตลอดจนมีเสียงไพเราะ น่าฟัง มีความรู้ดี มีความน่าเชื่อถือ และอื่น ๆ

ตามที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า สื่อโทรทัศน์สามารถเสนอข่าวสาร โดยได้เห็นทั้งภาพและเสียง ปัจจุบันโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นโทรทัศน์เป็นสีใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุด ฉะนั้นผู้อ่านข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์จึงคัดเลือกผู้ที่มีบุคลิกดี หน้าตาดี ผู้หญิงมีความสวย ผู้ชายมีความหล่อ เพื่อเป็นการเรียกร้องและดึงดูดความสนใจในการนำเสนอข่าว ซึ่งถ้าแต่ละช่องสามารถให้คนติดตามตามดูผู้อ่านข่าวโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน จะมีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาของข่าว ซึ่งผู้อ่านข่าวแต่ละคนจะต้องฝึกฝนการอ่านข่าวให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย ใช้ภาษาง่าย ๆ ที่ผู้ดูโทรทัศน์ทุกเพศ ทุกวัย ฟังแล้วเข้าใจดี ซึ่งส่วนใหญ่ผู้อ่านข่าวจะมีเสียงไพเราะ น่าฟัง ชวนให้มีการติดตามข่าวอย่างต่อเนื่อง สำหรับผู้อ่านข่าวที่มีความรู้ดี เพราะการอ่านข่าว ต้องอ่านให้ถูกต้อง ชัดเจน ไม่อ่านข่าวตก หรือต่อเติมข่าว เพราะผู้อ่านข่าวจะต้องมีปฏิภาณ ไหวพริบดี ในการอ่านข่าวแต่ละข่าว ให้นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์อย่างดีที่สุด เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในข่าว อ่านข่าวผิดพลาด ประชาชนทางบ้านจะขาดความเชื่อถือในข่าวนั้น ๆ มีผลกระทบต่อการดูข่าวนั้น ๆ อย่างมาก

เพราะส่วนใหญ่การดูข่าวทางโทรทัศน์จะเป็นการสื่อสารทางเดียว ประชาชนไม่มีปฏิกิริยาตอบโต้ กลับว่า เข้าใจในข่าวสารนั้น ๆ หรือไม่ อย่างไร ไม่ใช่การสื่อสารแบบ 2 ทาง ซึ่งประชาชนจะมีปฏิกิริยาตอบโต้ทันที หากไม่เข้าใจในข่าวสารนั้น เช่น การแสดงปาฐกถาบนเวที หรือการอภิปรายตามงานต่าง ๆ

สำหรับข่าวโทรทัศน์นั้นประชาชนทั้ง 2 เขตของกรุงเทพมหานครให้ความสนใจในการดูอย่างมาก เพราะว่า ข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวสารที่ให้รายละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ คนสามารถเข้าใจได้ด้วยภาพถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งจากภายในประเทศ และต่างประเทศ คนจะให้ความเชื่อถือมากที่สุด เพราะว่าได้เห็นด้วยตาตนเอง เหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นจริง วิทยุก็ให้ได้แต่เสียงไม่ปรากฏภาพให้เห็นชัดเจน ต้องมีจินตนาการเอง สำหรับข่าวจากหนังสือพิมพ์ ก็ต้องอาศัยเวลาในการอ่านต้องเรียงลำดับความคิด ต้องทำความเข้าใจกับเนื้อหาของข่าว มีรายละเอียดเนื้อหาที่มากเกินไปกว่าจะทราบว่ามีใคร อะไร ที่ไหน อย่างไร ภาพก็ไม่มาก อาจจะลงภาพได้เพียง 1-2 ภาพของเหตุการณ์นั้น ๆ เท่านั้น ข่าวโทรทัศน์ให้เนื้อหาของภาพที่ละเอียดกว่า เข้าใจง่าย

นอกจากนี้ในการดูข่าวโทรทัศน์ช่วงระยะเวลา 19.00-21.00 น. สถานีโทรทัศน์แต่ละช่องย่อมมีนโยบายของแต่ละสถานีในการนำเสนอข่าวซึ่งคนติดตามดูข่าวเพราะว่า เป็นช่วงเวลาที่ถูกช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว ฉะนั้นแต่ละสถานีจึงมีการแข่งขัน และดึงดูดความสนใจของคนในการนำเสนอข่าวสาร โดยการลงทุนสร้างฉากแต่ละสถานีโดยใช้งบประมาณที่ค่อนข้างสูงให้ฉากมีความสวยงาม ผู้อ่านข่าวมีบุคลิกดี แต่งกายสุภาพ สุภาพสตรี ให้คนสวยดึงดูดสายตา ลีลาจิ้งหะการพูด การอ่าน ไพเราะ สุภาพ สีสนของเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ มีจุดเด่น สะดุดตา พร้อมทั้งข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวสดและใหม่กว่าสื่ออื่นๆ เห็นทั้งภาพและเสียงควบคู่ด้วยกัน

เกี่ยวกับเนื้อหาข่าวสาร ปัจจุบันปริมาณข่าวที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์ ยังมีปริมาณน้อยมาก ถ้าจะเปรียบเทียบการเสนอข่าวสารในแต่ละวัน โดยเฉลี่ยประมาณวันละ 2-3 ชั่วโมง เมื่อเทียบกับเวลาการออกอากาศทั้งหมดของแต่ละสถานี ซึ่งทั้งหมดเกือบ 12-14 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรายการบันเทิง และเนื้อหาของข่าวส่วนใหญ่ยังจะเป็นเพียงแค່รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเท่านั้น เช่นข่าวบุคคลสำคัญ ข่าวราชการต่าง ๆ ของข่าวภายในประเทศ

สำหรับปัญหาในการผลิตเนื้อหาสารที่จะแพร่ไปสู่ผู้รับสารเป็นเนื้อหาทุกประเภทอย่างกว้างขวาง หลากหลาย มีคุณภาพเหมาะสมกับความสนใจและความต้องการ และรสนิยมของผู้รับทุกระดับ ฉะนั้นข่าวโทรทัศน์ที่เสนอควรจะมีความเป็นกลางไม่ชี้นำหรือโน้มน้าวใจให้คนดูเอนเอียงไปทางใดทางหนึ่ง

คนในเมืองจะได้รับข่าวที่ทันสมัยมากกว่า เพราะสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมดีกว่าคนในชนบท แต่ปัจจุบันคิดว่าพฤติกรรมกาเปิดรับสาร ข่าวโทรทัศน์สามารถเข้าได้ถึงคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ แม้ว่าคนนั้นจะอ่านหนังสือไม่ออกก็ตาม มีสิทธิได้รับข่าวสารต่าง ๆ โดยพร้อมเพรียงกัน โดยการเปิดรับข่าวทางโทรทัศน์ช่องเดียวกัน เวลาเดียวกันก็จะทำให้ทราบที่เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นบ้างทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน โดยการนำเสนอข่าวทางโทรทัศน์ เพราะข่าวในประเทศมีทั้งข่าวที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาคในจังหวัดต่าง ๆ คนส่วนใหญ่มีความสนใจต้องการข่าวสารและอยากรู้อยากเห็นโลกภายนอกเสมอ

ในความคิดเห็นของผู้วิจัย เห็นว่า ข่าวเป็นความมุ่งหมายสิ่งแรกที่โทรทัศน์ควรอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน ข่าวจึงเป็นศักดิ์ศรีที่สถานีโทรทัศน์จะต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกมากกว่ารายการอื่น ๆ

ข่าวเป็นเรื่องราวเหตุการณ์ที่มีการเกิดขึ้นที่ไม่เป็นไปตามปกติธรรมดา มีผู้รู้เห็น มีการเปิดเผยต่อสาธารณชน ข่าว คือ เรื่องราวที่เกิดขึ้นโดยมีผู้รู้เห็นแล้วมีการเปิดเผยต่อสาธารณชน เมื่อนำเรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นไปเผยแพร่ทางโทรทัศน์ จึงเรียกกันว่า ข่าวโทรทัศน์ การนำเสนอข่าวต้องถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริง มีเนื้อหาที่สมบูรณ์และน่าสนใจ มีความเป็นธรรมในการเสนอข่าวและฉบับล้นหลามทั้งที่

สำหรับความนิยมของผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นิยมเพราะบุคลิกดีมากที่สุด รองลงมาคือ อ่านได้ชัดเจน เข้าใจง่ายตลอดจนเสียงไพเราะ น่าฟัง และมีความรู้ดี น่าเชื่อถือ

ข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่นิยมให้ผู้อ่านข่าวเป็นผู้นำเสนอเนื้อหาสาระของข่าว ต่อผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ที่บ้าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีบุคลิกดีทั้งชายและหญิง อายุยังน้อย อยู่ในวัยหนุ่มสาว หน้าตาดี ดึงดูดความสนใจ ซึ่งแต่ละคนจะมีความสามารถเฉพาะตัว แต่อาจจะไม่ใช่นักข่าวหรือผู้สื่อข่าวโดยตรง จะเป็นเพียงผู้อ่านข่าวเท่านั้น ผู้อ่านข่าวจะฝึกทักษะในการอ่านข่าวจนชำนาญ อ่านข่าวด้วยความชัดเจน เข้าใจง่าย เพราะส่วนใหญ่ภาษาในการเขียนข่าวโทรทัศน์จะใช้ภาษาที่ง่าย ๆ ประชาชนสามารถเข้าใจได้อย่างดี เพราะคนดูโทรทัศน์ประกอบด้วยบุคคลหลายอาชีพ หลายวัน ต่างระดับการศึกษาและประสบการณ์ ผู้อ่านข่าวของไทยจะต้องมีเสียงไพเราะ น่าฟัง ทำให้คนสนใจในการติดตามดูข่าวนั้น ๆ ตลอดจนเป็นผู้ที่มีความรู้ดีและน่าเชื่อถือ

สำหรับทางด้านต่างประเทศ ทั้งประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป แต่ละสถานีโทรทัศน์มักให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวสารโดยผู้สื่อข่าว เข้ารายงานโดยตรงจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ของไทย ผู้อ่านข่าวจะเป็นผู้เสนอข่าวสารต่าง ๆ แก่ประชาชน

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของผู้วิจัย พบว่า ผู้อ่านข่าวในต่างประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้อ่านข่าวจะไม่ใช้คนหนุ่มสาว ที่มีเสียงไพเราะ น่าฟัง แต่จะอยู่ในวัยที่ทำงานมานาน มีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ อ่านข่าวมาแล้วประมาณ 10-12 ปี มีความรอบรู้เรื่องข่าวเป็นอย่างดี มีประสบการณ์ในการอ่านข่าวจนมีทักษะและความชำนาญอย่างดี ซึ่งเมื่อสมัยหนุ่ม-สาว เคยมีประสบการณ์ในการเป็นผู้สื่อข่าวทางโทรทัศน์ มีประสบการณ์ในการทำข่าวโทรทัศน์ การติดตามข่าววิเคราะห์ข่าวและเจาะข่าวต่าง ๆ ทำให้เข้าใจในการนำเสนอข่าวต่าง ๆ แก่ผู้ดูโทรทัศน์เป็นอย่างดี ซึ่งแตกต่างจากผู้อ่านข่าวไทยมาก

นอกจากนี้ผู้อ่านข่าวของสถานีโทรทัศน์ BBC ของประเทศอังกฤษเขาก็ทำการคัดเลือกผู้อ่านข่าวที่มีบุคลิกดี หน้าตาดี การแต่งกายดี เมื่อแพร่ภาพออกอากาศ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์สู่สาธารณชน เขาให้ความสำคัญมากในด้านการอ่านข่าว การออกเสียง สำเนียง ต้องถูกต้องชัดเจน ต้องรู้จักการวางตัวเมื่ออยู่หน้ากล้องโทรทัศน์ เพราะข่าวไม่ใช่รายการบันเทิง จะต้องมีความรู้ดีและดึงดูดความสนใจ ต้องให้เวลาในการดูภาพข่าว ดูรายละเอียดของข่าวต่าง ๆ ก่อนออกอากาศ เพื่อการอ่านที่ถูกต้องชัดเจน

สำหรับประเทศไทยนั้น รายการประเภทข่าวและเหตุการณ์บ้านเมือง โทรทัศน์ญี่ปุ่นทำได้ดีไม่น้อยหน้าใคร โดยเฉพาะ NHK มีผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ประจำอยู่ส่วนต่าง ๆ ของโลก มากกว่า สถานีใด ๆ ของสหรัฐอเมริกาและยุโรป ซึ่งส่วนใหญ่คนชมโทรทัศน์เพื่อผ่อนคลายความเครียด เพื่อความบันเทิงในครอบครัว รายการข่าวสามารถยกระดับความรู้และจิตใจของผู้ดูตลอดจนผลทางด้านการศึกษาและพัฒนาตนเอง

ข่าวสารนั้นนับว่าเป็นอาหารสมองที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในบรรดาอาหารที่สมองของมนุษย์ต้องการ บุคคลที่ขาดอาหารสมองทางด้านข่าวสารย่อมเปรียบเสมือนคนที่อยู่ในโลกแคบๆ ดังนั้นผู้บริหารสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีจึงให้ความสำคัญในการเสนอรายการข่าวสารต่อผู้ดูให้กว้างขวางที่สุดเท่าที่จะทำได้

ข่าวปัจจุบันมีความรวดเร็วของข่าว เนื้อหาของข่าวมีอิสระมากขึ้น และมีการคลายความเครียด ซึ่งปกติข่าวทั้งในและนอกประเทศมักทำให้เกิดความเครียดในจิตใจของผู้ชม เพราะล้วนแล้วแต่เป็นเหตุการณ์ที่วุ่นวาย สับสน ซึ่งเกิดขึ้นที่โน่นที่นี้ จนกระทั่งมีผู้ปรารภว่า เมื่อไรโลกจะสงบเสียที แต่รายการข่าวโทรทัศน์ของไทยสามารถลดความเครียดลงไปได้ด้วยการเสนอข่าวที่เบาสมอง เช่น สถานีที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ ต่าง ๆ แนะนำร้านอาหาร และอาหารที่แปลก ๆ ใหม่ ๆ และอรรถด้วย ยิ่งกว่านั้นผู้อ่านข่าวก็ต้องมีหลายคนทั้งหญิงและชาย มักเน้นในเรื่องความงาม บุคลิก ความมีชื่อเสียง เพื่อให้ผลัดเปลี่ยนกันอ่านคนละข่าว ไม่ให้ผู้ชายเบื่อหน่าย เพราะถ้าหากันการเสนอข่าวแต่ละข่าวต้องมีพิธีการเกริ่นเสียก่อน และเมื่อจบข่าวนั้นก็มักวิพากษ์วิจารณ์ในด้านความสนุกสนาน บางครั้งก็มีการหยอกล้อในระหว่างผู้อ่านข่าวด้วยกันเป็นการครื้นเครงเล็ก ๆ น้อย ๆ ล้วนแต่เป็นวิธีการคลายความเครียดซึ่งเป็นวิธีการชนิดหนึ่งที่ใช้ดึงดูดผู้ดูให้สนใจ แต่ไม่ถือว่าเป็นวิธีการที่ถูกต้องในการเสนอข่าวตามหลักการ

สำหรับพฤติกรรมการนำไปใช้ประโยชน์ในการดูข่าวโทรทัศน์ประจำวัน ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทำให้เกิดความคิดเห็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือช่วยให้มีความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้นและเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ตลอดจนมีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น การกินอาหาร การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ การใช้เวลาว่าง ช่วยสร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน

ปัจจุบันคนสนใจดูข่าวโทรทัศน์ไม่ใช่เพื่อนักผ่องอย่าง เดียว แต่ได้แสวงหาความรู้  
เนื่องจากปัจจุบันนี้สังคมเป็นสังคมข่าวสาร

ประชาชนต้องการข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจต่างๆ เพื่อการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน  
ต้องการทราบความเป็นไปในเหตุการณ์ต่าง ๆ และอื่น ๆ ซึ่งสื่อมวลชนต่าง ๆ ก็มุ่งประสงค์ใน  
การกระจายข่าวสาร โดยเฉพาะเจาะจงเป้าหมายของผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตาม  
ในยุคนี้เป็นยุคของสังคมข่าวสาร ทุกคนต้องการข่าวสารเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางการ  
เมือง เศรษฐกิจ สังคม หลายประเทศได้ก้าวเข้ามาสู่ยุคของสังคมข่าวสาร มีการปรับปรุงงาน  
ผลิตข่าวสารอย่างกว้างขวาง ทั้งสื่อทั่วไปและสื่อมวลชน ซึ่งลักษณะเด่นของสังคมข่าวสาร ก็คือ  
มีปริมาณและระดับการไหลเวียนของข่าวสารสูงมาก ข่าวสารได้แพร่กระจายไปในทุกระดับ ทุก  
ทิศทาง ในหลากหลายรูปแบบ โดยผ่านสื่อที่ทันสมัยในยุค High-Tech ทั้งสื่อทั่วไปและสื่อมวลชน  
และในยุคสังคมข่าวสารนี้ทำให้วงการต่าง ๆ เกิดการแข่งขัน ทั้งธุรกิจ การเมือง การศึกษา  
คนต้องการข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

การดูข่าวโทรทัศน์ของประชาชนในเขตปทุมวันและเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร  
ส่วนใหญ่คนดูโทรทัศน์แล้วทำให้เกิดความคิดเห็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ซึ่ง  
เป็นการได้รับความรู้ในหลาย ๆ ด้าน สามารถทำให้ทราบถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายใน  
ในประเทศและต่างประเทศ ทำให้เป็นผู้ที่มีความรู้รอบตัว กว้างขวาง มีความรู้ที่ทันสมัย ทัน  
เหตุการณ์

ประเทศต่าง ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เยอรมันนี อังกฤษ รัสเซีย  
ปัจจุบันก็เป็นประเทศที่มีการใช้สื่อในยุคสังคมข่าวสารอย่างกว้างขวาง ประชาชนต้องการข่าว  
สารข้อมูลต่าง ๆ โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ ซึ่งเทคโนโลยียุคดาวเทียมมีบทบาทสำคัญในการช่วยแพร่  
กระจายข่าวสารต่าง ๆ โดยครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลก

บทบาทของข่าวสาร ช่วยกระตุ้นให้คนเกิดความรู้สึก ความคิดด้านต่าง ๆ ทั้งด้าน  
เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง กีฬา บันเทิง วิทยาศาสตร์ ฯลฯ เพราะประชาชนจะมี  
ความสนใจในแต่ละเรื่องที่แตกต่างกัน ซึ่งประชาชนจะเลือกรับข่าวสารเฉพาะที่เขาสนใจ



ข่าวโทรทัศน์ ปัจจุบันไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ดู เพราะการเลือกในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ และการเลือกจดจำ โดยขึ้นอยู่กับพื้นฐานความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ความพร้อม ความสนใจ ความรับผิดชอบ และอารมณ์ ตลอดจนภูมิหลังส่วนตัว และวิชาชีพแตกต่างกัน ทำให้ความคิดเห็นต่าง ๆ แตกต่างกันด้วย ความรู้สึกความเชื่อถือตลอดจนพฤติกรรมก็แตกต่างกัน ฉะนั้นคนจะดูข่าวโทรทัศน์เพื่อแสวงหาความรู้ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

### 3. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงพฤติกรรมของประชาชนในเขตปทุมวัน และเขตพระโขนง ในการดูข่าวโทรทัศน์ จึงขอเสนอแนะ ดังนี้

1. ประชาชนในเขตปทุมวันและเขตพระโขนง ในการดูข่าวโทรทัศน์ มีพฤติกรรมไม่แตกต่างกันในการดูข่าวโทรทัศน์ ส่วนใหญ่จะสนใจในการดูข่าวในช่วงระยะเวลา 19.30 - 21.00 น. โดยชอบดูข่าวในประเทศมากที่สุด และดูข่าวต่างประเทศ รองลงมา และควรจะเพิ่มข่าวภูมิภาคของแต่ละจังหวัดเพื่อการรับข่าวสารที่กว้างขวางขึ้น

2. การเสนอข่าวการเมือง ควรจะเสนอข่าวทั้งฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้าน และมีความเป็นกลางมากที่สุด เพื่อประชาชนจะได้รับทราบถึงการทำงานของทั้ง 2 ฝ่าย เมื่อความร่วมมือร่วมใจกันในการพัฒนาประเทศไทย

3. ข่าวโทรทัศน์ มีผู้ตอบแบบสอบถามบางคน เสนอแนะว่า ควรจะเพิ่มข่าวเกี่ยวกับวัฒนธรรม ศาสนา และลดข่าวเกี่ยวกับอาชญากรรม เพราะเป็นภาพสยองขวัญสะเทือนอารมณ์แก่ผู้ดูข่าวโทรทัศน์ การนำเสนอข่าว ควรจะทำให้น่าสนใจ สั้น เข้าใจง่าย อธิบายด้วยภาพมากกว่าเสียง และผู้อ่านข่าวทางโทรทัศน์ควรมีน้ำเสียงสุภาพ ไพเราะ ชัดเจน ถูกต้อง บุคลิกดึงดูดความสนใจ

4. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มประชาชน ที่อาศัยอยู่ในเขต ปทุมวัน และเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร ในการดูข่าวโทรทัศน์เพียง 2 เขตเท่านั้น ซึ่งหาก จะมีผู้สนใจศึกษาการดูข่าวโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ควรจะศึกษาทั้ง 36 เขต เพื่อเป็นตัวแทนคนกรุงเทพมหานคร หรือหากจะศึกษาการดูข่าวโทรทัศน์ของคนในจังหวัดใด จังหวัดหนึ่งของประเทศไทย และเปรียบเทียบพฤติกรรมของคนในการเปิดรับข่าวสารทาง โทรทัศน์ก็ย่อมจะกระทำได้ เช่นคนภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสานและภาคใต้ ดูข่าวโทรทัศน์ ช่องเดียวกัน เวลาเดียวกัน แต่อาจจะได้รับความรู้ ความเข้าใจในข่าวแตกต่างกันก็เป็นได้ เพราะว่า ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม เศรษฐกิจ วัย อายุ อาชีพ รายได้และ ประสบการณ์ที่แตกต่างกัน

สรุป ข่าวโทรทัศน์ เป็นข่าวสารที่ประชาชนเปิดรับดูมากที่สุด ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย มีข้อได้เปรียบหลายประการได้เห็นทั้งภาพและเสียง ควบคู่กัน แม้จะมีข้อจำกัดด้านเวลา ในการนำเสนอ แต่พฤติกรรมในด้านการบริโภคข่าวสารของประชาชนในเขตปทุมวัน และเขต พระโขนง กรุงเทพมหานคร ก็เห็นว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำให้ข่าวสารที่น่าเชื่อถือมาก เพราะ สามารถเห็นได้ด้วยตาตนเอง และมีคนบรรยายภาพนั้น ๆ อย่างชัดเจน

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

ขวัญเรือน กิติวัฒน์. "แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร," ในพลศาสตร์ของการสื่อสาร หน่วยที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531.

ดวงทิพย์ วรพันธ์. ข่าวโทรทัศน์ สภาพแวดล้อมไทย วิธีการแพร่กระจายและการรับรู้. กรุงเทพฯ : สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

บำรุง สุขพรรณ. วิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522.

บุญเหลือ เทพสุวรรณ. อะไรก็เป็นข่าว. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา, 2516.

ประชัน วัลลิโก. การสื่อข่าว. พระนคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2513.

พรรณพิมพ์ ก้านกนก. สื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2533.

พีระ จิรโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.

ภัทติดา พันธุมเสน และสุปราณี เขื่อนเพชร. "ยุคสังคมข่าวสาร," ใน รายงานผลการสัมมนาเรื่องการผลิตข่าวโทรทัศน์ในยุคสังคมข่าวสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. หลักและทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2527.

วารสารและเอกสารอื่น ๆ

ก่อ สวัสดิทานิชย์ และนางเจลิยา สุมาวงศ์. "วิชาครุตอน 3 : จิตวิทยา." พระนคร :  
คุรุสภา, 2506.

ชัยวัฒน์ สถาอานันท์. คำกล่าวรายงานการเปิดการสัมมนาเรื่อง "ข่าวและแนวทางการเสนอ  
ข่าวอย่างสร้างสรรค์," จัดโดยมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็กร่วมกับมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ ณ  
ห้องประชุมบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต วันที่ 21 กันยายน 2532.

ดวงเดือน พันธุมนาวินและคณะ. "สื่อมวลชน ครอบครัวยุคใหม่และวัยรุ่นไทย การวิจัยทางจิตวิทยา."  
รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ, 2530.

ทิพย์ นาดสุภา. "กรรมพันธุ์หรือการอบรม (Nature or Nurture)." พระนคร : กรมการ  
ฝึกหัดครู, 2531.

บำรุง สุขพรรณ. "บทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่วัฒนธรรมปลูกฝังค่านิยมที่พึงประสงค์ต่อ  
เยาวชนไทย." รายงานการวิจัย, 2526.

สุกัญญา ตรีระวีนิช. "อิทธิพลของสื่อต่อเด็กในกรุงเทพมหานคร." รายงานการวิจัย สำนักงาน  
คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ, 2522.

อนุช อภาภิรมย์. "ความคิดเรื่องสังคมข่าวสาร," วารสารนิเทศศาสตร์ 10. (ภาคการ  
ศึกษา 2532) : 11-13.

อรุณ เลิศจรรยาภักดิ์. "สื่อมวลชนกับการเลือกเสนอข่าว," วารสารศาสตร์ 9. (ตุลาคม-ธันวาคม 2532) : 34.

#### วิทยานิพนธ์

บังอร พีรพัฒน์. "ความนิยมของเด็กวัยรุ่นต่อโปรแกรมการศึกษาทางโทรทัศน์." วิทยานิพนธ์  
ครุศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2516.

พรรณลีย์ เทพลักษณ์เลขา. "ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีต่อรายการโทรทัศน์ในปี 2506." วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2507.

ศิริรัตน์ เจริญศักดิ์. "ความสนใจรายการโทรทัศน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย." วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522.

#### ภาษาอังกฤษ

##### Books

Edmund, Arnold. Student Journalism. New York : University Press, 1976.

Gutlin, Todd. Watching Television. New York : Pantheon Book, 1970.

Harris, Julian Leiter, Killy and Johnson, Stanley. The complete Reporter. New York : Macmillan Publishing Co, Inc., 1977.

Katz, Elihu and others. "The Use of Mass Communication, "Current Perspective on Gratification Research. Beverly Hill.

Morgan, C. Future Man. New York : Irvington Publishers, 1980.

Pelton, Joseph N. Global Talk. Sussex : The Harvester Press Limited,  
1981.

Samual, Becher L. Discovering Mass Communication. Illinois : Scott  
Foresman and Company Glenview, 1970.

Schramm, Wilbur. "Channels and audiences," in Handbook of Communication.  
Chicago : Ran McNally Collage Publishing Company, 1973.

The Technique of Television News. London : Ivor York Focal Press, 1987.

Toffler, Alvin. Powershift. New York : Bantan Books, 1990.

Webster. New Twentieth Century Dictionary. 2nd ed., New York : The  
Word Publishing Company, 1968.

#### Other Material

C.K. Atkin. "Anticipated Communication and Mass Media Information  
Seeking", Public Opinion Quarterly. 1973 : 36.

Draft

ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ หน้าช่องที่ท่านต้องการ หรือ  
ตามความคิดเห็นของท่าน

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. บ้านที่ท่านอยู่ในเขต (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- เขตปทุมวัน
  - แขวงลุมพินี
  - แขวงรองเมือง
  - แขวงวังใหม่
  - แขวงปทุมวัน
- เขตพระโขนง
  - แขวงบางจาก
  - แขวงบางนา

2. เพศ

- ชาย
- หญิง

3. อายุ

- 15 - 20 ปี
- 21 - 30 ปี
- 31 - 40 ปี
- 41 - 50 ปี
- 51 - 60 ปี
- 60 ปีขึ้นไป



## 4. อาชีพ

- รับราชการ
- รัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจเอกชน/บริษัท
- นักเรียน นิสิต นักศึกษา
- แม่บ้าน
- อื่น ๆ ระบุ.....

## 5. รายได้

- ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน
- 5,000 - 10,000 บาทต่อเดือน
- 10,000 - 15,000 บาทต่อเดือน
- 15,000 บาทขึ้นไป

## 6. การศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

## 7. ท่านรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- โทรทัศน์
- วิทยุกระจายเสียง
- น.ส.พ.
- นิตยสาร
- อื่น ๆ ระบุ.....

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับ-ดูข่าวโทรทัศน์

8. ท่านดูรายการข่าวโทรทัศน์บ่อยครั้งเพียงใด

(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ทุกวัน
- เกือบทุกวัน
- นาน ๆ ครั้ง

9. ท่านชอบดูรายการข่าวโทรทัศน์ช่องไหนมากที่สุด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ช่อง 3
- ช่อง 5
- ช่อง 7
- ช่อง 9
- ช่อง 11
- ดูทุกช่อง
- อื่น ๆ ระบุ.....

10. ท่านชอบดูข่าวโทรทัศน์ช่วงเวลาใดมากที่สุด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เวลา 19.00 - 19.30 น.
- เวลา 19.30 - 20.00 น.
- เวลา 20.00 - 20.30 น.
- เวลา 20.30 - 21.00 น.

11. เหตุผลที่ชอบดูข่าวโทรทัศน์ช่องดังกล่าวมากที่สุด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ] เสนอข่าวรวดเร็ว ทันใจดี
- [ ] มีรายละเอียดเนื้อหาดี
- [ ] มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด
- [ ] อื่น ๆ ระบุ.....

12. ท่านชอบดูข่าวโทรทัศน์ประเภทใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ] ข่าวราชสำนัก
- [ ] ข่าวในประเทศ
- [ ] ข่าวต่างประเทศ
- [ ] ข่าวการเมือง
- [ ] ข่าวสังคมธุรกิจ/เศรษฐกิจ
- [ ] ข่าวกีฬา
- [ ] ข่าวบันเทิง
- [ ] ข่าวพยากรณ์อากาศ
- [ ] อื่น ๆ ระบุ.....

13. ท่านชอบผู้อ่านข่าวโทรทัศน์มากที่สุดของช่องใด

(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- [ ] ช่อง 3
- [ ] ช่อง 5
- [ ] ช่อง 7
- [ ] ช่อง 9
- [ ] ช่อง 11

14. ท่านชอบผู้อ่านข่าวนั้นเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผู้อ่าน อ่านได้ชัดเจน เข้าใจง่าย
- ผู้อ่าน มีความรู้ดี
- ผู้อ่านบุคลิกดี
- ผู้อ่านข่าวน่าเชื่อถือ
- ผู้อ่านเสียงไพเราะ น่าฟัง
- อื่น ๆ ระบุ.....

15. สาเหตุที่ท่านดูรายการข่าวโทรทัศน์ เพราะ

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่รู้จะทำอะไร
- เป็นช่วงเวลาที่ทักช่องเสนอข่าวเพียง  
อย่างเดียว
- ดูแล้วสนุก น่าสนใจ
- ข่าวสื่อโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ  
เห็นทั้งภาพและเสียง
- ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ
- อื่น ๆ ระบุ.....

16. ขณะชมข่าวโทรทัศน์ ท่านมีพฤติกรรมอะไรบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ดูข่าวอย่างตั้งใจ
- พักผ่อนกับครอบครัว
- รับประทานอาหารเย็นไปด้วย
- อ่าน น.ส.พ. ขณะมีโฆษณาในรายการข่าว  
โทรทัศน์
- อื่น ๆ ระบุ.....

17. ท่านชอบดูรายการข่าวในราชสำนักทางช่องใดมากที่สุด

X

(ตอบเพียง 1 ข้อ)

ช่อง 3

ช่อง 5

ช่อง 7

ช่อง 9

ช่อง 11

ทีวี

18. ท่านชอบดูรายการข่าวในประเทศทางช่องใดมากที่สุด

(ตอบเพียง 1 ข้อ)

ช่อง 3

ช่อง 5

ช่อง 7

ช่อง 9

ช่อง 11

ทีวี

19. ท่านชอบดูรายการข่าวต่างประเทศทางช่องใดมากที่สุด

(ตอบเพียง 1 ข้อ)

ช่อง 3

ช่อง 5

ช่อง 7

ช่อง 9

ช่อง 11

20. ท่านชอบวิธีการเสนอข่าวอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- เป็นทีม
- เดี่ยว
- เสนอโดยตรงจากที่เกิดเหตุการณ์
- อื่น ๆ ระบุ.....

#### พฤติกรรมนำไปใช้ประโยชน์

21. ภายหลังการชมข่าวโทรทัศน์แล้ว ท่านเคยนำรายการ

ข่าวในโทรทัศน์มาพูดคุยกันหรือไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- คุยเป็นประจำ
- นาน ๆ ครั้ง
- ไม่เคย

22. ถ้าท่านเคยนำเรื่องราวจากรายการข่าวในโทรทัศน์

มาพูดคุย ท่านมักจะคุยกับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อนบ้าน
- เพื่อนที่ทำงาน
- คนในครอบครัว
- อื่น ๆ ระบุ.....

23. ท่านคิดว่าการดูข่าวโทรทัศน์ประจำวันจะทำให้เกิดผล  
อะไรบ้างต่อตัวท่านเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ช่วยให้มีความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้น และเป็น  
ความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์
  - ช่วยสร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
  - ทำให้เกิดความคิดเห็นทางการเมือง เศรษฐกิจ  
สังคม วัฒนธรรม
  - ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน
  - มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น การกิน  
อาหาร การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ การใช้เวลาว่าง
  - คิดว่าจะไม่มีผลอะไรมากนัก
  - อื่น ๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ

24. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สั้น เข้าใจง่าย อธิบายด้วยภาพมากกว่าเสียง
  - ผู้อ่านข่าวต้องนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ
  - ข่าวในประเทศต้องมากกว่าข่าวต่างประเทศ
  - เพิ่มข่าวเศรษฐกิจและธุรกิจ
  - เพิ่มข่าวสังคม
  - เพิ่มข่าววัฒนธรรม
  - เพิ่มข่าวพยากรณ์อากาศ
  - เพิ่มข่าวภูมิภาคแต่ละจังหวัดให้มากขึ้น
  - อื่น ๆ ระบุ.....

25. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

DRAFT



### ประวัติผู้เขียน

นางสาวสุวลักษณ์ วงศ์เทศ เกิดวันที่ 3 มิถุนายน 2498 สำเร็จการศึกษา  
ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อปี พ.ศ.2519  
ตำแหน่งปัจจุบัน หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ กองหารายได้ สภาอากาศไทย

D  
P  
U