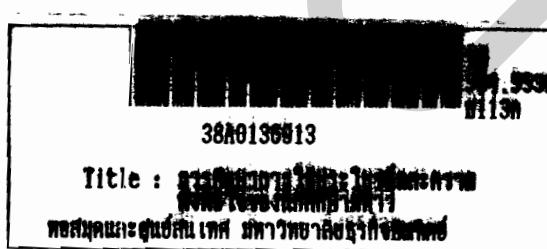


การศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ของนักศึกษาสาขาวิชาอัชญ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อรายการ “ตามอ่า...หาความจริง”
ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5



นางสาวนงนงค์ คงฤทธิ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้านหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ.2541

ISBN 974-281-236-5

A STUDY ON USES AND GRATIFICATION OF UNIVERSITY
STUDENTS IN BANGKOK TOWARDS
“TAM LA HA KWAM JING” PROGRAM (SEARCH FOR THE TRUTH)
ON THE ARMY TELEVISION CHANNEL 5.

MISS BONGKOT KAMUTKAEW

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

1998

ISBN 974-281-236-5



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์

การศึกษาการใช้ประโยชน์และความทึงพอใจของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยในเชิง
กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ "ตามล่า...หาความจริง ทางสถานีวิทยุกอง
พัฒนาช่อง 5"

โดย น.ส.บงกช ภูมิพันธ์

สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อ.อาจารย์อรุณ งามศรี

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

ประธานกรรมการ

(รศ.ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(อ.อาจารย์อรุณ งามศรี)

กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(รศ.วิจิตร ภักดีรัตน์)

กรรมการ

กรรมการผู้แทนทบทวนมหาวิทยาลัย

(อ.อาจารย์ประจวบ อินอ้อค)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร.พิพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ ๓๐ เดือน พฤษภาคม

พ.ศ. ๒๕๔๑

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จเรียบร้อยด้วยดี ทั้งนี้ด้วยความกรุณาของ อาจารย์ อรุณ งามคี และอาจารย์เฉลิมสิน ศิงห์สนอง ชั้นทั้ง 2 ท่าน นักจากจะช่วยเหลือให้กำลังใจ ให้คำแนะนำแล้วยังได้ช่วยติดตามสอบด้าน และเร่งรัดให้ข้าพเจ้าจัดทำวิทยานิพนธ์ งานสำเร็จลงด้วยดี นักจากนี้ ขอขอบพระคุณ คุณประไพพัตร โภนพัตร ผู้ดำเนินรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่มีส่วนผลักดันให้ข้าพเจ้าเดือดหัวข้อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ชั้นนักจากจะช่วยให้ผู้ทำวิจัยได้มีโอกาสศึกษาการผลิตและดำเนินรายการ “ตามล่า...หาความจริง” อย่างละเอียดในทุกขั้นตอนแล้ว ผลงานการศึกษาการผลิตและดำเนินงานผลิตรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในโอกาสต่อๆ ไปอีกด้วย และสุดท้ายข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ ดร.วิจิตร ภักดีรัตน์ และอาจารย์ ประจำวัน อินอ้อด ช่วยเหลือและร่วมมือในการทำวิทยานิพนธ์นี้เป็นอย่างดียิ่ง

ขอขอบคุณ คุณวิจัยณา คงศรีส และครอบครัวที่ให้กำลังใจและให้ความเมตตาเป็นอย่างดีเสมอมา

ท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ตลอดจนพี่สาว ชนพร กมุทแก้ว ที่ให้โอกาสและสนับสนุน รวมทั้งเป็นกำลังใจที่สำคัญจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จ ถูกดูงไปได้ด้วยดี คุณความคิดและความสำเร็จในครั้งนี้ของข้าพเจ้าขอมอบให้ทุกๆ ท่าน ทั้งที่อ่านนามมาก็แล้ว และไม่ได้อ่านนามที่เป็นแรงผลักดันให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จ ตามบูรณ์

นางสาวบงกช กมุทແล้า
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2541

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	๑
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๒
คิตติกรรมประกาศ	๓
สารบัญ	๔
สารบัญตาราง	๘
สารบัญแผนภูมิ	๙
บทที่ ๑ บทนำ	
- ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
- ปัญหาในการศึกษาวิจัย	๑๑
- วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย	๑๒
- สมมุติฐานในการศึกษาวิจัย	๑๒
- ขอบเขตในการศึกษาวิจัย	๑๓
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย	๑๕
บทที่ ๒ ทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	
- การต่อสาร	๑๖
- ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	๒๐
- ทฤษฎีความเชื่อถือของแหล่งสาร	๒๓
- ทฤษฎีการเรียนรู้ของกลุ่มนักจิตวิทยา เกสตัลท์	๒๖
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๓๐
บทที่ ๓ ระเบียบและวิธีการวิจัย	
- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๓๓
- การเก็บรวบรวมข้อมูล	๓๕
- ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	๓๖
- การวัดค่าตัวแปร	๓๗

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
- เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล.....	39
- กรรมวิธีทางข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
- ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	42
- ความน่าเชื่อถือต่อรายการ.....	51
- การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อรายการ.....	56
- การทดสอบสมมุติฐาน.....	61
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและเสนอแนะ	
- สรุปผลการวิจัย.....	70
- ข้อเสนอแนะ.....	78
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	84
แบบสอบถาม	85
ประวัติผู้กำกับวิทยานิพนธ์	91

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
2 ร้อยละและค่า ไโคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่าง สถานบันการศึกษากับลำดับของประเภทเนื้อหาของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”	45
3 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงประโยชน์และความ ถึงพอใจในรูปแบบเนื้อหาในรายการ “ตามล่า...หาความจริง”	48
4 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ในรายการ ตามล่า...หาความจริง	49
5 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ [*] ของรายการ ตามล่า...หาความจริง ในฐานะเป็นแหล่งสาร	51
6 ร้อยละและค่า ไโคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศ กับสถานบันการศึกษา	52
7 ร้อยละและค่า ไโคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศ กับช่องโทรทัศน์ที่ชอบดูมากที่สุด	53
8 ร้อยละและค่า ไโคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่าง สถานบันการศึกษากับเป้าหมายการดูรายการโทรทัศน์	54
9 ร้อยละและค่า ไโคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่าง สถานบันการศึกษากับช่องโทรทัศน์ที่ดูมากที่สุด	55
10 ร้อยละและค่า ไโคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศ กับประโยชน์ในรูปแบบเนื้อหาที่ได้จากการ “ตามล่า...หาความจริง”	56
11 เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างเพศชายและหญิง	57
12 ค่าไโคว์สแควร์เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างสถานบันการศึกษา	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
13 ค่าไกว์สแคร์เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งข่าวระหว่างเพศชายและหญิง	59
14 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งข่าวสารระหว่างสถาบันการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	60
15 ร้อยละและค่าไกว์สแคร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหัวงเพศ กับสถาบันการศึกษา	61
16 ร้อยละและค่าไกว์สแคร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหัวงเพศ กับช่องโทรทัศน์ที่ชอบดูมากที่สุด	62
17 ร้อยละและค่าไกว์สแคร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหัวง สถาบันการศึกษากับเป้าหมายการคุณภาพการโทรทัศน์	63
18 ร้อยละและค่าไกว์สแคร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหัวง สถาบันการศึกษากับช่องโทรทัศน์ที่ดูมากที่สุด	64
19 ร้อยละและค่าไกว์สแคร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหัวงเพศ กับประโยชน์ในรูปแบบเนื้อหาที่ได้จากการ “ตามล่า...หาความจริง”	65
20 เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างเพศชายและหญิง	66
21 ค่าไกว์สแคร์เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างสถาบันการศึกษา	67
22 ค่าไกว์สแคร์เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งข่าวระหว่างเพศชายและหญิง	68
23 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งข่าวสารระหว่างสถาบันการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	69

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า
1 แสดงความพึงพอใจของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม.....	13
2 แสดงความพึงพอใจของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม.....	37



หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หา ความจริง” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง ๕
ชื่อนักศึกษา	นางสาวบงกช ภูมิแท้เกี้ยว
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อรุณ งามดี
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2540

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษา
มหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ทางสถานี
วิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง ๕ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของเนื้อหาหรือ
รูปแบบวิธีการนำเสนอของรายการกับความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยใน
เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” และศึกษาว่านักศึกษา
มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ได้นำข้อมูลข่าวสารของรายการ “ตามล่า...หาความ
จริง” ไปใช้ประโยชน์ รวมทั้งเพื่อศึกษาความน่าเชื่อถือของรายการในการนำเสนอ
เนื้อหาสาระของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ตลอดจนเพื่อศึกษาความสัมพันธ์
ระหว่างคุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันกับการเปิดรับชม
รายการ “ตามล่า...หาความจริง”

การเลือกประชากรที่ศึกษา ใช้วิธีการจับสลากรชื่อสถาบันอุดมศึกษาใน
เขตกรุงเทพมหานครได้มา ๘ สถาบัน สถาบันละ ๕๐ คน รวมทั้งหมด ๔๐๐ คน เครื่องมือที่
ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูลคือแบบสอบถามความประเภทให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเอง สถิติที่
ใช้ ได้แก่ สถิตินบรรยายโดยใช้ค่าร้อยละของข้อมูลเดิมและการใช้ประโยชน์และความพึง
พอใจ รวมทั้งการทดสอบสมมุติฐาน เพื่อเชิงข่ายความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์
และความพึงพอใจ รวมถึงตัวแปรที่ศึกษาใช้ T-Test และ One Way Anova ในส่วนของ
การทดสอบ และการวิเคราะห์ความพึงพอใจรูปแบบ เนื้อหา ตลอดจนผู้ดำเนินรายการ
“ตามล่า...หาความจริง” มีความสัมพันธ์กับการรับชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ใช้
สถิติไควาร์สแควร์เชิงข่ายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง” จะมีพฤติกรรมเจาะจงในการแสวงหาข่าวสาร และการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ ความเกลื่อนไหของข่าวสารเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ และตัดสินใจในข้อมูลข่าวสารที่สนใจนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพอใจจากการใช้สื่อ (Use and Gratifications)

สำหรับความพึงพอใจและมีการใช้ประโยชน์ในรายการ “ตามล่า...หาความจริง” พบว่าความพึงพอใจในรูปแบบรายการ การนำเสนอ เนื้อหาของรายการและผู้ดำเนินรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในเนื้อหา และรูปแบบรายการ และเห็นว่าเหมาะสมสมดีแล้ว ในขณะที่เกินกว่าครึ่งพึงพอใจกับผู้ดำเนินรายการ และเห็นว่าเหมาะสมสมดีแล้ว

ในด้านความเชื่อถือต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” คุณลักษณะด้านประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ยกเว้นเพศชายให้ความน่าเชื่อถือต่อรายการในฐานะที่เป็นแหล่งสารถูกกว่าเพศหญิง

การทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มเพศหญิงมีเป้าหมายการชมรายการ โทรทัศน์เพื่อความบันเทิงพกผ่อนหย่อนใจมากกว่าเพศชาย นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะดู โทรทัศน์เพื่อความบันเทิง ส่วนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จะเพื่ออยากรับข่าวสารปัจจุบัน ทั้งเพศชายและเพศหญิงทุกสถาบันชอบดูโทรทัศน์ช่อง 3, ช่อง 7 และ ITV เป็นส่วนใหญ่ ช่วงเวลาที่นิยมคุ้มมากที่สุด ตั้งแต่เวลา 17.00-24.00 น.

นอกจากนี้ ในเบื้องต้นความเชื่อถือและความพึงพอใจในรายการปัจจัยที่เป็นคุณลักษณะของประชาชนไม่มีผลต่อการเข้าชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง” รวมไปถึงรูปแบบ เนื้อหาการนำเสนอรายการและผู้ดำเนินรายการ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้คนในนี้พบว่า ส่วนใหญ่รับชมรายการจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และนำไปขยายผล ทำให้ความนิยมและความสนใจของผู้ชมอีนมีมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งผลของการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาปรับปรุงรูปแบบเนื้อหา และการดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในส่วนที่เกี่ยวข้องในโอกาสต่อไปด้วย

Thesis title	A Study on Uses and Gratification of University Students in Bangkok Towards “TAM LA HA KWAM JING” Program (Search for The Truth) on The Army Television Channel 5.
Student's name	Miss Bongkot Kamutkaew
Thesis Advisor	Mr. Arun Ngamdee
Department	Business Communication Arts.
Academic year	1997

Abstract

A Study on Uses and Gratification of University Students in Bangkok towards “TAM LA HA KWAM JING” Program (Search for the truth) on the Army Television Channel 5 aimed to find out how the content or presentation form of the program was related to the satisfaction of university students in the Bangkok Metropolitan area towards the program “TAM LA HA KWAM JING”. To study on how the students applied the information obtaining from the program, as well as to study the credibility of the program and the relationship between various characteristics of population, viewers of the program and their attendances to the program “TAM LA HA KWAM JING”

Four hundred samples were randomly selected from eight higher educational institutions in Bangkok. Fifty students were picked up from each university. The instrument for data collection was the questionnaire to be filled up by the respondents. The statistics of this study was narrative, using percentage to describe the background, usage and satisfaction of the users. The hypothesis was tested to explain the relationship between usage and satisfaction. The variance of the study was obtained through the t-test and one way anova. The chi-square was used to express the relationship of the variances at the statistical significant level 0.05.

The results of the study revealed that the subjects attending the program “TAM LA HA KWAM JING”. Possessed particular behaviors of information seekers and media users, at their pleasure and needs, to meet their desires to know the events and information movement, following the use and gratifications theory.

As for the satisfaction and uses of the program "TAM LA HA KWAM JING", it was found that program satisfaction, presentation, content and narrators were related to program attendances. Most of the subjects were satisfied with the substance and form of the program. Most of them expressed that the program were appropriate while over a half of the samples were satisfied with the narrators.

Concerning the credibility of the program "TAM LA HA KWAM JING". The characteristics of sampling population were not related to the credibility of the program, except the male students gave higher credit to the program, as being a source of information, than the females.

The examination of hypothesis revealed that, the purpose of female students in viewing the program were more towards entertainment and recreation than the male students.. The students from Dhurakijpundit University seemed to watch TV for entertainment while the students from Kasetsart and Thammasat Universities watched the TV to get current news and information. Both male and female students from every university preferred to watch television channel 3 and channel 7 and ITV. The most preference period was from 5 p.m. to midnight.

The hypothesis examination also showed that, for the credibility and satisfaction, the population characteristics did not affect attendances of the program, "TAM LA HA KWAM JING", nor did it affect the form, content, presentation and narrators of the program.

This study helps to conclude that there was no relationship between population characteristics and program attendances, in the program "TAM LA HA KWAM JING". It was also showed that interested subjects of the program intended to use the information in their daily lives as well as to extend their interest to other people. The result of the study will be used for improving the content, form and related program operation of the Army Television channel 5 in the future.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในด้านการบริการให้ข้อมูลข่าวสารและความเพลิดเพลินค่างๆ วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพต่อผู้รับเปรียบเสมือนการรวมของสื่อหนังสือพิมพ์วิทยุกระจายเสียงและภาพยนตร์เข้าด้วยกัน กล่าวคือผู้รับสามารถได้รับข้อมูลหรือข่าวสารที่มีลักษณะของภาพที่เกิดขึ้นในห้วงความเป็นจริง และได้รับฟังเสียงในเนื้อหาสาระของภาพหรือเหตุการณ์นั้นได้ในขณะเดียวกัน ซึ่งประสิทธิภาพ เช่น ว่า นิสัยสามารถทำให้ ผู้รับสารเกิดการเรียนรู้อย่างรวดเร็ว Edgar Dale ผู้เชี่ยวชาญด้านโสดทัศนศึกษาได้จัดให้วิทยุโทรทัศน์อยู่ในอันดับที่ 7 ของรายแห่งประสบการณ์ (Cone of Experience) ทั้งนี้ เพราะนักการศึกษาและนักโสดทัศนศึกษาได้ระบุหนักถึงการเรียนรู้ว่า ในสถานะการณ์เรียนรู้ใดๆ ก็ตาม ถ้ายิ่งรับประสาทสัมผัสมากชนิดเท่าไร ผู้รับสารนั้นย่อมเรียนรู้ได้รวดเร็ว ตลอดจนเกิดความเข้าใจและจำจำในสิ่งนั้นได้นานยิ่งขึ้น ดังนั้นหน่วยงานค่างๆ จึงใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นช่องทางหรือตัวกลางในการให้ความรู้ข่าวสารแก่ประชาชนอย่างแพร่หลาย จากกล่าวได้ว่าวิทยุโทรทัศน์สามารถแสดงให้เห็นถึงของจริงและประทับใจ โดยเรียกร้องให้เกิดความเชื่อถือสนับสนุนใจและซักจูงให้คล้อยตามกว่าสื่อประเภทอื่นๆ วิทยุโทรทัศน์นั้นทำให้ผู้รับสารเกิดความทรงจำติดตากับนิทาน เพราะประกอบด้วยความเคลื่อนไหว แสงสีที่กลมกลืนกันหนึ่งไปจากเนื้อหาที่ประทับใจผู้รับ นอกจากนั้นแล้ว โดยธรรมชาติของมนุษย์ต้องการรับฟังหรือเห็นสิ่งต่างๆ ด้วยความรวดเร็ว วิทยุโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งที่ตอบสนองได้ในด้านความรวดเร็วในการสื่อสาร

ด้วยลักษณะดังกล่าวนี้เองสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์จึงได้เปรียบกว่าสื่อประเภทอื่นในการเข้าถึงความสนใจสิ่ชิดต่อผู้รับ เปรียบเสมือนบุคคลหรือเหตุการณ์ทั่วสารนั้นๆ ผู้รับไม่จำเป็นต้องแสวงหาเพียงแต่เปิดรับเครื่องมือเท่านั้น เหตุการณ์หรือ

บุคคลที่ปรากฏในจดหมายให้เห็น ให้ได้ยินเสียงอย่างใกล้ชิด อันเป็นผลต่อเนื่องถึง การก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแพร่หลายมากขึ้นอย่างไม่จำกัดจำนวนและเวลา

ประเด็นสำคัญที่น่าสนใจของวิทยุโทรทัศน์ คือ ผู้รับสารเหล่านี้มีความรู้สึก ร่วมในความใกล้ชิดนั้น ความรู้สึกร่วมในเหตุการณ์นี้เข้ามาทั้งในรูปของสภาวะค้าน สังคมเศรษฐกิจ การเมือง และความบันเทิง สืบเนื่องจากลักษณะและประเภทของ รายการวิทยุ โทรทัศน์ที่ปรากฏ ประกอบกับรายการต่างๆ ที่ผู้ผลิตรายการนำเสนอต่อ สาธารณะ มีวิธีการที่ดึงดูดให้เกิดความสนใจและประทับใจมากเพียงใด ประเด็นของ ความรู้สึกร่วมของผู้รับยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น ดังจะเห็นได้ว่ารายการวิทยุโทรทัศน์ได้ พัฒนาทั้งในด้านเนื้อหาของรายการ ประเภทของรายการและกรรมวิธีการผลิตมากขึ้น เพื่อให้ผู้รับมีส่วนร่วมหรือใกล้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้แหล่งที่มาของสาร (Source) นั้นได้ คะแนนกว่าสื่อมวลชน เช่น วิทยุโทรทัศน์สามารถถูงใจให้ประชาชนมีความคิดเห็น และปฏิบัติตามอย่าง közösségi¹ ทั้งนี้เนื่องจาก

ประการแรก วิทยุโทรทัศนมีผลต่อความคิดเห็น ทัศนคติ และพฤติกรรมของ ผู้รับสาร

ประการที่สอง ผลที่เกิดจากสาร (Message) ของสื่อมวลชนนั้นจะมีผลใน ระดับบุคคลหรือสถาบันของสังคมทั้งหมดหรือต่อวัฒนธรรมของสังคมนั้น

อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบของการสื่อสารนั้น Harold Lasswell ศาสตราจารย์ ทางรัฐศาสตร์ได้แยกองค์ประกอบการสื่อสารไว้ดังนี้ คือ

ใคร? พูดว่าอะไร? จากที่ใด? ถึงใคร? และประสิทธิผลอย่างไร?

ในแนวคิดนี้ การสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ แหล่งสาร (Source หรือ Who) สาร (Message หรือ What) สื่อ (Media หรือ Channel) ผู้รับสาร (Receiver หรือ Whom) และประสิทธิผล (Effects) ซึ่งต่อมา Roger ได้เพิ่มเติมองค์ประกอบอีกหนึ่งไป คือ การตอบสนอง (Feedback)

¹ นุยลเลิก ศุภศิลป์. วารสารธรรมศาสตร์. 5,12. กันยายน 2539, หน้า 28.

นอกจากจะเสนอองค์ประกอบทางการสื่อสารแล้ว Lasswell ยังได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชน ไว้สามประการ คือ

1. ทำหน้าที่ให้ข่าวสาร
2. ทำหน้าที่ให้ความเห็น

3. ทำหน้าที่ให้การศึกษา และถ่ายทอดวัฒนธรรม ซึ่งต่อมา Charles Wright นักสังคมวิทยาได้เพิ่มเติมอีกข้อหนึ่งเป็นข้อที่สี่ คือ ทำหน้าที่ให้ความบันเทิง

หน้าที่ทั้งสี่ประการนี้ผู้ส่งสารซึ่งเป็นองค์กรใหญ่ ดำเนินงานด้วยบุคคลจำนวนมาก ข่าวสารที่ผลิตมีปริมาณมากและกระจายไปทั่ว ผู้รับสารดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นมวลชน (Mass Audience) การมีปฏิกริยาโดยตอบจงใจได้เกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด²

เมื่อเปรียบเทียบวิทยุโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นสื่อที่มีผลกระทบต่อผู้รับกับวิทยุกระจายเสียงในความหลากหลายแล้ว วิทยุโทรทัศน์ยังสามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุกระจายเสียง ทั้งนี้ เพราะวิทยุกระจายเสียงทำเช่นนั้นไม่ได้ เช่น รายการสารคดีท่องเที่ยว เป็นต้น ที่ทำให้ผู้รับเห็นภาพนั้นโดยมิต้องใช้จินตนาการ การมีมโนภาพนี้ผู้รับทำได้ถูกต้องกว่ารายการวิทยุกระจายเสียง ในกรณีที่มีการกล่าวถึงบางสิ่งที่ผู้ชมบางคนไม่เคยพบเห็นมาก่อน เพราะภาพที่ปรากฏจะทำให้ผู้ชมเข้าใจในสิ่งนั้น และเกิดความสนใจต้องการรับรู้ข่าวสารต่างๆ รวมทั้งการโฆษณาสินค้าซึ่งมีประสิทธิภาพด้วยการผสมผสานระหว่างการได้ยินและได้เห็น การเห็นภาพนี้เป็นความประทับใจก่อให้เกิดความเชื่อถือเดื่อม释 และถูกชักจูงให้คล้อยตามได้ง่ายกว่า การเห็นภาพทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้ชมนั้นทำให้เกิดความทรงจำติดตาได้นาน แม้ว่าภาพนั้นจะผิดเพี้ยนความจริงไปบ้างก็ตาม

ในด้านผู้รับนั้น สื่อประเภทโทรทัศน์เป็นสื่อที่ไม่แพร่หลายในชนบท ชาวชนบทส่วนใหญ่ไม่ติดใจที่จะดูรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวันเหมือนคนในเมือง ชาวชนบทส่วนใหญ่ทุกวัยอายุ ทุกระดับการศึกษา และทุกอาชีพ นานๆ จึงได้ดูโทรทัศน์

² บุญเลิศ ศุภคิดก. วารสารธรรมศาสตร์. 5,12. กันยายน 2539, หน้า 37.

และช่วงเวลาอุக្រ์ไม่แน่นอน เพราะส่วนใหญ่ไม่มีโทรศัพท์เป็นของตนเอง ส่วนรายการที่ชอบดู ขายและหันมารับด้วยกัน ก็คือ ข่าวบนบทส่วนใหญ่ชอบดูรายการกีฬาอันดับหนึ่ง รายการบันเทิง และรายการข่าวรองลงมา ส่วนใหญ่ชนบทชอบรายการบันเทิงอันดับหนึ่ง รายการข่าวและรายการที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพของลงมา ชอบรายการกีฬาน้อบที่สุด เกี่ยวกับอายุ พนักงานวัยทำงานชอบรายการบันเทิงมากที่สุด และชอบรายการโฆษณาอย่างที่สุด ส่วนวัยกลางและวัยรุ่นชอบรายการข่าวมากที่สุด และชอบรายการกีฬาน้อบที่สุด เป็นที่น่าสังเกตว่า ข่าวบนบทส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสนใจต่อรายการที่ให้สาระประโยชน์เท่าที่ควร ส่วนใหญ่มีนิสัยในการใช้สื่อโทรศัพท์ในการบันเทิงมากกว่าอ่านหนังสือ³

ผลของวิทยุโทรศัพท์ที่มีต่อสังคม หรืออิทธิพลของวิทยุโทรศัพท์ต่อสังคม

1. วิทยุโทรศัพท์มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันและกิจกรรมเบื้องต้นๆ ของผู้ชุมชน ผู้ฟัง

การโฆษณา มีอิทธิพลต่อนิสัยการเป็นคนช่างซื้อบางเห็นได้ชัด ไม่เพียงแต่จะมีผลในผู้ใหญ่ แม้แต่เด็กๆ ก็มักจะเรียกร้องให้ผู้ใหญ่ ผู้ปกครอง หรือบิดามารดาซื้อสิ่งของที่ได้เห็นจากโฆษณาโทรศัพท์

2. วิทยุและโทรศัพท์มีผลในการซักนำให้เกิดปฏิกริยาต่อมวลชนสังคม (Mass Society)

ให้แสดงความมั่นใจกว้างขวางเพื่อการมีส่วนร่วมกันช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ด้วยกันในยามที่เขาเหล่านั้นประสบความเดือนร้อน และต้องการความช่วยเหลืออย่างรีบด่วน เช่น ครัวอุทกภัย ในจังหวัดภาคใต้ วิทยุ-โทรศัพท์ จัดรายการเพื่อช่วยเหลือ ได้รับการบริจาคเงินสิ่งของต่างๆ จากผู้ชุมชน ผู้ฟังมากมาย

3. การกระจายเสียงมีอิทธิพลทำให้สาธารณะเกิดความตื่นตระหนกต่อสถานการณ์อย่างที่ไม่น่าวางใจ อันอาจนำมาซึ่งความไม่สงบศักดิ์ แต่ในขณะเดียวกัน

³ สมควร กวียะ. นิสัยการรับฟังข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย.

สามารถทำให้ความตื่นตระหนกนั้นทุเลาลงโดยการให้คำแนะนำหรือให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เช่น ข่าวไฟไหม้ ข่าวการสู้รบ และข่าวร้ายอื่นๆ เป็นต้น

4. วิทยุ โทรทัศน์ เน้นหนักไปในการใช้ภาษาที่ง่ายๆ แก่การเข้าใจในทันที แต่ยังรักษามาตรฐานและความหมายที่ถูกต้องไว้ สื่อมวลชนอื่นๆ ก็เช่นกัน มักจะใช้ข้อความสั้นๆ ที่สมบูรณ์เข้าใจง่ายๆ ใช้ภาษาถ้อยคำธรรมชาติเพื่อให้ง่ายต่อการสื่อสาร

5. ผลของวิทยุโทรทัศน์อีกประการหนึ่ง ก็คือ สามารถแนะนำให้สังคมได้รู้จัก ใกล้ชิดบุคคลที่น่าสนใจ หรือผู้นำของชุมชน สมาคมองค์กรต่างๆ ตลอดจนให้ได้ทราบถึงสถานะและความเคลื่อนไหวต่างๆ การอภิปรายถกเถียงปัญหาที่เกิดขึ้นมาในสังคม

การสื่อสารมวลชน จึงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในสังคมที่กำลังมีการพัฒนาทุกด้าน ทั้งสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา และวัฒนธรรม ทั้งนี้ เพราะสื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่เป็นตัวกลางสำคัญที่จะนำข่าวสารไปสู่มวลชนทั่วประเทศ และในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย “วิทยุโทรทัศน์” เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูงสุด

“อาชญากรรม” เปรียบเสมือนมะเร็งร้ายที่คออยบั้นทอนความเจริญของสังคม ยิ่ง สังคมมีความเจริญทางด้านวัฒนธรรมและเทคโนโลยีมากขึ้นเท่าใด อาชญากรรมก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว ในสถานการณ์ที่คนร้าย และคนดื้อรั่วมิรวมในสังคมเดียวกัน จึงเป็นเรื่องยากที่จะพิสูจน์หรือแยกแยะคนร้ายออกจากคนดีได้ หรือแม้บางครั้งเรื่องที่ใกล้ชิดกันชีวิตประจำวันที่คนมองข้าม ก็อาจเกิดเป็นอาชญากรรมได้ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็น “สื่อกลาง” ที่จะเผยแพร่องค์ความเป็นแห่งคิด อุทาหรณ์ ในการดำรงชีวิต เพื่อให้รอดพ้นจากภัยอาชญากรรมจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างมาก ที่จะทำให้เกิดมีรายการโทรทัศน์ประเภทวิเคราะห์ข่าว แนวสารคดีเชิงสืบสวนอาชญากรรมจึงเกิดขึ้นมากน้อย หลากหลายรายการ เช่น เบเก้เตส เจาะคดีดัง และ ตามล่า...หาความจริง ซึ่งทั้ง 3 รายการนี้จะเป็นรายการที่มีลักษณะรายการประเภทเดียวกัน แต่จะมีความแตกต่างกันบ้างในเรื่องของรูปแบบการนำเสนอเรื่องราว และเวลาในการออกอากาศ รายการเบगเตสและรายการเจาะคดีดัง จะมีลักษณะการนำเสนอที่คล้ายกัน คือ เป็นรายการที่นำเสนอในรูปแบบของสารคดีกึ่งละคร ซึ่งจำลองเหตุการณ์จากคดีอาชญากรรมที่เกิดขึ้นจริง สถาบันกับการ

สัมภาษณ์บุคคลและเจ้าหน้าที่ตำรวจที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วง การนำเสนอข้อความในตอนหรือจัดทำเป็นซีรีส์ (Series) หลายตอน ต่อเนื่องในกรณีที่คดีมีความซับซ้อน รายการเบาะแสออกอากาศทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วันเสาร์ เวลา 17.00 - 17.30 น. ส่วนรายการจะคัดเลือกออกอากาศทางช่อง 7 วันจันทร์ เวลา 15.45 - 16.15 น. ด้วยรูปแบบรายการที่เป็นกึ่งละคร สามารถทำเรื่องที่ยากซับซ้อน มีเนื้อนarrative ให้เป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย แม้ให้ความบันเทิงที่สอนแทรกสาระ จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้รายการได้รับความนิยม และเมื่อมองลึกลงไปถึงกลุ่มคนที่ให้ความชื่นชอบรายการ ยังชื่นชอบเหตุผลดังกล่าวได้เป็นอย่างดี จากการวิจัยของมิชิน ได้ทำการสำรวจความนิยมของประชาชนในเรื่อง “รายการวิเคราะห์ท่า” ของสองรายการ คือเบาะแสและเจ้าคดีดังเหตุที่วิจัย 2 รายการนี้ เพราะมีลักษณะรูปแบบการนำเสนอที่เหมือนกัน แต่ต่างกันที่วันออกอากาศ ส่วนเวลาเป็นช่วงเย็นเหมือนกัน จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า 1. ผู้หญิงชอบมากกว่าผู้ชาย 2. การศึกษาระดับประถมชอบมากที่สุด ตามด้วยระดับอนุปริญญา 3. คนต่างด้วยวัฒนธรรมมากกว่าคนกรุงเทพฯ

ผู้หญิงชอบมากกว่าผู้ชาย น่าจะมาจากการที่ผู้หญิงมีความสนใจเรื่องราวที่หนักอย่างเรื่องการเมืองน้อยกว่าผู้ชายและอีกประการหนึ่ง คือ เรื่องราวที่นำเสนอเป็นเรื่องใกล้ตัว มีโอกาสที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง จึงสนใจดูเพื่อระແวงระวังตนเองมากขึ้น

การศึกษาระดับประถมศึกษาชอบมาก เนื่องจากเรื่องราวที่ไม่ซับซ้อนและมีความง่ายในการเข้าใจเนื้อเรื่องที่นำเสนอได้อย่างเข้าใจ และต่อเนื่องอย่างเช่นรายการ “เจ้าคดีดัง” จะมีการเท้าความเดิมๆ ของเนื้อเรื่องตึ้งแต่ต้นไปครึ่งที่ไม่มีพื้นฐานอยู่แล้วก์ สามารถติดตามได้

คนต่างด้วยวัฒนธรรมมากกว่าคนกรุงเทพฯ การใช้เวลาในชีวิตนอกบ้านของคนต่างด้วยวัฒน้ำจะมีส่วนทำให้คนต่างด้วยวัฒน์ได้ดูรายการเบาะแสและเจ้าคดีดังมากกว่าคนกรุงเทพฯ เพราะเวลาที่เสนอประมาณ 4 โมง - 5 โมงเย็น คนต่างด้วยวัฒนจะอยู่บ้านแล้ว ในขณะที่คนกรุงเทพฯ ยังอาจจะอยู่ในรถ หรือทำงานอยู่ก็เป็นได้

และอีกประการหนึ่ง เรื่องราวอะไรที่เป็นรูปธรรมใกล้ตัว จะมีผลใกล้ตัวกับชีวิตประจำวัน คนต่างด้วยวัฒนจะให้ความสนใจเป็นพิเศษของรายการ “ตามล่า...หาความ

จริง” คือ ตามล่าหาความจริงที่คนทั่วไปสงสัยให้รู้ ไม่ว่าความจริงนั้นจะซุกซ่อนอยู่ที่ไหน

รายการ “ตามล่า..หาความจริง” เป็นรายการโทรทัศน์แนวใหม่ของบริษัท “แปซิฟิก” ซึ่งออกอากาศทาง ท.ท.บ.5 ในคืนวันอาทิตย์ เวลา 22.00 น. - 23.00 น. เริ่มออกอากาศครั้งแรกในวันอาทิตย์ที่ 4 กันยายน พ.ศ.2537 แต่ปัจจุบันเปลี่ยนเวลาออกอากาศเป็นทุกคืนวันพุธ เวลา 22.00 น. - 22.30 น. จะเห็นได้ว่าเวลาที่ออกอากาศจะแตกต่างกับ 2 รายการข้างต้น ซึ่งจะเป็นเวลาที่กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยฉลีบะอยู่บ้านคุหิว กันแล้ว

ตามล่า...หาความจริง

เป็นสารคดีแนวสอบสวนสืบสวนเรื่องราวที่เป็นที่สนใจของประชาชน ทั้งที่เป็นคดีที่ยังค้างอยู่และมีการตามสืบสวนของเจ้าหน้าที่ตำรวจนอก แต่เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่ในสังคม ไม่เป็นคดีที่ทางการต้องสืบสวน แต่เป็นเรื่องสมควรได้รับการติดตามหาข้อเท็จจริง การสืบสวนของทีมงานสารคดีเชิงข่าว ภายใต้การนำของ ประพันธ์ โภนพัตร ผู้ดำเนินรายการ ชวัชชัย กฤติยาภิชาติกุล ผู้ควบคุมและผลิตและ คุณปีย์ นาดาภุล ณ อัญชลี ผู้อำนวยการผลิต จะเป็นการเดินทางตามติดข้อมูล ข่าวสาร คดีความหรือเรื่องราวที่ทีมงานได้รับแจ้งโดยตรง ตั้งแต่ต้นเรื่อง ตามความคืบหน้าโดยละเอียด ไปจนสิ้นวาระสุดท้าย ให้ปรากฏความกระช่าง การสืบสวนเรื่องต่างๆ ของรายการจึงเป็นการทำงานโดยอิสระ รวดเร็ว ฉับไว กว้างไกล ไม่มีขอบเขตจำกัด ประกอบกับการเชิญชวนความร่วมมือแจ้งข่าวสารข้อมูลจากประชาชนผู้รับชมรายการ จะยิ่งทำให้การ “ตามล่า..หาความจริง” ประสบผลสำเร็จท่ามกลางความตื่นเต้นในการเผยแพร่ภาระหว่างการค้นหาความจริงมากขึ้น

แนวเนื้อเรื่องของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

1. ความลึกลับในเรื่องราวที่ได้รับทราบ หรือได้รับแจ้งมาจากแหล่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสอบถามสูญของบุคคลสำคัญ การหายตัวของสามาชิกอันเป็นที่รักของครอบครัว ทรัพย์สินมีค่าที่ถูกขโมย สถานการณ์ที่ไม่มีใครเดินทางไปพบเห็นมาก่อน ทุกเรื่องที่มี

ผู้อยากรู้ อยากรึ่น แต่ไม่สามารถจะเดินทางไปถึงได้ ทีมงานจะ “ตามล่า...หาความจริง” มาให้ปรากฏ

2. คดีความที่สำคัญ คั่งค้าง ล่าช้า อยู่ในกระบวนการสืบสวนสอบสวนของเจ้าหน้าที่ตำรวจ หลายเรื่องເเย็บหายไปจากการเป็นข่าว หลายเรื่องหากตามบันไดไม่ได้หลายเรื่องอาจถูกปักปิดอีกครั้ง

“ตามล่า...หาความจริง” จะทำหน้าที่เสริมเดิน ให้ตอบสนองความอยากรู้ของสังคม

3. งานที่เรื่องซ้ำ โครงการที่ເเย็บนำ ไม่เกิดผล เนื่องจากกลไกของรัฐระบบราชการ คำสัญญาที่ขาดความรับผิดชอบเพื่อการปฏิบัติให้เกิดผลเป็นจริงต่อเนื่อง เริ่มต้นสัญญา วางแผนเตรียมการไว้อย่างไร ทำไม่ปัจจุบันจึงເเย็บหายไป

“ตามล่า...หาความจริง” จะทำหน้าที่สืบสวน ติดตาม ค้นคว้า ข้อบกพร่อง ติดขัดซึ่งงานตามสัญญาเหล่านี้

กลุ่มเป้าหมายของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

กลุ่มผู้ชมของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” คือทุกคนที่สนใจคิรร์รู้ ในทุกเรื่องทุกรอบด้วยที่เป็นกังขาของสังคม รายการ “ตามล่า...หาความจริง” กำหนดมาตรฐานแบบและเนื้อหาเพื่อมวลชนโดยแท้ เพราะเรื่องราวที่นำเสนอเป็นเรื่องราวจากชีวิตจริงที่มีอารมณ์ ทุกเชิง ผูกพันซึ่งกันและกันห่วงใย ต้องตามติดยิ่งกว่าละครชีวิตใดๆ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการรายการ

ความจริงทั้งหลายที่ติดค้างอยู่ในใจปรากฏทุกเชิงที่ทุ่มท้นครอบครัวและสังคมจะคลี่คลาย กระบวนการสืบสวนของทางการจะได้รับการกระตุ้น ประชาชนจะตื่นตัวจับตาติดตามคำสัญญาสาธารณะของผู้บริหาร และตัวรายการ “ตามล่า...หาความจริง” เอง ก็จะเป็นทางออกอีกทางในการช่วยสืบหา ให้ความกระช่ง เสริมกระบวนการในระบบที่ล่าช้าติดขัด

“ตามล่า...หาความจริง” จึงจะไม่ใช่เพียงรายการโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวนธรรมชาติ ที่คุ้มเพื่อความตื่นเต้นเพลิดเพลินเพียงเท่านั้น

รายการ “ตามล่า...หาความจริง” จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะเป็นที่พึงในสังคม ใน การตอบรับข้อเรียกร้อง และอาสาทำงานค้นหาข้อเท็จจริงตามบัญชาของสาธารณะ

เรื่องที่ออกอากาศไปแล้วและเรื่องที่กำลังอยู่ในระหว่างการออกอากาศ

- ไข่บุกแหกถูกทิ้งลง
- ปล้น ป.อ.8
- โสเกนกินยาตายที่หาดใหญ่
- คนไทยถูกประหารชีวิตที่สิงคโปร์-มาเลเซีย
- เหยื่อเคเดอร์ ได้อะไร
- Royal Plaza ยาการที่เหลือ คนที่ยังอยู่ คดีที่ค้างค้าง
- หมอย่าเมีย ประจำบ้านชั้นนำ
- คดีฆ่าแขวนคอ ตระกูลบุญหวี 5 พพ
เป็นต้น

เปรียบเทียบรายการประเภทเดียวกันกับรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

จะเห็นว่ามีอยู่ 2 รายการ คือ รายการเบะແสและรายการเจาะคดีดัง ซึ่งจะมีลักษณะรายการ เนื้อหา รูปแบบ คล้ายกับรายการ “ตามล่า...หาความจริง” แต่การนำเสนอ จะเป็นแนวสารคดีกึ่งละคร แตกต่างกับรายการ “ตามล่า...หาความจริง” เพราะรายการ “ตามล่า...หาความจริง” จะเป็นรายการติดตามวิเคราะห์ข่าวอาชญากรรม ตลอดจนนำเสนอเรื่องราวที่เป็นเหตุการณ์ที่สมจริงอย่างละเอียดและเจาะลึก

รายการเบะແส ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 17.45-18.15 น. ทางสถานี โทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ช่องเดียวกับรายการ “ตามล่า...หาความจริง” แต่คันละวัน และเวลารายการ “ตามล่า...หาความจริง” วันพุธ เวลา 22.00-22.30 น. และรายการเบะແส เป็นรายการที่เน้นกุ่มผู้ชมที่เป็นคนทำงานซึ่งจะเดิกงานกลับบ้าน หรือแม่บ้าน คนทำงานเป็นหลัก ไม่เน้นนักศึกษา เพราะเวลาที่ออกอากาศจะเป็นช่วงเย็น ทุกวันอังคาร และรายการเบะແสเป็นรายการที่ทางบริษัท เจ เอส แอด ร่วมมือกับ

ทางกรมตำรวจนครบาลได้จัดทำรายการขึ้นมาเป็นแนวที่มีผู้ดำเนินรายการพูดถึงที่มาของเนื้อเรื่องแล้วก็เสนอเรื่องเป็นสารคดีกึ่งละคร

รายการจะออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 17.00-17.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 สี จะเห็นว่าทั้งช่อง วัน และเวลา ต่างกับรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ส่วนเวลาจะใกล้เคียงกับรายการเบบี้แสต กลุ่มผู้ชมหลักก็เช่นเดียวกันกับรายการเบบี้แสต รวมถึงรูปแบบการนำเสนอจะเป็นแบบสารคดีกึ่งละครเหมือนกัน ผู้ผลิตรายการจะเป็นทีมงานข่าวของช่อง 7 สี

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าการเลือกรายการ “ตามล่า...หาความจริง” มาศึกษาวิจัยก็ เพราะเป็นรายการที่มีคุณภาพ เกษียร์ได้รับรางวัลเมล่าในปี 2538 และรางวัลโทรทัศน์ทองคำปี 2539 อีกประเด็นหนึ่งจะเห็นว่าเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากประชาชน เป็นอย่างสูง จะเห็นได้จากการวิจัยของหนังสือพิมพ์พิธิชน ซึ่งพบว่าเป็นรายการที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่งตั้งแต่ต้นปี 2540 จนถึงปัจจุบัน แต่จะนำเรตติ้งมาดู 3 เดือนดังนี้

ผลการวิจัยรายการวิเคราะห์ข่าว เดือนเมษายน 2540

อันดับ	รายการ	เฉลี่ยรวม	กรุงเทพฯ	ต่างจังหวัด
1.	ตามล่าหาความจริง	26.4	29.1	24.6
2.	เบบี้แสต	16.1	15.9	16.1
3.	เจาะคดีดัง	15.9	17.6	14.7

ผลการวิจัยรายการวิเคราะห์ข่าว เดือนพฤษภาคม 2540

อันดับ	รายการ	เฉลี่ยรวม	กรุงเทพฯ	ต่างจังหวัด
1.	ตามล่าหาความจริง	37.1	41.0	34.4
2.	เบบี้แสต	24.5	18.7	28.6
3.	เจาะคดีดัง	23.0	17.9	26.6

ผลการวิจัยรายครัวไตรมาสที่ 4 เดือนมิถุนายน 2540

อันดับ	รายการ	เฉลี่ยรวม	กรุงเทพฯ	ต่างจังหวัด
1.	ตามล่าหาความจริง	28.1	30.6	26.4
2.	เบาะแส	19.5	12.5	24.3
3.	เจาะคดีค้าง	14.7	12.2	16.4

ที่มา :สำนักวิจัยนิติชน

จะเห็นได้ว่ารายการ “ตามล่า...หาความจริง” ค่อนข้างจะ ได้เปรียบรายการอื่นๆ ในลักษณะเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นรายการเบาะแส หรือเจาะคดีค้าง เนื่องจากเป็นรายการติดตามและวิเคราะห์ข่าวอาชญากรรมรายการแรกที่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นเหตุการณ์ที่สมจริง ได้ละเอียดและเจาะลึกได้ดีน่าสนใจ และน่าติดตามไม่ใช่เป็นสารคดีกึ่งละครแบบรายการเบาะแส หรือเจาะคดีค้าง นอกจากนี้ยังเป็นการเดือนให้ผู้คนตระหนักรถึงภัยอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้น ได้จากนิจนาซีพที่มีอยู่มากมายในสังคม “ตามล่า...หาความจริง” จึงน่าจะยังคงได้รับความนิยมจากประชาชนในระดับสูงอีกด่อไป

ด้วยประเด็นของความสำคัญที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงเป็นเหตุผลให้ผู้ศึกษาวิจัยมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบเนื้อหาของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในหัวข้อเรื่อง “การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5” ซึ่งเป็นหัวข้อศึกษาที่น่าสนใจทั้งในแง่ของการใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อพัฒนาสังคม กับการหาคำตอบว่าความสนับสนุนของรูปแบบเนื้อหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ จะมีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและความนิยมของผู้ชมที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการจริงหรือไม่

ปัญหานำในการวิจัย

จากการเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยกำหนดปัญหานำการวิจัยได้ 4 ปัญหา ดังนี้

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ชื่นชมการ “ตามล่า...หาความจริง” มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาหรือรูปแบบวิธีการนำเสนอของรายการแตกต่างกันอย่างไร

2. นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ได้นำข้อมูลข่าวสารของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ไปใช้ประโยชน์แล้วเพียงไร

3. นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ชื่นชมการ “ตามล่า...หาความจริง” มีความเชื่อถือรายการมากน้อยแค่ไหนเพียงใด

4. คุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการรับชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง” หรือไม่อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของเนื้อหาหรือรูปแบบวิธีการนำเสนอของรายการต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

2. เพื่อศึกษาว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ได้นำข้อมูลข่าวสารของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ไปใช้ประโยชน์

3. เพื่อศึกษาความน่าเชื่อถือของรายการในการนำเสนอเนื้อหาสาระของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันกับการเปิดรับชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

สมมุติฐานในการวิจัย

1. คุณลักษณะด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับการรับชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

2. คุณลักษณะด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการ “ตามล่า...หาความจริง”

3. คุณลักษณะด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ซึ่งออกอากาศทุกวันพุธระหว่างเวลา 22.00 น. - 22.30 น. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

2. การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้

2.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยตัวแปรทางคุณลักษณะค้านประชากร คือ

- เผ่า

2.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

- การรับชมรายการ

- ความพึงพอใจในรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

- การใช้ประโยชน์ในเนื้อหาของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

- ความน่าเชื่อถือในรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

แผนภูมิแสดงความทึ่งใจของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ

คุณลักษณะของประชากร

- เผ่า



ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจต่อรายการ

การใช้ประโยชน์ในเนื้อหาของรายการ

ความน่าเชื่อถือต่อรายการ

ความพึงพอใจ

การใช้ประโยชน์



การรับชมรายการ

3. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครจับสลากระหว่าง 8 มหาวิทยาลัยจากทั้งหมด 18 มหาวิทยาลัย โดยมีกลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยละ 50 คนดังนี้

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการจับสota ก โดยเขียนชื่อสถาบันอุดมศึกษาทุกสถาบัน ในเขตกรุงเทพฯ ดังต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
มหาวิทยาลัยศิลปากร	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	มหาวิทยาลัย曳เชียอาคเนย์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชาติราช	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	มหาวิทยาลัยสห�ภรณ์

ผลการจับสota ข้างต้น ปรากฏว่าสถาบันที่ใช้ในการเก็บข้อมูลนี้ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน
2. มหาวิทยาลัยศิลปากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน
3. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน
4. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน
5. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน
6. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน
7. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน
8. มหาวิทยาลัยรังสิต	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน
	รวมทั้งสิ้น 400 คน

ด้วยประเด็นของความสำคัญที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงเป็นเหตุให้ผู้ศึกษาวิจัยมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบเนื้อหาของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในหัวข้อเรื่อง “การศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัย

ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ กองทัพนกช่อง ๕” ซึ่งเป็นหัวข้อศึกษาที่นำเสนอในทั้งในเบื้องของการใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ เพื่อพัฒนาสังคมกับการหาคำตอบว่าความสัมพันธ์ของรูปแบบเนื้อหาของรายการวิทยุ โทรทัศน์จะมีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และความนิยมของผู้ชมที่เป็น นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการจริงหรือไม่

4. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน กรกฎาคม-กันยายน

2540

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจหรือไม่พอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยใน เขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ตามล่า... หาความจริง” ว่าเหตุใดจึงสนใจชม รายการ “ตามล่า... หาความจริง”
2. ทำให้ทราบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครได้นำเนื้อหา สาระของรายการ “ตามล่า... หาความจริง” ไปใช้ประโยชน์
3. ทำให้ทราบถึงความน่าเชื่อถือของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพ มหานครที่มีต่อรายการ “ตามล่า... หาความจริง”
4. ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของคุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ตามล่า... หาความจริง” แตกต่างกัน
5. ผลงานวิจัยนำไปปรับปรุงเนื้อหารายการ รูปแบบ การนำเสนอ หรือเป็น แนวทางการพัฒนารายการโทรทัศน์ประเภทดังกล่าวในโอกาสต่อไป

บทที่ 2

ทฤษฎีและข้อบอกริยาข้อง

เนื่องจากการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ชมเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ตามด่า...หาความจริง” นั้นเนื้อหารูปแบบ และการนำเสนอของสื่อนั้นๆ จะต้องทราบก่อนทฤษฎีของการสื่อสาร ขบวนการสื่อสาร และลักษณะของผู้รับสาร เพื่อให้สอดคล้องกันให้เกิดความเข้าใจในการรับรู้ การสื่อสารนั้นจึงจะบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ได้ ในบทนี้จะได้กล่าวถึงทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการสนองตอบของผู้รับข่าวสารเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

การสื่อสาร หมายถึง การส่งข่าวผ่านบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มนักศึกษาหนึ่งหรืออีกคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง โดยใช้สัญลักษณ์การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ (Process) อย่างหนึ่ง เช่นเดียวกับการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมกล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา (Dynamic) “ไม่ยั่งยืนและไม่มีจุดเริ่มต้นหรือจุดจบที่เห็นได้ชัด¹

นอกจากนี้ การสื่อสารอาจหมายถึง การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน การสื่อสารหมายถึง การถ่ายทอดประสบการณ์ความคิดเห็นและ ข้อเท็จจริงต่างๆ ของบุคคลในสังคม

ชาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) เจ้าทฤษฎีการสื่อสารผู้หนึ่ง ได้อธิบายความหมายของการสื่อสาร โดยแยกให้เห็นถึงองค์ประกอบของการสื่อสารในรูปของประโยคสามที่ว่า “ใคร” (Who) พูดอะไร (Say What) โดยสื่อไหน (In which

¹ นุยเลิศ ศุภคิลก. สื่อมวลชนและการพัฒนาประเทศไทย. วารสารธรรมศาสตร์.

Channel) ถึงใคร (To Whom) ได้ผลอย่างไร (With what effect) ตามแนวคิดนี้ การสื่อสารจะมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ แหล่งสาร (Source หรือ Who) ผู้รับสาร (Receivers หรือ Whom) และผลที่เกิดขึ้น (What effect) ล่าสุดล้วนให้ความเห็นว่า “ผล” เป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของกระบวนการสื่อสารทุกรูปแบบที่มีผลตามมาเสมอ²

โรเจอร์ (Rogers) ได้เพิ่มเติมว่า ความมีอิทธิพล์ประกอบหนึ่ง คือผลสะท้อนกลับ (Feedback) เพราะผลสะท้อนกลับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งหมายถึง การสนองตอบของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารของผู้ส่งสาร ซึ่งผู้ส่งสารสามารถนำมารีเอียงซ้ำๆพิจารณาว่าการสื่อสารนั้นบรรลุผลสำเร็จตามความประสงค์ที่ต้องการมากน้อยเพียงใด โรเจอร์ (Rogers) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารในเชิงปฏิบัติว่า “การสื่อสาร” คือกระบวนการที่มีความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนพฤติกรรม บางประการของผู้รับสาร วัดดูประสิทธิภาพที่สำคัญยิ่งของการสื่อสารก็คือ การก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ การเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม³

โรเจอร์ (Rogers) ได้กล่าวถึงผลหรือผลกระบวนการสื่อสาร 3 ประการ คือ⁴

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

กระบวนการสื่อสารในลักษณะเช่นนี้ มีลักษณะเดียวกับการสื่อสารที่เกี่ยวกับการเผยแพร่ นวัตกรรม ซึ่งมีจุดประสงค์ที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับสาร

² Harold D.Lasswell. **The Structure and Function Communication in Society.** 4th ed. Urbana : University of Illinvis Press. 1971, p. 68.

³ E.M. Rogers. **Communication Strategies for Family Planning.** 3rd ed. New York : The Free Press, 1971, p. 43.

⁴ Ibid., p. 49.

ซ่องทางจึงเป็นทางที่สารจะไปสู่ผู้รับได้ กระบวนการเผยแพร่จะเป็นการที่ผู้ส่งสารผู้หนึ่งจะทำการสื่อสารเกี่ยวกับความคิดใหม่ไปสู่ผู้รับหนึ่งคนหรือหลายคน

แคทซ์ (Katz) และ เลвин (Levin) ได้ให้คำนิยามของการเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ว่าเป็นการรับແນວความคิดและข้อปฏิบัติใหม่โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยอาศัย สื่อหรือซ่องทางการติดต่อสื่อสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับโครงของสังคมระบบวัฒนธรรมและค่านิยมทางสังคม⁵

ต้อมาราเจอร์ (Rogers) ได้ดัดแปลงและย่อคำนิยามดังกล่าวเสียใหม่ว่า การเผยแพร่นวัตกรรม คือการถ่ายทอดແນວความคิด ข้อปฏิบัติ และประคิธร์กรรมใหม่ๆ โดยผ่านสื่อในการติดต่อในช่วงระยะเวลาหนึ่งไปยังสมาชิกของระบบสังคม⁶

โรเจอร์ ได้อธิบายถึงกระบวนการที่นวัตกรรมเผยแพร่สู่สมาชิกในสังคมว่ามีลักษณะ คล้ายกระบวนการสื่อสารอย่างง่ายๆ คือ ผู้ส่งสาร (A) ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับการถ่ายทอดແນວความคิดที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้น ไปยังผู้รับสาร (B) ซึ่งไม่มีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นเลย โดยใช้สื่อหรือช่องทาง (Channel) ซึ่งสามารถใช้ติดต่อสื่อสารกันได้ระหว่างผู้ส่งสาร (A) กับผู้รับสาร (B)

โดยปกตินั้น ผู้ทำหน้าที่สื่อสารจะมีหน้าที่ในการใช้การสื่อสารให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการด้วยกัน คือ

1. การให้ “ข้อมูล” หรือ “ความรู้” ในสื่อประเภทต่างๆ
2. การเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลที่มีต่อข้อมูลดังกล่าว ให้เป็นไปในทางที่เห็นด้วยและยอมรับและ
3. การทำให้เกิดการยอมรับในข้อมูลนั้นๆ

⁵ Elihu Katz. et. al. *Traditions of Research on the Diffusion of Innovation*, *American Sociological Review*. 4th ed. New York : The Free Press, 1963, p. 237.

⁶ E.M. Rogers with Shoemaker. *Communication of Innovation*. 3rd ed. New York : The Free Press, p. 28.

จากทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมกล่าวว่า⁷

“การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะมีการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมทั้ง 3 อย่างนี้มีความเชื่อมโยงต่อกัน ฉะนั้นในการที่จะให้มีการยอมรับปฏิบัติ ในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้ และการที่จะเกิดความรู้ได้ก็ ต้องมีการเรียนรู้เกิดขึ้นก่อน ทั้งนี้ตามทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้าอินทรีย์และการตอบสนอง (S-O-P Theories) ได้กล่าวไว้ว่า

“การเรียนรู้เป็นวัฏจักรของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3 ตัวคือสิ่งเร้า (Stimulus) อินทรีย์ (Organism) การตอบสนอง (Response) สิ่งเร้ามีความสำคัญต่อการเรียนรู้มากสิ่งเร้าที่ผ่านอวัยวะสัมผัสหลายทางย่อมมีผลต่อการเรียนรู้มากกว่าสิ่งเร้าที่ผ่านอวัยวะสัมผัสทางเดียว⁸

และในองค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 4 ประการ ซึ่งได้แก่ ผู้ส่งสาร, สาร, สื่อ และผู้รับสาร ในกระบวนการติดต่อสื่อสารตามที่ได้กล่าวแล้วนั้น ช่องทางการสื่อสารจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะเป็นตัวกำหนดค่าว่าช่องทางการสื่อสารประเภทใดที่ผู้ส่งสารจะใช้เพื่อก่อให้เกิดผลสำเร็จในอันที่จะให้เกิดความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมแก่ผู้ส่งสารในทางที่ pragmat ได้⁹

⁷ Phillip G. Zimbado, Ebbe B. Ebberson and Christina Moslach. **Influencing Attitudes and Changing Behavior.** 4th ed. London : Addison-Wesley Publishing Company, 1977, p. 49.

⁸ Clayton Thomas E. **Teaching and Learning, A Psychological and Perspective.** 3rd ed. New Jersey : Prentice Hall, p. 123.

⁹ Everette M. Rogres and Lynne Svenning. **Modernization among prasants : The impact of Communication.** 3rd ed. New York : Holt and winston, pp. 124-125.

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังที่ แคนธ์ และคณะ (Katz E. And Others) ได้ให้คำอธิบายแบบแผนไว้ว่าดังนี้

1. สร้างทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ

จากแนวความคิดนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยบุคคล “เลือกบริโภคสื่อมวลชนตามความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง และย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ และต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่างๆ กัน

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ ซึ่งเป็นทฤษฎีว่าด้วยผู้ฟังหรือผู้ชมที่แสวงหาค้นหาข่าวสารตัวบทถูกประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการของตัวเอง เพราะฉะนั้นตัวแปรคือ ความต้องการคืออะไร แรงจูงใจในการเปิดรับสารคืออะไร เมื่อเรารับสารนั้นแล้วเราเอาไปใช้ทำอะไร ติดตามความเป็นไปของเหตุการณ์ ทางานปฏิบัติตน เอาไปพูดคุย สร้างความตื่นเต้น สนุกสนานเพื่อได้รับสนับสนุนความคิดเห็นของ

ทฤษฎีนี้เป็นที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อสารมวลชน ในการให้บริการแก่ผู้ใช้สื่อ โดยเปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างสารมาเป็นความตั้งใจของผู้ใช้สื่อเอลลีชู คาทซ์ (Elihu Katz : ค.ศ.1959) ได้ให้ข้อคิดว่า “What do the people do with the media? “เพื่อศึกษาถึงผลของการสื่อสารมวลชนในเมืองผู้ใช้สื่อ โดยการศึกษาว่าทำไม่บุคคลจึงมีพฤติกรรมการรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา เรย์มอนด์ บาวเออร์ (Reymond Bauer : ค.ศ.1971) มีความเห็นว่า ผู้ใช้สื่อโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นผู้กระทำ (Active) แทนที่จะเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive) เพียงฝ่ายเดียว คือ ทฤษฎีนี้จะมองว่าบุคคลนำสื่อสารมวลชนไปใช้ทำอะไรบ้าง

ในการศึกษาสื่อมวลชนตามแนวทฤษฎีนี้ มีข้อที่ต้องยомнรับก่อนดังต่อไปนี้

1. มนุษย์จะใช้ทางแห่งการท่องเที่ยวสาร ไม่ได้ถูกบังคับให้อ่าน คู หรือฟัง มนุษย์ มีทางเลือกที่จะหลบหลีกท่องเที่ยวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้การสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal-Directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแจ้งขั้นกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (Needs for Orientation) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง จากความสนใจหรือแรงจูงใจ ที่เกิดขึ้นในการณ์ต่างๆ
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว¹⁰

คอมบส์และเบ็คเคอร์ (Combs and Becker ค.ศ.1979) ได้สรุปผลการวิจัยต่างๆ ที่ชี้ให้เห็นว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตน 6 ประการคือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และการสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อจะได้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)
4. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
5. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)¹¹

¹⁰ เสรี วงศ์ณฑา. “จิตวิทยาในการสื่อสาร”. วารสารธรรมศาสตร์. 8, 15 เมษายน-มิถุนายน 2523, หน้า 6.

¹¹ Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker. **Using Mass Communication Theory**. 4th ed. Englewood Cliffs : N.J. princtice Hall. pp. 51-52.

ผู้รับสารได้รับสารนั้นแล้วรวมไปถึงทฤษฎีซึ่งแยกแยะให้เห็นพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับด้วย

ทฤษฎีความน่าเชื่อของแหล่งสาร

เมื่อผู้รับได้รับสารแล้ว โดยปกติตามธรรมชาติของมนุษย์จะต้องมีการกลั่นกรองข่าวสาร หรือจะต้องมีปัจจัยที่จะชูใจให้เชื่อถือในข่าวสารนั้น ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสารมาจากการค้นพบในการวิจัย เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ (Persuasive Communication)

การวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้พบว่า ผู้มีความน่าเชื่อถือสูงจะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้มีความน่าเชื่อถือต่ำ หรืออีกนัยหนึ่ง การใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงในสายตาของผู้รับจะบรรลุผลในการสื่อสารมากกว่าใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ เช่น ในกรณีโฆษณาที่พื้นที่ห้องใหม่ ถ้าผู้วางแผนโฆษณาใช้ทันตแพทย์เป็นผู้แนะนำอยู่ในได้ผลในการชักชวนให้เชื่อถือค้ำประกันว่าแม่บ้านห้องใหม่ ขณะเดียวกันในการโฆษณาพงซักฟอกยี่ห้อใหม่ถ้าใช้แม่บ้านเป็นผู้แนะนำ ก็มักจะมีความน่าเชื่อถือสูงกว่าใช้ทันตแพทย์แนะนำ¹³

ดังนั้นความน่าเชื่อถือ (Credibility)¹⁴ จึงหมายถึง คุณลักษณะของผู้ส่งสารหรือแหล่งสารของเขานั้นที่ยอมรับ หรือไม่ยอมรับของผู้รับสาร

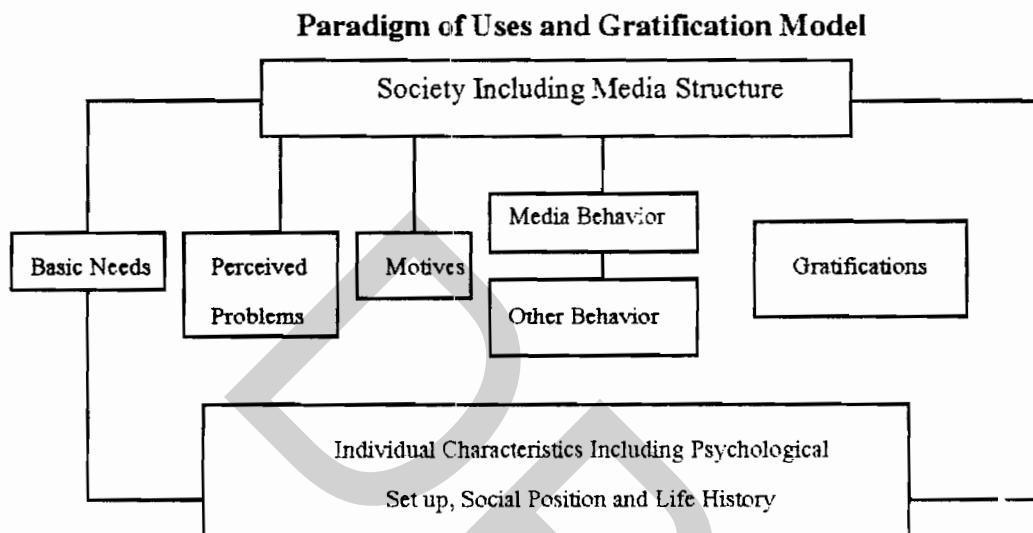
ในขณะที่ Mc Croskey อธิบายว่า หมายถึง การรับรู้ของผู้รับสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งสารนั้นๆ

ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) หมายถึง การรับรู้และเชื่อถือของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งสารหรือตัวผู้ถ่ายทอดข่าวสารนั้น และความน่าเชื่อถืออาจ

¹³ พีระ จิระโภคณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534, หน้า 629.

¹⁴ ศุภวรรณ สัจจพงศ์. ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวัง ผลตอบแทน ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณี รายการข่าวภาคถ่ายทอดของ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะสารศึกษาและสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หน้า 12.

ผลของการสื่อสารมวลชนในแนวทฤษฎีนี้ จึงขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้ใช้สื่อที่มีต่อฯลฯ ที่ส่งผ่านมาทางสื่อมวลชน ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการในการใช้ฯลฯ ในการสนองตอบความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่ต่างกันตามแบบจำลองต่อไปนี้¹²



การซழรายการ “ตามค่า... หาความจริง” ของนักศึกษาที่สนใจในรายการนี้ สามารถใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเข้ามาประยุกต์ใช้ได้ ทั้งนี้ เพราะผู้ที่ชื่นชมรายการล้วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีความสนใจ และพอใจในรายการ รวมทั้งมีความคาดหวังว่าเมื่อได้ชมรายการจะสามารถรับทราบฯลฯ และใช้ประโยชน์ในการชุมชนรายการด้วยการนำความรู้ฯลฯ มาใช้ประโยชน์ในแนวทางที่จะระหว่างร่วงในการดำเนินชีวิตต่อไป นอกจากนั้นภายในรายการแล้ว ถึงหนึ่งที่ผู้ชมรายการจะปฏิบัติต่อไปก็คือ การนำฯลฯ ความรู้ที่ได้รับจากการในเรื่องที่น่าสนใจ ไปพูดคุยสนทนาและออกกล่าวให้ผู้อื่นได้ทราบในสิ่งที่ตนได้รับชุมมา ซึ่งมีส่วนช่วยให้รายการนี้แพร่ขยายมากยิ่งขึ้นไปอีก

จากแนวคิดและทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่กล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงเหตุผลของการใช้ “สาร” เป็นสิ่งรัก เพื่อกระตุ้นความต้องการในการรับรู้ฯลฯ ของผู้ชมโทรศัพท์ ตลอดจนได้รับทราบถึงความสอดคล้อง และไม่สอดคล้องทางความคิด เมื่อ

¹² Katz, Elihu and Others. **The Uses of Mass Communication, current perspective on gratification research.** 6th ed. Beverly Hills : Sage, 1974, p. 759.

จะต้องกำหนดค่าดับความน่าเชื่อถือหรือยอมรับได้มากน้อยเพียงใด ความน่าเชื่อถือนี้ เป็นการประเมินลักษณะทางแหล่งสารที่รับรู้โดยผู้รับสาร 3 ประการ คือ

1. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ปลอดภัยไว้ใจได้ มีความจริงใจ ซื่อสัตย์ ยุติธรรม ฯลฯ

2. ความเชี่ยวชาญ (Expertness) เช่น ผ่านการศึกษา ฝึกอบรม มีประสบการณ์ มีความรู้ ความชำนาญ และทักษะในด้านที่เกี่ยวข้อง

3. มีความคล่องแคล่วกระฉับกระเฉง (Dynamism) เช่น มีชีวิตชีวา ตื่นตัว วงศ์ไว ไม่น่าเบื่อ เป็นต้น

เบอร์โล (Berlo) และคณะ¹⁵ ศึกษาพบองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ในการประเมินความน่าเชื่อถือของสื่ออยู่คู่และสื่อมวลชนหลายประเภท องค์ประกอบดังกล่าวได้แก่

1. ปัจจัยเรื่องความปลอดภัย (Safety Factor) ได้แก่ ความยุติธรรม ตรงกับความจริง (Objective) ฯลฯ

2. ปัจจัยเรื่องคุณสมบัติ (Qualification Factor) ได้แก่ ความมีประสบการณ์ (Experienced) มีอำนาจหน้าที่โดยตรง (Authoritative) มีความรู้ (Informed) เป็นต้น

ต่อมา (Moisier และ Ahigren)¹⁶ ได้ทำการศึกษาความน่าเชื่อถือของแหล่งสารใน 3 องค์ประกอบคือ ความชัดเจนเข้าใจง่าย (Clarity) ความถูกต้องหรือมีการสนับสนุน ด้วยข้อมูล (Accuracy) และความเชื่อถือได้ของข้อมูลข่าวสาร

ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสารอาจมีความสัมพันธ์ หรือไม่มีความสัมพันธ์กันก็ได้โดยอาจมีลักษณะเป็นความเชื่อแบบสอดคล้อง (Constant Relation) และแบบความเชื่อที่ไม่สอดคล้องกัน (Dissonance Reduction) ความไม่สอดคล้องทางความเชื่อจะมีมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ

¹⁵ David N. Berlo, James B. Lemert, and Robert J. Mertz. **Dimensions for Evaluating the Acceptability of Message Sources.** 4th ed. New York : Macmillan, pp.563-576.

¹⁶ Nancy R. Moisier, and Andrew Ahigren. **Credibility of Precision Journalism.** 3rd ed. Belmond : Wadsworth, p. 375.

ก) การให้ความสำคัญของความเชื่อ

ข) ความเกี่ยวพันกันระหว่างความเชื่อถือ ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งความเชื่อ ในบางกรณียังเกี่ยวพันกันมากโอกาสเกิดความไม่สอดคล้องอาจมีมากขึ้น

กรณีเกิดความไม่สอดคล้องขึ้นมา บุคคลจะพยายามลดความขัดแย้งทางความเชื่อซึ่งกระทำได้ 3 วิธี คือ

1. เปลี่ยนความเชื่อทางพฤติกรรม
2. เปลี่ยนความเชื่อทางสั่งแวดล้อม
3. หาความเชื่อใหม่เข้ามาแทนที่

จากทฤษฎีสืบสานมรดกโลกที่กล่าวแล้วข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความกระจ่างในเรื่องของสารแผลงสาร ความน่าเชื่อของแผลงสาร ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีผลกับผู้รับสารซึ่งเป็นบุคคลที่อาจมีความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารรวมทั้งคุณลักษณะความเชื่อ ประสบการณ์ และสถานะภาพทางจิตวิทยา ทำให้มีผู้คิดกันทฤษฎีซึ่งทำการศึกษาความแตกต่างระหว่างบุคคลโดยเฉพาะ

+ ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลพัฒนามาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้า และการตอบสนองที่ได้ก่อตัวแล้ว และได้นำมาประยุกต์เพื่อให้อธิบายเกี่ยวกับการสืบสานว่าผู้รับสารมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารแตกต่างกัน

เดอ เฟลอร์ (De Fleur) ได้เป็นผู้อ้างหลักเกณฑ์พื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลไว้ว่า

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ และสถานะภาพทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างดังกล่าวเป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้ สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันด้วย
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกัน

จะเห็นได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างของบุคคลนับว่าเป็นข้อมูลที่สำคัญอันที่จะเรียนรู้บุคคลิกภาพของบุคคลในสังคมหรือสภาพแวดล้อม ดังนั้นผู้สำรวจต่างๆ ที่ส่งผ่านรายการ “ตามล่า...หาความจริง” จึงเบริญเสมอสิ่งเร้าที่จำเป็นต้องกระตุ้นความรู้สึก ประสบการณ์ของบุคคลที่แตกต่างกัน รวมทั้งเป็นส่วนที่จะสร้างความแตกต่างของบุคคลในฐานะผู้รับสารด้วย¹⁷

ทฤษฎีการเรียนรู้ของกลุ่มนักจิตวิทยา เกสตัลท์¹⁸

ทฤษฎีการเรียนรู้ต่างๆ เป็นทฤษฎีที่เกิดจากความคิดเบื้องต้นว่าพฤติกรรมเกิดจากสิ่งเร้าและการตอบสนอง จนกระทั่งถึงปี ค.ศ.1924 นักจิตวิทยาชาวเยอรมันชื่อ คอฟก้า ได้พิมพ์หนังสือออกแบบเด่นหนึ่งชื่อว่า “Growth of Mind” และในปีต่อมา (1925) นักจิตวิทยานุบุคคลสำคัญอีกผู้หนึ่ง คือ คูห์เลอร์พิมพ์หนังสือชื่อ “Mentality of Apes” ออกแบบ ด้วยหนังสือ 2 เล่มนี้เองที่ทำให้กลุ่มนักจิตวิทยาเกสตัลท์ซึ่ง เวอร์ไถเมอร์ ได้เป็นผู้ริ่นประการทฤษฎีออกแบบตั้งแต่ปี ค.ศ.1912 เป็นที่แพร่หลายและเริ่มได้รับความสนใจ กันมากขึ้นและมากขึ้นทุกที

แนวความคิดของกลุ่มนักจิตวิทยา เกสตัลท์ นี้ขัดแย้งกับทฤษฎีของชอร์น ไคค์ และคนอื่นๆ อย่างรุนแรง ชอร์น ไคค์ นั้นเชื่อว่า ร่างกายจะตอบสนองต่อสิ่งเร้าอย่าง เปะปะหรือจับพลัดจับพลุ ไปจนกระทั่งไปสิ่งสุดลงที่พฤติกรรมที่ได้รับผลกระทบ การทดลองของคูห์เลอร์ กลับพิสูจน์ว่าร่างกายจะไม่สนองพฤติกรรมอย่างที่ ชอร์น ไคค์ ว่าไว้ หากแต่ว่าร่างกายจะมองเห็นรูปร่างเค้าโครงเป็นส่วนรวมจนมีความเข้าใจในองค์ประกอบทางว่า เมื่อตอบสนองไปแล้วจะได้ผล อย่างไรเสียก่อน แล้วจึงจะตอบสนองออกไป

การทดลองที่มีชื่อเสียงของ คูห์เลอร์ ก็คือ การทดลองกับลิงชั้นสูงชิมแพนซ์ ลิงถูกขับไล่ไว้ในกรงทดลอง ในกรงมีก้าวย่างแหวนอยู่ข้างบนซึ่งถิ่งเชื่อมไปยังก้าวย่างไม่ถึง ไม่ว่าด้านใด ข้างกรงด้านหนึ่งมีแท่นไม้สีเหลืองวางไว้ หากว่าจะเลื่อนเอาหินไม้นั้นมาวางเป็นฐานรองก็จะหยิบเอา ก้าวยังถึง

¹⁷ เมตตา กฤตวิทย์, พัชนี เหยจารยะ, ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ ประมาณศัพท์วิชาการ ทฤษฎีสำคัญ วิธีการศึกษาวิจัย, กรุงเทพมหานคร : 2532, หน้า 125.

¹⁸ เดโช สาวานานนท์, จิตวิทยาทั่วไป, กรุงเทพมหานคร : 2532, หน้า 191-195.

ผลการทดลองที่ว่าค้านกับทฤษฎีของ ชอร์น ไดค์ ก็คือ ว่า แทนที่ชิมแพนซ์จะปั่นปายไปเป็นการแสดงพฤติกรรมแบบผิดๆ ถูกๆ เป็นขั้นทดลอง (Trial and Error) ปรากฏว่าลิงใช้ไม้สักเหลี่ยมเป็นฐานรองปืนจี้น์ไปอาอกลัวยไปกินได้เลย แสดงว่าลิงเรียนรู้การแก้ปัญหานั้นโดยที่มองเห็นทางเสียงก่อนแล้วจึงจะกระทำ “ไม่ใช่จะกระทำไปอย่างชนิดจับพลัดจับผู้ก่อน”

การเรียนรู้ในความคิดของกลุ่มนักจิตวิทยา เกสตัลท์ ก็คือ การแก้ปัญหาการยกระดับสมดุลย์ของร่างกายนั้นก็คือ การแก้ปัญหาให้ตกลงไป

กฎสำคัญในการเรียนรู้ของกลุ่มนักจิตวิทยา เกสตัลท์

กฎที่สำคัญยิ่งเกี่ยวกับการเรียนรู้ของกลุ่มนักจิตวิทยา เกสตัลท์ นั้นมีเช่นว่ากฎแห่งการนำวิถี (Law of Pragnanz) ใจความของกฎการนำวิถีนี้มีอยู่ว่า ส่วนรวมของปรากฏการณ์และระบบการทำงานจิต มีแนวโน้มที่จะ ไปสู่วิถีทางที่มีความแน่นอน มีความสม่ำเสมอ และมีความคงทน davar

ขอทำความเข้าใจ ในตอนนี้เสียก่อนเด็ก น้อยว่าส่วนใหญ่ ใจความของพวาก Gestalist ก็คือ คำว่า เกสตัลท์ นั้นเอง คำๆ นี้มีความหมายว่า รูปร่างเป็นส่วนรวมเป็นรูปร่างที่เกิดจากการที่ร่างกายมองเห็นเก้าโครงของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มนักจิตวิทยา เกสตัลท์นั้น มีความเชื่อว่าในการมองเห็นและรับรู้ของร่างกายนั้น ไม่ได้รับรู้หรือมองเห็นเป็นส่วนๆ อย่างที่พวากพุติกรรมนิยมมีความเชื่อกัน หากแต่จะรับรู้ไปในรูปของส่วนรวมซึ่งไม่อาจแยกย่อยออกเป็นส่วนๆ ได้

ตามความคิดของพวากเกสตัลท์นั้น ร่างกายจะรับรวมปรากฏการณ์ต่างๆ ที่รับรู้และสัมผัสได้เข้าเป็นรูปของส่วนรวมที่ดี ซึ่งจะมีคุณสมบัติต่อไปนี้ก็คือ มีความสม่ำเสมอ, ความง่าย, และความนั่นคงควรอยู่ในตัว

นอกจากจะมีกฎการนำวิถีอันเป็นกฎใหญ่แล้ว ยังมีกฎสนับสนุนกฎใหญ่ นับเป็นกฎย่อยๆ อีก 4 กฎ กล่าวคือ

1. กฎแห่งความเหมือน (Law of Similarity) : ร่างกายจะสร้างส่วนรวมหรือเก้าโครงซึ่งตามลักษณะส่วนเหมือนกันของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น มีกล่องสี 10 กล่อง “แบบ” หรือ “ส่วนรวม” ที่ร่างกายสร้างขึ้นมา ก็จะเป็นพวกที่มี “สี” เหมือนกันพวกหนึ่ง และแบบของกล่องที่มีสีไม่เหมือนกันอีกพวกหนึ่งเป็นต้น

2. กฎแห่งความใกล้ (Law of Proximity) : ร่างกายจะรับรู้และสร้างส่วนรวม เป็นรูปร่างขึ้นจากส่วนที่อยู่ใกล้กัน ตามความในกฎข้อนี้ รอยประทับใจที่เกิดในอดีต นานแสนนาน จึงยากที่จะรำลึกได้เหมือนกับรอยประทับใจที่เพิ่งจะเกิดขึ้นในระยะใกล้ กับปัจจุบัน

3. กฎแห่งความสิ้นสุด (Law of Closure) : เหตุการณ์หรือส่วนที่มีทางสิ้นสุด จะคงทันถ้วนมากกว่า เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ไม่มีทางสิ้นสุด เมื่อร่างกายถึงช่วงภาวะ แห่งความสิ้นสุด นั่นก็คือร่างกายสมประสงค์ ความตึงเครียดความชุ่นชื้อง และความไม่ สมคุลัญของระดับชีวิต ก็จะตกไปหมดสิ้น ปัญหาที่จะต้องแก้ก็หมดไป

4. กฎแห่งการต่อเนื่องทีดี (Law of Good Continuation) : ร่างกายจะรับรู้ และ สร้างคงความคิดขึ้นจากปรากฏการณ์ที่มีการต่อเนื่องไปอย่างดี ไม่เปลี่ยนรูปร่าง สถานะ หรือขาดตอน เป็นต้น เช่น เส้นตรง ก็ควรจะเป็นเส้นตรงอยู่ตลอดไป ไม่ใช่คด เกี้ยวขาดตอนเสียกลางกันแล้ว จึงจะต่อเป็นเส้นตรงไปอีก ซึ่งถ้าเป็นเช่นดังกล่าว ใน คราวหลังการรับรู้ของร่างกายในปรากฏการณ์นั้นก็จะ ไม่เป็นผลดี

การเรียนรู้ส่วนใหญ่ที่เป็นหัวใจของกลุ่มนักจิตวิทยากลุ่มนี้ คือการเรียนรู้ที่มี ความเข้าใจในสิ่งที่จะเรียนรู้ มีแนวโน้มวิถีเกิดความเข้าใจ มองทะลุก่อนที่ร่างกายจะตอบ สนองต่อสิ่งเร้าใด ถัดขยายของการเรียนรู้แบบนี้มีคุณสมบัติจำกัดวง ไว้หลายประการคือ ย กัน ด้วยอย่างเช่น

1. ร่างกายที่มีเชาว์ ไหพริน ฉลาดมาก ก็จะมีการเรียนรู้ชนิดแจ่มแจ้งมีความ หมายและมีการนำวิถี ได้มากและคึกคักว่าร่างกายที่มีลักษณะดังกล่าวน้อย เพราจะนั้นเอง พอกจะตอบปัญหาได้ว่า ทำไม่ถึงชิมแพนซ์จึงแก้ปัญหาที่ยากๆ ได้ดีกว่าหนูตะเภา หรือ นายก. เรียนบางอย่างเข้าใจ ได้ดีกว่า นาย X. เป็นต้น

2. ร่างกายที่มีประสบการณ์มากกว่า จะมีการเรียนรู้อย่างมีความเข้าใจได้ มากกว่าและดีกว่า ร่างกายที่มีประสบการณ์น้อยกว่า และประสบการณ์ในอดีตมีส่วน ช่วยในการเรียนรู้อย่างสำคัญยิ่ง

3. การเรียนรู้อย่างมีความเข้าใจแจ่มแจ้งจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อส่วนต่างๆ ปรากฏการณ์ต่างๆ และสถานการณ์ต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบที่สำคัญๆ เปิดโอกาสให้ ผู้เรียน ได้สังเกตเห็น ได้ชัด ไม่ใช่ปิดบังซ่อนเร้นอยู่

4. การกระทำอย่างจับพลัดจับพลุ หรือเป็นการทดลองกระทำการอย่างเปะปะเป็นการกระทำการร่างกายเพื่อจะได้มาซึ่งความเข้าใจและความมองเห็นทະลຸປຽງในด้านปัญหาที่จะต้องแก้นั้นๆ ปัญหาที่ว่า เมื่อไรความเข้าใจ การมองเห็นทาง จะเกิดขึ้นนั้นเราบังคับกันไม่ได้

มาตรฐานความคิดในการเรียนรู้ของพวกรากศักดิ์สิทธิ์

1. ความสามารถในการเรียนรู้ เนื่องจากทฤษฎีการเรียนรู้ของกลุ่มนี้ เชื่อไปในการสร้างส่วนรวมขึ้น ความสามารถในการเรียนรู้จึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการรวบรวมผูกสร้างแบบหรือรูปร่างขึ้นมา วิธีการสอนหรือวิธีการให้ประสบการณ์ในการเรียนรู้ จึงนับเป็นเรื่องสำคัญในอันที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ดีและรวดเร็วขึ้น การจัดประสบการณ์ในการเรียนรู้ที่ไม่เป็นระเบียบ สับสน ไม่ปัจดิปัจต่อ และร่างกายไม่สามารถที่จะผูกรวมขึ้นเป็นรูปร่างได้ก็ไม่เกิดการเรียนรู้ขึ้น

2. การฝึกหัด การฝึกหัดย่อมจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น กระทำชำ្លោះ จะทำให้ผู้เรียนมองเห็นความสัมพันธ์ของรูปร่างที่ผู้เรียนสร้างขึ้นและในลักษณะนี้เองที่พุดได้ว่าการฝึกหัดหรือการที่ได้มีโอกาสกระทำชำ្លោះ มีผลต่อการเรียนรู้โดยตรง

3. การฐานะ จุดหมายปลายทางในทัศนะของนักจิตวิทยากลุ่มเกสตัลท์ จะมีส่วนช่วยให้ร่างกายตอบสนองในสถานะนั้นๆ มากกว่าที่จะตอบสนองในสถานะที่ร่างกายมองไม่เห็นจุดหมายปลายทาง (ตามกฎแห่งความสุดสิ้น)

4. ความเข้าใจ เป็นหัวใจของพวกรากศักดิ์สิทธิ์ ปัญหาต่างๆ ที่ผู้เรียนแก้ตกลงนั้น ก็โดยที่ผู้เรียนได้แก้ปัญหานั้นอย่างมีศติรอนกอบ คิดมองหาทางถัดไป มากกว่าที่จะเป็นไปในรูปอัตโนมัติ นอกจากความเข้าใจแล้ว ประสบการณ์ในอดีตของผู้เรียนก็มีส่วนสำคัญในการแก้ปัญหาด้วย

5. การถ่ายโยงความรู้ การถ่ายโยงการเรียนรู้จากสถานะหนึ่งไปสู่อีกสถานะหนึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสถานะทั้งสองที่จะมีการถ่ายโยงกันนั้นมีตัวร่วมอยู่ และคัวร่วมที่ว่านี้จะต้องเป็นตัวร่วมของ “รูปร่าง” “ส่วนสัมพันธ์” หรือ “แบบ” ของสถานะทั้งสองนั้นด้วย

6. การลืม การลืมนี้จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของส่วนความจำ หรือส่วนที่ร่างกายได้เก็บเอาไว้ในสมองและการเปลี่ยนแปลงส่วนนั้นอาจจะเกิดขึ้นได้ด้วย

หมายประการ ออาทิเช่น จากการค่อยๆ เสื่อมถลายไปเอง (พุดได้ง่ายๆ ว่า ชราลงไปตาม อายุสั่งสาร) จากการที่ต้องนำอภิมาตย์พันธ์สอดคล้องกับประสบการณ์ใหม่ และจาก “แบบ” ที่ร่างกายรับไว้นั้นเป็นแบบที่ยังหละล落 เลือนแสง ไม่แนบแน่นเจ้มแจ้งจริงๆ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พันโทหญิง เนาวรัตน์ ใจนวิทยา ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการ เพื่อแผ่นดินไทยมากที่สุดรับฟังนาน 4-6 ปี โดยสถานที่เปิดรับฟังมากที่สุดคือที่บ้าน ในเรื่องทัศนคติที่มีต่อรายการนั้น กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งทัศนคติโน้มเอียง ในทางบวกต่อรายการ ด้านความน่าเชื่อถือต่อรายการในฐานะเป็นแหล่งสาร กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่ง ไม่สามารถระบุได้ว่ารายการเพื่อแผ่นดินไทยน่าเชื่อถือหรือไม่น่าเชื่อถือ ส่วนความพึงพอใจในรายการนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรายการเพื่อแผ่นดินไทย ทั้งรูปแบบของรายการ ช่วงเวลาออกอากาศภาษา ความยาวของรายการและผู้ประกาศ การทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มเพศชายรับฟังรายการเพื่อแผ่นดินไทยมาก กว่าเพศหญิง และกลุ่มผู้ฟังที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป จะมีระดับการรับฟังมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย นอกจากนี้ยังพบอีกว่าอายุมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย กด่าวก็อ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 29 ปีและสูงกว่า 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติที่โน้มเอียงในทางบวกมากกว่าผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำจะมีทัศนคติที่โน้มเอียงในทางบวกมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง¹⁹

ชูสักดี รองสวัสดิ์ ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบเนื้อหาของรายการมองต่างมุมกับทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชม รายการมองต่างมุมทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมรายการ“มองต่างมุม” จะมีพฤติกรรมเจาะจงในการแสวงหาข่าวสาร

¹⁹ เนาวรัตน์ ใจนวิทยา. ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2534. หน้า. บทคัดย่อ

และการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการใน การรับรู้เหตุการณ์ ความคิดอ่อนไหวของข่าวสารต่างๆ รวมทั้งต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการเสริมความคิด และตัดสินใจในข้อมูลข่าวสารที่สนใจนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพอใจจากการใช้สื่อ (Uses and Gratifications)

สำหรับทัศนคติต่อรายการมองต่างมุมพบว่า คุณลักษณะของประชากรกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรายการมองต่างมุม ยกเว้น เพศ และอาชีพ ซึ่งปรากฏว่ากลุ่มเพศชายมีมากกว่าเพศหญิง และสนใจเข้าร่วมรายการพาระดับเนื้อหาต้องการมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น และชอบรูปแบบรายการ ส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มข้าราชการมีจำนวนน้อย ร้อยละ 37 รองลงมา มีอาชีพรับจ้างในจำนวนนี้ร้อยละ 60 จะติดตาม และเปิดช่องรายการทุกครั้งที่มีโอกาส กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งมีทัศนคติความโน้มเอียงทางบวกในเรื่องของการเป็นรายการส่งเสริม และสร้างสำนักความเป็นประชาธิปไตย และเห็นด้วยว่าเป็นรายการที่ส่งเสริมการยอมรับความคิดที่แตกต่างรวมทั้งให้ข้อมูลที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์และช่วยปิดโภคทัศน์ของผู้ชม ได้ดี²⁰

ในด้านความน่าเชื่อถือต่อรายการมองต่างมุมพบว่า คุณลักษณะด้านประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือที่มีต่อรายการมองต่างมุม

ส่วนความพึงพอใจในรายการมองต่างมุมพบว่า ความพึงพอใจในรูปแบบรายการ การนำเสนอ เนื้อหาของรายการ และผู้ดำเนินรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าชมรายการมองต่างมุม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในเนื้อหา และรูปแบบรายการ และเห็นว่าเหมาะสมสมดีแล้วในขณะที่เกินกว่าครึ่งพึงพอใจกับผู้ดำเนินรายการ และเห็นว่าเหมาะสมสมดีแล้ว

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการโคลนนำไปพัฒนาความคิดในชีวิตประจำวัน นำไปใช้พูดคุยกับเพื่อนที่ทำงาน และใช้เป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องที่สนใจ

²⁰ ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบเนื้อหาของรายการมองต่างมุมกับทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุมทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11. วิทยานิพนธ์ปริญญา, มหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537, หน้า. บทคัดย่อ.

“ศิลป์พิพิธ ชาญวุฒิ” (2534) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจที่ได้รับจากผลกระทบต่อสุขภาพจิตและการอุทิศตนให้กับความเข้าใจถึงความพึงพอใจที่ได้รับจากการต่อสุขภาพจิตและการอุทิศตน” โดยศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงความพึงพอใจที่ได้รับจากการต่อสุขภาพจิตและการอุทิศตน ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการต่อสุขภาพจิตและการอุทิศตน

ผลการวิจัยสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจในการอุทิศตนเป็นอย่างมาก มีการวิพากษ์วิจารณ์ถึงบทบาทการแสดงของตัวละคร เนื้อเรื่องและได้นำถอดรหามาใช้ อรรถประโยชน์ทางสังคม ในประเด็นสนทนานี้ เป็นสื่อกลางในการเข้าร่วมกลุ่ม

อุษา จันทร์ประภาศ (2534)²² ศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดอันทบูรี” โดยศึกษา วิจัยกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 103 คน และกลุ่มจากหมู่บ้านที่ตั้งโดยรอบสถานี

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมการฟังรายการค่อนข้างบ่อย เพราสูปแบบรายการนำเสนอ และฟังเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรมากที่สุด

ในส่วนของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พบว่า ผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการ และเมื่อทดสอบการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับลักษณะทางประชากรของผู้ฟัง พบว่าผู้ฟังทั้งเพศชายและหญิงที่มีช่วงอายุต่างกัน ประกอบอาชีพต่างกัน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่ต่างกันแต่ผู้ฟังที่มีการศึกษาต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ยังมีลักษณะการใช้ประโยชน์อย่างแท้จริงจากเนื้อหาสาระที่รายการนำเสนอ

²¹ ศิลป์พิพิธ ชาญวุฒิ. ความพึงพอใจที่ได้รับจากการต่อสุขภาพจิตและการอุทิศตน. วิทยานิพนธ์ ปริญญา. มหावิทยาลัยศรีนครินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534, หน้า. บทคัดย่อ

²² อุษา จันทร์ประภาศ. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดอันทบูรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญา, มหावิทยาลัยศรีนครินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534, หน้า. บทคัดย่อ

๒๘
๒๘๔, ๕๕๓๙

0136913

บทที่ ๓

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชุมที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ ตามล่า...หาความจริงทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง ๕” นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

รูปแบบการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งชายและหญิง เนื่องจากผู้ชุมรายการเท่านั้น ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา สาเหตุที่ได้มาจากการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเขตที่มีความหลากหลายทางด้านภูมิหลังประชากร และมีความสนใจต่อรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรนักศึกษาทั่วประเทศ

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดหากกลุ่มตัวอย่างในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร (Sample Size Estimating a Population Proportion) ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนมาก¹

¹ วีนัส พีชวนิชย์ และ พศ. สมจิต วัฒนาชยากร. สูตรสำหรับนักสังคมศาสตร์.

เมื่อ

P = สัดส่วนของประชากรที่ต้องการศึกษา

n = จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

Z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ (การวิจัยครั้งนี้กำหนดไว้ที่ 95% คือ $Z=1.96$)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ในที่นี้กำหนด = 0.05

$$n = \frac{P(1 - P) Z^2}{e^2}$$

$$\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n)} = \frac{0.50 (1 - 0.50) (1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384$$

ดังนั้นจึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 384 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการจับสลากโดยเจียนชื่อสถาบันอุดมศึกษาทุกสถาบัน ในเขตกรุงเทพมหานครดังต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรังสิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยเกริก

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยເຊີຍອາຄແນ່ງ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

มหาวิทยาลัยสยาม

ผลการจับสต๊อกข้างต้น ปรากฏว่าสถานที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีดังนี้

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ	50 คน
มหาวิทยาลัยศิลปากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ	50 คน
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ	50 คน
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ	50 คน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ	50 คน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ	50 คน
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ	50 คน
มหาวิทยาลัยรังสิต	จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ	50 คน
	รวม	400 คน

จากหัวข้อวิทยานิพนธ์ “การศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชุมที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ ตามล่า...หาความจริง ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5” ผู้วิจัยถือว่าเป็นนักศึกษาทุกคนที่ถูมมาเป็นตัวอย่างมีคุณสมบัติกล้ามลึงกันหรือเหมือนกัน เพื่อให้เกิดความยุติธรรมในการได้มาซึ่งจำนวนข้อมูล ผู้วิจัยจึงขอกำหนดตัวอย่างทุกมหาวิทยาลัยจำนวนเท่ากัน เนื่องเดียวมหาวิทยาลัยละ 50 คนรวมทั้งหมด 8 มหาวิทยาลัย จำนวนข้อมูลรวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อให้เกิดความยุติธรรมและเที่ยงตรงกับข้อมูลที่นำมาทำการศึกษา ผู้วิจัยจึงใช้ข้อมูลการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเฉพาะแบบสอบถามกับนักศึกษาทั่วไปโดยไม่เจาะจง

การเก็บรวมรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะการเก็บข้อมูลไว้ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมนิเทศ ผู้วิจัยได้วางแผนการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 จัดทำรายชื่อสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 18 แห่ง ทำการสุ่มตัวอย่างโดยการจับสต๊อกได้สถาบันอุดมศึกษา 8 แห่ง ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างประชากรคือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัย

ศринครินทวิโรฒ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยรังสิต

1.2 จากนั้นผู้วิจัยนัดพบผู้ร่วมเก็บข้อมูลเพื่อชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับแบบสอบถาม หลังจากนั้นได้เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลตามแผนงานที่กำหนดไว้ โดยกำหนดช่วงเวลาการเริ่มเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนกรกฎาคมถึงกันยายน พ.ศ.2540 จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ 384 ตัวอย่าง ได้ส่งแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด ผู้วิจัยคาดว่าแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาบางส่วน จะมีข้อความไม่สมบูรณ์เพียงพอ ซึ่งปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 400 ชุด และเมื่อนำมาทดสอบพบว่ามีแบบสอบถามที่มีคำตอบสมบูรณ์เพียง 390 ชุด

รายละเอียดของแบบสอบถามมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ

ส่วนที่ 2

2.1 แบบทดสอบวัดความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

2.2 แบบทดสอบวัดความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

2.3 แบบทดสอบวัดความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยใช้การรวบรวมข้อมูลกันกว้างจากหนังสือ งานเขียน งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ ต่อรายการโทรทัศน์จากห้องสมุดและแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อนำมาวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้มา

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ ตามล่า...หาความจริง ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีตัวแปรใน การศึกษาดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ตัวแปรที่คาดว่าเป็นต้นเหตุ หรือ ก่อให้เกิดตัวแปรตามในที่นี่ได้แก่

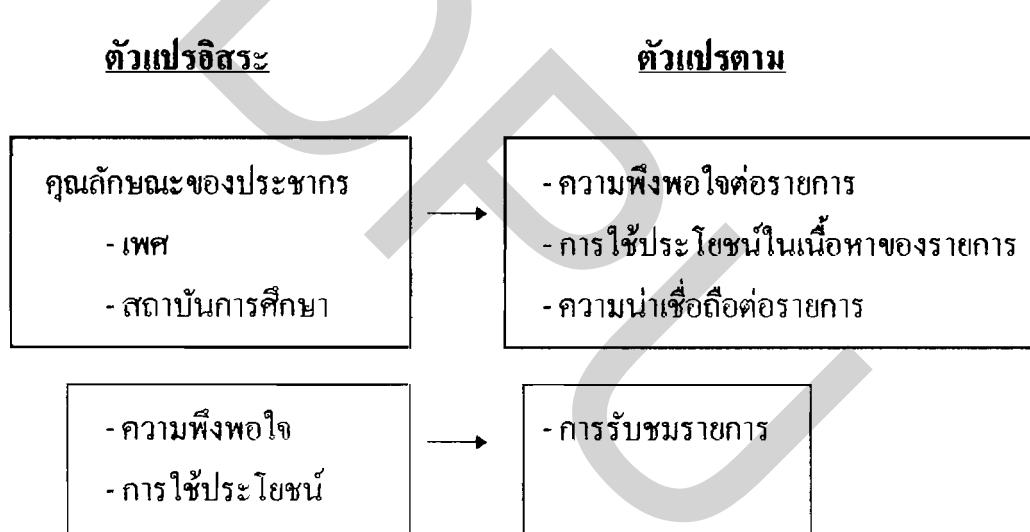
1.1 ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถาบันการศึกษา

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ตัวแปรที่คาดว่าเป็นผลลัพธ์เนื่องมา จากตัวแปรอิสระ ในที่นี่ได้แก่

2.1 ตัวแปรด้านความเชื่อถือต่อแหล่งสารของรายการ

2.2 ตัวแปรด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในเนื้อหาของรายการ

แผนภูมิแสดงความทึ่งต่อของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม



การวัดค่าตัวแปร

1. มาตรฐานระดับนามบัญญัติเพศเบ่งเป็น

- ชาย

- หญิง

2. สถาบันการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น

- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- มหาวิทยาลัยศิลปากร

- มหาวิทยาลัยคริสต์วิทยาลัย

- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- มหาวิทยาลัยรังสิต

3. นาตราจาระดับทัศนคติต่อรูปแบบรายการ และเนื้อหาจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ชั้นรายการโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ สำหรับข้อความเชิงบวกและข้อความเชิงลบ

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- เห็นด้วย
- ไม่นิ่มความเห็น
- ไม่เห็นด้วย
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากนั้นใช้วิธีการประเมินข้อมูลความคิดเห็นทั้ง 2 ส่วนนี้ เป็นจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4. การเปิดรับรายการ

- สนใจเนื้อหา
- สนใจรูปแบบ
- สนใจผู้ดำเนินรายการ
- อื่นๆ

การวัดค่าตัวแปร ดูจากให้ความสำคัญส่วนใดของรายการมาเป็นลำดับ 1-2 และ 3 ตามลำดับ และวัดความถี่แยกเป็น

0-1 ครั้ง/เดือน

2-3 ครั้ง/เดือน

3-4 ครั้ง/เดือน

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ประเภทให้กู้น์ตัวอย่างกรอกคำตอบ ข้อความส่วนใหญ่เป็นคำถ้าแบบปิด มีคำตอบให้เลือกอยู่ 2 ลักษณะ นอกจากนี้ยังมีคำถ้าแบบบางข้อที่เปิดอิสระให้กู้น์ตัวอย่างแสดงความคิดเห็นโดยทำเป็นคำถ้าแบบเปิด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรต่างๆ ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม เป็นการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อจะได้คำถ้าที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อถือ ได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 20 ชุด ไปทดสอบกับกลุ่มประชากร หลังจากนั้น ได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งในด้านเนื้อหา ภาษาที่ใช้ให้เข้าใจง่ายขึ้น เพื่อให้ได้แบบสอบถาม ที่ดีในการสื่อความหมายและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

กรรมวิธีทางข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. กรรมวิธีทางข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้ง 400 ชุดมาทำการลงรหัส (Coding) เป็นอิสระ สถาปัตย์ที่มีอยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์คำนวณได้จากนั้นจึงนำข้อมูลไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติตัวอย่าง

สถิติบรรยาย (Descriptive Statistic) ใช้อธิบายการซึมรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกคุณลักษณะด้านประชากรเพศ หญิง ชาย สถานะ การศึกษา และใช้ค่าร้อยละเพื่ออธิบายลักษณะภูมิหลัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” โดยใช้แบบสอบถามส่วนที่ 1

การทดสอบสมมุติฐาน (Hypothesis Testing) เริ่มจากการทดสอบคุณลักษณะด้านประชากรว่ามีความสัมพันธ์ต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชุมชนรายการที่มีต่อรายการ “ตามค่า...หาความจริง” อย่างไรโดยใช้ T-Test และ One Way Anova และใช้แบบสอบถามส่วนที่ 2.1, 2.2

การทดสอบคุณลักษณะของประชากร ว่ามีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือต่อรายการใช้ T-Test และ One Way Anova โดยใช้แบบสอบถามส่วนที่ 2.3

การพิจารณาหากำเนิดความน่าเชื่อถือของรายการและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในรูปแบบเนื้อหาของรายการ โดยให้น้ำหนักของความสำคัญ ถ้าหากอยู่ในช่วงต่อไปนี้

สูตร	$\frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0.8$
	$1 - 1.8 = \text{เห็นด้วยอย่างยิ่ง}$
	$1.9 - 2.6 = \text{เห็นด้วย}$
	$2.7 - 3.4 = \text{ไม่มีความเห็น}$
	$3.5 - 4.2 = \text{ไม่เห็นด้วย}$
	$4.3 - 5.0 = \text{ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง}$

แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน ค่าตอบดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ สถานบันการศึกษา มีข้อคำถาม 7 ข้อ (ข้อ 1-7)

ตอนที่ 2

2.1 เป็นแบบวัดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” มีข้อความให้ตอบ 17 ข้อ (ข้อ 8-24) โดยแบบสอบถามในส่วนนี้ มุ่งผู้ตอบในแง่ของเนื้อหา รูปแบบ ผู้ดำเนินรายการ และเวลาที่จัดรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ว่าเหมาะสมเพียงใด ผู้ตอบเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยอย่างไร

2.2 เป็นแบบวัดความพึงพอใจในรายการ “ตามล่า...หาความจริง” มี ข้อความให้ตอบ 5 ข้อ โดยข้อ 25-29 เป็นความพึงพอใจเนื้อหา ส่วนข้อ 28 เป็นความพึง พพอใจในรูปแบบรายการ

2.3 เป็นแบบวัดความน่าเชื่อถือรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งสาร มีคำถามให้ตอบ 3 ข้อ (ข้อ 30-32) มุ่งที่ความน่าเชื่อถือของผู้ชุม รายการในแง่ของการเป็นแหล่งสารทั้งในส่วนของผู้ดำเนินรายการ และตัวรายการว่า เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยอย่างไร

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “ตามลำด้าความจริง” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในระหว่างรายการนี้ยังดำเนินอยู่ด้วยแต่วันที่ 10 กรกฎาคม 2540 ถึงวันที่ 4 กันยายน 2540 โดยวิธีการใช้ข้อมูลสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในจำนวน ประชากร 400 คน ผลการวิจัยจะเสนอตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2

ตอนที่ 2.1-2.2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อรายการ

ตอนที่ 2.3 ความน่าเชื่อถือต่อรายการ ในฐานะเป็นแหล่งสาร

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมุติฐาน

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถาบันการศึกษาลักษณะนิสัยการชุมนุมรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

		รายการ	จำนวน n = 400	ร้อยละ
1.	เพศ			
	ชาย		171	42.8
	หญิง		229	57.3
2.	สถานบันการศึกษา			
	1. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์		50	12.5
	2. มหาวิทยาลัยศิลปากร		50	12.5
	3. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ		50	12.5
	4. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์		50	12.5
	5. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ		50	12.5
	6. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์		50	12.5
	7. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย		50	12.5
	8. มหาวิทยาลัยรังสิต		50	12.5
3.	เป้าหมายของการดูรายการโทรทัศน์			
	1. ความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ		212	53.0
	2. ทราบข่าวประจำวัน		78	19.5
	3. หาความรู้เพิ่มเติม		101	25.3
	4. อื่นๆ		9	2.3
4.	โทรทัศน์ช่องใดที่ชอบดูมากที่สุด			
	1. ช่อง 3		149	37.3
	2. ช่อง 5		30	7.5
	3. ช่อง 7		127	31.8
	4. ช่อง 9		6	1.5
	5. ช่อง 11		2	.5
	6. ITV		86	21.5

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ		จำนวน n = 400	ร้อยละ
5.	ช่วงเวลาที่ชอบดูโทรทัศน์		
1.	6.00 - 12.00 น.	18	4.5
2.	12.00 - 17.00 น.	16	4.0
3.	17.00 - 24.00 น.	61	90.0
4.	24.00 - 6.00 น.	15	1.5
6.	ดูรายการ ตามล่า....หาความจริง		
1.	เคยดู	385	96.3
2.	ไม่เคยดู	15	3.7
7.	ดูรายการ ตามล่า....หาความจริงเฉลี่ยเดือนละ		
1.	1 ครั้ง	130	32.5
2.	2 ครั้ง	158	39.5
3.	3 ครั้ง	66	16.5
4.	ถูกหลอก	46	11.5

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 42.8% มีป้าหมายของการดูรายการโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก 53% โดยผู้ตอบแบบสอบถามนิยมดูโทรทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด 37.3% และช่อง 7 ร้อยละ ไกลีเดียงกัน 31.8% รองลงมาเป็นช่องโทรทัศน์ ITV 21.5% ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามดูโทรทัศน์มากที่สุด ตั้งแต่เวลา 17.00-24.00 น. 90% และ 96.3% เคยดูรายการ “ตามล่า...หาความจริง” โดยเฉลี่ยแล้วผู้ตอบแบบสอบถามจะดูรายการตามล่าหาความจริงเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็น 39.5%

ตารางที่ 2 ร้อยละและค่า ไคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างสถาบันการศึกษา กับ ลำดับของประเภทเนื้อหาของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

สถาบันการศึกษา	ลำดับของประเภทเนื้อหา					
	1	2	3	4	5	รวม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	5.5 (22)	3.0 (12)	1.3 (5)	2.5 (10)	.3 (1)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศิลปากร	7.5 (30)	2.5 (10)	1.8 (7)	.5 (2)	.3 (1)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	4.5 (18)	3.0 (12)	3.3 (13)	1.3 (5)	.5 (2)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	6.5 (26)	2.5 (10)	.5 (2)	1.5 (6)	1.5 (6)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	6.3 (25)	3.3 (13)	.8 (3)	.8 (3)	1.5 (6)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	4.3 (17)	4.3 (17)	1.5 (6)	2.0 (8)	.5 (2)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	4.5 (18)	3.3 (13)	2.3 (9)	1.3 (5)	1.3 (5)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยรังสิต	5.5 (22)	3.5 (14)	1.5 (6)	1.5 (6)	.5 (2)	12.5 (50)
รวม	44.5 (178)	25.3 (101)	12.8 (51)	11.3 (45)	6.3 (25)	100.0 (400)

Chi - Square = 41.213**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

1. มาตรฐาน
2. ผู้เข้มข้น ผู้ชิงทรัพย์
3. การคดโกง
4. ปล้นจี้ลักทรัพย์
5. แจ้งข่าวบุคคลหาย ประกาศจับ

จากตารางที่ 2 พบว่า สถาบันการศึกษาต่างๆ มีการลำดับของประเภทเนื้อหา ของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่แตกต่างกัน โดยเนื้อหาประเภทมาตรฐาน นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง 7.5% รองลงมา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 6.5%

เนื้อหาประเภทผู้เข้มข้น ผู้ชิงทรัพย์ นักศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง 4.3% รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยรังสิต 3.5%

เนื้อหาประเภทการคดโกง นักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง 3.3% รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2.3%

เนื้อหาการปั้นจี้ ลักษรพย์ นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง 2.5% รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2%

ส่วนเนื้อหาการแข่งข่าวบุคคลหาย ประกาศจับให้ความสำคัญที่โดดเด่นที่สุด อยู่ 2 มหาวิทยาลัยคือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์และมหาวิทยาลัยกรุงเทพอยู่ที่ 1.5% ลงมาเป็นมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 1.3% ตามลำดับ



ตารางที่ 3 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงประโยชน์และความพึงพอใจในรูปแบบเนื้อหาในรายการ “ตามค่า....หาความจริง”

	เนื้อหา รูปแบบ ของรายการ	1	2	3	4	5	X̄	S.D
8.	รายการที่สร้างสำนึกร่วม ปลอดภัยให้กับคนไทย	49.8	46.5	3.5	.3	-	1.54	.578
9.	รายการที่ให้ประโยชน์ต่อ ข้อมูลข่าวสารทันต่อ เหตุการณ์	42.5	51.3	5.3	1.0	-	1.64	.628
10.	รายการที่เปิดโอกาสให้ ประชาชนแจ้งข่าวสาร	47.5	46.5	5.5	.5	-	1.59	.619
11.	รายการที่สะท้อนภัยอันตราย	65.0	30.5	3.8	.8	-	1.40	.601
12.	รายการที่ช่วยพัฒนาความคิด ของผู้ชมเกี่ยวกับข่าวสาร โดยรวม	38.5	53.8	6.5	1.3	-	1.70	.643
13.	เนื้อหารายการให้ประโยชน์ ด้านข้อมูลทางลึก	31.5	57.8	9.8	1.0	-	1.89	.644
14.	รูปแบบรายการเป็นรูปแบบ ใหม่น่าสนใจ	19.8	44.0	29.3	6.3	.8	2.24	.866
15.	เนื้อหารายการอาชญากรอาช จะเลียนแบบไปกระทำ	19.3	48.0	24.3	7.3	1.3	2.23	.886
16.	เนื้อหารายการไม่เหมือน เหตุการณ์จริง	7.3	13.8	45.5	28.3	5.3	3.10	.955
17.	เนื้อหารายการจะทำให้ อาชญากรหลบหนีการจับกุม	9.0	29.0	36.0	22.8	3.3	2.82	.989
18.	เนื้อหารายการแต่ละตอนช้า ชา ก ไม่น่าสนใจ	1.0	10.0	33.8	48.3	7.0	3.50	.807
19.	ผู้ดำเนินรายการไม่เป็นกลาง	.5	5.3	51.3	35.8	7.3	3.44	.726
20.	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ จากรายการไม่ชัดเจน	1.3	15.5	27.0	49.5	6.8	3.45	.87

ตารางที่ 3 (ต่อ)

	เนื้อหา รูปแบบ ของรายการ	1	2	3	4	5	X	S.D
21.	ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้สร้าง สีสันของรายการ	11.5	44.5	27.8	14.0	2.3	2.51	.947
22.	เวลาของรายการสั้นไป	19.5	37.3	31.0	10.8	1.5	2.37	.965
23.	เวลาของรายการพอดีແล້ວ	7.8	20.3	40.5	24.8	6.8	3.02	1.016
24.	ควรเพิ่มเวลาขึ้นอีก	25.5	32.3	30.5	9.5	2.3	2.30	1.025

ที่มา : จากการสำรวจ

- หมายเหตุ รหัส 1. เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 2. เห็นด้วย
 3. ไม่มีความเห็น
 4. ไม่เห็นด้วย
 5. ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 3 พบร่วมว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยอย่างยิ่งที่รายการตามค่าทาง
 ความจริง มีประโยชน์กับผู้ชมในด้านให้สำนึกของความปลอดภัย ให้ข่าวสารทันต่อ
 เหตุการณ์ ช่วยพัฒนาความคิดของผู้ชมเกี่ยวกับข่าวสารໂจรกรรม รวมถึงการเปิดโอกาส
 ให้ผู้ชมได้แสดงความคิดเห็น แจ้งเบาะแสข่าวสารข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชน
 ทั่วไป แต่เป็นรายการที่สะท้อนถึงอันตรายเห็นด้วยอย่างยิ่งสูงสุด 65%

ส่วนความพึงพอใจในการตามค่าทางความจริง ส่วนใหญ่จะมีความเห็นด้วย
 รูปแบบรายการที่เป็นแบบใหม่น่าสนใจ เนื้อหารายการอาจญากรที่จะเลียนแบบไป
 กระทำหรือการหลบหนีการจับกุม ตลอดทั้งมีความเห็นด้วยที่ควรเพิ่มเวลาของรายการ
 ให้มากขึ้น ส่วนเป็นเนื้อหารายการให้ประโยชน์ด้านข้อมูลเฉพาะลึกจะเห็นด้วยสูงสุด
 57.8%

**ตารางที่ 4 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในรายการ
ตามล่า....หาความจริง**

		รายการ	จำนวน <i>n = 400</i>	ร้อยละ
25.	ลำดับของประเภทเนื้อหา			
	1. มาตรฐาน	178	44.5	
	2. ผู้ช่วยสืบสาน, ผู้ชี้ทางทรัพย์	101	25.3	
	3. การคดโกง		12.8	
	4. ปล้นจี้ลักทรัพย์	51	11.3	
	5. แข้งขาวยุคคลสูญหาย, ปราการจัน	25	6.3	
26.	พึงพอใจกับเนื้อหาในรายการ			
	1. พอดีและเหมาะสมดีแล้ว	345	86.3	
	2. เนื้อหามิ่งสมจริง	26	6.5	
	3. ไม่พอใจ	14	3.5	
	4. ไม่น่าสนใจ	8	2.0	
	5. อื่นๆ	7	1.8	
27.	พึงพอใจกับรูปแบบการนำเสนอในรายการ			
	1. พอดีและเหมาะสมดีแล้ว	279	69.8	
	2. เนื้อหาน่าตื่นเต้นระทึกใจ	86	21.5	
	3. ไม่พอใจ	132	3.3	
	4. ไม่น่าสนใจ	11	2.8	
	5. อื่นๆ	11	2.8	
28.	พึงพอใจกับผู้ดำเนินรายการ			
	1. พอดีและทำหน้าที่ได้ดีแล้ว	376	94.0	
	2. ไม่พอใจ	11	2.8	
	3. สรุปเนื้อหา	10	2.5	
	4. อื่นๆ	3	0.8	

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการ		จำนวน n = 400	ร้อยละ
29.	ประโยชน์ที่ได้จากข้อมูลข่าวสารในรายการ		
1.	เป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องที่เป็นแนวทางในการป้องกันตัวให้ปลอดภัยจากภัยอันตราย	180	45.0
2.	ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความคิดเห็นในเรื่องของข่าวสารที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน	103	25.8
3.	นำไปปฎิคุยกับเพื่อนที่ทำงานในเนื้อหาสาระซึ่งเป็นที่สนใจและนั้น	57	14.3
4.	ช่วยให้มีข้อมูลในการตัดสินใจในข่าวสารหรือเรื่องนั้นๆ	52	13.0
5.	นำไปค้นคว้าเพิ่มเติมในเรื่องนั้นๆ	5	1.3
6.	ไม่ได้ใช้ประโยชน์เลย	3	0.8

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4 พบร่วม ในการรายงานตามล่า...หากความจริง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในประเภทเนื้อหา มาตรฐาน 44.5% พอยังในเนื้อหารายการว่าเหมาะสมสมดีแล้ว 86.3% พอยังในรูปแบบการนำเสนอว่าเหมาะสมสมดีแล้ว 69.8% และพอยังในผู้ดำเนินรายการว่าทำหน้าที่ได้ดีแล้ว 94% ส่วนประโยชน์ที่ได้จากข้อมูลข่าวสารในรายการ ว่าเป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องที่เป็นแนวทางในการป้องกันตัวให้ปลอดภัยจากภัยอันตราย 45%

ความน่าเชื่อถือของรายการ

เป็นการวัดความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะที่เป็นแหล่งสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อรายการมากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 5 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการตามล่า....หาความจริง ในฐานะเป็นแหล่งสาร

	รายการ	1	2	3	4	5	X	S.D
30.	รายการเป็นแหล่งข่าวสารที่ดี	35.8	56.8	6.8	.5	.3	1.72	.628
31.	ให้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายແเน່ນ ข่าวสารที่เสนอทางรายการ ทันต่อเหตุการณ์	31.5	55.0	11.0	2.3	.3	1.84	.718
32.		30.0	46.0	16.3	7.0	.8	2.02	.901

ที่มา : จากการสำรวจ

- | | | |
|----------|----------------------|-------------------------|
| หมายเหตุ | 1. เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 4. ไม่เห็นด้วย |
| | 2. เห็นด้วย | 5. ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| | 3. ไม่มีความเห็น | |

จากตารางที่ 5 พบร่วมกันว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 35.8% เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับความน่าเชื่อถือของรายการตามล่า...หาความจริง ในรายการที่เป็นแหล่งข่าวสารที่ดี 55.0% เห็นด้วยอย่างยิ่งที่เป็นรายการให้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายແเน່ນ รองลงมา 46.0% มีความเห็นด้วยที่เป็นแหล่งข่าวสารที่เสนอทันต่อเหตุการณ์

ตารางที่ 6 ร้อยละและค่าไคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศกับสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	5.5 (22)	7.0 (28)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศิลปากร	5.8 (23)	6.8 (27)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	7.5 (30)	5.0 (20)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	5.5 (22)	7.0 (28)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	4.5 (18)	8.0 (32)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	7.0 (28)	5.5 (22)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	3.5 (14)	9.0 (36)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยรังสิต	3.5 (14)	9.0 (36)	12.5 (50)
รวม	42.8 (171)	57.3 (229)	100.0 (400)

Chi - Square = 19.765**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง จากมหาวิทยาลัยทั้ง 8 แห่ง มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเกือบทุกสถาบันการศึกษา ยกเว้นมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่า

ตารางที่ 7 ร้อยละและค่าไคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศกับช่องโทรทัศน์ที่ชอบคุมากที่สุด

ช่องโทรทัศน์ที่ชอบคุมากที่สุด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ช่อง 3	11.0 (44)	26.3 (105)	37.3 (149)
ช่อง 5	3.3 (13)	4.3 (17)	7.5 (30)
ช่อง 7	15.0 (60)	16.8 (67)	31.8 (127)
ช่อง 9	1.3 (5)	.3 (1)	1.5 (6)
ช่อง 11	.3 (1)	.3 (1)	.5 (2)
ITV	12.0 (48)	9.5 (38)	21.5 (86)
รวม	42.8 (171)	57.3 (229)	100.0 (400)

Chi - Square = 21.769**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 7 พบว่า เพศหญิงชอบคุ้มโทรทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด รองลงมาเป็น ช่อง 7 และ ITV ตามลำดับ ส่วนเพศชายชอบคุ้มโทรทัศน์ช่อง 7 มากที่สุด รองลงมาเป็น ช่องโทรทัศน์ ITV และช่อง 3 ตามลำดับ โดยเพศหญิงคุ้มโทรทัศน์ช่อง 9 และช่อง 11 น้อยที่สุดเท่าๆ กัน ส่วนเพศชายคุ้มโทรทัศน์ช่อง 11 น้อยที่สุด

ตารางที่ 8 ร้อยละและค่าไคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างสถาบันการศึกษากับเป้าหมายการคูරายการโทรทัศน์

สถาบันการศึกษา	เป้าหมายการคูโทรทัศน์				
	1	2	3	4	รวม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	7.5 (30)	2.0 (8)	3.0 (12)		12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศิลปากร	6.8 (27)	3.5 (14)	2.3 (9)		12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	6.5 (26)	1.8 (7)	4.0 (16)	3 (1)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	8.3 (33)	2.0 (8)	2.0 (8)	3 (1)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	5.5 (22)	3.3 (13)	2.8 (11)	1.0 (4)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	7.8 (31)	1.3 (5)	2.8 (11)	8 (3)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	4.5 (18)	2.8 (11)	5.3 (21)		12.5 (50)
มหาวิทยาลัยรังสิต	6.3 (25)	3.0 (12)	3.3 (13)		12.5 (50)
รวม	53.0 (212)	19.5 (78)	25.3 (101)	2.3	100.0 (400)

Chi - Square = 38.401**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

1. ความบันเทิง
2. ทราบข่าวประจำวัน
3. หากความรู้เพิ่มเติม
4. อื่นๆ

จากตารางที่ 8 พนวจ นักศึกษาในสถาบันต่างๆ มีเป้าหมายการคูรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะคูรายการโทรทัศน์ในรูปของความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ส่วนเป้าหมายการคูโทรทัศน์เพื่อทราบข่าวประจำวัน นักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาก็คือมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ส่วนเป้าหมายการคูโทรทัศน์เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, มหาวิทยาลัยรังสิต และ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 9 ร้อยละและค่าไคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างสถาบันการศึกษา กับช่องโถรหัสน์ที่คุณภาพดีสุด

สถาบันการศึกษา	ช่องโถรหัสน์ที่คุณภาพดีสุด						
	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ITV	รวม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	5.0 (20)	.8 (3)	3.8 (15)	.5 (2)		2.5 (10)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศิลปากร	5.5 (22)	.8 (3)	3.3 (13)		.3 (1)	2.8 (11)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	3.3 (13)	1.3 (5)	2.8 (11)	.3 (1)		5.5 (20)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	6.0 (24)	.3 (1)	3.0 (12)			3.3 (13)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	5.5 (22)	.3 (1)	4.5 (18)	.3 (1)	.3 (1)	1.8 (7)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	4.5 (18)		6.5 (26)			1.5 (6)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	3.0 (12)	2.3 (9)	4.3 (17)	.5 (2)		2.5 (10)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยรังสิต	4.5 (18)	2.0 (8)	3.8 (15)			2.3 (9)	12.5 (50)
รวม	37.3 (149)	7.5 (30)	31.8 (127)	1.5 (6)	.5 (2)	21.5 (86)	100.0 (400)

Chi - Square = 63.087**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 9 พบว่าสถาบันการศึกษาต่างๆ มีการคุณภาพการโถรหัสน์ช่องต่างๆ ที่แตกต่างกันโดย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะคุณภาพการโถรหัสน์ช่อง 3 เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยศิลปากร ส่วนรายการโถรหัสน์ช่อง 7 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จะเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ส่วนรายการโถรหัสน์ช่อง ITV มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จะเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยศิลปากร ส่วนรายการโถรหัสน์ช่อง 5, ช่อง 9 และช่อง 11 มีผู้คุณภาพน้อย

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ

เป็นการวัดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ว่ามีมากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 10 ร้อยละและค่าไฟว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศกับประโยชน์ในรูปแบบเนื้อหาที่ได้จากการ “ตามล่า.. หาความจริง”

ประโยชน์ที่ได้จากการชั่นรายการ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
นำไปสนทนากับเพื่อนร่วมงาน	4.8 (19)	9.5 (38)	14.3 (57)
พัฒนาความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารประจำวัน	13.0 (52)	12.8 (51)	25.8 (103)
มีข้อมูลในการตัดสินใจในข่าวสาร	7.0 (28)	6.0 (24)	13.0 (52)
นำไปค้นคว้าเพิ่มเติมในเรื่องนั้นๆ	1.3 (5)		1.3 (5)
เป็นแหล่งข้อมูลและแนวทางในการป้องกันตัว	16.0 (64)	29.0 (116)	45.0 (180)
ไม่ได้ใช้ประโยชน์เลย	.8 (3)		.8 (3)
รวม	42.8 (171)	57.3 (229)	100.0 (400)

Chi - Square = 21.719**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 10 พบว่า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้จากการตามล่าหาความจริงแตกต่างกันโดยที่เพศหญิงได้ประโยชน์จากการเป็นแหล่งข้อมูลและแนวทางในการป้องกันตัวคือ 29.0% รองลงมาเป็นการพัฒนาความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารประจำวัน 12.8% และนำไปสนทนากับเพื่อนร่วมงาน 95% ส่วนเพศชายได้ประโยชน์จากการ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและหาแนวทางในการป้องกันตัว 16.0% รองลงมาเป็นการพัฒนาความคิดเกี่ยวกับข่าวสารประจำวัน 13.0% และมีข้อมูลในการตัดสินใจในข่าวสาร 7.0% ตามลำดับ

**ตารางที่ 11 เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...
หาความจริง” ระหว่างเพศชายและหญิง**

เพศ	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”			
	จำนวน	\bar{X}	SD.	สถิติ t
ชาย	171	2.39	.261	0.01
หญิง	229	2.39	.272	

จากตารางที่ 11 พบร่วมกันว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่มีสถิติ $t = 0.01$ ซึ่งเป็นค่าวิกฤตที่ตอกย้ำในบริเวณยอมรับสมมุติฐานว่า ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการค้นกล่าวทั้งเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างสถาบันการศึกษา

สถาบัน	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”			
	จำนวน	\bar{X}	SD.	สถิติ F
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	50	2.42	.224	3.28***
มหาวิทยาลัยศิลปากร	50	2.37	.299	
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	50	2.41	.232	
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	50	2.36	.271	
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	50	2.36	.281	
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	50	2.27	.274	
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	50	2.51	.239	
มหาวิทยาลัยรังสิต	50	2.43	.258	

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ ***มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

จากตารางที่ 12 พบว่า สถาบันการศึกษาต่างๆ มีความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการ ตามล่า...หาความจริง มีความแตกต่างกัน เมื่อทำการทดสอบต่อโดยวิธี Multiple Range Tests ด้วยวิธีการของ Tukey - Btest ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมีความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์จากการตามล่าหาความจริงสูงที่สุด รองลงมาเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์น้อยที่สุด

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งข่าวระหว่างเพศชายและหญิง

เพศ	ความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”			
	จำนวน	\bar{X}	SD.	สถิติ t
ชาย	170	1.97	.649	2.84***
หญิง	229	1.79	.592	

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ ***มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

จากตารางที่ 13 พนบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่มีค่าสถิติ $t = 2.84$ ซึ่งเป็นค่าวิกฤตที่ตกอยู่ในบริเวณปฐมสัมมติฐานว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการ ตั้งกล่าวแตกต่างกับเพศหญิง โดยเพศชายให้ความน่าเชื่อถือของรายการในฐานะเป็นแหล่งข่าวสูงกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งข่าวสารระหว่างสถาบันการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถาบัน	ความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”			
	จำนวน	\bar{X}	SD.	สถิติ F
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	50	1.85	.591	1.726
มหาวิทยาลัยศิลปากร	50	2.08	.834	
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	50	1.71	.547	
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	50	1.84	.595	
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	50	1.94	.650	
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	50	1.74	.583	
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	50	1.84	.504	
มหาวิทยาลัยรังสิต	50	1.91	.578	

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากสถาบันการศึกษา ทั้ง 8 แห่ง มีค่าเฉลี่ย ความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่สถิติ $F = 1.726$ ซึ่งเป็นวิกฤตที่ตกลอยู่ในบริเวณยอมรับสมมุติฐานว่า ค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของรายการดังกล่าวของสถาบันทั้ง 8 แห่ง มีความคิดเห็นที่ไม่มีความแตกต่างกัน แต่มีมหาวิทยาลัยศิลปากรที่ให้ความน่าเชื่อถือต่อรายการสูงสุดในฐานะที่เป็นแหล่งข่าวสารโดยดูจากค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงสุด โดยมีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้ความน่าเชื่อถือต่อรายการน้อยที่สุด

การทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีทั้งหมด

1. ฤทธิ์สักข์ด้านประชากรณ์ความสัมพันธ์กับการรับชมรายการโทรทัศน์

1.1 เพศน์ความสัมพันธ์กับสถานะบ้านการศึกษา

ตารางที่ 15 ร้อยละและค่าไคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศกับสถานะบ้านการศึกษา

สถานะบ้านการศึกษา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	5.5 (22)	7.0 (28)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศิลปากร	5.8 (23)	6.8 (27)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ	7.5 (30)	5.0 (20)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	5.5 (22)	7.0 (28)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	4.5 (18)	8.0 (32)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	7.0 (28)	5.5 (22)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	3.5 (14)	9.0 (36)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยรังสิต	3.5 (14)	9.0 (36)	12.5 (50)
รวม	42.8 (171)	57.3 (229)	100.0 (400)

Chi - Square = 19.765**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง จากมหาวิทยาลัยทั้ง 8 แห่ง มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นเพศหญิงเกือบทุกสถาบันการศึกษา ยกเว้น มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศชาย ส่วนใหญ่

1.2 เพศนิภัยความสัมพันธ์กับช่องโทรทัศน์ที่ชอบดูมากที่สุด

ตารางที่ 16 ร้อยละค่าไคว์สแควร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศกับช่อง โทรทัศน์ที่ชอบดูมากที่สุด

ช่องโทรทัศน์ที่ชอบดูมากที่สุด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ช่อง 3	11.0 (44)	26.3 (105)	37.3 (149)
ช่อง 5	3.3 (13)	4.3 (17)	7.5 (30)
ช่อง 7	15.0 (60)	16.8 (67)	31.8 (127)
ช่อง 9	1.3 (5)	.3 (1)	1.5 (6)
ช่อง 11	.3 (1)	.3 (1)	.5 (2)
ITV	12.0 (48)	9.5 (38)	21.5 (86)
รวม	42.8 (171)	57.3 (229)	100.0 (400)

Chi - Square = 21.769**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 16 พบว่า เพศหญิงชอบดูโทรทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด รองลงมาเป็น ช่อง 7 ส่วนเพศชายชอบดูโทรทัศน์ช่อง 7 มากที่สุด รองลงมาเป็นช่องโทรทัศน์ ITV เป็น ส่วนใหญ่ โดยเพศหญิงดูโทรทัศน์ช่อง 9 และช่อง 11 น้อยที่สุดเท่าๆ กัน ส่วนเพศชายดู โทรทัศน์ช่อง 11 น้อยที่สุด

1.3 สถาบันการศึกษาทั้งเป้าหมายการคุร้ายการโทรทัศน์

ตารางที่ 17 ร้อยละและค่าไคว์สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างสถาบันการศึกษากับเป้าหมายการคุร้ายการโทรทัศน์

สถาบันการศึกษา	เป้าหมายการคุกโกรหัศน์				
	1	2	3	4	รวม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	7.5 (30)	2.0 (8)	3.0 (12)		12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศิลปากร	6.8 (27)	3.5 (14)	2.3 (9)		12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	6.5 (26)	1.8 (7)	4.0 (16)	3 (1)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	8.3 (33)	2.0 (8)	2.0 (8)	3 (1)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	5.5 (22)	3.3 (13)	2.8 (11)	1.0 (4)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	7.8 (31)	1.3 (5)	2.8 (11)	8 (3)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	4.5 (18)	2.8 (11)	5.3 (21)		12.5 (50)
มหาวิทยาลัยรังสิต	6.3 (25)	3.0 (12)	3.3 (13)		12.5 (50)
รวม	53.0 (212)	19.5 (78)	25.3 (101)	2.3	100.0 (400)

Chi - Square = 38.401**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1. ความบันเทิง | 3. หาความรู้เพิ่มเติม |
| 2. ทราบข่าวประจำวัน | 4. อื่นๆ |

จากตารางที่ 17 พบร่วมกัน นักศึกษาในสถาบันต่างๆ มีเป้าหมายการคุร้ายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะคุร้ายการโทรทัศน์ในรูปของความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ส่วนเป้าหมายการคุกโกรหัศน์เพื่อทราบข่าวประจำวัน นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร มาเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ส่วนเป้าหมายการคุกโกรหัศน์ เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.4 สถาบันการศึกษากับช่องโทรทัศน์ที่คุณภาพที่สุด

ตารางที่ 18 ร้อยละและค่าไคว์สแควร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างสถาบันการศึกษากับช่องโทรทัศน์ที่คุณภาพที่สุด

สถาบันการศึกษา	ช่องโทรทัศน์ที่คุณภาพที่สุด						
	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ITV	รวม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	5.0 (20)	.8 (3)	3.8 (15)	.5 (2)		2.5 (10)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศิลปากร	5.5 (22)	.8 (3)	3.3 (13)		.3 (1)	2.8 (11)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	3.3 (13)	1.3 (5)	2.8 (11)	.3 (1)		5.5 (20)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	6.0 (24)	.3 (1)	3.0 (12)			3.3 (13)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	5.5 (22)	.3 (1)	4.5 (18)	.3 (1)	.3 (1)	1.8 (7)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	4.5 (18)		6.5 (26)			1.5 (6)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	3.0 (12)	2.3 (9)	4.3 (17)	.5 (2)		2.5 (10)	12.5 (50)
มหาวิทยาลัยรังสิต	4.5 (18)	2.0 (8)	3.8 (15)			2.3 (9)	12.5 (50)
รวม	37.3 (149)	7.5 (30)	31.8 (127)	1.5 (6)	.5 (2)	21.5 (86)	100.0 (400)

Chi - Square = 63.087**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 18 พบว่าสถาบันการศึกษาต่างๆ มีการครุ่นคิดการโทรทัศน์ช่องต่างๆ ที่แตกต่างกันโดย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะครุ่นคิดการโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นส่วนใหญ่องลงมาเป็น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยศิลปากร ส่วนรายการโทรทัศน์ช่อง 7 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จะคุ้มเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ส่วนรายการโทรทัศน์ช่อง ITV มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จะคุ้มเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยศิลปากร

2. คุณลักษณะด้านประชาชน มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และการพึงพอใจในรูปแบบเนื้อหาที่ได้รับจากการรายงาน

2.1 เทคนิควิเคราะห์ความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ที่ได้จากการรายงาน

ตารางที่ 19 ร้อยละและค่าไคว์ สแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศกับประโยชน์ในรูปแบบเนื้อหาที่ได้จากการรายงาน “ตามล่า...หาความจริง”

ประโยชน์ที่ได้จากการรายงาน	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
นำไปสนทนากับเพื่อนร่วมงาน	4.8 (19)	9.5 (38)	14.3 (57)
พัฒนาความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารประจำวัน	13.0 (52)	12.8 (51)	25.8 (103)
มีข้อมูลในการตัดสินใจในข่าวสาร	7.0 (28)	6.0 (24)	13.0 (52)
นำไปค้นคว้าเพิ่มเติมในเรื่องนั้นๆ	1.3 (5)		1.3 (5)
เป็นแหล่งข้อมูล และแนวทางในการป้องกันตัว	16.0 (64)	29.0 (116)	45.0 (180)
ไม่ได้ใช้ประโยชน์เลย	.8 (3)		.8 (3)
รวม	42.8 (171)	57.3 (229)	100.0 (400)

Chi - Square = 21.719**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 19 พบร้า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้จากการรายงานตามล่าหาความจริงแตกต่างกันโดยที่เพศหญิงได้ประโยชน์จากการรายงาน เป็นแหล่งข้อมูลและแนวทางในการป้องกันตัว รองลงมาเป็นการพัฒนาความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารประจำวัน และนำไปสนทนากับเพื่อนร่วมงาน ส่วนเพศชาย ได้ประโยชน์จากการรายงาน เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและหาแนวทางในการป้องกันตัว รองลงมาเป็นการพัฒนาความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารประจำวันและมีข้อมูลในการตัดสินใจในข่าวสารตามลำดับ

2.2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างเพศชายและหญิง

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”			
	จำนวน	\bar{X}	SD.	สถิติ t
ชาย	171	2.39	.261	0.00
หญิง	229	2.39	.272	

จากตารางที่ 20 พนบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่มีสถิติ $t = 0.00$ ซึ่งเป็นค่าวิกฤตที่ตกอยู่ในบริเวณยอมรับสมมุติฐานว่า ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการดังกล่าวทั้งเพศชาย และเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

2.3 เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างสถาบันการศึกษา

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างสถาบันการศึกษา

สถาบัน	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”			
	จำนวน	\bar{X}	SD.	สถิติ F
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	50	2.42	.224	3.28***
มหาวิทยาลัยศิลปากร	50	2.37	.299	
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	50	2.41	.232	
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	50	2.36	.271	
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	50	2.36	.281	
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	50	2.27	.274	
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	50	2.51	.239	
มหาวิทยาลัยรังสิต	50	2.43	.258	

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ ***มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

จากตารางที่ 21 พนวจ สถาบันการศึกษาต่างๆ มีความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการ ตามล่า...หาความจริง มีความแตกต่างกัน เมื่อทำการทดสอบต่อ โดยวิธี Multiple Range Tests ด้วยวิธีการของ Tukey - Btest ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% พนวจ ผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมีความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์จากการตามล่าหาความจริงสูงที่สุด รองลงมาเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จากมหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์น้อยที่สุด

3. ทุณลักษณะด้านประชากรนิความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือต่อรายการ
3.1 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการระหว่างเพศชายและหญิง

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งข่าวระหว่างเพศชายและหญิง

เพศ	ความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”			
	จำนวน	\bar{X}	SD.	สถิติ t
ชาย	170	1.97	.649	2.84***
หญิง	229	1.79	.592	

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่มีค่าสถิติ $t = 2.84$ ซึ่งเป็นค่าวิกฤตที่ตกอยู่ในบริเวณปฐมภูมิแสดงฐานมุตฐานว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการ ดังกล่าวแตกต่างกับเพศหญิง โดยเพศชายให้ความน่าเชื่อถือของรายการในฐานะเป็นแหล่งข่าวสารสูงกว่าเพศหญิง

3.2 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการระหว่างสถาบันการศึกษา

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งข่าวสารระหว่างสถาบันการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถาบัน	ความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”			
	จำนวน	\bar{X}	SD.	สถิติ F
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	50	1.85	.591	1.726
มหาวิทยาลัยศิลปากร	50	2.08	.834	
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	50	1.71	.547	
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	50	1.84	.595	
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	50	1.94	.650	
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	50	1.74	.583	
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	50	1.84	.504	
มหาวิทยาลัยรังสิต	50	1.91	.578	

จากตารางที่ 23 พบร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถามจากสถาบันการศึกษา ทั้ง 8 แห่ง มีค่าเฉลี่ย ความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่ $F = 1.726$ ซึ่งเป็นวิกฤตที่ตกลอยู่ในบริเวณยอมรับสมนูญฐานะ ค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของรายการดังกล่าวของสถาบันทั้ง 8 แห่ง มีความคิดเห็นที่ไม่มีความแตกต่างกัน แต่มีมหาวิทยาลัยศิลปากรที่ให้ความน่าเชื่อถือต่อรายการสูงสุดในฐานะที่เป็นแหล่งข่าวสารโดยดูจากค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงสุด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่องการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ทางสถานีวิทยุกองทัพบกช่อง 5 โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของเนื้อหาหรือรูปแบบวิธีการนำเสนอของรายการต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”
2. เพื่อศึกษาว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ได้นำข้อมูลข่าวสารของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ไปใช้ประโยชน์
3. เพื่อศึกษาความน่าเชื่อถือของรายการในการนำเสนอเนื้อหาสาระของรายการ “ตามล่า...หาความจริง”
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันกับการเปิดรับชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

และมีสมมติฐานในการศึกษา ดังนี้

1. คุณลักษณะด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับการรับชมรายการ โทรทัศน์
2. คุณลักษณะด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจได้จากการรายการ
3. คุณลักษณะด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือต่อรายการ ตามล่า

จากการศึกษาวิจัยโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยแยกแบบสอบถามกับนักศึกษาทั่วไปโดยไม่เจาะจง พอสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาวิจัยที่สอดคล้องกับทฤษฎีสื่อสารมวลชน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ชี้มารยาการ “ตามล่า...หาความจริง” แต่ละครั้งจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการตามทฤษฎีความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ Uses and Gratifications เพื่อตอบสนองความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ติดตามความเกลื่อนไหวเพื่อให้รู้ว่า มีเหตุการณ์สำคัญอะไรเกิดขึ้นในสังคมในขณะนี้ เพื่อต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือนำไปพูดคุยสนทนาร่วมทั้งเป็นการระมัดระวังภัยอันตรายที่จะเกิดขึ้นได้ในสังคม รวมถึงชีวิตประจำวันและการเปลี่ยนความคิดเห็นกันในหมู่เพื่อนฝูง

นอกจากนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังช่วยพิสูจน์ให้เห็นชัดเจนขึ้น ตามทฤษฎีของ Use and Gratification ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชี้มารยาการ “ตามล่า...หาความจริง” แต่ละครั้งมีความตั้งใจเจาะจงที่จะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยกเยียดให้อ่านให้คุกคาม ตัวอย่างเป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองอาจมาจากการแรงจูงใจในด้านต่างๆ รวมถึงการที่จะสนองความต้องการรับรู้ หรือมีจุดมุ่งหมาย (Goal of Direction) ที่ชัดเจนในอันที่จะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นความต้องการส่วนตัวของผู้ชุมชนรายการเอง หรือพอยาที่จะชี้มารยาการโดยมีความคาดหวังว่าเมื่อได้ชี้มารยาการ “ตามล่า...หาความจริง” แล้ว จะสามารถรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับภัยอันตราย คนหาย จี๊ ปล้น ฆ่า เพื่อนำมาเป็นวิธีระวังตัวซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเป็นอย่างยิ่ง หลังจากชุมชนรายการ “ตามล่า...หาความจริง” แล้ว และหลังจากนั้นคาดหวังว่าจะนำประเด็นที่นำเสนอให้คนอื่นได้ทราบ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้มีการกระจายและขยายผลในทางข้อมูลข่าวสารมาก ยิ่งขึ้น

2. คุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับการชุมชนรายการโทรทัศน์ ชี้มารยาการ “ตามล่า...หาความจริง” จะมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.3 และ 42.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีปีทางอายุของการดูรายการโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก โดยผู้ตอบแบบสอบถามนิยมดูโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 ร้อยละเก้าสิบกัน รองลงมาเป็นช่องโทรทัศน์ ITV ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามช่องการคุ้นเคยมากที่สุด ตั้งแต่เวลา 17.00-24.00 น. โดยเฉลี่ยแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามจะดูรายการตามลำดับความจริง เดือนละ 2 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง จากมหาวิทยาลัยทั้ง 8 แห่ง มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นเพศหญิงเกือบทุกสถาบันการศึกษา ยกเว้นมหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายส่วนใหญ่

เพศหญิงและเพศชายของโทรทัศน์ช่อง 3, ช่อง 7 และช่องโทรทัศน์ ITV เป็นส่วนใหญ่

นักศึกษาในสถาบันต่างๆ มีปีทางอายุการดูรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะดูรายการโทรทัศน์ในรูปของความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ส่วนเป้าหมายการดูโทรทัศน์เพื่อทราบข่าวประจำวัน นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร มาเป็นอันดับหนึ่งรองลงมา คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ส่วนเป้าหมายการดูโทรทัศน์ เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ, มหาวิทยาลัยรังสิต และ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พบว่าสถาบันการศึกษาต่างๆ มีการดูรายการโทรทัศน์ช่องต่างๆ ที่แตกต่างกันโดย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะดูรายการโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นส่วนใหญ่รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยศิลปากร ส่วนรายการโทรทัศน์ช่อง 7 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จะดูเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ส่วนรายการโทรทัศน์ช่อง ITV มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ จะดูเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยศิลปากร

3. ถูกสักขยะด้านประชารมีความสันทัณร์กับการใช้ประโยชน์และการพึ่งพาให้ได้รับจากการยกรายการ

นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้จากการยกรายการตามล่าหาความจริงแตกต่างกันโดยที่เพศหญิงได้ประโยชน์จากการยกรายการ เป็นแหล่งข้อมูลและแนวทางในการป้องกันตัว รองลงมาเป็นการพัฒนาความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารประจำวัน และนำไปสู่ทักษะกับเพื่อนร่วมงาน ส่วนเพศชาย ได้ประโยชน์จากการยกรายการ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและหาแนวทางในการป้องกันตัว รองลงมาเป็นการพัฒนาความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารประจำวันและมีข้อมูลในการตัดสินใจในข่าวสาร

สถาบันการศึกษาต่างๆ มีการดำเนินของประเภทเนื้อหาของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่แตกต่างกัน โดยเนื้อหาประเภทมาตรฐาน นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร ให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เนื้อหาประเภทม่ามีนี ฝ่ายบริหาร นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เนื้อหาประเภทการคดโกง นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทร์หรือไวรัส ให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร

เนื้อหาการปล้นฉ้อลักทรัพย์ นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยรังสิต

ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยอย่างยิ่งที่รายการ “ตามล่า...หาความจริง” มีประโยชน์กับผู้ชมในด้านให้สำนึกร่องความปลอดภัย ให้ข่าวสารทันต่อเหตุการณ์ช่วยพัฒนาความคิดของผู้ชมเกี่ยวกับข่าวสารໂจรกรรม รวมถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้แสดงความคิดเห็น แจ้งเบาะแสข่าวสารข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป

ส่วนความพึงพอใจในรายการตามล่าหาความจริง ส่วนใหญ่จะมีความเห็นด้วย รูปแบบรายการที่เป็นแบบใหม่น่าสนใจ เนื้อหารายการอาชญากรที่จะเดินแบบไป

กระทำหรือการહอบหนึ่กการจับกุม ตลอดทั้งมีความเห็นด้วยที่ควรเพิ่มเวลาของรายการให้มากขึ้น

ในรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในประเภทเนื้อหามาตรฐาน รูปแบบการนำเสนอ และผู้ดำเนินรายการ รวมทั้งประโยชน์ที่ได้จากข้อมูลข่าวสารในรายการ เพราะว่าเป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องที่เป็นแนวทางในการป้องกันด้วยให้ปลอดภัยจากภัยอันตราย

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการ “ตามล่า...หาความจริง” ไม่แตกต่างกัน

สถาบันการศึกษาต่างๆ มีความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการ “ตามล่า...หาความจริง” มีความแตกต่างกัน เมื่อทำการทดสอบค่าโดยวิธี Multiple Range Tests ด้วยวิธีการของ Tukey - Btest ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมีความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ จากรายการตามล่าหาความจริงสูงที่สุด รองลงมาเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยรังสิต ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์น้อยที่สุด

4. คุณลักษณะด้านประชากรนิความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือต่อรายการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในรายการที่เป็นแหล่งข่าวสารที่ดี ให้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายและมีความเห็นด้วยที่เป็นแหล่งข่าวสารที่เสนอทันต่อเหตุการณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” แตกต่างกับเพศหญิง โดยเพศชายให้ความน่าเชื่อถือของรายการในฐานะเป็นแหล่งข่าวสารสูงกว่าเพศหญิง

ผู้ตอบแบบสอบถามจากสถาบันการศึกษา ทั้ง 8 แห่ง มีความน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ไม่มีความแตกต่างกัน

5. ผลการทดสอบสมมุติฐาน

การทดสอบสมมุติฐานทั้ง 3 ข้อพบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมี
stanbstan และขัดแย้งกับสมมุติฐานดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 42.8% มีปีหมายของการศึกษา
石榴ทัศน์เพื่อความบันเทิง พกผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก 53% โดยผู้ตอบแบบสอบถาม
ถ่านนิยมคุ้มครอง 3 มากที่สุด 37.3% และช่อง 7 ร้อยละ ใกล้เคียงกัน 31.8% รองลง
มาเป็นช่อง石榴ทัศน์ ITV 21.5% ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามช่องการศึกษา石榴ทัศน์มาก
ที่สุด ตั้งแต่เวลา 17.00-24.00 น. 90% และ 96.3% เกษตรรายการ “ตามล่า...หาความจริง”
โดยเฉลี่ยแล้วผู้ตอบแบบสอบถามจะดูรายการตามล่าหาความจริง เดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็น
39.5%

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง จากมหาวิทยาลัยทั้ง 8 แห่ง มี
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็น
เพศหญิงมากกว่าเกือบทุกสถาบันการศึกษา ยกเว้นมหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ และ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่า

เพศหญิงชอบดู石榴ทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด รองลงมาเป็นช่อง 7 และเพศชาย
ชอบดู石榴ทัศน์ช่อง 7 มากที่สุด รองลงมาเป็นช่อง石榴ทัศน์ ITV เป็นส่วนใหญ่ โดยเพศ
หญิงดู石榴ทัศน์ช่อง 9 และช่อง 11 น้อยที่สุดเท่าๆ กัน ส่วนเพศชายดู石榴ทัศน์ช่อง 11
น้อยที่สุด

นักศึกษาในสถาบันต่างๆ มีปีหมายการศึกษา石榴ทัศน์ที่แตกต่างกัน
โดยนักศึกษาของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะดูรายการ石榴ทัศน์ในรูปของความ
บันเทิงเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ ส่วนเป้าหมายการดู石榴ทัศน์เพื่อทราบข่าวประจำวัน นักศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปากร มาเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัย
รังสิตและ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ส่วนเป้าหมายการดู石榴ทัศน์ เพื่อหาความรู้เพิ่ม
เติม นักศึกษา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทร์วิโรฒ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถาบันการศึกษาต่างๆ มีการคุ้มครองการโทรศัพท์ช่องต่างๆ ที่แตกต่างกัน โดยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะคุ้มครองการโทรศัพท์ช่อง 3 เป็นส่วนใหญ่รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยศิลปากร ส่วนรายการโทรศัพท์ช่อง 7 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จะคุ้มครองอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ส่วนรายการโทรศัพท์ช่อง ITV มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์ วิโรฒ จะคุ้มครองอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยศิลปากร

สมมุติฐานข้อที่ 2

นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้จากการตามล่าหาความจริงแตกต่างกัน โดยที่เพศหญิงได้ประโยชน์จากการ เป็นแหล่งข้อมูลและแนวทางในการป้องกันตัว รองลงมาเป็นการพัฒนาความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารประจำวัน และนำไปสู่ทางนักกิจเพื่อร่วมงาน ส่วนเพศชาย ได้ประโยชน์จากการ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและทางแนวทางในการป้องกันตัว รองลงมาเป็นการพัฒนาความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารประจำวันและมีข้อมูลในการตัดสินใจในข่าวสารตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่มีสถิติ $t = 0.00$ ซึ่งเป็นค่า วิกฤตที่ตกอยู่ในบริเวณยอมรับสมมุติฐานว่า ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการค้นกล่าวทั้งเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

สถาบันการศึกษาต่างๆ มีความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการ ตามล่า...หาความจริง มีความแตกต่างกัน เมื่อทำการทดสอบต่อโดยวิธี Multiple Range Tests ด้วยวิธีการของ Tukey - Btest ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมีความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์จากการตามล่าหาความจริง สูงที่สุด รองลงมาเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์น้อยที่สุด

สมมุติฐานาข้อที่ 3

ผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศชาย ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของ รายการ “ตามล่า...หาความจริง” มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของ รายการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่มีค่าสถิติ $t = 2.84$ ซึ่งเป็นค่าวิกฤตที่ตกอยู่ในบริเวณ ปัจจุบันสมมุติฐานาว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการดังกล่าวแตกต่าง กันเพศหญิง โดยเพศชายให้ความน่าเชื่อถือของรายการในฐานะเป็นแหล่งข่าวสารสูง กว่าเพศหญิง

ผู้ตอบแบบสอบถามจากสถาบันการศึกษา ทั้ง 8 แห่ง มีค่าเฉลี่ย ความน่า เชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ที่สถิติ $F = 1.726$ ซึ่งเป็นวิกฤตที่ตกอยู่ใน บริเวณยอมรับสมมุติฐานาว่า ค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของรายการดังกล่าวของสถาบันทั้ง 8 แห่ง มีความคิดเห็นที่ไม่มีความแตกต่างกัน แต่มีมหาวิทยาลัยศิลปากรที่ให้ความน่าเชื่อ ถือต่อรายการสูงสุดในฐานะที่เป็นแหล่งข่าวสารโดยคุ้จากค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงสุด

การศึกษายังช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่ม ตัวอย่าง ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมที่สนใจ และเข้าใจในเรื่องที่ตนสนใจ แต่ไม่ได้รับชมรายการ ที่จะติดตาม และเปิดรับชมเมื่อมีรายการเพื่อพักผ่อนจากงานในวันพุธ เวลา 22.00-22.30 น. ทาง สถานีวิทยุกองทัพบกช่อง 5 พฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง ยังรวมไปถึงความพึง พอนใจที่ได้รับชมเนื้อหาสาระของรายการ และมีความคาดหวังที่จะนำเนื้อหาสาระที่เป็น ประโยชน์ของรายการไปเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น โดยการสนทนากับคุณกุญแจในกลุ่มเพื่อน ผู้

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการได้ใช้ข้อมูลข่าวสารให้เกิด ประโยชน์ในทางหนึ่งทางใดย่อมสะท้อนแนวโน้มที่ศึกษาในการพัฒนาการใช้สื่อ และใช้ ประโยชน์จากการสื่อสาร การพัฒนาสังคมปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาความรู้สึกนึกคิด การแสดงออก การรับรู้ข่าวสารที่เป็นระบบมากขึ้นรวมไปถึงความมีคุณภาพทางความ คิดของประชาชน สิ่งเหล่านี้ย่อมเป็นสัญญาณที่ดีต่อระบบสื่อสารพัฒนาการในสังคมยุค ข่าวสารที่จะมีขึ้นในอนาคตต่อไป

ผลสรุปโดยภาพรวมของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็น นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่รับชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่สนใจปัญหากับอันตรายในชีวิตประจำวัน และติดตามความเกลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่กำลังเป็นที่สนใจของคนทั่วไป ดังนั้น การรับชมรายการจึงเป็นไปตามความต้องการ และการใช้ประโยชน์ของสื่อสารมวลชนในแต่ละบุคคล ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับเพศ สถาบันการศึกษา กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เพศ สถาบันการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อ และความพึงพอใจ ในรูปแบบรายการ เนื้อหา และผู้ดำเนินรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยทั้งหมดที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.1 ในด้านรูปแบบเนื้อหารายการ “ตามล่า...หาความจริง” การผลิต และการออกอากาศแต่ละครั้ง ทีมงานผลิตรายการ และผู้จัดควรกระจายเนื้อหาของรายการได้ดี ทันต่อเหตุการณ์สำคัญที่ประชาชนให้ความสนใจ และความจริงทั้งหลายที่ติดค้างอยู่ในใจ ให้ความกระชับ เสริมกระบวนการในระบบที่ล่าช้าคิดขัด ตลอดจนเป็นกระบวนการ การสืบสานของทางการที่จะได้รับการกระตุ้นได้เป็นอย่างดี จะเห็นได้ว่าเนื้อหาหลักๆ ของรายการก็จะมีเกี่ยวกับเรื่องการรับแข้งการสถาบันสูญของบุคคลต่างๆ ทรัพย์สินมีค่าถูกโภย คดีความสำคัญที่ค้างค้าง ล่าช้า ทางรายการจะตามล่า...หาความจริง มาเปิดเผย แต่ทางรายการน่าจะเพิ่มเวลาการออกอากาศให้มากกว่านี้เพราเวลานะ 30 นาที ผู้ชมรายการยังไม่เพียงพอ กับเนื้อหาที่อย่างจะได้รับ จึงอยากให้เพิ่มเวลาเป็น 60 นาที

1.2 ผู้ดำเนินรายการ การดำเนินรายการส่วนใหญ่แล้วดีมาก แต่สิ่งที่น่าปรับปรุงก็คือ เรื่องการใช้ภาษาของผู้ดำเนินรายการบางครั้งคำควบกล้ำตัว “ร” “ล” จะไม่ค่อยชัด หรือครรศึกษาคำบางคำที่น่าจะต้องพูดให้ถูกต้อง เช่นคำว่า “โอมณา” ซึ่งมีบางครั้งที่ผู้ดำเนินรายการพูดว่า “โโค-ลະนา” แทนที่จะเป็น โโค ละ นา เป็นต้น ทั้งนี้เพราะรายการนี้มีผู้สนใจติดตามชุมนุมมาก การใช้คำพูดที่ถูกต้องเหมาะสมจะช่วยให้ผู้ชมในระดับต่างๆ ได้รับประโยชน์จากการติดตามชมรายการได้ในทุกด้าน รวมทั้งการเรียนรู้ในแง่มุมต่างๆ ด้วย

1.3 ด้านเทคนิค การผลิตรายการควรเน้นเรื่องคุณภาพด้านเทคนิคให้มากขึ้น และมีความสนับสนุนอีกว่าจะเป็นเรื่องภาพและเสียง เนื่องจากในบางครั้งหากภาพดี

จะมีปัญหาเดียบไม่ดี หรือหากเสียงคือภาพก็อาจจะไม่ดี เหล่านี้เป็นต้น ผู้ผลิตและหน่วยงานควรให้ความสำคัญในด้านนี้ให้มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการให้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งกำหนดขอบเขตประชากรเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ที่ชุมชนการ “ตามล่า...หาความจริง” โดยจะเน้นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบเนื้อหารายการ “ตามล่า...หาความจริง” กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษา อาจนำไปใช้อ้างอิงกับกลุ่มตัวอย่างประชากรในลักษณะใกล้เคียงกันได้ และยังมีส่วนที่สำคัญอีกหลายประเด็น ที่น่าจะขยายเช่นมาพิจารณาศึกษาทำการวิจัยต่อๆ ไปอีก จึงเห็นควรให้สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 หรือทางผู้ผลิตรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ได้ทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยผู้ชมทั่วประเทศ หรือสู่มุ่งเฉพาะภูมิภาค หรือจังหวัดในประเทศไทยที่นำเสนอในอื่นๆ รวมทั้งความนิยมต่อรายการ ซึ่งคาดว่าจะสามารถเป็นตัวแทนประชากรทั่วประเทศไทยได้หรือหากจะสามารถศึกษาเปรียบเทียบความนิยมในการรับชมรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ระหว่างกรุงเทพมหานคร กับจังหวัดหรือภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศว่าจะมีความแตกต่างกันอย่างไรด้วยก็จะช่วยให้ได้ผลการศึกษาที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในอนาคตต่อไปได้อีกด้วย

2.2 นอกจากนี้รายการประเภท “สารคดีแนวสอบสวนสืบสวน” ซึ่งผลิตและจัดในแนวเดียวกับรายการ “ตามล่า...หาความจริง” คือเป็นแนวทางที่ให้ความพึงพอใจในตัวรายการ และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากรายการไปใช้ประโยชน์ ดังทฤษฎีที่ว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ประโยชน์ในที่นี้หมายถึงได้ความรู้ต่างๆ เช่น ข้อมูล ข่าวสาร จากรายการไปใช้ในการระมัดระวังการดำเนินชีวิต และพ德คุยบอกกล่าวเพื่อนฝูง เป็นต้น ส่วนความพึงพอใจ หมายถึง การได้ความตื่นเต้นระทึกใจ ความสนุกต่างๆ จากรายการ รวมถึงเนื้อหาสาระด้วย จะเห็นว่ารายการประเภท

นี้มีการผสมผสานความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์เข้าด้วยกันเป็นอย่างดี ซึ่งจะเรียก
รายการประเภทนี้ว่า Infotainment ก็คือ Information + Entertainment หมายถึง การนำ
ข่าวมาทำให้มีความบันเทิง ก็เป็นลักษณะเดียวกับรายการ “ตามล่า...หาความจริง” และ
ในปัจจุบันมีจำนวนหลายรายการ หากจะศึกษาวิถีเปรียบเทียบรายการประเภทเดียวกัน
นี้ในแต่ละประเทศ ไม่ว่าจะเป็น เนื้อหา รูปแบบรายการ ผู้ดำเนินรายการ ฯลฯ ก็จะช่วยให้
สถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องต่างๆ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพของ
รายการในอนาคต ได้เช่นเดียวกัน



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- เดชา สารานนท์. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร : 2532, หน้า 191-195.
- บุญเลิศ ศุภดิลก. “ลักษณะวิชาการวิจัยทางการสื่อสาร.” **การวิจัยทางการสื่อสาร**. 4, 8 : กรกฎาคม-สิงหาคม 2535, หน้า 21.
- บุญเลิศ ศุภดิลก. **สื่อมวลชนและการพัฒนาประเทศไทย**. **วารสารธรรมศาสตร์**. 6, 11 : กรกฎาคม 2520, หน้า 11.
- บุญเลิศ ศุภดิลก. **วารสารธรรมศาสตร์**. 5, 12. กันยายน 2539, หน้า 28.
- บุญเลิศ ศุภดิลก. **วารสารธรรมศาสตร์**. 5, 12. กันยายน 2539, หน้า 37.
- พีระ จิระโภคณ. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534, หน้า 629.
- สุ瓜วรรณ สังจพงศ์. “ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวัง ผลตอบแทนความพึง พولิจ และพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณี รายการข่าวภาคถ่ายทอดของ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย”, **วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต**. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสาร มวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หน้า 12.
- เมศดา กฤตวิทย์. พชนี เซยจารยา. ถิรนันท์ อันวัชศิริวงศ์. **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ ประมวลศักดิ์วิชาการ ทฤษฎีสำคัญ วิธีการศึกษาวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : 2532, หน้า 125.
- วีนัส พิชวาณิชย์. และผศ. สมจิต วัฒนาชัยากุร. **สถิติสำหรับนักสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525, หน้า 254-257.
- สมควร กวียะ. **นิสัยการรับฟังข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย**.
- กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523, หน้า 41.
- เตี๊ย วงศ์มนษา. “จิตวิทยาในการสื่อสาร”. **วารสารธรรมศาสตร์**. 8, 15 เมษายน- มิถุนายน 2523, หน้า 6.

เนาวรัตน์ ใจนวีทยา. ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเพื่อ
แผ่นดินไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสาร
มวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534, หน้า. บทคัดย่อ¹
ไคลทิพย์ จารุภรณ์. ความพึงพอใจที่ได้รับจากองค์กรโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ ปริญญา, มหา
บัณฑิตย์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534, หน้า. บทคัดย่อ²
อุมา จันทร์ประภาศ. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจาย
เสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญา, มหาบัณฑิตย์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534,
หน้า. บทคัดย่อ³

ภาษาอังกฤษ

Book

Clayton Thomas E. Teaching and Learning. A Psychological and Perspective. 3rd ed.
New Jersey : Prentice Hall. p. 123.

David N. Berlo, James B. Lemert, and Robert J. Mertz. Dimensions for Evaluating
the Acceptability of Message Sources. 4th ed. New York : Macmillan. pp.
563-576.

Everette M. Rogers and Lynne Svenning. Modernization among peasants : The
impact of Communication. 3rd ed. New York : Holt and Winston. pp. 124-125.

E.M. Rogers. Communication Strategies for Family Planning. 3rd ed. New York :
The Free Press, 1971, p. 43.

Elihu Katz. et. al. Traditions of Research on the Diffusion of Innovation, American
Sociological Review. 4th ed. New York : The Free Press, 1963, p. 237.

E.M. Rogers with Shoemaker. Communication of Innovation. 3rd ed. New York : The
Free Press, p. 28.

Katz. Elihu and Others. The Uses of Mass Communication, current perspective on
gratification research. 6th ed. Beverly Hills : Sage, 1974, p. 759.

- Harold D.Lasswell. **The Structure and Function Communication in Society.** 4th ed.
Urbana : University of Illinvis Press. 1971. p. 68.
- Ibid., p. 49.
- Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker. **Using Mass Communication Theory.** 4th
ed. Engllwood Cliffs : N.J. princtice Hall. pp. 51-52.
- Nancy R. Moisier. and Andrew Ahigren. **Credibility of Precision Journalism.** 3rd ed.
Belmond : Wadsworth. p. 375.
- Phillip G. Zimbado. Ebbe B. Ebberson and Christina Moslach. **Influencing
Attitudes and Changing Behavior.** 4th ed. London : Addison-Wesley
Publishing Company. 1977, p. 49.
- Phillip Palmgreen. **Use and Gratification Research.** 4th ed. N.J. : Rosengren. 1985.
p. 14.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้วัดถูประดงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างรูปแบบ เนื้อหา ของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชม รายการ “ตามล่า...หาความจริง” ทาง ททบ.5 ว่ารายการนี้ได้ให้ข่าวสารเป็นประโยชน์กับ ผู้ชมจริงหรือไม่ รวมทั้งเพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบ ของรายการ ที่ออกอากาศเป็นประจำให้มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของผู้ชมมาก ยิ่งขึ้น จึงครุ่นความร่วมมือท่านในการกรอกข้อมูลในแบบสอบถามทุกช่อง เพื่อความ สมบูรณ์ในการประเมินผลในโอกาสต่อไป และขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือ อย่างดีเยี่ยม โอกาสหนึ่งเดียว

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงและข้อความที่ ก่านกิด

ส่วนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- (1) ชาย (2) หญิง

2. สถาบันการศึกษา

- (1) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- (2) มหาวิทยาลัยศึกษาภูมิภาค
- (3) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- (4) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- (5) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- (6) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- (7) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- (8) มหาวิทยาลัยรังสิต

3. โดยปกติท่านคูรา yal การโทรศัพท์เพื่อ

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| (1) ความบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ | (2) ทราบข่าวประจำวัน |
| (3) หาความรู้เพิ่มเติม | (4) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

4. ท่านชอบดูโทรศัพท์ซองใดมากที่สุด

- | | | |
|------------|-------------|------------|
| (1) ช่อง 3 | (2) ช่อง 5 | (3) ช่อง 7 |
| (4) ช่อง 9 | (5) ช่อง 11 | (6) ITV |

5. ท่านชอบดูโทรศัพท์ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- | | |
|--------------------|--------------------|
| (1) 6.00-12.00 น. | (2) 12.00-17.00 น. |
| (3) 17.00-24.00 น. | (4) 24.00-6.00 น. |

6. ท่านเคยคูรา yal “ตามล่า...หาความจริง” หรือไม่

- | | |
|---------|------------|
| (1) เคย | (2) ไม่เคย |
|---------|------------|

7. ถ้าท่านเคยดู ท่านคูเคนลีกคีอนลากีครึ้ง

- | | |
|-------------|----------------|
| (1) 1 ครั้ง | (2) 2 ครั้ง |
| (3) 3 ครั้ง | (4) คูทุกครั้ง |

ส่วนที่ 2 (2.1) การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

ทำน gereนด้วยกับข้อความต่อไปนี้หรือไม่อย่างไร (โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องที่ต้องการ)

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
8. เป็นรายการที่สร้างสำนึกร่วม ปลอดภัยให้กับคนไทย					
9. เป็นรายการที่ให้ประโยชน์ใน แง่ของข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อ เหตุการณ์					
10. เป็นรายการที่เปิดโอกาสให้ ประชาชนแจ้งข่าวสารให้กับ บุคคลอื่นา ที่มารายการทราบ					
11. เป็นรายการที่สะท้อน สถานการณ์กับอันตรายใน ปัจจุบันได้ดี					
12. เป็นรายการที่ช่วยพัฒนาความ คิดของผู้ชมในส่วนที่เกี่ยวกับ ข่าวสารการเมืองรวม อาชญากรรมบุคคลที่หาย สาบสูญ					
13. เนื้อหาของรายการ “ตามล่า... หาความจริง”ให้ประโยชน์ด้าน ข้อมูลเชิงลึกและหลากหลาย					
รูปแบบรายการเป็นรูปแบบใหม่ น่าสนใจกว่ารายการอื่นา					

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
15. เนื้อหาของรายการเป็นแนว ทางอาชญากรในการจะกระทำ ผิดกฎหมายในครั้งต่อไปหรือ อาชญากรอาจจะเลียนแบบใน การกระทำผิดกฎหมายตาม เนื้อหาของรายได้					
16. เนื้อหาในรายการไม่เหมือน เหตุการณ์จริง					
17. เนื้อหารายได้ทำให้ผู้กระทำ ผิดกฎหมายหรืออาชญากร หลบหนีการจับกุมของเจ้า หน้าที่ตำรวจได้ดีขึ้น					
18. เนื้อหาของรายการแต่ละตอน ซ้ำซาก ไม่น่าสนใจ					
19. ผู้ดำเนินรายการไม่เป็นกลาง					
20. ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก รายการมีเพียงเล็กน้อยและไม่ ชัดเจนเพียงพอ					
21. ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้สร้าง สีสันของรายการช่วยให้ รายการน่าสนใจและตื่นเต้น มากขึ้น					
22. เวลาของรายการสั้นไป					
23. เวลาของรายการพอดีแล้ว					
24. ควรเพิ่มเวลาให้มากขึ้นอีก					

2.2 ความพึงพอใจในรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

25. กรุณานำลำดับประเภทของเนื้อหาที่ท่านสนใจมากที่สุด ในรายการ “ตามล่า...หาความจริง”

- (1) ฆาตกรรม
- (2) ฆ่าข่มขืน, ฆ่าชิงทรัพย์
- (3) การคดโกง
- (4) ปลดล็อกทรัพย์
- (5) แจ้งข่าวบุคคลสูญหาย, ประกาศจับ

26. ท่านพึงพอใจกับเนื้อหาในรายการหรือไม่อย่างไร

- (1) พอดีและเหมาะสมสมดีแล้ว
- (2) ไม่พอดีเพรา...
- (3) เนื้อหาไม่สมจริง
- (4) ไม่น่าสนใจ
- (5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

27. ท่านพึงพอใจกับรูปแบบการดำเนินรายการหรือไม่อย่างไร

- (1) พอดีและเหมาะสมสมดีแล้ว
- (2) ไม่พอดีเพรา...
- (3) เนื้อหาน่าตื่นเต้น ระทึกใจ
- (4) ไม่น่าสนใจ
- (5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

28. ท่านพึงพอใจกับผู้ดำเนินรายการหรือไม่อย่างไร

- (1) พอดีและทำหน้าที่ดีแล้ว
- (2) ไม่พอดีเพรา...
- (3) สรุปเนื้อหา
- (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

29. หลังจากดูรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ท่านได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในรายการอย่างไร

- (1) นำไปพูดคุยกับเพื่อนที่ทำงานในเนื้อหาสาระซึ่งเป็นที่สนใจของนั้น
- (2) ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาความคิดเห็นในเรื่องของข่าวสารที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน
- (3) ช่วยให้มีข้อมูลในการตัดสินใจในข่าวสารหรือเรื่องนั้นๆ
- (4) นำไปค้นคว้าเพิ่มเติมในเรื่องนั้นๆ (เนื่องจากการเป็นข้อมูลพื้นฐาน)
- (5) เป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องที่เป็นแนวทางในการป้องกันตัวให้ปลอดภัยจากภัยอันตราย
- (6) ไม่ได้ใช้ประโยชน์เลย

2.3 ภาระน่าเชื่อถือของรายการ “ตามล่า...หาความจริง” ในฐานะเป็นแหล่งสาร

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความ เห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
30. รายการเป็นแหล่งข่าวสาร ที่ดี โดยเฉพาะเนื้อเรื่องที่อยู่ ในความสนใจของ ประชาชน					
31. ให้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลาย หลายแขนง					
32. ข่าวสารที่เสนอทางรายการ จะไว้วางใจเหตุการณ์					

ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์

ชื่อ นางสาวบงกช กนุทแก้ว
วันเดือนปีเกิด 19 พฤศจิกายน 2512
สาขาวิชา ปริญญาตรี ศิลปศาสตร์บัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2534

