



คุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย

News Worthiness in Thai Mass Media's Presentation

ศุภรศมี จิตติกุลเจริญ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน และความต้องการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน กับคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม สถิติในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า (1) ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและด้านอาชีพต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน (2) ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนด้านสื่อที่นิยมเปิดรับ ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ และด้านระยะเวลาในการเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกันและ (3) ความต้องการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง กับการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย

คำสำคัญ: ความต้องการเปิดรับข่าว; คุณค่าข่าว; สื่อมวลชน

¹รองศาสตราจารย์ คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E-mail: hlasuparas@gmail.com



Abstract

In this research investigation, the researcher examines the relationships between demographical factors, news exposure behaviors from the mass media, and the need for such news exposure and news worthiness in the presentation of Thai mass media. In this quantitative research investigation, using the cluster sampling method, the researcher selected a sample population of 400 members. Using a questionnaire as a research instrument, the researcher collected a sample population consisting of Bangkok Metropolis residents sixteen years of age or above. Using techniques of descriptive statistics, the researcher employed a *t* test technique and the one-way analysis of variance (ANOVA) technique in addition to Pearson's product moment correlation coefficient and the least significant difference (LSD) multiple comparison methods. The results of hypothesis testing at 0.05 level of significance were as follows. (1) The Bangkok Metropolis residents who differed in the demographical characteristic of gender exhibited concomitant statistically significant differences in concern with evaluating of news worthiness in Thai mass media's presentations. (2) Subjects who differed in mass media exposure behaviors in the aspect of media type revealed associated and respect to the aspect of length of time of having been exposed displayed parallel and the aspect of length of time having been exposed manifested concomitant statistically significant differences in concern with evaluating of news worthiness in Thai mass media's presentations. (3) The researcher also determined that the overall need for news exposure were positively correlated with evaluating of news worthiness in Thai mass media's presentations at a moderate level.

Keyword: need for news exposure; news worthiness; mass media

บทนำ

การสื่อสาร (communication) เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (สุปรีดี สุวรรณบุรณ์, 2558) ได้แก่ (1) ผู้ส่งสาร (sender) (2) สาร (message) (3) สื่อ (channel) และ (4) ผู้รับสาร (receiver) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ การสื่อสารในรูปแบบของการเผยแพร่ข่าวผ่านสถาบันทางสังคมนั้น จะพบว่าสื่อมวลชน คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งสาร ข่าวต่าง ๆ คือ สารที่สื่อมวลชนส่งไปยังประชาชนหรือผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ตบนโลกออนไลน์

ในสังคมปัจจุบันที่เป็นยุคของสังคมข่าวสารนั้น สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีบทบาทและอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสถาบันที่สามารถรายงานข่าวและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากทั่วทุกมุมโลกมาสู่ประชาชนเป็นแหล่งรวบรวมของข้อมูลข่าวที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตในสังคม เป็นผู้ที่มีความสามารถในการกำหนดทิศทางของข่าวที่จะเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบถึงข้อเท็จจริงของเรื่องราวต่าง ๆ

ซึ่งการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทยนั้นย่อมเกิดผลกระทบทั้งทางบวก และทางลบต่อบุคคลและสังคม ดังนั้น ประเด็นที่น่าสนใจที่ควรหาคำตอบต่อไป คือ อะไร จึงเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนควรให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวต่าง ๆ

คุณค่าข่าวเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนควรให้ความสำคัญในฐานะปัจจัยหนึ่งในการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอไปยังผู้รับสาร การที่สื่อมวลชนจะเลือกสรรเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงใดมานำเสนอข่าวจะต้องมีหลักเกณฑ์พื้นฐานบางประการในการที่จะตัดสินใจเลือกนำเสนอออกไปสู่สาธารณชน ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาเลือกเหล่านั้นเรียกว่า คุณค่าของข่าว (news values) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ องค์ประกอบของข่าว หากสื่อมวลชนพิจารณาแล้วว่าเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงใดมีคุณค่าเพียงพอสำหรับการนำเสนอให้สาธารณชนทราบ สื่อมวลชนจะนำเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงนั้นมาเขียนเป็นข่าวนั่นเอง

ในขณะเดียวกันการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับประชาชนผู้รับสาร กล่าวคือ ต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม



ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมที่เป็นผลสะท้อนกลับจากการเปิดรับข่าวของประชาชน ผ่านการประเมินคุณค่าของข่าวนั้น เป็นการแสดงความคิดเห็นของประชาชนว่ามองเห็นคุณค่าข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอเหล่านั้นอย่างไร การที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าวโดยพิจารณาจากคุณค่าข่าว และคำนึงถึงคุณค่าข่าวในมุมมองของประชาชนนั้น เกิดขึ้นจากการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งทำให้เกิดการตอบสนองที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานของสื่อมวลชน แต่หากเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว จะทำให้ขาดการตอบสนองกลับจากผู้รับสาร จนทำให้ขาดการพัฒนาและปรับปรุงงาน ซึ่งถือเป็นข้อเสียที่สำคัญของระบบสื่อสารมวลชน

จากการที่บุคคลสามารถเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้อย่างอิสระและรวดเร็วจะทำให้สามารถรับรู้ข่าวได้มากและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งนับวันสังคมก็จะยังมีความต้องการข่าวที่หลากหลายแตกต่างกันไป โดยประชาชนแต่ละคนต่างเลือกเปิดรับข่าวที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ ความสนใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของตนเองได้ ดังนั้น คุณค่าข่าวในการนำเสนอ

ของสื่อมวลชนตามการประเมินของผู้รับสาร จึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สื่อมวลชนควรให้ความสนใจ คำนึงถึง และนำมาเป็นปัจจัยในการพิจารณานำเสนอข่าว เหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งข่าวแต่ละประเภทก็จะมีคุณค่าในด้านต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน นอกจากนั้น การให้ความสำคัญว่าผู้รับสารมองคุณค่าข่าวที่ได้รับอย่างไร จะทำให้สามารถนำข้อมูลมาพัฒนา การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนให้มีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือ ยืนยมน่าเชื่อถือของสื่อมวลชน และคงไว้ซึ่งคุณค่าของข่าวด้วย และที่สำคัญคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนตามการประเมินของผู้รับสาร ยังมีประโยชน์อย่างมากต่อแวดวงการศึกษาด้านวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน เนื่องจากผู้รับสารเป็นเป้าหมายของการนำเสนอข่าว สื่อมวลชนจึงต้องคำนึงถึงความคิดเห็นและความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเรียนการสอนที่กลุ่มนักวิจัยครู อาจารย์ จะสามารถนำมายกตัวอย่างให้กับกลุ่มผู้เรียนได้เรียนรู้ และตระหนักถึงความสำคัญของคุณค่าข่าวในการนำเสนอ รวมทั้งยังสามารถนำมากำหนดและพัฒนา



กรอบการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองในฐานะสื่อมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สมกับการเป็นสื่อกลางของสาธารณชน

จากสภาพปัญหาและผลกระทบจากการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนที่เราสามารถพบเห็นได้ในปัจจุบัน ประกอบกับคุณสมบัติสำคัญของสื่อมวลชน นั่นก็คือ การนำเสนอข่าวที่มีคุณค่ามาก การคำนึงถึงความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด และการประเมินคุณค่าข่าวในมุมมองของผู้รับสารนั้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าประชาชนในกรุงเทพมหานคร รับรู้ ประเมิน และมีมุมมองต่อคุณค่าข่าวด้านต่าง ๆ ในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยอย่างไร และอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชน ซึ่งผลการศึกษาจะทำให้ผู้วิจัยสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนไทยควรให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวต่อสาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการเปิดรับข่าว และความต้องการในการเปิดรับข่าวของผู้รับสาร เป็นต้น เพื่อให้สื่อมวลชนตระหนักในประเด็นเหล่านี้ และสามารถพัฒนาตนเอง พัฒนางานให้เป็นที่ยอมรับ และสามารถลดผลกระทบเชิงลบที่จะ

ตามมาจากการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน

นอกจากนั้นแล้ว การวิจัยเรื่อง คุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย ในครั้งนี้ยังมีความสำคัญต่อการเรียนการสอนด้านวารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน และการผลิตบัณฑิตที่จะเป็นนักสื่อสารมวลชนที่ดี มีความรู้ ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรม ยึดมั่นในจรรยาบรรณ และใส่ใจในความเป็นมนุษย์ของทั้งประชาชนผู้รับสาร และผู้ได้รับผลกระทบจากการนำเสนอข่าวในอนาคตด้วย ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเป็นนักสื่อสารมวลชนที่ดี งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นสื่อการเรียนการสอนที่ช่วยให้ผู้เรียนได้ตระหนัก และเห็นตัวอย่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมุมมองคุณค่าข่าวของประชาชนที่สื่อมวลชนนำเสนอ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักสื่อสารมวลชนควรหันมาให้ความใส่ใจ และเก็บประเด็นนี้เป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนางาน เพื่อที่จะสามารถพิจารณานำเสนอข่าวต่าง ๆ ด้วยเนื้อหา รูปแบบถ้อยคำที่มีความเหมาะสม และมีคุณค่าสำหรับผู้รับสาร และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองที่เกิดขึ้น



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,695,092 คน ณ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2558 (สำนักปกครองและทะเบียนกรุงเทพมหานคร, 2558)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นอายุที่สามารถคิดอย่างนามธรรม (formal operational stage) ตามทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจต์ (Piaget) สามารถคิดหาเหตุผลนอกเหนือไปจากข้อมูลที่มีอยู่ สามารถคิดวิเคราะห์ด้วยตนเองได้ (Lall & Lall, 1983) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (cluster sampling) จากจำนวนประชากร 5,695,092 คน โดยการแบ่งประชากรตามกลุ่มเขตต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 กลุ่ม และทำการสุ่มกลุ่มเขตละ 3 เขต โดยคิดตามสัดส่วนของจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่มได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎีของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม的开รับข่าว ความต้องการในการเปิดรับข่าว และคุณค่าข่าว มาสร้างแบบสอบถามซึ่งเนื้อหาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวจากสื่อมวลชน ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความต้องการในการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย และส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี โดยได้รับความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความน่าเชื่อถือ ได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของความต้องการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน และคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย เท่ากับ 0.954 และ 0.864 ตามลำดับ



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้การแจกแจงความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และใช้การทดสอบค่าที (t -test) ในกรณีที่เปรียบเทียบ 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนกรณีการหาความสัมพันธ์ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation coefficient)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.3 อายุ 35-44 ปี ร้อยละ 27.3 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.3 สถานภาพโสด ร้อยละ 54.5 มีอาชีพข้าราชการ/

พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ ร้อยละ 15.8 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 44.8 เปิดรับข่าวจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 36.4 และเปิดรับข่าวสังคม ร้อยละ 28.2

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมเปิดรับข่าวจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 85.2 มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวจากสื่อวิทยุ มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 40.2 สื่อโทรทัศน์ มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 76.2 สื่อหนังสือพิมพ์ มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 50.2 มีความถี่ในการไม่เปิดรับข่าวจากสื่อวิทยุ ร้อยละ 28.7 เปิดรับข่าวจากสื่อโทรทัศน์ มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 60.0 เปิดรับข่าวหนังสือพิมพ์ มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 25.0 มีช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข่าวจากสื่อวิทยุ น้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ 37.2 สื่อโทรทัศน์ มากกว่า 2 ชั่วโมง ร้อยละ 46.5 สื่อหนังสือพิมพ์ น้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ 29.0 และเปิดรับข่าวร่วมกับบิดา/มารดา/พี่น้อง และสามี/ภรรยา เท่ากันคือ ร้อยละ 23.3

3. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการในการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านข้อมูล ($\bar{x} = 4.23$) มากกว่าความต้องการสังคม ($\bar{x} = 4.09$) ความต้องการ



ความมั่นคง ($\bar{x} = 4.08$) ความต้องการความบันเทิง ($\bar{x} = 4.07$) และความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา ($\bar{x} = 3.75$)

4. กลุ่มตัวอย่างมีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ ($\bar{x} = 4.10$) มากกว่าคุณค่าข่าวการเมือง ($\bar{x} = 4.04$) คุณค่าข่าวสังคม ($\bar{x} = 4.02$) และคุณค่าข่าวบันเทิง ($\bar{x} = 3.99$)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยปรากฏ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1

ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ คุณค่าข่าวการเมือง และคุณค่าข่าวสังคมในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน ส่วนประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ คุณค่าข่าวการเมือง คุณค่าข่าวสังคม

คุณค่าข่าวบันเทิง และรวมทุกประเภทข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2

ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนต่างกัน มีคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกันพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนด้านสื่อที่นิยมเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวการเมือง และคุณค่าข่าวบันเทิงในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนด้านระยะเวลาในการเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ คุณค่าข่าวการเมือง คุณค่าข่าวสังคม คุณค่าข่าวบันเทิง และรวมทุกด้านในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน ส่วนประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนด้านช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวการเมือง คุณค่าข่าวบันเทิง และรวมทุกประเภทข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่



ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3

ความต้องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยพบว่า ความต้องการด้านข้อมูล ความต้องการความบันเทิง ความต้องการความมั่นคง ความต้องการสังคม ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา และภาพรวมความต้องการเปิดรับข่าวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางกับการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ คุณค่าข่าวการเมือง คุณค่าข่าวสังคม คุณค่าข่าวบันเทิง และรวมทุกประเภทข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปผลและวิจารณ์

จากผลการศึกษาที่พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ คุณค่าข่าวการเมือง และคุณค่าข่าวสังคมในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน ส่วนประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัย

ส่วนบุคคล ด้านอาชีพต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ คุณค่าข่าวการเมือง คุณค่าข่าวสังคม คุณค่าข่าวบันเทิง และรวมทุกประเภทข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน สอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลของ แคลปเปอร์ (Klapper, 1967, p. 49) ที่เชื่อว่า บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพทางจิตวิทยา ความแตกต่างนี้เกิดขึ้นจากการเรียนรู้และสภาพแวดล้อมของบุคคล ซึ่งทำให้บุคคลเกิดการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ซึ่งการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันนี้ ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน นอกจากนั้น ยังสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ ยูล เบญจรงค์กิจ (2542) ที่เชื่อว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรร่วมกัน จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์นี้ เชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้นให้เกิดความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมต่อแรงกระตุ้นนั้น พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมานั้นเป็นการแสดงออกถึง



ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ดังนั้น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน บุคคลก็จะมี ความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป จึงอาจกล่าวได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะส่งผลให้บุคคลมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติที่แตกต่างกันด้วย

สำหรับตัวแปรเพศ การวิจัยหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าหญิงกับชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทของแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน เพศจึงมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ จิตใจ และอารมณ์ของบุคคล (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, หน้า 44-46) ส่วนอาชีพจะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล เป็นแหล่งที่มาของรายได้ และเป็นตัวแปรที่กำหนดรูปแบบการใช้เวลาและสถานที่ของบุคคลด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2552, หน้า 216-222) ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ การที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคล หรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศและ

อาชีพต่างกัน จึงมีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกันทางสถิติ เนื่องจากคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยเป็นการประเมินเนื้อหา รายละเอียดของข่าวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ และข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และบันเทิงที่ผู้ส่งสาร (สื่อมวลชน) ส่งถึงผู้รับสาร (ประชาชน) ซึ่งการประเมินนั้นเป็นการแสดงออกทางความคิดเห็นรูปแบบหนึ่งที่เป็นผลมาจากทัศนคติ และค่านิยมของประชาชน โดยความคิดเห็น ทัศนคติ และค่านิยมมีความเกี่ยวข้องกับความแตกต่างทางลักษณะประชากรศาสตร์ของบุคคลนั่นเอง

ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ ทองประเสริฐ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้อ่านต่อการเสนอข่าวการเมืองทางหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า เพศและอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นจากการเสนอข่าวการเมืองทางหนังสือพิมพ์รายวันไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องจากหนังสือพิมพ์รายวัน เป็นสื่อที่มีความแตกต่างจากสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ในด้าน



การสามารถเปิดรับเข้าใจ กล่าวคือ แม้สื่อทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ จะมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคัดเลือกข่าวที่มีคุณค่าในการนำเสนอไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ความทันต่อเหตุการณ์ ความใกล้ชิด ผลกระทบ ความสนใจ ความเด่น และความชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณค่าข่าวของ กาลตุง และรูจ (Galtung & Ruge, 1965) และ Pasqua, Buckalew, Rayfield, and Tankare (1990, p. 50) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะของข่าวที่มีคุณค่าสมควรได้รับการตีพิมพ์ว่าในแต่ละวันเกิดเหตุการณ์หรือเรื่องราวขึ้นมากมาย แต่มีเพียงไม่กี่เหตุการณ์ที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ และนำมาเผยแพร่ให้ประชาชนและสังคมได้รับทราบ ซึ่งในมุมมองของสื่อมวลชน เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้ มักมีคุณค่าความเป็นข่าว สูงกว่าเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงอื่น สื่อมวลชนจึงเลือกมานำเสนอ ซึ่งคุณค่าข่าวที่สื่อมวลชนใช้ในการพิจารณาคัดเลือกเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงมานำเสนอนั้น ได้แก่ ความสดและทันต่อเหตุการณ์ ความเข้มของข่าว ความใกล้ชิด ความขัดแย้ง หรือผลลบที่จะเกิดขึ้น ความชัดเจน ความสอดคล้อง ความเด่น และผลกระทบ เป็นต้น

แต่หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีความคงทนถาวร ด้วยคุณสมบัติในการอ่านเข้าใจ ต่างจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์หรือสื่อแพร่ภาพและการกระจายเสียง ที่สามารถเปิดรับได้เพียงครั้งเดียว ยกเว้นการเปิดรับผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งความแตกต่างทางคุณสมบัติของสื่อทั้งงานวิจัยมุ่งศึกษาว่ามีความแตกต่างกัน จึงส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นหรือการประเมินคุณค่าข่าวของประชากรที่ศึกษาด้วยเช่นเดียวกัน

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่างกัน มีการประเมินคุณค่าในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทยไม่แตกต่างกัน เนื่องจากงานวิจัยนี้ ศึกษาคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยทั้งจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ซึ่งค่อนข้างครอบคลุมสื่อหลักที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครสามารถเข้าถึงและเปิดรับข่าวได้ ไม่ว่าจะอยู่ในวัยใด มีการศึกษาระดับใด สถานภาพเป็นเช่นใด และสถานะทางเศรษฐกิจเป็นอย่างไร จึงไม่น่าจะมีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ที่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อหน้าบ้านเท็งในหนังสือพิมพ์รายวันของ



อนุตาร์ นุ่มนวล (2550) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้อ่านหน้าบ้านทั้งในหนังสือพิมพ์รายวันเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 400 คน ที่พบว่า ผู้อ่านหน้าบ้านทั้งที่มีอายุต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อหน้าบ้านทั้งในหนังสือพิมพ์รายวันแตกต่างกัน ส่วนการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อหน้าบ้านทั้งในหนังสือพิมพ์รายวันไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้มุ่งศึกษาเฉพาะข่าวหน้าบ้านทั้งเพียงอย่างเดียว แต่ยังมุ่งศึกษาข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม และข่าวบันเทิงด้วย จึงทำให้ผลการศึกษาที่ออกมามีความแตกต่างกัน

จากผลการศึกษาที่พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน ด้านสื่อที่นิยมเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวการเมือง และคุณค่าข่าวบันเทิงในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนด้านระยะเวลาในการเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ คุณค่าข่าวการเมือง คุณค่าข่าวสังคม คุณค่าข่าวบันเทิง และรวมทุกด้านในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน

ส่วนประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนด้านช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวการเมือง คุณค่าข่าวบันเทิง และรวมทุกด้านในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน โดยคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย เป็นความคิดเห็นจากการประเมินคุณค่าข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอ ซึ่งความคิดเห็นเป็นปฏิกิริยาตอบสนอง และการแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ทักษะคิด ความเชื่อ และค่านิยมของบุคคลต่อสิ่งเร้า จึงสอดคล้องกับแนวคิดความคิดเห็นของ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, หน้า 3) ที่ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางทัศนคติที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนของกิติมา สุรสนธิ (2557, หน้า 99-100) ที่เชื่อว่า สื่อมวลชนเข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของบุคคลมากขึ้น เนื่องจากสื่อมวลชนนำเสนอข่าวซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อผู้รับสารทั้งในด้านการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม



ทั้งในระดับจุลภาคและในระดับมหภาค ดังนั้น การเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน จึงมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย เป็นการแสดงออกของบุคคลในการประเมินคุณค่าข่าว ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความคิด ความเชื่อ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อข่าวที่เปิดรับ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมรัฐ ศิริเจริญ (2544) ที่ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รายการอีซี่ เอฟเอ็ม 105.5 ที่พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบในรายการของกลุ่มผู้ฟังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ ในด้านระยะเวลาเป็นจำนวนชั่วโมงในแต่ละวัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุพร เกิดสมบุญ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาคเช้าของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของข่าว ซึ่งประกอบด้วย การนำเสนอข่าวทันเหตุการณ์ เนื้อหาข่าวที่นำเสนอน่าสนใจ สรุปประเด็นได้รวดเร็ว ลื่น เข้าใจ เนื้อหาข่าวถูกต้องมีผลต่อระดับ

การเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาคเช้าของประชาชน ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับชมด้าน ช่วงเวลาที่เปิดรับ และลักษณะการเปิดรับชมแตกต่างกันทำให้การเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาคเช้าแตกต่างกัน ซึ่งการเปิดรับข่าวจากสื่อ โดยมีช่วงเวลา และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวซึ่งใช้เวลานาน เป็นนัยยะที่แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีการประเมินว่าสื่อนั้น หรือข่าวนั้น ๆ มีคุณค่าข่าวในการเปิดรับมาก ประกอบกับเมื่อบุคคลประเมินได้ว่าข่าวนั้นมีคุณภาพสามารถให้ความรู้ความเข้าใจอย่างชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ และมีการอ้างอิงแหล่งข่าวได้อย่างน่าเชื่อถือ ตามแนวคิดคุณภาพข่าวของ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545, หน้า 48-49) และมีคุณค่าในการนำเสนอ บุคคลก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อสื่อและข่าวนั้น ๆ ทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการเปิดรับตามมา โดยสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ ที่พบว่า ประชาชนที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนในด้านสื่อที่นิยมเปิดรับ ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ และช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับแต่ละครั้งต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยที่แตกต่างกันไปด้วย แต่ผลการวิจัยดังกล่าว ไม่สอดคล้อง



กับงานวิจัยของ พรทิพย์ ทองประเสริฐ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้อ่านต่อการเสนอข่าวการเมืองทางหนังสือพิมพ์รายวัน ที่พบว่า การใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ และการอ่านข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์รายวันต่างกัน มีความคิดเห็นจากการเสนอข่าวการเมืองทางหนังสือพิมพ์รายวันไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนที่มีความหลากหลายทั้งในแง่ของประเภทของสื่อมวลชน และประเภทข่าว จึงอาจทำให้ผลการศึกษามีความแตกต่างกัน ส่วนประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนด้านความถี่ในการเปิดรับ และบุคคลที่ร่วมเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยไม่แตกต่างกันทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของธรรมรัฐ ศิริเจริญ (2544) ที่ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รายการอีซี เอฟเอ็ม 105.5 ที่พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อผู้จัดรายการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการด้านความถี่เป็นจำนวนวัน

ในแต่ละสัปดาห์อาจเนื่องมาจากบุคคลจะเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนโดยรู้สึกว่าพฤติกรรมดังกล่าวเป็นกิจวัตรประจำวันที่ต้องทำทุกวัน แต่ไม่ได้ใส่ใจในเนื้อหาและรายละเอียดของข่าวมาก จนกระทั่งมองเห็นคุณค่าข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนด้านความถี่ในการเปิดรับและบุคคลที่ร่วมเปิดรับ ทำให้ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อประเด็นคุณค่าข่าวทุกประเภทข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ผลการวิจัยในประเด็นความถี่ในการเปิดรับไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจารุพร เกิดสมบุญ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาคเช้าของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ความถี่ในการเปิดรับชมต่างกันทำให้การเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาคเช้าแตกต่างกัน และผลการวิจัยในประเด็นพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน ด้านบุคคลที่ร่วมเปิดรับไม่สอดคล้องกับงานเขียนของออสแคมป์ (Oskamp, 1977, pp. 119-133) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นว่า การแสดงความคิดเห็นนั้นเป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล



อาจเหมือนหรือแตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคล ซึ่งปัจจัยประการหนึ่ง คือ อิทธิพลจากครอบครัวเป็นปัจจัยที่บุคคลจะได้รับตั้งแต่เป็นเด็ก การอบรมสั่งสอน และการตอบสนองต่อความต้องการด้านร่างกายและจิตใจจากครอบครัวทั้งการให้รางวัลและการลงโทษ จะมีอิทธิพลทั้งในด้านความคิด ความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคล รวมทั้งเจตคติและความคิดเห็นของกลุ่ม เนื่องจากบุคคลต้องมีสังคมและมีการอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ดังนั้น ความคิดเห็นต่าง ๆ จะได้รับการถ่ายทอด และได้รับแรงกดดันจากกลุ่ม ซึ่งทำให้เกิดการคล้อยตามกลุ่ม และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศาสตราจารย์ ดร. ก่อเกียรติ (2550) ที่ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาทางการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ที่พบว่า นักศึกษาที่รับชมข่าวการเมืองที่ผู้อื่นเปิดชมมีความคิดเห็นทางการเมืองน้อยกว่าจากคำบอกเล่าของผู้อื่น นักศึกษาที่มีเหตุผลในการรับชมจากการเปิดเจอโดยบังเอิญมีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองน้อยกว่าจากคำบอกเล่าของผู้อื่น นักศึกษาที่มีเหตุผลในการรับชมจากรายการที่ชมติดต่อกัน

มา มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่มากกว่าการเปิดเจอโดยบังเอิญ นักศึกษาที่มีเหตุผลในการรับชมจากที่เปิดชมติดต่อกันมา มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่น้อยกว่าจากคำบอกเล่าของผู้อื่น นักศึกษาที่มีเหตุผลในการรับชมจากที่เปิดชมติดต่อกันมา มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่มากกว่าการเปิดเจอโดยบังเอิญ นักศึกษาที่มีเหตุผลในการรับชมจากคำบอกเล่าของผู้อื่นมีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่สูงกว่าอื่น ๆ ซึ่งงานวิจัยของ ศาสตราจารย์ ดร. ก่อเกียรติ ให้เห็นถึงอิทธิพลของบุคคลหรือคำบอกเล่าของบุคคลที่เปิดรับชมที่มีต่อความคิดเห็นของผู้ชม ซึ่งในงานวิจัยนี้บุคคลที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครร่วมเปิดรับข่าวได้แก่ บิดา/มารดา/พี่น้อง สามี/ภรรยา ญาติ และเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน โดยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน ด้านบุคคลที่ร่วมเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องจากประชาชนมีการประเมินคุณค่าข่าวโดยใช้ความคิด ความเชื่อ ทักษะคิด และประสบการณ์ของตนเองมากกว่าการเปิดรับฟังจากบุคคลที่ร่วมเปิดรับ แม้ว่าจะเปิดรับข่าว



จากสื่อมวลชนด้วยกันก็ตาม

จากผลการศึกษาที่พบว่า ความต้องการในด้านข้อมูล ความต้องการความบันเทิง ความต้องการความมั่นคง ความต้องการสังคม ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา และภาพรวมความต้องการในการเปิดรับข่าวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการประเมินคุณค่าข่าว เศรษฐกิจ คุณค่าข่าวการเมือง คุณค่าข่าวสังคม คุณค่าข่าวบันเทิง และรวมทุกด้านในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยเป็นความต้องการที่สอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อสารมวลชนของแมคควอล (McQuail, 1994) ที่ว่าสื่อมวลชนเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม เป็นตัวเชื่อมของระบบต่าง ๆ ทำให้เกิดการรวมตัวกัน สื่อสารมวลชนมีหน้าที่ทางสังคมหลายประการ เช่น การให้ข้อมูลข่าวสาร การประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน เพื่อให้สังคมมีความสามัคคี การทำหน้าที่สืบทอดวัฒนธรรมไว้ให้คงอยู่ การให้ความบันเทิงแก่สมาชิกในสังคม ซึ่งหน้าที่ของสื่อมวลชนนี้ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้ ได้แก่ ความต้องการด้านข้อมูล ความต้องการความบันเทิง

ความต้องการความมั่นคง ความต้องการสังคม และความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาได้ รวมทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์ (Katz) (อ้างถึงใน สุขามาต พวงไม้, 2552, หน้า 43-44) ที่กล่าวว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนตามสภาวะทางสังคมและจิตใจ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 5 ประการ คือ (1) ความต้องการด้านข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจ (cognitive needs) (2) ความต้องการด้านอารมณ์ บันเทิง และความสุนทรีย์ (affective needs) (3) ความต้องการในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับความน่าเชื่อถือ ความสนใจ ความมั่นคง และสถานภาพของแต่ละบุคคล (personal integrative needs) (4) ความต้องการสร้างความแข็งแกร่งในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคมกับคนในครอบครัว เพื่อน และบุคคลอื่น ๆ (social integrative needs) และ (5) ความต้องการในการหลีกเลี่ยงความกดดันและปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน โดยหันไปหาสื่อบันเทิงในสื่อมวลชนเพื่อลดความเครียด (tension release needs) และสอดคล้องกับกระบวนการเลือกรับสารของ Merrill and Lowenstein (1971, p. 130) ที่ว่า ผู้รับสารจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ



ข่าวสารจากสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นไปตามแรงผลักดันในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน เช่น ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง สื่อมวลชนจึงนำธรรมชาติในข้อนี้มาเป็นจุดหลักในการนำเสนอข่าวสาร และเพื่อประโยชน์การใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะแสวงหาข่าวที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเสมอ โดยมักจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดและได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด เนื่องจากประชาชนในกรุงเทพมหานครจะเลือกเปิดรับข่าวตามความต้องการของตนเอง การที่ประชาชนแต่ละคนมีความต้องการที่ต่างกัน ย่อมส่งผลต่อการเลือกเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกันออกไปด้วย กล่าวโดยสรุปได้ว่า ความต้องการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยนั่นเอง

ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาสิณี นิรัตติมานนท์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้น

ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า นักข่าวให้ความสำคัญกับคุณค่าข่าวทางด้านความทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด ในขณะที่เดียวกันผู้ใช้บริการข่าวสั้นมีความเห็นว่าข่าวสั้นต้องมีความรวดเร็วในการส่งข้อมูล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณค่าข่าวด้านความทันต่อเหตุการณ์เป็นคุณสมบัติพื้นฐานในการรายงานข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากเป็นสื่อที่ติดตัวผู้ใช้เกือบตลอดเวลา ผู้ใช้บริการข่าวสั้นสามารถเปิดรับได้ทันที แต่มีข้อจำกัดด้านจำนวนตัวอักษร การนำเสนอข่าวทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงต้องเน้นไปที่จุดเด่นในการรายงานข่าวอย่างรวดเร็วและจับใจมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ในส่วนของคุณค่าข่าวที่นักข่าวต้องคำนึงถึงมากที่สุดในการนำเสนอข่าวสั้น คือคุณค่าข่าวที่จะตอบสนองความต้องการด้านปัญญาของผู้ใช้บริการข่าวสั้น โดยเน้นการนำเสนอข่าวที่เกิดประโยชน์ต่อส่วนบุคคล คุณค่าข่าวที่ควรนำมาพิจารณาคัดเลือกข่าวสั้นต้องมีคุณสมบัติในเรื่องผลกระทบ ความเด่น และความใกล้ชิด นอกจากนั้นประเภทข่าวที่นำเสนอผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ นักข่าวให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวที่เป็นประเด็นร้อนในสังคมขณะนั้นด้วยแสดงให้เห็นว่าคุณค่าข่าว



ที่นักข่าวต้องคำนึงถึงในการคัดเลือกเหตุการณ์ เพื่อนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ สามารถตอบสนองความต้องการด้านปัญญาของผู้รับสารได้แสดงให้เห็นว่า ความต้องการของผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนอข่าว ในขณะที่เดียวกันการที่ผู้รับสารเปิดรับข่าวก็เป็นผลจากการประเมินแล้วว่าข่าวนั้นมีคุณค่าตอบสนองต่อความต้องการและสอดคล้องกับการที่สื่อมวลชนไทยพิจารณาคัดเลือกข่าวนำเสนอโดยดูจากคุณค่าข่าวในประเด็นทันต่อเหตุการณ์ ความใกล้ชิด ผลกระทบ ความสนใจ ความเด่น และความชัดเจน

ผลการวิจัยครั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วินเซนต์ และบาร์ซิล (Vincent & Basil, 1997) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในข่าวกับการใช้สื่อและความรู้ในเหตุการณ์ปัจจุบันของนักศึกษามหาวิทยาลัย ซึ่งผลการศึกษาความต้องการติดตามข่าวสารเป็นผลให้ผู้รับสารเปิดรับสื่อทุกประเภท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนจะเลือกเปิดรับและติดตามข่าวจากความต้องการของตนเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไฮเอทบริงค์ (Hietbrink, 1995) ที่ศึกษาเรื่อง ประเด็นข่าวที่มีความเกี่ยวข้องกับ การเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์พบว่า

ประเด็นข่าวที่มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนมีความสัมพันธ์กับความต้องการได้รับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งประชาชนที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวมากจะมีความตื่นตัวในการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์มากกว่าประชาชนที่มีความเกี่ยวข้องน้อย แสดงให้เห็นว่าประชาชนจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารในประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุพร เกิดสมบุญ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาคเช้าของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ประโยชน์ด้านการรับทราบข่าวสาร การทันเหตุการณ์ การเข้าถึงคม การนำข้อมูลไปใช้ในการดำเนินชีวิต และการนำข้อมูลไปใช้อ้างอิงในการสนทนาต่างกัน ทำให้การเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาคเช้าแตกต่างกัน กล่าวโดยสรุปคือ ความต้องการด้านต่าง ๆ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะเป็นความต้องการด้านข้อมูล ความต้องการความบันเทิง ความต้องการความมั่นคง ความต้องการสังคม และความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน ดังนั้น เมื่อมี



การเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนแล้วจึงมีความเกี่ยวพันไปถึงการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง และรวมทุกประเภทข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยด้วยเช่นกัน เพราะพฤติกรรมเป็นการแสดงออกที่เป็นผลมาจากทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมของบุคคล

การพิจารณาคุณค่าข่าวจากประเภทข่าวต่าง ๆ ที่นำเสนอในสื่อมวลชนไทยของการวิจัยครั้งนี้พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมองเห็นคุณค่าข่าวเศรษฐกิจที่สื่อมวลชนนำเสนอในประเด็นความทันต่อเหตุการณ์ ความใกล้ชิด และความสนใจมากที่สุด โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นว่าการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจของสื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลก นำเสนอผลกระทบจากเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจทั้งด้านการเกษตร และอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นได้ทันทั่วทั้งที่ ข่าวที่นำเสนอเป็นเรื่องเศรษฐกิจใกล้ตัว นำเสนอสถานการณ์ที่เป็นเรื่องปากท้องของประชาชน และนำเสนอประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของประชาชน ในประเด็นข่าวการเมือง ประชาชนในกรุงเทพมหานคร

มองเห็นคุณค่าข่าวการเมืองที่สื่อมวลชนไทยนำเสนอในประเด็นผลกระทบ และความทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นว่าการนำเสนอข่าวการเมืองของสื่อมวลชนไทย นำเสนอประเด็นที่ส่งผลต่อการบริหารงานของประเทศ ประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนส่วนใหญ่ และนำเสนอได้ทันต่อความเคลื่อนไหวของสถานการณ์การเมืองที่เกิดขึ้นอย่างรอบด้าน ในส่วนของประเด็นข่าวสังคม ประชาชนในกรุงเทพมหานครมองเห็นคุณค่าข่าวสังคมที่สื่อมวลชนนำเสนอในประเด็นความทันต่อเหตุการณ์ ความใกล้ชิด และความชัดเจนมากที่สุด โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นว่าการนำเสนอข่าวสังคมของสื่อมวลชนไทยมีความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ใช้ภาษาที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และมีความสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในสังคมที่ใกล้ตัวในปัจจุบัน และสำหรับประเด็นข่าวบันเทิง ประชาชนในกรุงเทพมหานครมองเห็นคุณค่าข่าวบันเทิงที่สื่อมวลชนนำเสนอในประเด็นความทันต่อเหตุการณ์ และความชัดเจนมากที่สุด โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครมี



ความคิดเห็นว่าการนำเสนอข่าวบันเทิงของสื่อมวลชนไทยให้ข้อมูลเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวงการบันเทิงได้รวดเร็ว การนำเสนอมีความชัดเจนง่ายต่อการทำความเข้าใจ และนำเสนอประเด็นที่กำลังจะเกิดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้จากการพิจารณาคุณค่าข่าวของข่าวแต่ละประเภทจะพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานคร มองเห็นคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยด้านความทันต่อเหตุการณ์ทุกประเภทข่าวมากที่สุด นอกเหนือจากคุณค่าด้านความทันต่อเหตุการณ์แล้ว ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ยังมองเห็นคุณค่าข่าวด้านความใกล้ชิด และความสนใจในข่าวเศรษฐกิจ คุณค่าข่าวด้านผลกระทบในข่าวการมองคุณค่าข่าวการเมือง คุณค่าข่าวด้านความใกล้ชิด และความชัดเจนในข่าวสังคม และคุณค่าข่าวด้านความชัดเจนในข่าวบันเทิงด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณค่าข่าวของ ประชัน วัลลิโก (2540, หน้า 36-27) มาลี บุญศิริพันธ์ (2526, หน้า 22-49) และกาลตุง และรูจ (Galtung & Ruge, 1965) ที่สรุปได้ว่า ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ (immediacy) เป็นองค์ประกอบหลักที่สื่อมวลชนจะคำนึงถึงเป็นอันดับต้น ๆ ในการเสนอข่าว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสริมศิริ นิลคำ

(2550) ที่ศึกษาเรื่อง คุณค่าข่าวในวิกฤตการณ์ทางสังคมโดยผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของข้อมูลที่มีคุณค่าควรเป็นข่าวด้านคุณลักษณะการนำเสนอที่มีคุณค่าควรเป็นข่าวมีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ มากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการนำเสนอ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ประชาชนมองเห็นคุณค่าข่าวทุกประเภทข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนด้านความทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด นอกจากนั้น ยังมองเห็นคุณค่าข่าวด้านความใกล้ชิด ผลกระทบ ความสนใจ ความเด่น และความชัดเจนด้วย โดยคุณค่าข่าวที่ประชาชนมองเห็นนี้ มีความสำคัญต่อการพิจารณาคัดเลือกเหตุการณ์เพื่อนำเสนอตามบทบาทหน้าที่ของการให้ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน ตามแนวคิดของ แมคควอล (McQuail, 1994) ดังนั้น เมื่อสื่อมวลชนมีเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอเช่นนี้จึงทำให้ประชาชนที่เปิดดู ชม ฟังข่าวจากสื่อมวลชนเกิดการรับรู้และมีการประเมินเนื้อหาของข่าวแต่ละประเภทออกมาในลักษณะเดียวกันตามผลการวิจัยที่ค้นพบด้วย

การคัดเลือกข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยจะคำนึงถึงคุณค่าข่าวของข่าวแต่ละประเภท ซึ่งได้มีการคาดคะเนแล้วว่าข่าวนั้น



มีคุณค่าข่าวที่สำคัญ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนนำเสนอข่าวโดยการให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้รับสารผ่านการคัดเลือกข่าวที่มีคุณค่าข่าวสูง เหมาะสมสำหรับการนำเสนอให้ประชาชนทั่วไปเปิดรับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิตา แสนคำ (2543) ที่ศึกษาเรื่อง คุณพินิจในการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าข่าวที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อคุณพินิจในการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน แม้จะเป็นการศึกษาจากหนังสือพิมพ์เพียงสื่อเดียว แต่สามารถนำมาอภิปรายในสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ ได้ เพราะตามหลักการทางวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ในความเป็นสากลสื่อมวลชนจะใช้เกณฑ์พิจารณาคุณค่าข่าวไม่แตกต่างกัน แต่อาจจะไปต่างกันที่ปัจจัยอื่น ๆ เช่น นโยบายองค์กร ทักษะคติของเจ้าของและบรรณาธิการ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สื่อมวลชนคัดเลือกข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ที่จะนำเสนอผ่านสื่อมวลชน โดยดูจากคุณค่าข่าว ไม่ว่าจะเป็นความทันต่อเหตุการณ์ ความใกล้ชิด ผลกระทบ

ความสนใจ ความเด่น และความชัดเจน และเมื่อผู้รับสารอ่าน ดู ชม ฟังข่าวที่ได้รับการนำเสนอแล้ว มีความคิดเห็นสอดคล้องกับเกณฑ์ที่สื่อมวลชนใช้ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ที่มีคุณค่าเหมาะสมเป็นข่าวนั่นเอง

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและด้านอาชีพต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน ดังนั้น สื่อมวลชนไทยควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกและการนำเสนอข่าวที่สอดคล้องกับปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และพิจารณาถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการนำเสนอข่าวต่อประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างรอบด้าน ตลอดจนควรให้ความสำคัญกับคุณค่าข่าวที่เหมาะสมกับประชาชนแต่ละเพศ และแต่ละอาชีพด้วย

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรม的开รับข่าวจากสื่อมวลชนต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของ



สื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน ประกอบกับผลการวิจัยที่พบว่า ความต้องการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางกับการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย ดังนั้น สื่อมวลชนควรมีการสำรวจ และวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในแต่ละกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนการนำเสนอข่าวให้มีความสอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรม และความต้องการของประชาชนที่มีความหลากหลายทางประชากรศาสตร์ด้วย

3. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่พบว่า กลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีการประเมินคุณค่าข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม บันเทิง และทุกประเภทข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย มากกว่าอาชีพข้าราชการ/พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงควรให้ความสนใจกับประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ โดยการคิดวิเคราะห์ วางแผนงาน/กิจกรรม ที่จะกระตุ้นความสนใจของประชาชนกลุ่มนี้ เพื่อให้ข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอสามารถเป็นประโยชน์ และสนองตอบความต้องการของประชาชน

กลุ่มนี้ได้มากยิ่งขึ้น

4. จากผลการวิจัยที่พบว่า ความต้องการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง กับการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย ดังนั้น สื่อมวลชนไทยควรหามาตรการ หรือแนวทางที่จะส่งเสริมให้ประชาชนในกรุงเทพมหานคร เปิดรับข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนออย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอ นั้น ยังจะต้องมีคุณค่าที่เหมาะสมสำหรับข่าวแต่ละประเภทด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนควรมีการประเมินความคิดเห็นของประชาชนผู้รับสารจากสื่อของตนเอง เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงเกี่ยวกับการใช้เกณฑ์ในการพิจารณาคุณค่าข่าวให้สอดคล้องกับผลที่ประชาชนรับรู้ในคุณค่าข่าวเหล่านั้น นอกจากนั้น สื่อมวลชนยังควรพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ในหลักการนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการนำเสนอข่าวแต่ละประเภท เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารด้วย

5. จากผลการวิจัยที่พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนด้านสื่อที่นิยมเปิดรับ ช่วงเวลา

ที่ใช้ในการเปิดรับ และด้านระยะเวลาในการเปิดรับต่างกัน มีการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทยแตกต่างกัน ดังนั้น สื่อมวลชนไทยควรมีการทำวิจัย หรือการทำโพลสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้นำไปวางแผนการคัดเลือกเหตุการณ์ตามคุณค่าข่าวที่ประชาชนมองเห็นได้จากการอ่าน ดู ชม ฟังข่าวจากสื่อมวลชน และพิจารณาช่องทางการนำเสนอข่าวให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ควรนำเสนอข่าวผ่านช่องทาง หรือสื่อที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครจะสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วด้วย

6. จากผลการวิจัยที่พบว่า ความต้องการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง กับการประเมินคุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย ดังนั้น สื่อมวลชนไทยควรให้ความสำคัญและคำนึงถึงความต้องการด้านข้อมูล ความต้องการความบันเทิง ความต้องการความมั่นคง ความต้องการสังคม และความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยการนำเสนอข่าว

ที่มีคุณค่าข่าวที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในกรุงเทพมหานครได้ รวมทั้งควรมีจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว และเสนอข่าวที่มีคุณค่าข่าวเหมาะสมกับประเภทของข่าว ไม่ว่าจะเป็นความทันต่อเหตุการณ์ ความใกล้ชิด ผลกระทบ ความสนใจ ความเด่น และความชัดเจนด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไป อาจทำการศึกษาในลักษณะเช่นเดียวกันนี้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทย และนำมาศึกษาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อให้เห็นความแตกต่างในเชิงปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม การเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน และความต้องการในการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชน ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการนำเสนอข่าวในแต่ละพื้นที่ของประเทศไทยได้

2. การศึกษาในครั้งต่อไปอาจดำเนินการด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม และความต้องการของประชาชน ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน



ซึ่งผลการวิจัยนี้จะสามารถนำมาวิเคราะห์สะท้อนการดำเนินงานของสื่อมวลชน และสามารถปรับปรุง พัฒนาการนำเสนอข่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญกับประชาชนผู้รับสารเป็นสำคัญ ตลอดจนการเน้นไปที่ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นผู้สื่อข่าว หัวหน้าสายข่าว และบรรณาธิการข่าว

3. การศึกษาครั้งต่อไป อาจขยายหรือเปลี่ยนประเด็นการศึกษาไปยังสื่อ Internet หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ และโทรศัพท์มือถือที่มีประสิทธิภาพในการนำเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง สอดคล้องกับสังคมที่

เปลี่ยนแปลงไปจากอิทธิพลของพัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนที่มีแนวโน้มจะเข้ามามีบทบาทในสังคมปัจจุบันมากยิ่งขึ้น หรืออาจขยาย หรือเปลี่ยนประเด็นการศึกษาไปยังข่าวกีฬา หรือข่าวประเภทอื่น ๆ พร้อมทั้งศึกษาเปรียบเทียบ เพื่อให้ได้ข้อมูลพฤติกรรม การเปิดรับของประชาชน และความต้องการ หรือความคาดหวังต่อข่าวแต่ละประเภท ซึ่งจะสามารถนำไปพัฒนาเกณฑ์ การคัดเลือกข่าวที่มีคุณภาพ และพัฒนาการนำเสนอข่าวแต่ละประเภท ทั้งสื่อมวลชนดั้งเดิม และสื่อใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในโอกาสต่อไปได้

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิด และเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 4).

กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติมา สุรสนธิ. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร:

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จารุพร เกิดสมบุญ. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาคเช้าของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ธนิดา แสนคำ. (2543). *คุณพินิจในการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน*.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- ธรรมรัฐ ศิริเจริญ. (2544) ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รายการอีซี่ เอฟเอ็ม 105.5 วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประชัน วัลลิโก. (2540). *หลักการเขียนข่าว*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ: การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- พรทิพย์ ทองประเสริฐ. (2552). *ความคิดเห็นของผู้อ่านต่อการเสนอข่าวการเมืองทางหนังสือพิมพ์รายวัน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2526). *หลักการประเมินคุณค่าข่าว*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศาสตร์ตรา ก่อเกื้อ. (2550). *ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาทางการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักปกครองและทะเบียนกรุงเทพมหานคร. (2558). *สถิติจำนวนประชากรและบ้านในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายแขวงและเขต*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- สุชามาศ พวงไม้. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุธาสิณี นิรัตติมานนท์. (2550). *การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุปรดี สุวรรณบุรณ์. (2558). *ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai for communication)*. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter1-2.html>.



- สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ. (2545). *การสื่อข่าว: หลักการและเทคนิค*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- เสริมศิริ นิลคำ. (2550). *คุณค่าข่าวในภาวะวิกฤตทางสังคม*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุตาร นุ่มนวล. (2550). *ความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อน้ำบ้นเทิงในหนังสือพิมพ์รายวัน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo. Cuba and Cyprus in Four Norwegian newspaper. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-90.
- Hietbrink, N. (1995). *Media use as social action: A European approach to audience studies: Issue involvement and viewing TV news*. London: John Libbey.
- Klappler, J. T. (1967). *The effect of mass communication*. New York: Free Press.
- Lall, G. R., & Lall, B. M. (1983). *Ways children learn*. Illinois: Charles C. Thomas Publishers.
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction* (3rd ed.). London: Sage Publications.
- Merrill, J. C., & Lownestein, R. L. (1971). *Media, messages, and men: New perspectives in communication*. New York: David McKay.
- Oskamp, S. (1977). *Attitudes and opinions; in collaboration with Catherine Cameron*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Pasqua, T. M., Buckalew, J. K., Rayfield, R. E., & Tankare, J. W. (1990). *Mass media in information age*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Vincent, R.C., & Basil, M. D. (1997). College student' news gratifications, media use and current events knowledge. *Journal of broadcasting and electronic media*, 41(3), 380-392.