

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี
ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

The Relationship between Motivation and Exposure to Sanam Khao 7 Si
among Audience in Bangkok



ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี
ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

The Relationship between Motivation and Exposure to Sanam Khao 7 Si
among Audience in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



© 2563

ฐิตินันท์ ทองมาเอง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชม
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย จุตินันท์ ทองมาเอง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม)

(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

18 กรกฎาคม 2563

ฐิตินันท์ ทองมาเอง. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์), กรกฎาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (93 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์แรงจูงใจในการรับชมกับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเนื้อหาด้วยวิธีคอรีนบัก อัลฟา กับตัวอย่างจำนวน 40 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.945 และแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำนวน 324 คน พบว่า ผู้ชมมีแรงจูงใจด้านข่าวสาร และการเปิดรับข่าวต่างประเทศในช่วงสถานการณ์โควิด-19 สูงที่สุด และพบว่าความสัมพันธ์ โดยรวมของแรงจูงใจและการเปิดรับอยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, การเปิดรับชม, รายการสนามข่าว 7 สี, โทรทัศน์, ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

Thongma-eng, T. M.Com.Arts (Strategic Communication), July 2020, Graduate School, Bangkok University.

The Relationship between Motivation and Exposure to Sanam Khao 7 Si among Audience in Bangkok (93 pp.)

Advisor: Asst.Prof. Weerapong Ponglek, Ph.D.

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the motivation and exposure to Sanam Khao 7 Si among audience in Bangkok and to study the relationship between the motivation and exposure to Sanam Khao 7 Si among audience in Bangkok. Online questionnaire was used as a research tool for data collection. The instrument's reliability and validity were tested with the sample of 40 individuals. The reliability was 0.945. Copies of questionnaires were distributed to the sample of 324 viewers exposed to Sanam Khao 7 Si. The results indicated that the sample's motivation for news and information and exposure to foreign news during the Covid-19 situation was at the highest level. Lastly, overall relationship between motivation and exposure to Sanam Khao 7 Si was at a high level.

Keywords: Motivation, Exposure, Sanam Khao 7 Si, Television, Audience in Bangkok

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จผ่านพ้นไปได้ด้วยดี ต้องขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก ผู้คอยให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทาง ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและแก้ไขข้อบกพร่องในวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นประโยชน์ตลอดระยะเวลาการวิจัยครั้งนี้ทำให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่มอบทุนการศึกษาทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียน ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณ คุณจิรโรจน์ จิตราพัฒนานันท์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายข่าว 1 หัวหน้างานของ ข้าพเจ้า ที่เปรียบเสมือนรุ่นพี่และอาจารย์ ที่คอยสนับสนุนในเรื่องการเรียน และให้คำปรึกษาตลอดการทำวิจัยครั้งนี้ และขอบพระคุณเพื่อนร่วมงานทุกท่านที่คอยช่วยเหลือและเข้าใจตลอดระยะเวลา 1 ปี

ขอบพระคุณคุณพ่อคุณแม่และญาติพี่น้อง ที่เป็นกำลังใจ และให้คำปรึกษา พร้อมทั้งสนับสนุนเรื่องการศึกษาตลอดมา

ขอบคุณตัวเองที่มีความมุมานะ อดทน ตั้งใจ ไม่ย่อท้อการอุปสรรคปัญหาที่เข้ามา จัดสรรเวลาเรียนและการทำงานเป็นอย่างดี ไม่ให้ขาดตกบกพร่อง

ฐิตินันท์ ทองมาเอง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	8
1.3 วัตถุประสงค์	8
1.4 สมมติฐาน	8
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย	9
1.6 นิยามศัพท์	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.8 กรอบแนวความคิด	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	12
2.2 แนวคิดรายการสนามข่าว 7 สี	15
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวและประเภทข่าว	16
2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	19
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	20
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์	22
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและตัวอย่าง	27
3.2 วิธีการเลือกตัวอย่าง	27
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	31
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	32
3.6 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ	33
3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สีในเขตกรุงเทพมหานคร	43
4.2 แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	45
4.3 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	51
4.4 การทดสอบแบบสมมติฐานการวิจัย	53
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	72
5.2 อภิปรายผล	77
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	82
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	83
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก	87
ประวัติผู้เขียน	94
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงจำนวนประชากรกรุงเทพมหานครชั้นใน	28
ตารางที่ 3.2: ตารางแสดงจำนวนประชากรกรุงเทพมหานครชั้นกลาง	29
ตารางที่ 3.3: ตารางแสดงจำนวนประชากรกรุงเทพมหานครชั้นนอก	30
ตารางที่ 3.4: ตารางแสดงผลค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในส่วนข้อคำถามที่มีการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)	37
ตารางที่ 3.5: แสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	38
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	43
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	43
ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	44
ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	44
ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	45
ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความถี่แรงงูใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	46
ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยของแรงงูใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	50
ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	51
ตารางที่ 4.9: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงงูใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามเพศ	53
ตารางที่ 4.10: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงงูใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามช่วงอายุ	54
ตารางที่ 4.11: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงงูใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	55
ตารางที่ 4.12: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงงูใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามอาชีพ	56
ตารางที่ 4.13: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงงูใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
ตารางที่ 4.14: แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างแรงงูใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
ตารางที่ 4.15: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามเพศ	59
ตารางที่ 4.16: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามช่วงอายุ	60
ตารางที่ 4.17: แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีที่จำแนกตามอายุ	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.18: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	62
ตารางที่ 4.19: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามอาชีพ	63
ตารางที่ 4.20: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
ตารางที่ 4.21: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านฆ่าเวลากับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	65
ตารางที่ 4.22: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็นกับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	66
ตารางที่ 4.23: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านประโยชน์การใช้สอยกับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	67
ตารางที่ 4.24: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านความบันเทิงกับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	68
ตารางที่ 4.25: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านความผ่อนคลายกับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	69
ตารางที่ 4.26: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านข่าวสารกับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	70
ตารางที่ 4.27: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจโดยรวมกับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	70
ตารางที่ 4.28: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจกับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ทั้งหมด 6 ด้าน	71
ตารางที่ 5.1: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	74

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: 25 อันดับเรตติ้งทีวีดิจิทัล ประจำปี 2562 (ม.ค. 2563)	2
ภาพที่ 1.2: อุปกรณ์ที่ใช้และสถานที่ที่ใช้ในการรับชมและระยะเวลาและช่วงเวลาในการรับชม	3
ภาพที่ 1.3: กลุ่มอายุกับประเภทของรายการโทรทัศน์ที่รับชม	4
ภาพที่ 1.4: 15 อันดับเรตติ้งรายการข่าวเช้า	6
ภาพที่ 1.5: กรอบแนวความคิด	11



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อโทรทัศน์ในยุคปัจจุบันยังคงถือว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นส่วนมากของกลุ่มผู้ชม หากลองมองย้อนกลับไปเมื่อปีพุทธศักราช 2555 ประเทศไทยได้เตรียมความพร้อมเรื่องการวางแผน สื่อโทรทัศน์ขับเคลื่อนสู่ยุคทีวีดิจิทัล ได้มีการจัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อกำหนดทิศทางและลักษณะประเภทของกิจการโทรทัศน์ มาตรฐานเครื่องรับโทรทัศน์ดิจิทัล มาตรฐานการใช้บริการโทรทัศน์ มาตรฐานกล่องรับสัญญาณ หรือ Set top box และประกาศ มาตรฐานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกรออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (“สู่ยุคทีวีดิจิทัล จุดเปลี่ยนวงการโทรทัศน์ไทย”, 2556)

ต่อมาในปีพุทธศักราช 2556 ปีแห่งการเริ่มทดสอบใช้ระบบทีวีดิจิทัล และการทดสอบ ออกอากาศการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์จากเดิมที่เป็นระบบแอนะล็อกเข้าสู่ระบบดิจิทัล สำหรับ การทดลองออกอากาศครั้งนั้นผู้รับสารหรือผู้ชมจะไม่ได้รับผลกระทบแต่อย่างใด เนื่องจากเป็น การออกอากาศแบบคู่ขนานระหว่างทีวีระบบดิจิทัลและทีวีระบบแอนะล็อก และเริ่มเข้าสู่ระบบดิจิทัล อย่างเต็มรูปแบบในปี 2559 จากเดิมที่ระบบแอนะล็อกมีเพียง 6 ช่อง อันได้แก่ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และไทยพีบีเอส หรือที่เรามักเรียกว่าฟรีทีวี กลายเป็นระบบใหม่ที่มีจำนวนสถานีทั้งหมด 48 สถานี สามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบ ได้แก่ แบบชุมชน 12 สถานี แบบสาธารณะ 12 สถานี และแบบธุรกิจ 24 สถานี การเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่สำหรับวงการโทรทัศน์นี้ทำให้มีผู้ให้ความสนใจประมุลคลื่น ความถี่เป็นจำนวนมาก ในตอนนั้นประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศแรก และประเทศเดียวในโลกที่จัดให้ มีการประมุลคลื่นความถี่ ในขณะที่สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอังกฤษ อนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ได้ฟรี ด้วยเหตุผลที่ว่า “สื่อมีความสำคัญด้านการรับรู้ข่าวสารของประชาชน” (“สู่ยุคทีวีดิจิทัล จุดเปลี่ยน วงการโทรทัศน์ไทย”, 2556)

จนกระทั่งปีพุทธศักราช 2562 อุตสาหกรรมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ หลายสถานีประสบปัญหาขาดทุนกำไรจากการทำเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ ทำให้ คสช.มีมาตรการเพื่อ ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหให้กับผู้ประกอบการเหล่านี้ คือผู้ประกอบการที่ประสบปัญหายื่นหนังสือ แสดงความจำนงทำการชี้แจงปัญหากับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. เพื่อทำการขอคืนใบอนุญาตและขอรับเงินเยียวยา (“เคลียร์ชัด ๆ ทำไม 7 ช่องทีวีดิจิทัลไม่ไปต่อ เงินเยียวยาล่อใจหวังล้างขาดทุน, 2562) โดยสถานีที่ได้รับผลกระทบมีด้วยกันทั้งหมด 7 สถานีและทำการขอคืนใบอนุญาต ได้แก่ 1. ช่อง Bright TV 2. ช่อง Voice TV 3. ช่อง 3MCOT family 4. ช่อง 3 family 5. ช่อง 3SD 6. ช่อง Spring news และ 7. ช่อง Spring 26

หลังจากทำการคืนใบอนุญาตที่ถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของวงการโทรทัศน์ ทำให้ผู้ประกอบการหลายสถานีหันมาวางแผนกลยุทธ์ใหม่อีกครั้ง เนื่องจากจำนวนช่องสถานีที่น้อยลงทำให้มีการแข่งขันที่สูงขึ้น เพื่อหวังที่จะสร้างกำไรและทำเรตติ้งขึ้นเป็นช่องสถานีโทรทัศน์อันดับ 1 ของ

ประเทศ ซึ่งมีการจัดทำสรุปเรตติ้งประจำปีพุทธศักราช 2562 โดยนिलเส้น โดยอันดับช่องสถานีที่ได้วัดเรตติ้งนั้นจะไม่รวมทีวีรัฐสภาที่ยังไม่นำเข้าสู่ระบบ แต่เรตติ้งของ 7 ช่องสถานีที่คืนใบอนุญาตจะเป็นแสดงค่าถึงวันที่ออกจากระบบการวัดเรตติ้ง (“บทสรุปเรตติ้ง 25 ช่องทีวีดิจิทัล ปี 2562 ช่อง 7 ยืนหนึ่ง ส่วนช่อง 3SD ยังติดอันดับ 9”, 2563)

ภาพที่ 1.1: 25 อันดับเรตติ้งทีวีดิจิทัล ประจำปี 2562 (ม.ค. 2563)

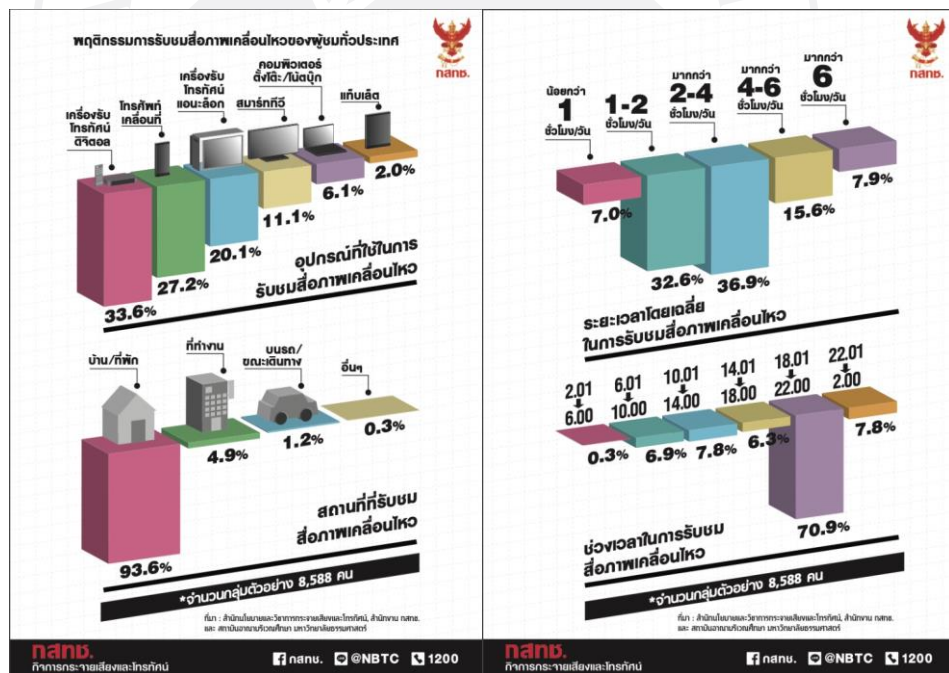
อันดับ	ช่อง	เรตติ้ง	อันดับ	ช่อง	เรตติ้ง
1	7 HD	1.862	14	26	0.111
2	3 HD	1.166	15	true4U HD	0.101
3	MONO29	0.855	16	Thai PBS	0.076
4	workpoint	0.702	17	VOICE TV	0.043
5	อมรินทร์ 31	0.595	18	3 FAMILY	0.043
6	ไทยรัฐ TV 32	0.448	19	NEW 18	0.042
7	AMARIN 34 HD	0.355	20	TNN 16	0.031
8	8	0.310	21	กมท. 1	0.029
9	3 SD	0.221	22	NRT	0.025
10	PPTV HD 35	0.197	23	20	0.015
11	Nation	0.192	24	14	0.014
12	MCOT HD	0.171	25	SPRING NEWS 19	0.006
13	GMM 25	0.143			

ที่มา : TV Digital Watch. (2563). บทสรุปเรตติ้ง 25 ช่องทีวีดิจิทัล ปี 2562 ช่อง 7 ยืนหนึ่ง ส่วนช่อง 3SD ยังติดอันดับ 9. สืบค้นจาก <https://www.tvdigitalwatch.com/25rating-year2562/>.

จากข้อมูลข้างต้นจะเราจะสังเกตได้ว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เฮชดี ยังคงมีเรตติ้งสูงเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย แต่เพราะเหตุใดเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์สี่ช่อง 7 จึงขึ้นเป็นอันดับที่ 1 ในขณะที่ทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) หรือการถ่ายทอดสด (Live) สดทางอินเทอร์เน็ตไม่ได้มียอดการเข้าชมสูงมากนัก จึงทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมโทรทัศน์ของคนไทยประจำปีพุทธศักราช 2562 โดยเริ่มเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10,000 คนทั่วประเทศ โดยแบ่งออกเป็น 5 ภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ (“บทสรุปเรตติ้ง 25 ช่องทีวีดิจิทัล ปี 2562 ช่อง 7 ยืนหนึ่ง ส่วนช่อง 3SD ยังติดอันดับ 9”, 2563) จากผลสำรวจโดยรวมของผู้ชมทั่วประเทศพบว่า อุปกรณ์ที่กลุ่มเป้าหมายใช้รับชมสูงที่สุด คือ เครื่องรับโทรทัศน์ดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 33.6 รองลงมาคือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 27.2 และส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะรับชมจากที่พักอาศัยถึงร้อยละ 93.6 รองลงมาคือ เลือกเปิดรับชมจากสถานที่ทำงาน นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ใช้ในการรับชมเวลามากกว่า 2-4 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 36.9 และช่วงเวลาของกลุ่มเป้าหมายเลือกเปิดรับชมมากที่สุดก็คือ 18.01-22.00 น. มีสัดส่วนสูงคิดเป็นร้อยละ 70.9 (“สำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชม TV ของคนไทยปี 2562”, 2562) จึงเห็นได้ว่าเมื่อผู้วิจัยนำข้อมูลจากผลสำรวจเรื่อง พฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมโทรทัศน์ของคนไทยปีพุทธศักราช 2562 ไปเปรียบเทียบกับเรตติ้งประจำปีพุทธศักราช 2562 ค่อนข้างมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เพราะการวัดเรตติ้งช่องสถานีโทรทัศน์จะทำได้เฉพาะการวัดจากเครื่องวัดที่ได้ติดตั้งกับโทรทัศน์เท่านั้น และผลสำรวจเรื่องพฤติกรรมการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของผู้ชมทั่วประเทศ พบว่าปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่ผู้ชมเลือกเปิดรับชมมากที่สุด

ภาพที่ 1.2: อุปกรณ์ที่ใช้และสถานที่ที่ใช้ในการรับชมและระยะเวลาและช่วงเวลาในการรับชม



ที่มา : TV Digital Watch. (2562). *สำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชม TV ของคนไทยปี 2562*. สืบค้นจาก <https://www.tvdigitalwatch.com/news-nbct-19-11-62/>.

นอกจากผลสำรวจเรื่อง พฤติกรรมการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของผู้ชมทั่วประเทศ และระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวแล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังทำการสำรวจกลุ่มเป้าหมายจากอายุกับประเภทของรายการโทรทัศน์ที่เลือกเปิดรับชม โดยแบ่งเป็นทั้งหมด 5 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่ม Gen Z อยู่ในช่วงอายุ 23 ปี หรือน้อยกว่า 23 ปี 2. กลุ่ม Gen Y อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 24-41 ปี 3. กลุ่ม Gen X อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 42-56 ปี 4. กลุ่ม Baby boomer อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 57-75 ปี และ 5. กลุ่ม G.I. Generation ผู้ที่มีอายุ 76 ขึ้นไป ซึ่งพบว่ารายการที่กลุ่มคนเหล่านี้ให้การเปิดรับชมมากที่สุดคือ รายการข่าว (“สำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชม TV ของคนไทยปี 2562”, 2562)

ภาพที่ 1.3: กลุ่มอายุกับประเภทของรายการโทรทัศน์ที่รับชม

กลุ่มอายุ กับประเภทของรายการโทรทัศน์ที่รับชม					
	G.I. Generation อยู่ในช่วงอายุ 76 ปีขึ้นไป	Baby Boomer อยู่ในช่วงอายุ 57-75 ปี	Gen X อยู่ในช่วงอายุ 42-56 ปี	Gen Y อยู่ในช่วงอายุ 24-41 ปี	Gen Z อยู่ในช่วงอายุ 23 ปี หรือน้อยกว่า
รายการข่าว	32.2%	26.1%	21.0%	17.8%	14.7%
ละคร/ซีรีส์	20.6%	20.1%	17.8%	16.9%	16.3%
วาไรตี้	15.9%	17.1%	16.5%	16.1%	16.3%
ภาพยนตร์	3.3%	8.8%	11.7%	13.8%	15.5%
สารคดี/กีฬา/สุขภาพ/อาหาร	14.0%	11.1%	12.7%	12.2%	11.0%
กีฬา	9.3%	10.9%	10.7%	10.3%	9.3%
เด็ก/การ์ตูน	0.9%	2.4%	4.6%	7.5%	10.3%
รายการทอล์กโชว์	2.8%	3.2%	4.9%	5.5%	5.7%
รายการอื่นๆ	1.0%	0.3%	0.1%	0.1%	0.4%

ที่มา : สำนักโฆษณาและรายการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช. และ สถานีวิทยุอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กสทช.
การกระจายเสียงและโทรทัศน์

f กสทช. @NBTC 1200

ที่มา : TV Digital Watch. (2562). *สำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชม TV ของคนไทยปี 2562*. สืบค้นจาก <https://www.tvdigitalwatch.com/news-nbct-19-11-62/>.

การเปิดรับชมรายการข่าวสามารถเกิดขึ้นมาจากแรงจูงใจที่มีสิ่งเร้ามากระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น หรือเป็นแรงผลักดันให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมการเปิดรับหรือลงมือกระทำกิจกรรมใด ๆ เพื่อนำไปใช้ในตรงตามเป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้ (ชฎาภรณ์ สอนแสน, 2556) ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนมีความต้องการรับรู้และเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเนื้อหาข่าวรูปแบบการนำเสนอ ความชื่นชอบส่วนบุคคล หรือความต้องการความรู้เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจบางสิ่งบางอย่าง ทั้งนี้ผู้รับสารจะเปิดรับชมรายการได้ต้องขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละคนและปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาประกอบร่วมด้วย (Samuels, 1984) กล่าวคือ ผู้ชมเลือกเปิดรับชมรายการข่าวเพื่อตอบสนองและส่งเสริมความเชื่อมั่นในเรื่องที่ตนเองอยากรู้ โดยผู้ชมจะเลือกเปิดรับเนื้อหาข่าวที่ตนเองสนใจเท่านั้น ถ้าเรื่องใดมีความสอดคล้องกับผู้ชมก็จะให้ความสนใจมากกว่าเป็นพิเศษ

ข่าวมีนิยามความหมายที่หลากหลายแตกต่างกันออกไปตามความเข้าใจของแต่ละบุคคลในแต่ละสังคม เพราะเหตุการณ์ที่เป็นนำมาเสนอข่าวในสังคมหนึ่งอาจไม่สามารถเป็นข่าวในอีกสังคมอื่นได้ โดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของข่าวไว้ดังนี้ จอห์น บีโบบาร์ท ได้ให้นิยามความหมายไว้ว่า “เมื่อใดที่สุนัขกัดคนจะไม่ใช่ข่าว เพราะเป็นเหตุการณ์ปกติที่สามารถเกิดขึ้นได้บ่อย แต่ในทางกลับกันเมื่อคนกัดสุนัขเมื่อใด นั่นคือข่าวในทันที” ขณะที่ในมุมมองของ ฉออัน วุฑฒิกรรมรักษา (2536) ได้ให้นิยามความหมายของข่าวที่แตกต่างออกจากจอห์น บีโบบาร์ท ว่า “ข่าว คือการรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมไปถึงความคิดเห็นจากบุคคลในระดับต่าง ๆ ที่มีความสำคัญและเป็นที่น่าสนใจ ทั้งยังส่งผลกระทบต่อคนหมู่มากในวงกว้าง” กล่าวคือ ข่าวไม่มีความจำเป็นที่ต้องเป็นเหตุการณ์ที่แปลกประหลาดเสมอไป แต่ต้องเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อคนในสังคม ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่า การให้ความหมายของข่าวนั้นขึ้นอยู่กับว่านักวิชาการให้ความสำคัญกับความแปลกใหม่ของเหตุการณ์หรือผลกระทบของเหตุการณ์นั้น ๆ ต่อประชาชน จึงพอสรุปได้ว่า “ข่าว คือ รายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่ปกติตลอดจนความคิดเห็นจากบุคคลระดับต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญและเป็นที่น่าสนใจและส่งผลกระทบต่อคนหมู่มากในชุมชนหรือสังคม”

ข่าวเป็นเพียงข้อมูลข้อเท็จจริงจึงไม่สามารถเดินทางได้ด้วยตนเอง ไม่สามารถกระจายไปถึงคนในสังคมได้หากขาดสื่อกลางในการนำเสนอข่าวต่อประชาชนการนำเสนอข่าวนั้น ผู้ที่ต้องทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรายงานข้อเท็จจริงและเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ประชาชนได้รับรู้คือ “สื่อมวลชน” โดยสื่อมวลชนเป็นอีกหนึ่งสถาบันในสังคมที่มีบทบาทหน้าที่ความสำคัญต่อการสร้างความเจริญในการรับรู้และความมั่นคงของสังคม โดยเฉพาะโลกสังคมในยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่งการส่งข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารนับว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานในการตัดสินใจของประชาชนในเรื่องต่าง ๆ ทั้งเรื่องการดำรงชีวิตไปจนถึงเรื่องนโยบายของประเทศ ดังนั้นข้อมูลข่าวสารที่สื่อมวลชนนำเสนอจึงต้องมีความเป็นกลาง เกิดประโยชน์ต่อสังคม มีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และมีความน่าสนใจ เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน

การนำเสนอข่าวผ่านทางโทรทัศน์ จะสามารถเห็นทั้งภาพและได้ยินเสียง ทำให้ประชาชนทุกเพศทุกวัยทุกระดับการศึกษาสามารถเข้าใจเรื่องราวที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ข่าวมีอิทธิพลต่อประชาชนทั้งในด้านความคิด ด้านความรู้สึกรู้สึก และด้านพฤติกรรมเป็นอย่างมาก แต่รายการข่าวโทรทัศน์นั้นมีช่วงเวลาการนำเสนอแต่ละรายการที่ค่อนข้างถูกจำกัด จึงทำให้ไม่สามารถนำเสนอทุกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ทั้งหมด ดังนั้นการคัดเลือกประเด็นหรือประเภทและนำเสนอข่าวที่มีประโยชน์และประสิทธิภาพรวมถึงสามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนจึงมีความสำคัญ โดยกระบวนการคัดเลือกและนำเสนอขึ้นอยู่กับการพิจารณาของแต่ละสถานีโทรทัศน์โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้ตรงกับความต้องการของประชาชนและเพื่อการพัฒนาประเทศชาติที่มีคุณภาพ

สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เฮชดี เป็นช่องสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่มีผู้ติดตามรับชมอยู่เป็นจำนวนมากมีการกระจายคลื่นความถี่สัญญาณที่ครอบคลุมเกือบทั่วประเทศ รวมถึงนโยบายจากองค์กรที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับชั้น โดยเฉพาะประชาชนถิ่นที่อยู่ในต่างจังหวัดทำให้การนำเสนอข่าวนั้นต้องครอบคลุมปัญหาทั่วทุกภูมิภาค มีความกระชับฉับไว เข้าใจได้ง่าย สามารถ

ดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้ชมให้ได้ และต้องสะท้อนให้ประชาชนสามารถเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง เพื่อให้ประชาชนได้เตรียมรับมือและแก้ไขปัญหา ถึงแม้ว่าผู้รับชมจะมีพฤติกรรมในการรับชมที่เปลี่ยนไปมีการเลือกเปิดรับมากยิ่งขึ้น สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เฮชดี ใสใจในทุกรายละเอียดของกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เน้นการผลิตเนื้อหาในแต่ละรายการให้มีความน่าสนใจ เนื้อหามีความกระชับ เข้มข้น สดใหม่ เจาะลึกต่อสถานการณ์ แต่ด้วยการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะช่วงเวลาเช้าทำให้ทางผู้บริหารมีนโยบายสั่งการให้คิดค้นผลิตรายการที่มีเนื้อหาเข้มข้น และรู้อัจฉริยะเหมือนลงพื้นที่เอง เหตุผลเหล่านี้ทางสถานีจึงได้จัดทำรายการสนามข่าว 7 สีขึ้นมา โดยมีรูปแบบรายการและเนื้อหาที่ครอบคลุมทุกประเภทข่าว กระชับ ครบถ้วน พร้อมด้วยลีลาและประสบการณ์ของผู้ประกาศข่าวที่มาช่วยเสริมให้รายการดูน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

รายการสนามข่าว 7 สีเป็นรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เฮชดี ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 07.30-09.30 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 04.40 – 06.50 น. โดยนำเสนอข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและคอยติดตามผลรายงานความคืบหน้า มีกลยุทธ์แนวความคิดของรายการคือ เข้มข้น เนื้อหา สาระ หมายถึง มีการนำเสนอที่กระชับและครบถ้วนเนื้อหาครบด้าน ประชาชนสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่าย เน้นไปถึงสาระของเหตุการณ์ของข่าวนั้น ๆ โดยให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์ต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การคัดเลือกประเด็นข่าวของรายการสนามข่าว 7 สีจึงต้องมีกระบวนการที่เป็นระบบและมีความชัดเจน โดยกองบรรณาธิการเน้นให้ความสำคัญแก่เนื้อหาข่าวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ใกล้ชิด และส่งผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมายของรายการ เป็นการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งมีวิธีการนำเสนอที่ไม่น่าเบื่อ มีความหลากหลายทางด้านเนื้อหา จนได้เรตติ้งสูงสุดของรายการข่าวเช้าเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเรตติ้งของรายการข่าวช่องอื่น ๆ

ภาพที่ 1.4 : 15 อันดับเรตติ้งรายการข่าวเช้า

15 เรตติ้งรายการข่าวเช้า		ประจำวัน 21 ม.ค. 63 (06.00-08.00น.)			
อันดับ	รายการ	เวลา	เฉลี่ย	กม.	ดว.
1	สนามข่าว 7 สี	7:30-9:28	1.619	1.884	1.575
2	เช้านี้...ก็เทอฮิต	6:01-7:30	1.369	1.533	1.342
3	เรื่องเล่าเช้านี้	6:01-7:55	1.040	2.335	0.824
4	คุยข่าวเช้า ช่อง 8	6:00-6:01	0.661	0.878	0.624
5	ข่าวเวิร์คพอยท์	6:01-6:35	0.440	0.798	0.380
6	ขยี้ข่าวเช้า	6:11-6:01	0.326	0.562	0.286
7	ข่าวอรุณอมรินทร์	5:59-6:01	0.325	0.574	0.284
8	ข่าวเช้าช่องวัน	5:59-7:50	0.251	0.394	0.228
9	ข่าวเช้าหัวเขียว-1	6:00-7:39	0.226	0.275	0.218
10	ข่าวเช้า กู๊ดมอร์นิง ไทยแลนด์	5:00-7:30	0.185	0.152	0.191
11	โซว์ข่าวเช้านี้	6:30-6:01	0.146	0.110	0.153
12	เช้าชวนคุย	6:30-6:01	0.144	0.126	0.147
13	เจาะข่าวเช้านี้	6:00-7:00	0.046	0.155	0.027
14	วันใหม่ ไทยพีบีเอส-2	7:29-8:01	0.040	0.064	0.036
15	คุยถึงแก่น	6:30-8:30	0.021	0.031	

ที่มา : TV Digital Watch. (2563). *อัปเดตเรตติ้งรายการข่าวเช้า เดือนม.ค. 63*. สืบค้นจาก <https://www.tvdigitalwatch.com/top15-rating-morning-news-21-1-63/>.

จากผลสำรวจด้านการเปิดรับสื่อรวมไปถึงเรตติ้งของรายการ เหตุใดคนยังคงให้ความสนใจในรายการข่าว ด้านแม่คคอมบ์ และเบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1973) ได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์แต่ละคนจะเปิดรับข่าวสารก็ต่อเมื่อเกิดแรงจูงใจต้องการตอบสนองความต้องการบางสิ่งอย่าง อันได้แก่ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อต้องการนำมาประกอบการตัดสินใจ บางสิ่งบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวัน หรือเป็นการเปิดรับข่าวให้เกิดประโยชน์ เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารกับผู้อื่นในสังคม เพื่อต้องการรับรู้เรื่องที่ตนเองสนใจเป็นพิเศษหรือ ความรู้อยากเห็น หรือแม้กระทั่งเพื่อความบันเทิง ความผ่อนคลาย และการฆ่าเวลาในช่วงเวลาที่ไม่รู้ตนเองจะสิ่งใด จึงทำการเปิดรับชมรายการข่าวให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นการผลิตรายการจะต้องศึกษาเรื่องของแรงจูงใจกลุ่มผู้ชม เพื่อนำมาผลิตรายการให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งส่งผลให้มีการเปิดรับชมที่มากขึ้น

ผู้วิจัยพบว่าม้งานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการจำนวนมาก ได้แก่ Ronald (1980) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน ทำการจัดกลุ่มด้านความพึงพอใจหรือแรงจูงใจจากผู้ชม Rubin (1981) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อโทรทัศน์ของผู้ชมที่สูงอายุ พัทรินทร์ เศรษฐสิทธิพันธ์ (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” วิทยา เกียวกุล (2538) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” กาญจนา กาญจนทวี (2542) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย” ปิ่นชนก ปิ่นตะบุตร (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจในการอ่านข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ภัทรกร เสนไกรกุล (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ แรงจูงใจในการใช้สื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณาของผู้บริโภค ที่มีต่อสื่อดั้งเดิมและสื่อรูปแบบใหม่” แต่ในประเทศไทยยังไม่มีผู้ใดศึกษาในส่วนรายการสนามข่าว 7 สี รวมไปถึงแรงจูงใจที่มีผลต่อการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและต้องอยากจะการศึกษาเรื่องนี้ว่าผู้ชมมีแรงจูงใจอย่างไร ที่ทำการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำงานวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้พัฒนาให้รายการสนามข่าว 7 สีนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาครอบคลุมตรงตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และเป็นรายการที่มีเรตติ้งสูงสุดของรายการข่าวเช้าครองใจผู้ชมทั่วประเทศ

1.2 คำถามการวิจัย

- 1.2.1 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีอย่างไร
- 1.2.2 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีอย่างไร
- 1.2.3 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
- 1.2.4 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
- 1.2.5 แรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์หรือไม่อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1.3.1. เพื่อศึกษาผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี
- 1.3.2. เพื่อศึกษาผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี
- 1.3.3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.3.4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.3.5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์แรงจูงใจในการรับชมกับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐาน

- 1.4.1. ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน
- 1.4.2. ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน
- 1.4.3. แรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1. ขอบเขตด้านประเภทการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในรูปแบบงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.5.2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 5,676,648 คน (สถิติจำนวนประชากรและเคหะ, 2561) ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติอนุมาน 3 ชนิด ได้แก่ T-test, F-test และ Pearson correlations ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจึงมีทั้งหมด 324 คน

1.5.3. ขอบเขตด้านตัวแปร

จากสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ สามารถอธิบายตัวแปรได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

สมมติฐานที่ 2 ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

สมมติฐานที่ 3 ตัวแปรอิสระ คือ แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

1.5.4. ขอบเขตระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรม Google Form ระหว่างวันที่ 6 พฤษภาคม – 6 มิถุนายน 2563

1.6 นิยามศัพท์

1. ลักษณะทางประชากร หมายถึง เป็นข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มผู้ชมที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ที่มีความแตกต่างกัน

2. แรงจูงใจในการรับชม หมายถึง สิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจในรายการสนามข่าว 7 สี ทั้งนี้มีองค์ประกอบด้านแรงจูงใจในการรับชมทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านช่วงเวลา ด้านความอยากรู้ อยากเห็น ด้านประโยชน์การใช้สอย ด้านความบันเทิง ด้านความผ่อนคลาย และด้านข่าวสาร

3. การเปิดรับชมรายการ หมายถึง การประมาณค่าในการเปิดรับชมเนื้อหาในรายการสนามข่าว 7 สี ประกอบไปด้วยเนื้อหา 9 ประเภท อันได้แก่ ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแสสังคม ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอุบัติเหตุภัยและภัยพิบัติ ข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง

4. รายการสนามข่าว 7 สี หมายถึง รายการข่าวที่มีการออกอากาศวันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา 07.30-09.30 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 04.40-06.50 น. เป็นรายการที่มีการนำเสนอเนื้อหาสั้น กระชับ แต่ครบถ้วน และยังเป็นรายการที่มีความหลากหลายในนำเสนอรายการ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

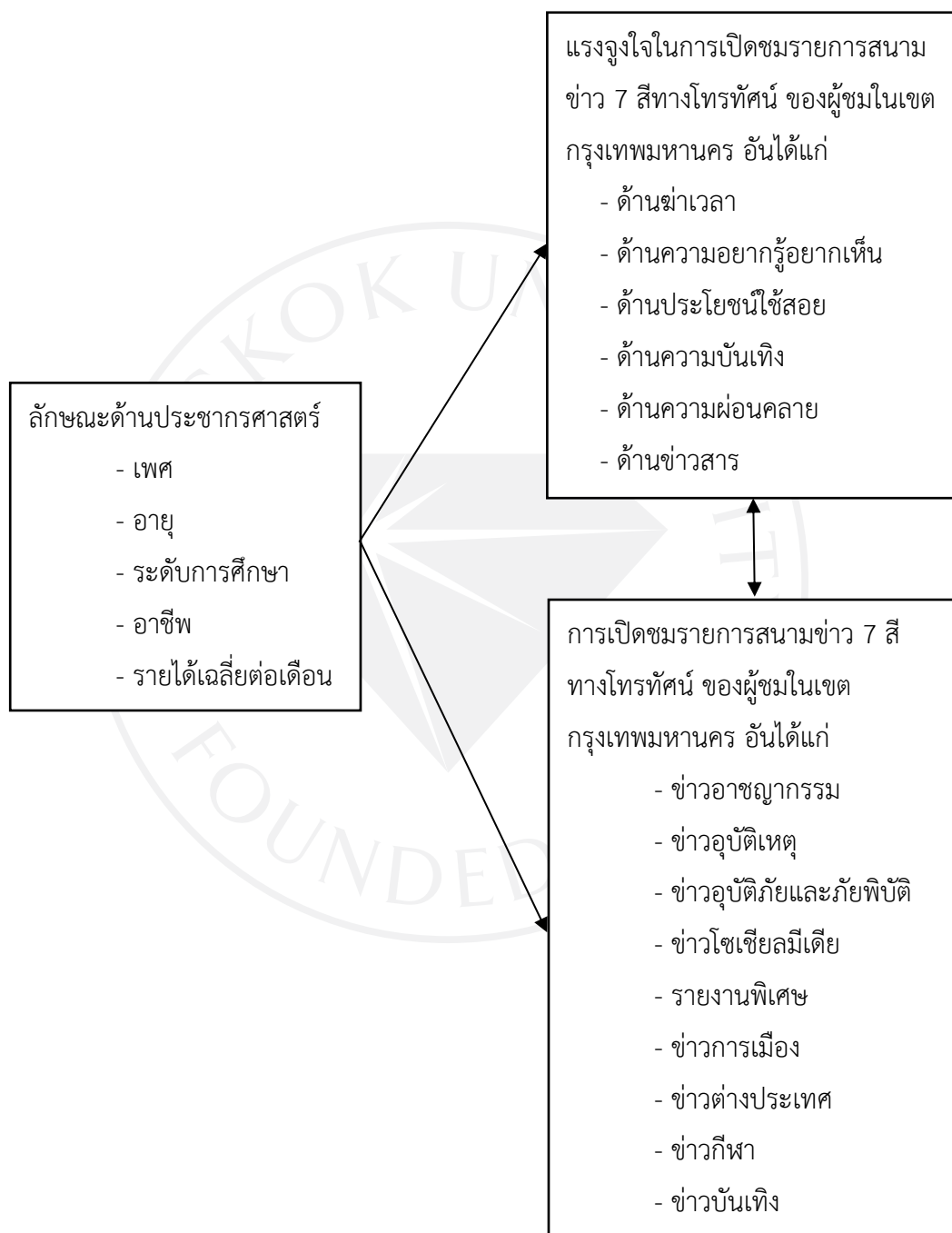
1. ได้ทราบถึงลักษณะทางประชากรในด้านต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกัน ของผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สี ที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการแตกต่างกัน ประกอบไปด้วยทั้งหมด 6 ด้าน อันได้แก่ ด้านช่วงเวลา ด้านความอยากรู้อยากเห็น ด้านประโยชน์การใช้สอย ด้านความบันเทิง ด้านความผ่อนคลาย และด้านข่าวสาร เพื่อผลิตรายการให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเกิดแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

2. ได้ทราบถึงเนื้อหาที่ผู้ชมเปิดรับชมที่มีองค์ประกอบทั้งหมด 9 ประเภท อันได้แก่ ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแสสังคม ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอุบัติเหตุ และภัยพิบัติ ข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์หรือข่าวโซเชียล ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง เพื่อผลิตเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

3. เพื่อนำงานวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับแรงจูงใจหรือความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย รายการให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังสามารถนำไปใช้กับช่วงข่าวอื่นในเกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตเนื้อหาข่าวให้ตามกลุ่มเป้าหมายของสถานี

1.8 กรอบแนวความคิด

ภาพที่ 1.5: กรอบแนวความคิด



บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการวิจัยครั้งนี้ โดยเริ่มจากการศึกษาตัวแปรตาม เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ทำให้เกิดตัวแปรตามเกิดจากสาเหตุใดบ้าง ผู้วิจัยขอเรียงลำดับของการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร
- 2.2 แนวคิดรายการสนามข่าว 7 สี
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวและประเภทข่าว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมโดยศึกษาจากตัวแปรตามตัวสุดท้าย แล้วเพื่อศึกษาถึงสาเหตุแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ในแต่ละวันสังคมมนุษย์จะเป็นสังคมประเภทที่ต้องการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันตลอดเวลา เพื่อทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลรวมไปถึงประสบการณ์ต่อกัน เพื่อให้ผู้สื่อสารทั้งสองเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ในการสื่อสารแต่ละครั้งนั้นผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเกิดความเข้าใจร่วมกันได้ต้องคำนึงถึงผลของการสื่อสารที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ และนอกจากนั้นผลของการสื่อสารจะมีผลเช่นไรทั้งหมดต้องขึ้นอยู่กับผู้รับสารที่จะเป็นผู้ทำการเปิดรับสารหรือไม่ (วอนนท์ อรรถจักร์ชัยรัตน์, 2550)

ปัจจุบันเราอยู่ในยุคของข่าวสารที่มีการรับส่งสารกันอย่างรวดเร็ว มีช่องทางในการรับสารต่างๆ มากมาย เราต้องยอมรับข่าวสารที่เรารับเข้ามาในแต่ละวันมันจำเป็นและสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เพราะข้อมูลที่เรารับเข้ามานั้นสามารถมาเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจต่าง ๆ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้เราสามารถติดตามข่าวสารหรือเหตุการณ์รอบโลกได้ง่ายและอย่างรวดเร็ว ข่าวสารที่เข้ามาหาเรามากมายในแต่ละวัน ทำให้เราตัดสินใจเลือกที่จะเปิดรับชมให้ตรงกับความสนใจของตนเองได้ เพื่อนำมาสู่การพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ ดังนั้น การเปิดรับชมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการใช้ของเรา (Rogers & Sevenning, 1969)

Atkin (1973) ได้ให้คำนิยามความหมายเรื่องของการเปิดรับสารไว้ว่า ยิ่งผู้ชมมีการเปิดรับสารมากเท่าไรจะทำให้ผู้นั้นมีทัศนวิสัยที่กว้างไกล เป็นผู้ที่มีความคิด เป็นผู้มีความรู้ เป็นผู้เข้าใจสิ่งรอบข้างที่อยู่รอบตัว และเป็นผู้ที่ทันต่อสถานการณ์บ้านเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่เปิดรับข่าวสาร

ด้าน Rogers & Sevenning (1969) ได้ให้คำนิยามความหมายเรื่องของการเปิดรับสารไว้ว่า การเปิดรับสารคือผู้ที่เปิดรับข่าวสารที่ครอบคลุมสื่อถึง 5 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์

จากคำนิยามของ Atkin และ Rogers & Sevenning เราจึงสามารถสรุปความหมายของการเปิดรับสารได้ว่า การเปิดรับสาร คือ ความถี่ในการเปิดรับของผู้ชมจากสื่อต่าง ๆ

เมื่อได้ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเรื่องการเปิดรับอย่างละเอียดแล้ว ทำให้เราเข้าใจได้ว่าข่าวสารเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ผู้รับสารที่เลือกเปิดรับข่าวสารนั้น ๆ สามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ ผู้รับสารจะมีความต้องการข่าวสารเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมก็ต่อเมื่อผู้รับสารเกิดความไม่แน่ใจในการกระทำบางสิ่งบางอย่างจึงต้องการข้อมูลเพื่อตัดสินใจและเสริมสร้างความมั่นใจในเรื่องนั้น แต่ผู้รับสารจะไม่เปิดรับข่าวสารทั้งหมด จะเลือกเปิดรับข่าวสารบางส่วนที่ตรงตามความต้องการ หรือความสนใจและมีประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น

Becker (1972) ได้อธิบายถึงการเปิดรับสารไว้ว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของมนุษย์นั้นสามารถแบ่งออกเป็นระดับของพฤติกรรมได้ 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับการค้นคว้าหาข้อมูล (Information Seeking) หมายความว่า การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลที่จำเป็นและตรงตามต้องการ โดยข้อมูลข่าวสารที่ค้นคว้าจะมีคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับผู้อื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. ระดับการเปิดรับข้อมูล (Information) หมายความว่า มนุษย์เปิดรับข้อมูลข่าวสารเมื่อตนเองเกิดความสนใจหรือเกิดความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และถ้าข้อมูลที่เปิดรับเข้ามานั้นตรงตามความต้องการหรือมีความเกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ

3. ระดับการเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) หมายความว่า มนุษย์จะเปิดรับข่าวสารก็ต่อเมื่อต้องการที่จะทำกิจกรรมบางสิ่งบางอย่างหรือเพื่อพักผ่อนผ่อนคลาย

ด้าน Klapper (1960) ได้อธิบายถึงการเปิดรับสารไว้ว่า กระบวนการในการเลือกเปิดรับข่าวสารของมนุษย์ มีด้วยกันทั้งหมด 4 ขั้น ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารในช่องทางหรือแหล่งข่าวสารต่าง ๆ ตามความต้องการหรือความสนใจของผู้รับสาร เช่น การเลือกเปิดช่องโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่งเป็นประจำ การซื้อหนังสือพิมพ์ของสำนักข่าวนั้นเป็นประจำซ้ำ ๆ ทุกวัน ทั้งนี้โดยธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะมีความชำนาญเชี่ยวชาญเรื่องการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ บางคนอาจมีความชอบฟังมากกว่าการอ่าน ในขณะที่บางคนอาจจะรักการอ่านมากกว่าการได้เห็นภาพ เป็นต้น

2. การเลือกสนใจ (Select Attention) ผู้รับสารจะเลือกให้ความสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยการเลือกเปิดรับสารในแต่ละครั้งผู้รับสารจะเลือกตามความสนใจของตนเอง ข่าวสารนั้นจะมาช่วยสนับสนุนความรู้หรือความคิดเดิมของผู้รับสารที่มีอยู่ และผู้รับสารมักจะหลีกเลี่ยงหรือปิดกั้นข่าวสารที่ไม่ตรงทัศนคติตนเอง เพื่อไม่ให้เกิดความไม่สบายใจของผู้รับสาร หรือที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางความเข้าใจ

3. การเลือกรับรู้นำไปสู่การตีความหมาย (Selective Perception and Selection Interpretation) เมื่อผู้รับสารผ่านขั้นตอนของเปิดรับและเลือกสนใจในข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เกิดการรับรู้ แต่ผู้รับสารจะไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ทั้งหมด การรับรู้เป็นการตีความหมายในสิ่งที่ผู้รับสารให้ความสนใจ แต่การตีความหมายขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ และความเชื่อของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป โดยข่าวสารที่เปิดรับเข้ามานั้นมักจะถูกบิดเบือนหรือปรับข่าวสารให้มีความสอดคล้องเข้ากับความคิดของตนเองที่มีอยู่

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) ขั้นสุดท้ายของการเปิดรับสาร เมื่อผู้รับสารเกิดการตีความหมายตามประสบการณ์ของตนเองแล้ว จะเลือกจดจำข่าวสารแค่บางส่วนที่ตรงตามความสนใจของตนเอง ข่าวสารที่เลือกจดจำจะมีเนื้อหาที่มาจากช่วยสนับสนุนความคิดหรือเสริมความเชื่อของแต่ละบุคคลที่มีอยู่แล้ว ให้เกิดความแน่ใจมีความชัดเจนในเรื่องนั้น ๆ มากยิ่งขึ้น เมื่อข้อมูลข่าวสารไปช่วยเสริมความคิดของผู้รับสารให้แน่ใจในเรื่องที่สนใจเมื่อไหร่ก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านความคิดยากขึ้นเท่านั้น ซึ่งสามารถทำให้เกิดประโยชน์ในโอกาสอื่น ๆ ต่อไป และส่วนหนึ่งสามารถนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกไม่สบายใจหรือขัดแย้งทางความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

จากแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ชมจะเปิดรับข่าวสารในแต่ละครั้ง จะต้องผ่านกระบวนการ 4 ขั้นตอน อันได้แก่ การเปิดรับ การเลือกสนใจ การเลือกรับรู้ และการตีความหมาย สุดท้ายคือการเลือกจดจำ เช่น ต้องการรู้ความคืบหน้าของข่าวกราดยิง จ.นครราชสีมา ผู้ชมจะรับรู้ข่าวนี้ได้ก็ต่อเมื่อเปิดรับชมรายการข่าว หลังจากนั้นผู้ชมจากเลือกให้ความสนใจในประเด็นข่าวที่แตกต่างกันออกไป บางคนให้ความสนใจเรื่องวิธีการจับกุมคนร้าย ขณะที่บางคนให้ความสนใจเรื่องการช่วยชีวิตของผู้ที่ติดค้างอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า การให้ความช่วยเหลือตัวประกัน เมื่อให้ความสนใจแล้วก็จะเกิดการรับรู้ แต่ยังไม่เกิดการตีความหมายความได้ในทันที เนื่องจากการตีความหมายของแต่ละคนไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละคน คือ คนที่ให้ความสนใจเรื่องวิธีการจับกุม จะมีการเข้าใจและตีความหมายในการจับกุมแตกต่างกันออกไป จะเห็นได้ว่าบางสถานีได้อธิบายถึงขั้นตอนการจับกุม เพื่อให้ผู้ชมตีความหมายและเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อตีความหมายและเข้าใจในสิ่งนั้นแล้วผู้ชมจะเลือกจดจำเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีนี้มาใช้ เพื่อทำการวิเคราะห์ให้ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายว่ามีสาเหตุของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี แท้จริงแล้วเกิดขึ้นมาจากเหตุใด ผู้วิจัยจึงได้นำคุณลักษณะทางประชากรมากำหนดเป็นตัวแปรอิสระในงานวิจัยครั้งนี้

2.2 แนวคิดรายการสนามข่าว 7 สี

รายการสนามข่าว 7 สี เป็นรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอข่าวและเหตุการณ์เป็นปัจจุบัน ด้วยความสดใหม่ และรวดเร็วทันสถานการณ์ โดยมีแนวความคิดหลักของรายการคือ “เข้มข้น เนื้อหา สารระ” เพื่อนำเสนอข่าวแบบเจาะลึกแล้วเข้าถึงพื้นที่ได้จริง เน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ผู้ใหญ่และกลุ่มคนต่างจังหวัด ผู้ควบคุมการผลิตรายการ คือ คุณจิโรจน์ จิตราพัฒนานันท์ มีช่วงเวลาออกอากาศทุกวันจันทร์ถึงศุกร์เวลา 07.30 - 09.30 น. และเสาร์-อาทิตย์ เวลา 04.40 - 06.50 น. ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รูปแบบรายการสนามข่าว 7 สีเป็นรายการสด ประกอบไปด้วยเนื้อหามีหลากหลายดังต่อไปนี้

1. ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแส คือ ข่าวที่ปล้น จี้ ชิงทรัพย์ ฆาตกรรม ก่อการร้าย หรือเหตุการณ์ใด ๆ ที่ประชาชนกำลังให้ความสนใจ ณ ขณะนั้น ส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของผู้คนส่วนใหญ่ ส่งผลต่อส่วนร่วมในวงกว้าง เช่น เหตุกราดยิงที่ จ.นครราชสีมา จากเหตุการณ์ครั้งนั้นถือว่าเป็นโศกนาฏกรรมครั้งใหญ่ ทั่วโลกต่างให้ความสนใจ สร้างความสูญเสียทั้งทรัพย์สินและชีวิต เกินกว่าที่ประชาชนจะทำได้ยอมรับในเรื่องที่เกิดได้
2. ข่าวอุบัติเหตุ คือ ข่าวที่ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อจิตใจมากนัก แต่ก็ส่งผลความสะเทือนใจให้กับผู้ที่ใกล้ชิดกับเหตุการณ์นั้น แต่ก็ถือว่าเป็นเรื่องใกล้ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตประจำวันแต่ละ เช่น ข่าวรถตู้ประสานงาย่างสด 14 ศพ ที่ จ.ระยอง เป็นเหตุการณ์ที่แม้ว่าจะไม่ได้ความเสียหายมากนัก แต่ก็ทำให้เกิดการสูญเสีย คอยย้ำเตือนในเรารู้จักใช้ชีวิตประจำวันอย่างระมัดระวัง ไม่ประมาท
3. ข่าวอุบัติเหตุและภัยพิบัติ คือ ข่าวที่เกิดจากธรรมชาติ และส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์ เช่น ฝุ่น P.M. ส่งผลต่อระบบทางเดินหายใจ ทำให้ผู้คนเริ่มหันมาตระหนักและใส่ใจเรื่องของสิ่งแวดล้อม และใส่ใจต่อการดำรงชีวิตมากขึ้น
4. ข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย คือ ช่วงข่าวข่าวหนึ่งที่ใช้ชื่อช่วงว่า “ภาพเป็นข่าว” เป็นช่วงของการนำเสนอข่าวที่เกิดการพูดถึง แชร์กันโซเชียลทั้งด้านดี และด้านลบ
5. รายงานพิเศษ คือ รายงานหรือสื่อบันทึกที่ถูกผลิตขึ้นในรูปแบบสารคดีเชิงข่าวที่ผู้ประกาศจะลงพื้นที่ไปหาสิ่งที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์มานำเสนอ รายการสนามข่าว จะมีรายการพิเศษประจำวัน ประกอบไปด้วย อนุวัต จัดให้ ออกอากาศวันจันทร์-อังคาร กล้าลองกล้าลุย ออกอากาศวันพุธ-พฤหัสบดี เจษฎาไอ้โฮ ออกอากาศวันศุกร์ และสนามข่าวชวนกิน ออกอากาศวันเสาร์-อาทิตย์
6. ข่าวการเมือง คือ ข่าวเกี่ยวกับการประชุม การบริหารประเทศของคณะรัฐมนตรี ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ
7. ข่าวต่างประเทศ คือ สถานการณ์รอบโลก ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 การชุมนุมประท้วงในฮ่องกง หรือสหรัฐอเมริกา รวมไปถึงภัยพิบัติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ
8. ข่าวกีฬา คือ การรายงานผลการแข่งขัน และอัปเดตเรื่องราวของวงการกีฬา

9. ข่าวบันเทิง คือ ข่าวที่เกิดในวงการบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องละคร รายการ รวมไปถึงข่าวต่าง ๆ ที่เกี่ยวดารานักแสดง ทั้งในและนอกสังกัด

ดังนั้นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา คือ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ซึ่งหมายถึง การประมาณค่าในการเปิดรับชมของผู้ชมที่ชมรายการสนามข่าว 7 สีในแต่ละครั้งว่ามี การเปิดรับชมมากหรือน้อยเพียงใด ทั้งนี้แบ่งเนื้อหาการรับชมทั้งหมดออกเป็น 9 ประเภท ได้แก่ ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแส ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอุบัติเหตุหรือภัยพิบัติ ข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ รายงานพิเศษ ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง โดยกำหนดมาตรวัด การประเมินค่า 4 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวและประเภทข่าว

เนื่องจากผู้ที่เปิดรับชมรายการข่าวนั้นมีความชื่นชอบที่มีความหลากหลายประเภท มีความต้องการในการเปิดรับข่าวสนที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นสิ่งที่ผู้ผลิตรายการข่าวคำนึงถึง คือ ความหลากหลายในการนำเสนอข่าว และยังคงคำนึงถึงกลุ่มผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา เราสามารถแยกประเภทของรายการข่าวได้ดังนี้ (นรินทร์ นำเจริญ, 2549)

1. รายการข่าว ในส่วนของรายการข่าวของโทรทัศน์นั้นมักจะมีช่วงระยะเวลาในการนำเสนอข่าว คือ ช่วงเช้า ช่วงเที่ยงและช่วงเย็น มีความยาวทั้งรายการประมาณ 1-2 ชั่วโมง โดยการนำเสนอข่าวในรายการนั้นจะมีการแบ่งเป็นช่วงต่าง ๆ ตามประเภทของข่าว เช่น ข่าวท้องถิ่น ข่าวส่วนกลาง ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ เป็นต้น โดยมีผู้ประกาศข่าวเป็นผู้ดำเนินรายการข่าวนั้น ๆ

2. รายการข่าวสั้นหรือข่าวด่วน เป็นรายการข่าวที่เป็นลักษณะข่าวด่วนหรือข่าวสั้นที่มีระยะเวลาออกอากาศประมาณ 3 - 5 นาที โดยอาจออกอากาศเป็นระยะ ๆ ตลอดทั้งวันหรืออาจจะ เป็นทุก ๆ ต้นชั่วโมง อยู่ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์จะเป็นผู้กำหนดนโยบาย นอกจากนี้หากมีข่าวหรือ เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นอย่างปัจจุบันและเป็นการเร่งด่วนอาจมีการแทรกข่าวด่วนเข้ามาภายในเวลา ของรายการปกติด้วยก็ได้

3. นิวส์ทอล์ก เป็นรายการข่าวที่ปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมของหลายสถานีโทรทัศน์จะ นำเอาเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่กำลังเป็นที่สนใจอยู่ในขณะนั้นมานำเสนอ มีวิธีการนำเสนอในเชิง พุดคุยมากกว่าการนั่งข่าวอย่างเป็นทางการ ทั้งนี้อาจมีการนำผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ เข้ามาพุดคุย ในรายการ ซึ่งมีความใกล้เคียงกับรายการข่าวประเภทสัมภาษณ์ และเปิดโอกาสให้ผู้ที่เปิดรับชม รายการโทรทัศน์สามารถส่งข้อความเข้ามาพุดคุยเสนอความคิดเห็นของตน

4. การสัมภาษณ์ข่าว เป็นรายการที่นำผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวมาให้สัมภาษณ์ใน รายการโดยเจาะลึกลงไปรายละเอียดของเนื้อหาข่าว เพื่อให้เกิดความกระจ่างมากขึ้น ซึ่งหากในการ สัมภาษณ์นั้นมีผู้ร่วมรายการมากกว่า 2 คนขึ้นไปก็อาจจัดรายการเป็นประเภทอภิปราย

5. รายการนิตยสารข่าว เป็นรายการข่าวที่ในหนึ่งรายการนั้นมี การนำเสนอใน รูปแบบที่หลากหลาย เช่น ในรายการหนึ่งอาจจะมีทั้งการนำเสนอข่าวประจำวัน และการนำ ผู้เกี่ยวข้องกับข่าวมาสัมภาษณ์ เป็นต้น

6. รายการสารคดีข่าว เป็นรายการข่าวที่นำรายละเอียดเบื้องต้นซึ่งเป็นข้อเท็จจริงที่น่าสนใจของเหตุการณ์ที่เป็นข่าวหรือสภาพสังคมในขณะนั้นทั้งเรื่องการเมือง การเป็นอยู่ การศึกษา และเศรษฐกิจ โดยเป็นรายการที่ให้ความรู้ควบคู่ไปกับความบันเทิงต่อผู้รับชมรายการ

7. รายการวิเคราะห์ข่าว รายการที่นำเสนอข่าวถึงรายละเอียดเบื้องต้นหลังของเหตุการณ์ที่เป็นข่าว โดยมีการอธิบายสาเหตุของปัญหาและแจกแจงรายละเอียดอย่างถี่ถ้วน ซึ่งผู้รายงานข่าวอาจใส่ความคิดเห็นของตนหรืออ้างถึงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อสนับสนุนความคิดของตนให้ผู้ฟังได้แง่คิดต่าง ๆ รวมทั้งอาจมีการชี้แนวทางในอนาคตว่าเหตุการณ์ที่เป็นประเด็นนั้นจะเป็นไปในทิศทางใดต่อไป

นอกจากนั้นปัจจุบันข่าวที่ปรากฏตามหน้าหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์นั้นมีมากมายหลายประเภท จึงได้มีการจำแนกประเภทของข่าวออกเป็นหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายต่อการศึกษาค้นคว้า ทั้งนี้การจำแนกขึ้นอยู่กับความคิด ทักษะคติ ประสบการณ์ และการถือปฏิบัติของผู้จำแนก สามารถแบ่งประเภทของข่าวได้ตามระดับและชนิดของข่าว ดังนี้ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545) แบ่งตามระดับของข่าว ได้แก่

1. ข่าวหนัก หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญและมีสาระที่เป็น ประโยชน์สร้างสรรค์ให้แก่สังคม เป็นเรื่องราวที่ค่อนข้างเข้าใจยาก จึงต้องอาศัยความคิด ความรู้ ความสนใจในภูมิหลังเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ พอสมควร โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย ระเบียบ วิธีปฏิบัติราชการ ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ แรงงาน การศึกษา ศาสนา และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2. ข่าวเบา หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่มีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของผู้ชมน้อยกว่าข่าวหนัก เป็นเรื่องราวที่เน้นให้เกิดความบันเทิงใจมากกว่าที่จะต้องนำไปคิดต่อ เช่น ข่าวหนัก แต่เป็นข่าวที่สามารถดึงดูดให้คนทั่วไปสนใจ เพราะ เป็นข่าวที่เข้าใจง่ายและมัก เน้นที่การเกิดอารมณ์คล้อยตามของผู้ชม ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวสังคม บันเทิง หรือข่าวตลก ขบขัน เป็นต้น

แบ่งตามชนิดของข่าว ได้แก่

1. ข่าวอาชญากรรม คือ การรายงานข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการฆาตกรรม ลักทรัพย์ ปล้นจี้ ชิงทรัพย์ ลักพาตัว ก่อวินาศกรรม ฯลฯ เป็นข่าวที่เกิดขึ้นตามภาวะสภาพของ สังคม มีความมุ่งหมายที่จะสร้างความกดดันให้แก่ผู้กระทำความผิด

2. ข่าวการเมืองและข่าวศาล คือการรายงานข่าวที่เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทางด้านการบริหารประเทศของรัฐบาล หรือหน่วยงานราชการ หรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหารของหน่วยงานต่าง ๆ ข่าวที่เกิดขึ้นจากกระบวนการยุติธรรม ตามทำพิพากษาของ ศาลทั่วประเทศ โดยข่าวศาลจะได้รับความสนใจมากน้อยแค่ไหนนั้น ขึ้นอยู่กับคู่กรณีในข่าว ว่าเป็นคนมีชื่อเสียงหรือไม่ หรือผลเสียที่จะเกิดขึ้นกับอีกฝ่ายมากมายขนาดไหน ในกรณีที่เป็นคดี ฟ้องร้องที่มีโทษสูง

3. ข่าวอุบัติเหตุ คือ การรายงานเกี่ยวกับข่าวที่เกิดขึ้น โดยไม่มีใครคาดคิดมาก่อน ซึ่งเกิดขึ้นจากความประมาทของบุคคล และความผิดพลาดของ ธรรมชาติที่เราไม่อาจคาดเดาได้ เป็นข่าวที่ดึงดูดความสนใจแก่ผู้ชมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็น ข่าวที่รายงานเหตุการณ์ที่ส่งผลต่อชีวิตและทรัพย์สิน

4. ชาวอุบัติภัยและภัยพิบัติ คือ ชาวที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ แล้วส่งผลกระทบเป็นวงกว้าง อาทิเช่น แผ่นดินไหว น้ำท่วม ไฟป่า พายุถล่ม เป็นต้น
5. ชาวเศรษฐกิจ คือ เป็นการรายงานข่าวเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ เรื่องปากท้องของประชาชนจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนทั่วไป
6. ชาวการศึกษา คือ การรายงานข่าวที่เกี่ยวกับการจัดระบบการศึกษาของรัฐ ในระบบต่าง ๆ และสภาพแวดล้อมของการศึกษา รวมถึงความก้าวหน้าของระบบการศึกษา และการวิจัยต่าง ๆ
7. ชาวสังคม คือ ชาวที่เกี่ยวกับบุคคลระดับต่าง ๆ ที่เป็นที่ยุติในสังคมโดย รายงานเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิตของบุคคลเหล่านั้น เช่น ข่าวการแต่งงาน ข่าวการเปิดธุรกิจ เป็นต้น
8. ชาวบันเทิง คือ ชาวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของดารารวมถึงบุคคลในวงการบันเทิงที่สร้างความสนุกสนานให้แก่คนทั่วไป ได้แก่ ข่าวของบุคคลในวงการเพลง ภาพยนตร์ ดนตรี หนังสือ เป็นต้น
9. ชาววัฒนธรรม คือ การรายงานข่าวที่เกี่ยวข้องกับความเจริญงอกงามของอารยธรรมแห่งสังคม เช่น การแต่งกาย ภาษา ประเพณี วิถีชีวิต เป็นต้น นอกจากนี้สื่อยังมีหน้าที่ในการเฝ้าระวัง ทางวัฒนธรรมอีกด้วย
10. ชาวกีฬา คือ การรายงานข่าวเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ รวมไปถึงความก้าวหน้าและการเคลื่อนไหวของวงการกีฬาประเภทต่าง ๆ
11. ชาวบริการ คือ ชาวที่เกี่ยวกับการแจ้งความ รับสมัครต่าง ๆ การพยากรณ์อากาศ ราคาสินค้าปัจจุบันในตลาด เป็นต้น
12. ชาวเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การลงทุน และข่าวพาณิชย์ คือ ชาวที่มีการจัดแยกประเภทตามลักษณะเฉพาะของวิชาชีพ เพื่อแจ้งความเคลื่อนไหวของบุคคลในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ

จากแนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวและประเภทข่าว แสดงให้เห็นว่าการคิดรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวนั้นมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นรายการข่าวที่เป็นทางการ ข่าวสั้นหรือข่าวด่วน รายการทอล์ก รายการสัมภาษณ์ นิตยสาร สารคดี และการวิเคราะห์ข่าว เมื่อคิดรูปแบบแล้วแต่ละรายการก็ต้องคิดถึงประเด็นข่าวที่นำเสนอ ในแต่ละวันมีเรื่องราวเกิดมากมาย แต่ทุกเรื่องราวไม่สามารถนำมาเป็นข่าวได้ ต้องจำแนกประเภทของเป็นกลุ่ม ๆ ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวการเมืองหรือข่าวศาล ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอุบัติเหตุหรือภัยพิบัติ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการศึกษา ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง ข่าววัฒนธรรม ข่าวกีฬา ข่าวบริการ ข่าวเกษตรกรรม โดยจะต้องสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้ชมว่าเป็นกลุ่มผู้ที่ชอบรับชมข่าวประเภทใด แล้วเน้นผลิตข่าวประเภทนั้นให้ตรงตามความต้องการ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดนี้มากำหนดในการแบ่งกลุ่มประเภทข่าวของรายการสนามข่าว 7 สีเพื่อนำมาวิเคราะห์ความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ปรเม สตะเวทิน (2546) ได้ให้คำอธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้ว่า มนุษย์มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน และมักมีอิทธิพลต่อผู้รับสารที่ทำการสื่อสารต่อกัน ทั้งนี้การเกิดพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากการกระตุ้นจากสิ่งเร้าที่เชื่อว่ามนุษย์มีลักษณะประชากรแตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ตรงกับทฤษฎีของ Defleur & Boll-Rokeach (1989) ที่มีชื่อว่า ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ที่ได้พัฒนามาจากแนวความคิดในเรื่องสิ่งเร้าและตอบสนอง (Stimulus-Response) ที่ในอดีตมีการนำมาใช้อธิบายเรื่องของการสื่อสารแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ถ้าหากผู้รับสารมีความแตกต่างกันในทางคุณลักษณะ ก็จะทำให้ความสนใจต่อข่าวใดข่าวหนึ่งที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ผู้รับสารจะมีลักษณะที่เฉพาะตัวแตกต่างกันออกไป คุณลักษณะเฉพาะตัวเหล่านี้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารที่ทำการสื่อสาร สามารถกล่าวได้ว่าเหตุการณ์ที่แตกต่างกัน จำนวนผู้รับสารย่อมมีปริมาณแตกต่างกัน การวิเคราะห์จำนวนผู้รับสารที่มีปริมาณน้อยจะไม่เกิดปัญหา หรือพบปัญหาที่น้อยกว่าการวิเคราะห์จำนวนผู้รับสารที่มีปริมาณมาก ถึงแม้จะสามารถวิเคราะห์รายบุคคลได้แต่ในกรณีที่เป็นกลุ่มขนาดใหญ่หรือสื่อมวลชนจะไม่สามารถทำได้ เนื่องจากมีจำนวนผู้รับสารมากเกินไป ฉะนั้นวิธีการที่ดีที่สุดที่จะช่วยในการวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมาก คือ การแบ่งผู้รับสารเป็นกลุ่ม ๆ ซึ่งสามารถแบ่งได้ตามลักษณะประชากร ไม่ว่าจะเป็นแบ่งเพศ อายุ รายได้ สถานการสมรส หรือระดับการศึกษาก็ตาม ซึ่งส่งผลต่อรับรู้และการตีความในการสื่อสารของผู้รับสาร และแสดงให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรที่ใกล้เคียงกันจะมีทัศนคติ ความคิด และพฤติกรรมคล้ายกัน โดยสามารถแบ่งลักษณะทางประชากรได้ดังต่อไปนี้ (ปรเม สตะเวทิน, 2546)

1. เพศ (Sex) ตามลักษณะทางสถานภาพ เราสามารถแบ่งออกเป็นเพศหญิงและเพศชาย เป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลมีติดตัวมาตั้งแต่เกิด เมื่ออยู่ในกลุ่มคนหมู่มากเพศจะช่วยกำหนดหน้าที่ของแต่ละคนบุคคลตลอดจนด้านพัฒนาการต่าง ๆ ในแต่ละวัยก็จะมีบุคลิก จิตใจ ความต้องการ และอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงความแตกต่างทางเพศทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมที่เปิดรับที่ต่างกัน เช่น ผู้หญิงจะมีเปิดรับการรับชมละครมากกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายจะเปิดรับชมกีฬามากกว่าผู้หญิง เป็นต้น

2. อายุ (Age) อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่มีผลพฤติกรรมในการเปิดรับ อายุสามารถบ่งบอกถึงวัยวุฒิ และยังทำหน้าที่เป็นตัวชี้วัดถึงทัศนคติ ความเชื่อ การรับรู้และตีความ รวมไปถึงการตอบโต้ในสถานการณ์ได้ จากกรณีศึกษาเรื่องความคิดละเอียดลออ ของทอแรนซ์ (Torrance, 1962) พบว่าอายุเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่ง เมื่อมีอายุมากขึ้น ทัศนคติ ความคิดก็จะมีรายละเอียดรอบคอบมากยิ่งขึ้น การเปิดรับข่าวสารก็จะเปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีอายุที่มากขึ้น กล่าวได้ว่าผู้ที่มีอายุน้อยจะให้ความสนใจกับสิ่งบันเทิงเป็นพิเศษมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า ขณะที่ผู้ที่มีอายุมากจะคอยข้างให้ความสนใจต่อข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิต ดังนั้นอายุจึงเป็นที่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างลักษณะด้านพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารได้

3. การศึกษา (Education) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารอีกประการหนึ่ง การศึกษาเป็นตัวบ่งบอกได้ว่าผู้รับสารได้รับการอบรมสั่งสอนมาจากสถาบันอย่างน้อยเพียงใด การศึกษาในที่นี้ไม่มีหมายถึงการศึกษาจากสถาบันการศึกษาเท่านั้น แต่ยังหมายถึงประสบการณ์การชีวิต ที่ช่วยส่งเสริมความคิด ทักษะคิด การรับรู้และตีความของข่าวสารที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่จบปริญญาโทนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าเด็กมัธยม เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ยุคสมัยรวมไปถึงระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติ อุดมการณ์ และความสนใจที่แตกต่างกัน มีงานวิจัยพบว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงจะเปิดรับข่าวที่มีเนื้อหาหนัก และมีประโยชน์มากกว่า (Steiner, 1964) นอกจากนั้นยังสามารถรับข้อมูลข่าวสารการวิพากษ์วิจารณ์ ตั้งคำถาม หรือข้อสงสัย ได้มากกว่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

4. สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) สามารถเป็นเครื่องชี้วัดถึงความสนใจการเปิดรับข่าวสารข่าวใดข่าวหนึ่ง ย่อมขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจและสังคม สภาพแวดล้อมโดยรอบที่แตกต่าง ที่ประกอบไปด้วยถิ่นที่อยู่อาศัย รายได้ อาชีพ สถานภาพการสมรส รวมไปถึงศาสนา ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อเปิดรับที่แตกต่างกันออกไป กล่าวคือหากมีลักษณะถิ่นที่อยู่อาศัย อาชีพการทำงานต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็จะแตกต่างด้วยเช่นกัน นอกจากเรื่องของสภาพถิ่นที่อยู่แล้ว ยังมีเรื่องรายได้ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปิดรับชมสื่อที่สามารถจัดอุปกรณ์ในการรับชม

จากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร แสดงให้เห็นว่าคุณสมบัติที่มีเฉพาะบุคคล ส่งผลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร ถ้าหากต้องวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมากวิธีการที่ดีที่สุดคือการแบ่งผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ แบ่งตามลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น ดังนั้นลักษณะทางประชากรถือว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญและความสัมพันธ์การรับสาร หมายความว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันผลของการกระทำย่อมมีความแตกต่างเช่นเดียวกัน ผู้วิจัยจึงได้นำคุณลักษณะทางประชากรมากำหนดเป็นตัวแปรอิสระในงานวิจัยครั้งนี้ด้วย

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจหรือการจูงใจ หมายถึง กระบวนการที่ผู้รับสารถูกสิ่งเร้าเข้ามากระตุ้น เพื่อให้กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายบางอย่าง แรงจูงใจเป็นสิ่งที่ผู้รับสารคาดหวัง ซึ่งสิ่งนั้นอาจจะเป็นที่น่าพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ หมายความว่า ความหวังจะมาช่วยเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้รับสารแสดงพฤติกรรมความต้องการหรือการแสดงตัวตนที่แท้จริง โดยกระบวนการที่จะมาช่วยกระตุ้นให้ผู้รับสารแสดงพฤติกรรมนั้น เรียกว่า แรงจูงใจ (สุเมธ เดียววิศเรศ, 2527)

นอกจากนั้นยังมีอีกหลายงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจมีส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจ โดยส่งผลต่อจิตใจในด้านการรับรู้ การมีอำนาจ เจตคติ และการใช้เหตุผล รวมทั้งการเป็นศูนย์กลางการมีประสบการณ์ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละคนอีกด้วย (Samuels, 1984)

ผู้รับสารแต่ละคนจะมีแรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจประกอบไปด้วยหลายประการคือ

1. ฆ่าเวลาหรือเมื่อรู้สึกเหงา เป็นเหตุผลด้านจิตวิทยาที่มนุษย์มักจะไม่ชอบการอยู่คนเดียวตามลำพัง มนุษย์จึงมีความชอบและพยายามเอาตนเองเข้าไปมีส่วนร่วมในผู้อื่น แต่ถ้าหากไม่สามารถติดตามหรือสื่อสารกับใครได้ เพื่อนที่ดีที่สุดคือ สื่อ การอยู่กับสื่อสามารถเป็นเพื่อนคลายเหงาหรือฆ่าเวลาได้ดีในขณะที่ไม่รู้ว่าจะทำอะไร ในขณะที่ยังอยู่กับสื่อมวลชนมากจนรู้สึกว่า การได้อยู่กับสื่อเป็นที่พึงพอใจมากกว่าการนำตัวเองไปมีส่วนร่วมกับผู้อื่น นั่นอาจจะเป็นเพราะว่าสื่อมวลชนไม่ได้สร้างความกดดันในการสนทนาแก่ผู้รับสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็น โดยธรรมชาติของมนุษย์มักจะมี ความอยากรู้อยากเห็น คลายความสงสัยในตนเอง สื่อมวลชนจึงเป็นหนึ่งช่องทางที่นำเสนอและเข้ามาช่วยคลายความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี จะสังเกตได้ว่าสื่อมวลชนจะนำเสนอเรื่องใกล้ตัวที่เป็นหนึ่งในคุณค่าข่าวมานำเสนอข่าวเป็นหลัก เพราะมนุษย์มักให้คนสนใจสิ่งที่รู้สึกว่าเป็นเรื่องใกล้ตัวหรือมีความเกี่ยวข้องกับตนเอง

3. ประโยชน์ในการใช้สอย มนุษย์ทุกคนบนโลกล้วนมีความเห็นแก่ตัวในตนเอง มีความต้องการและแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตของตนเอง ในบางครั้งเมื่อเราต้องการจะทำอะไรสักอย่างหนึ่งให้เกิดประโยชน์ แต่เราไม่รู้ขั้นตอนหรือกระบวนการ การเปิดรับสื่อจึงเป็นทางออกทางด้านความคิด ช่วยให้บรรลุเป้าหมาย

4. ความบันเทิง ในแต่ละวันเรามักจะเจอเรื่องราวต่าง ๆ มากมาย เรื่องราวเหล่านั้น อาจส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกทำให้เกิดความเครียด การเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาบันเทิง จะช่วยสร้างความจรรโลงแก่ผู้รับสารได้ในระดับ

5. ผ่อนคลาย มีความคล้ายคลึงกับความบันเทิงเป็นอย่างมาก แต่แตกต่างกันตรงที่ผู้รับสารที่ต้องการผ่อนคลาย เนื้อหาที่เปิดรับนั้นไม่ใช่เนื้อหาที่มีความบันเทิงอย่างเดียว อาจจะเป็นเนื้อหาอะไรก็ได้ที่ผู้รับสารต้องการเปิดรับสาร บางคนอาจจะรู้สึกว่า การเปิดรับรายการข่าวเป็นสิ่งที่ทำให้เขารู้สึกพึงพอใจ ในขณะที่บางคนเลือกที่เปิดรับรายการบันเทิง หรือบางคนเลือกเปิดรับละครเพื่อทำให้ตนเองรู้สึกผ่อนคลาย

6. ข่าวสาร ในหนึ่งวันมีข่าวมากมายจากรอบโลก การใช้ชีวิตในแต่ละวันมีความจำเป็นที่จะต้องเปิดรับข่าวสาร เพื่อให้รู้เท่าทันสถานการณ์ นอกจากนั้นผู้ที่เปิดรับข่าวสารจะช่วยเสริมสร้างให้ตนเองเป็นผู้ที่มีความรอบตัว สามารถไปแลกเปลี่ยนข่าวสารกับผู้อื่นได้

ทั้งนี้การวัดแรงจูงใจผู้วิจัยจะใช้ทฤษฎีของ Samuels อันได้แก่ ความเหงาหรือการฆ่าเวลา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์ในการใช้สอย ความบันเทิง ความผ่อนคลาย และข่าวสาร โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating scale) 4 คือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้ผู้รับสารเกิดการเปิดรับชมข่าวสาร ผู้วิจัยจึงได้ทำทฤษฎีมากำหนดเป็นตัวแปรอิสระในงานวิจัยครั้งนี้ด้วย

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์

สื่อ หมายถึง ตัวกลางที่ทำหน้าที่ช่วยการถ่ายทอดเรื่องราว หรือการติดต่อสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ข่าวสาร สื่อความหมาย ความรู้ การทำความเข้าใจ สถานการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่งไปยังผู้รับสาร (สุมาลี ชัยเจริญ, 2545)

สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะที่แตกต่างกัน และสื่อโทรทัศน์ถือว่าเป็นสื่อหนึ่งที่จะช่วยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารได้ในวงกว้างและครอบคลุม และคงปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นศูนย์กลาง และมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิต เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถให้สาระความบันเทิงได้ดีทั้งภาพและเสียง มีความหลากหลายในการนำเสนอให้ผู้ชมได้เลือกเปิดรับ โดยผู้ผลิตสื่อจะต้องสร้างเนื้อหาให้มีความน่าสนใจ ไม่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย และยังเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอยู่เกือบทุกครัวเรือน โทรทัศน์จึงเป็นสื่อผู้รับสารเลือกเปิดรับชมข่าวสาร สถานการณ์บ้านเมือง รวมไปถึงความบันเทิงต่าง ๆ (พรณรงค์ พงษ์กลาง, 2560)

McQuail (2005) กล่าวว่าสื่อโทรทัศน์มีหน้าที่สำคัญเพื่อตอบสนองความต้องการด้วยกันทั้งหมด 4 ประการ ดังนี้

1. Self-rating Appeal เมื่อผู้ชมเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์จะเริ่มหันมองตัวเองแล้วเห็นบางสิ่งบางอย่างจากตัวเอง เช่น ปัญหาที่ตนเองพบเจอ บุคลิกภาพ เป็นต้น
2. Basic for Social Interaction การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในครอบครัว กลายเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ทำหน้าคนในครอบครัวได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องที่กำลังรับชม
3. Excitement รับชมสื่อโทรทัศน์ เพื่อความบันเทิงและตื่นเต้น ผู้ชมจะรู้สึกมีส่วนร่วมในการรับรายการตอบคำถาม หรือการรับชมรายการกีฬา ในบางครั้งผู้ชมเลือกเปิดรับรายการที่มีความบันเทิงเพื่อหลีกเลี่ยงความจริงของโลกที่มีความวุ่นวาย เพื่อความผ่อนคลาย พักผ่อน และลดความเครียด
4. Education Appeal ผู้ชมเลือกเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์เพื่อเสริมสร้างความรู้ให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสังคมในปัจจุบัน

สื่อโทรทัศน์ นับว่าเป็นสื่อที่รวบรวมทั้งด้านหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และภาพยนตร์ หลอมรวมกันไว้เป็นหนึ่งเดียว แต่ยังคงเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติแตกต่างจากสื่ออื่น คือ เป็นสื่อที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือหรือความเลื่อมใส สามารถโน้มน้าวใจหรือชักจูงใจผู้ชมให้รู้สึกคล้อยตามได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ ทั้งยังสร้างความทรงจำให้กับผู้ชมติดตาม โดยเฉพาะกับเด็กที่สามารถปลูกอารมณ์ การมีส่วนร่วม หรือสร้างความประทับใจกับเด็กได้มากกว่าผู้ใหญ่ เช่น การ์ตูนที่มีภาพสีสันประกอบเสียงที่ฟังแล้วรู้สึกสนุกสนานจึงสร้างความน่าสนใจ น่าติดตามกับเด็กได้เป็นอย่างดีดีกว่า ในบางครั้งภาพที่นำเสนอทำให้เด็กและผู้ใหญ่รู้สึกเสมือนว่าเป็นจริง ทั้งที่ภาพเหล่านั้นอาจจะมึบตันไปบ้างเพื่อความสวยงาม โดยสามารถแบ่งคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์ได้ดังต่อไปนี้

1. สื่อโทรทัศน์คือ การล่อหลอมรวมสื่อด้านหนังสือพิมพ์วิทยุกระจายเสียง และภาพยนตร์ไว้ด้วยกันนั้น ในการออกอากาศจึงมีความน่าสนใจ แล้วได้รับความนิยมสูงกว่าสื่ออื่น กล่าวคือผู้ชมสามารถดูภาพยนตร์หรือละครได้โดยไม่ต้องไปถึงโรงภาพยนตร์ แล้วยังทำให้ผู้ปกครอง

ได้มีเวลาอยู่ร่วมกับเด็ก สามารถอธิบายหรือชี้แจงเรื่องราวต่าง ๆ ได้ทันทีที่ได้รับชมได้มากกว่าการไปรับชมในโรงภาพยนตร์

2. สื่อโทรทัศน์มีความโดดเด่นที่มีทั้งภาพและเสียง จึงสามารถดึงดูดใจได้มากกว่าสื่อ
 บอดอย่างสื่อวิทยุ

3. ในบางเรื่องสื่อโทรทัศน์มีวิธีการนำเสนอที่ดีกว่า และบางรายการต้องอาศัย
 ภาพประกอบเพื่ออรรถรสในการรับชมและสร้างความเข้าใจ

4. สื่อโทรทัศน์ช่วยให้ผู้ชมเห็นภาพมากขึ้น ในบางเรื่องผู้ชมอาจจะไม่เคยเห็น
 หรือมีประสบการณ์มาก่อน การได้รับชมภาพจากโทรทัศน์จะช่วยเกิดการเรียนรู้และเข้าใจในสิ่งนั้น
 มากยิ่งขึ้น

5. สื่อโทรทัศน์สามารถนำเสนอข่าวสารได้ดี เพราะผู้ชมจะได้ทั้งการฟังเสียงและเห็น
 ภาพ

สามารถกล่าวได้ว่าสื่อโทรทัศน์มีลักษณะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงง่าย มีความน่าสนใจด้วย
 ภาพและเสียงมากกว่าสื่ออื่น มีความรวดเร็ว และน่าเชื่อถือในการรายงานข่าวสารสถานการณ์ต่าง ๆ ทำให้
 ผู้ชมรู้สึกยอมรับ และยังให้ความรู้สึกที่ใกล้ชิดกับผู้ชม หมายความว่า ผู้รับสารสามารถรับสารต่าง ๆ
 ที่เกิดทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว (อรนุช เลิศจรยารักษ์, 2541)

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ แสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์เป็นที่ล่อหลอม
 หลาย ๆ สื่อไว้ด้วยกันไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์วิทยุกระจายเสียง และสื่อภาพยนตร์ ที่มีจุดแข็งคือทั้ง
 ภาพและเสียง มีขนาดกะทัดรัด เข้าถึงได้ง่าย ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและทฤษฎีสื่อโทรทัศน์มา
 ประกอบการกำหนดทิศทาง และวิเคราะห์กลุ่มผู้ชมในเรื่องแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการ
 สนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

Ronald (1980) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน ทำการจัดกลุ่มด้าน
 ความพึงพอใจหรือแรงจูงใจจากผู้ชม เพื่อนำมาจัดเป็น 7 กลุ่มหลักและตีความหมายแต่ละกลุ่ม ผลที่
 ได้คือ ผู้ชมส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมเพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์หรือการมีส่วนร่วมกับผู้อื่น
 กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับชมเพื่อความบันเทิง รับชมเพราะเป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิต อยู่ในช่วงเวลา
 ที่จะเปิดรับชม เพื่อความผ่อนคลาย เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย และชมเพื่อนำมาแก้ปัญหาในชีวิต

นอกจากนั้น Rubin (1981) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อโทรทัศน์ของผู้ชมที่สูงอายุ พบว่า
 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความแรงจูงใจในการเปิดรับที่จะทำให้เกิด
 เกิดประโยชน์ในแง่ต่าง ๆ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบสำหรับผู้ที่มีแรงจูงใจใช้สื่อเพื่อฆ่าเวลาใน
 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์

งานวิจัยภายในประเทศ

พัชรินทร์ เศวตสุทธิพันธ์ (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในข่าวการเมืองมากที่สุด รองลงมาคือข่าวสังคมเศรษฐกิจ และแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการเปิดรับชมรายการมาจากสาเหตุต้องการติดตามข่าวสารแล้วนำไปให้ให้เกิดประโยชน์ เหตุผลรองลงมาคือเพื่อความผ่อนคลายทางอารมณ์ รวมไปถึงรับชมเพื่อนำข่าวสารไปพูดคุยกับผู้อื่น โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาทำการวิจัยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เปิดรับชมรายการข่าวเป็นประจำทุกวัน เพื่อเสริมสร้างความรู้สามารถพูดคุยและมีส่วนร่วมกับผู้อื่น

นอกจากนั้นยังพบว่าลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

ด้านวิยดา เกียวกุล (2538) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่าลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ขณะที่ผู้ที่มีอายุต่างกันจะมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นอกจากนั้นยังมีงานวิจัยของอนุชิต มุรธาทิพย์ (2542) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสืบทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.” พบว่าเพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน

กาญจนา กาญจนทวี (2542) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย” พบว่าแรงผลักดันที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดแรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสารคือ ความสะดวกสบายของการใช้งานทางอินเทอร์เน็ต มีคล้ายคลึงกับหลักการการแสวงหาข่าวสารของ Schramm (1973) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารในช่องทางที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และสื่อที่นั้นสามารถที่จะทำให้เขาสามารถบรรลุเป้าหมายได้ นอกจากนี้ยังมีแรงจูงใจในด้านอื่น ๆ เช่น รับข่าวสารเพื่อฆ่าเวลา และยังต้องการเป็นผู้ที่ดูดีทันสมัย

ขณะที่ปิ่นชนก ปิณฑะบุตร (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจในการอ่านข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการใช้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ อยู่ในเกณฑ์มาก โดยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 แบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.83 ด้านเอกลักษณ์ทางบุคคล อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.52 ด้านความบันเทิง อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ด้านเทคโนโลยี อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ด้านพฤติกรรมการเปิดรับเพื่อคลายความเหงา อยู่ในเกณฑ์มาก มีค่าเฉลี่ย 3.47

มีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ ภัทรกร เสนไกรกุล (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง

“การเปิดรับ แรงจูงใจในการใช้สื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณาของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อดั้งเดิมและสื่อรูปแบบใหม่” ที่ได้ศึกษาไว้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจใช้สื่อดั้งเดิมน้อยกว่าสื่อใหม่ และมีแรงจูงใจใช้ในด้านความบันเทิงมากกว่าเพื่อการติดต่อหรือมีส่วนร่วมกับผู้อื่น แต่ผลกลับ

ออกมาตรงกันข้าม เมื่อแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อใหม่สูงสุดคือ เพื่อการติดต่อสื่อสารหรือการมีส่วนร่วมร่วมกับผู้อื่น รองลงมาคือ ต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ

นิยามเชิงปฏิบัติการ

1. ด้านแรงจูงใจ

แรงจูงใจหมายถึง สิ่งเร้าที่เข้ามากระตุ้น ให้ผู้รับชมเกิดความอยาก หรือมีความต้องการที่จะเปิดรับชมรายการนั้น ซึ่งในแรงจูงใจของงานวิจัยนี้ ประกอบไปด้วยทั้งหมด 6 ด้าน (Samuels, 1984) ดังนี้

1.1 ด้านฆ่าเวลาหรือความเหงา หมายถึง ผู้ชมเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ขณะรอคอยจะทำบางสิ่งบางอย่าง หรือเพื่อไม่ให้เกิดความเบื่อหน่าย ตอนที่ไม่ว่าตัวเองจะทำสิ่งใด การรับชมรายการข่าวจึงเป็นการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.2 ด้านความรู้ อยากเห็น หมายถึง ผู้ชมเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพื่อต้องการติดตามสถานการณ์ ความคืบหน้าของข่าวที่ตนกำลังติดตามอยู่ เพื่อให้ความรู้เพิ่มเติม และตอบสนองในสิ่งที่ตนต้องการรู้

1.3 ด้านประโยชน์การใช้สอย หมายถึง ผู้ชมเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพื่อหาคำตอบบางอย่างที่ตรงตามความต้องการ แล้วนำไปใช้ในเกิดประโยชน์

1.4 ด้านความบันเทิง หมายถึง ผู้ชมเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพื่อความสนุกสนาน หากิจกรรมทำร่วมกันภายในครอบครัว

1.5 ด้านความผ่อนคลาย หมายถึง ผู้ชมเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพื่อลดความตึงเครียดจากการทำงาน หรือการใช้ชีวิตประจำวัน

1.6 ด้านข่าวสาร หมายถึง ผู้ชมเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพื่อหาความรู้รอบตัว สิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้กลายเป็นคนที่ทันต่อสถานการณ์บ้านเมือง และช่วยส่งเสริมสร้างให้ตนเองกลายเป็นผู้ที่ดูดีมีความรู้

การวัดแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี สามารถวัดได้จากองค์ประกอบแรงจูงใจที่มีทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านการฆ่าเวลาหรือความเหงา ด้านความอยากรู้ อยากเห็น ด้านประโยชน์การใช้สอย ด้านความบันเทิง ด้านความผ่อนคลาย และด้านข่าวสาร ตามแนวคิดทฤษฎีของ Samuels (1984) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้คะแนนจากแบบวัดมากกว่าแสดงว่ามีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี มากกว่าผู้ตอบคำถามที่ได้แบบวัดน้อยกว่า

2. การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี หมายถึง การให้ความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของรายการ รวมไปถึงความถี่หรือจำนวนครั้งที่ดูหรือรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ซึ่งในการเปิดรับชมในวิจัยนี้ ประกอบไปด้วยข่าว 8 ประเภทได้แก่

2.1 ข่าวอาชญากรรม หมายถึง การรายงานข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับมาตรฐาน ลักทรัพย์ ปล้นจี้ ชิงทรัพย์ ลักพาตัว ก่อวินาศกรรม ฯลฯ ที่เกิดในสังคมและคนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก

2.2 ข่าวอุบัติเหตุ หมายถึง เป็นการรายงานข่าวในเรื่องที่ให้ความรู้สึกใกล้ชิดกับผู้ชม คือ เป็นเรื่องที่เราพบเจอบ่อยครั้ง หรือคนใกล้ตัวประสบปัญหาเรื่องราวนั้น ๆ เป็นเรื่องราวที่เราสามารถพบเจอในชีวิตประจำวัน

2.3 ข่าวอุบัติเหตุ และภัยพิบัติ หมายถึง การรายงานเกี่ยวกับภัยธรรมชาติที่ผิดปกติไปจากเดิมและทำให้ประชาชนได้รับผลกระทบ

2.4 ข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย หมายถึง เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้คนนำมาลงในโซเชียลมีเดีย แล้วเกิดการแชร์ต่อหรือพูดถึงกันเป็นจำนวนมาก

2.5 รายงานพิเศษ หมายถึง รายงานสารคดีเชิงข่าว ที่มีความบันเทิงเพลิดเพลินก็แฝงไปด้วยประโยชน์และความรู้

2.6 ข่าวการเมือง หมายถึง การรายงานข่าวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ด้านการบริหารประเทศของรัฐบาล หรือหน่วยงานราชการ หรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหารของหน่วยงานต่าง ๆ

2.7 ข่าวต่างประเทศ หมายถึง การรายงานข่าวสถานการณ์ ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นรอบโลก ในประเทศอื่น ๆ

2.8 ข่าวกีฬา หมายถึง การรายงานข่าวที่เกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ รวมไปถึงความก้าวหน้า และการเคลื่อนไหวของวงการกีฬาต่าง ๆ

2.9 ข่าวบันเทิง หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของดารารวมถึงบุคคลในวงการบันเทิงที่ความสนุกสนานให้แก่ผู้ชม

การวัดการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี สามารถวัดได้จากองค์ประกอบการเปิดรับชมที่มีทั้งหมด 6 ประเภท คือ ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแส ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอุบัติเหตุหรือภัยพิบัติ ข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ รายงานพิเศษ ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง ตามแนวคิดทฤษฎีรายการสนามข่าว 7 สีและแนวคิดทฤษฎีของนรินทร์ นำเจริญ (2549) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้คะแนนจากแบบวัดมากกว่าแสดงว่ามีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีมากกว่าผู้ตอบคำถามที่ได้แบบวัดน้อยกว่า

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนาม 7 สีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยศึกษางานวิจัยครั้งนี้โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อกำหนดแนวทางในการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์และเป็นการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและให้ตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (Self-Administration Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

3.1 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สีในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตร G*Power ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้สถิติเชิงอนุมานที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ได้แก่

1. T-test กำหนดค่าขนาดอิทธิพลมีขนาดกลางเท่ากับ 0.5 ระดับความคาดเคลื่อนของการประมาณค่า 0.05% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ที่ 34 คน

2. F-test หรือ One-way Analysis of Variance: ANOVA กำหนดค่าขนาดอิทธิพลมีขนาดกลางเท่ากับ 0.25 ระดับความคาดเคลื่อนของการประมาณค่า 0.05% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95% มีตัวแปร 4 ตัวแปร ได้ตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ที่ 315 คน

3. Pearson's Product Moment Correlation Coefficient กำหนดค่าขนาดอิทธิพลมีขนาดกลางเท่ากับ 0.3 ระดับความคาดเคลื่อนของการประมาณค่า 0.05% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ที่ 111 คน

ดังนั้นจำนวนประชากรทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครมีประชากรทั้งหมด 5,676,648 คน จะได้ตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ขั้นต่ำจำนวน 324 คน

3.2 วิธีการเลือกตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกตัวอย่างแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบ่งชั้น หรือ Stratified random sampling แบ่งออกเป็น 3 ชั้น โดยกรุงเทพมหานครได้ปรับปรุงการแบ่งกลุ่มการปฏิบัติงานของสำนักงานเขต เพื่อให้การปฏิบัติราชการมีความสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ เศรษฐกิจ สังคม วิถีการดำรงชีวิตของประชาชน สามารถสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพื่อประโยชน์ในการประสานงาน การกำกับ และติดตาม การปฏิบัติงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามนโยบายของกรุงเทพมหานคร ดังตารางดังต่อไปนี้ (สถิติจำนวนประชากรและเคหะ, 2561)

1.1 เขตชั้นใน ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง วัฒนา

ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงจำนวนประชากรกรุงเทพมหานครชั้นใน

เขต	จำนวนประชากร
เขตพระนคร	50,382 คน
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	45,701 คน
เขตสัมพันธวงศ์	23,655 คน
เขตปทุมวัน	48,382 คน
เขตบางรัก	48,207 คน
เขตยานนาวา	78,031 คน
เขตสาทร	78,860 คน
เขตบางคอแหลม	88,288 คน
เขตดุสิต	94,854 คน
เขตบางซื่อ	125,299 คน
เขตพญาไท	70,341 คน
เขตราชเทวี	71,952 คน
เขตห้วยขวาง	81,689 คน
เขตคลองเตย	101,543 คน
เขตจตุจักร	155,923 คน
เขตธนบุรี	107,754 คน
เขตคลองสาน	72,171 คน
เขตบางกอกน้อย	110,417 คน
เขตบางกอกใหญ่	67,211 คน
เขตดินแดง	120,761 คน
เขตวัฒนา	85,642 คน

1.2 เขตชั้นกลาง ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทุ่งครุ บางแค วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง สายไหม

ตารางที่ 3.2: ตารางแสดงจำนวนประชากรกรุงเทพมหานครชั้นกลาง

เขต	จำนวนประชากร
เขตพระโขนง	89,237 คน
เขตประเวศ	178,290 คน
เขตบางเขน	191,323 คน
เขตบางกะปิ	146,841 คน
เขตลาดพร้าว	119,709 คน
เขตบึงกุ่ม	142,990 คน
เขตบางพลัด	91,278 คน
เขตภาษีเจริญ	125,981 คน
เขตจอมทอง	151,174 คน
เขตราษฎร์บูรณะ	81,806 คน
เขตสวนหลวง	123,026 คน
เขตบางนา	90,148 คน
เขตทุ่งครุ	122,296 คน
เขตบางแค	193,315 คน
เขตวังทองหลาง	111,293 คน
เขตคันนายาว	97,187 คน
เขตสะพานสูง	95,836 คน
เขตสายไหม	204,532 คน

1.3 เขตชั้นนอก ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง คือ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ตลิ่งชัน หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน ทวีวัฒนา

ตารางที่ 3.3: ตารางแสดงจำนวนประชากรกรุงเทพมหานครชั้นนอก

เขต	จำนวนประชากร
เขตมีนบุรี	142,311 คน
เขตดอนเมือง	169,259 คน
เขตหนองจอก	179,990 คน
เขตลาดกระบัง	175,662 คน
เขตตลิ่งชัน	105,047 คน
เขตหนองแขม	156,267 คน
เขตบางขุนเทียน	183,878 คน
เขตหลักสี่	104,577 คน
เขตคลองสามวา	198,019 คน
เขตบางบอน	106,919 คน
เขตทวีวัฒนา	78,394 คน

2. การเลือกตัวอย่างแบบจับสลาก คือ การสุ่มจับสลากเลือกเขตการปกครองของ กรุงเทพมหานครที่ได้แบ่งออกเป็น 3 เขต เลือกมาอย่างละ 1 เขต เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรในแต่ละเขต ดังนี้

เขตชั้นใน คือ เขตจตุจักร มีจำนวน 155,923 คน
 เขตชั้นกลาง คือ เขตลาดพร้าว มีจำนวน 119,709 คน
 เขตชั้นนอก คือ เขตมีนบุรี มีจำนวน 142,311 คน
 รวมทั้ง 3 เขตมีประชากรทั้งหมด 417,943 คน

โดยมีวิธีการหาขนาดตัวอย่างแต่ละเขตตามสูตรดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนประชากรของเขตที่เลือกมา} \times \text{กลุ่มตัวอย่าง}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด 3 เขต}} = \text{จำนวนประชากรที่ต้องการ}$$

แทนค่า

$$\begin{aligned} & \text{เขตจตุจักร มีจำนวนทั้งหมด 155,923 คน จากทั้งหมด 417,943 คน} \\ & \frac{155,923 \times 324}{417,943} = 120.88 \sim 121 \end{aligned}$$

เขตลาดพร้าว มีจำนวน 119,709 คน จากทั้งหมด 417,943 คน

$$\frac{119,709 \times 324}{417,943} = 92.80 \sim 93$$

เขตมีนบุรี มีจำนวน 142,311 คน จากทั้งหมด 417,943 คน

$$\frac{142,311 \times 324}{417,943} = 110.32 \sim 110$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่าง 3 เขตรวมกันจะได้ 324 คน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปจัดทำในรูปแบบออนไลน์ และนำไปให้ตัวอย่างตอบคำถาม โดยมีคำถามคัดกรอง ดังนี้

1. ท่านเคยรับชมรายการสนามข่าว 7 หรือไม่
 - เคย
 - ไม่เคย (จบการสอบถาม)
2. ท่านพักอาศัยอยู่ที่ใด
 - กทม.
 - นอกทม.หรือต่างจังหวัด (จบการสอบถาม)
3. ท่านอาศัยอยู่ในเขตใดของกทม.
 - เขตจตุจักร
 - เขตลาดพร้าว
 - เขตมีนบุรี
 - อื่น ๆ (จบการสอบถาม)

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาตัวอย่างที่ต้องอาศัยอยู่ในเขตจตุจักร เขตลาดพร้าว และเขตมีนบุรี หากตัวอย่างไม่ได้อาศัยอยู่ใน 3 เขตดังกล่าวจะถูกคัดออกทันที

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม แรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม การเปิดรับในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 แรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ แรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

ตัวแปรตาม การเปิดรับในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยการศึกษาและค้นคว้าจากหนังสือ แนวคิดทฤษฎี และเอกสารต่าง ๆ เพื่อการวิจัยครั้งนี้ โดยการตั้งคำถามจะเป็นการใช้คำถามแบบปิด เพื่อครอบคลุมสิ่งที่ต้องการศึกษาและวิจัย โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองว่าผู้ชมเคยรับรายการสนามข่าว 7 สี และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครหรือไม่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดทฤษฎีของ Samuels (1984) ที่มีทั้งหมด 6 ประการ ได้แก่ การฆ่าเวลาหรือความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์ในการใช้สอย ความบันเทิง ผ่อนคลาย และข่าวสาร

โดยใช้การวัดค่าข้อมูลแบบสอบถามประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) โดยกำหนดค่าทั้งหมด 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

มากที่สุด	=	4
ค่อนข้างมาก	=	3
ค่อนข้างน้อย	=	2
น้อยที่สุด	=	1

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสนามข่าว 7 สี ได้แก่ ความบ่อยครั้ง ระยะเวลา ความน่าสนใจในข่าวสารที่จะได้รับ และการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ที่มีทั้งหมด 9 องค์ประกอบ ได้แก่ ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแส ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอุบัติเหตุ หรือภัยพิบัติ ข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ รายงานพิเศษ ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง

โดยใช้การวัดค่าข้อมูลแบบสอบถามประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scales) โดยกำหนดค่าทั้งหมด 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

บ่อยที่สุด	=	4
ค่อนข้างบ่อย	=	3
ค่อนข้างน้อย	=	2
น้อยที่สุด	=	1

3.6 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

1. ท่านเคยรับชมรายการสนามข่าว 7 สีหรือไม่
 - เคย
 - ไม่เคย
2. ท่านพักอาศัยอยู่ที่ใด
 - กทม.
 - นอกกทม. หรือต่างจังหวัด
3. ท่านอาศัยอยู่ในเขตใด

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากร

ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลลักษณะทางประชากรออกเป็นกลุ่มและวัดผลเป็นแบบจำนวนร้อยละ ดังนี้

1. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
2. อายุ
 - ต่ำกว่า 12 ปี
 - 12-18 ปี
 - 19-25 ปี
 - 26-40 ปี
 - 41-60 ปี
 - มากกว่า 60 ปี
3. ระดับการศึกษา
 - ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย
 - มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 - อนุปริญญา / ปวส.
 - ปริญญาตรี
 - สูงกว่าปริญญาตรี

4.อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
- ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท
- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- ข้าราชการบำนาญ
- อาชีพอิสระ (Freelance)
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่าบาท 9,000
- 9,001 – 15,000 บาท
- 15,001-30,000 บาท
- 30,001-70,000 บาท
- 70,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสแนมข่าว 7 สี

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดแรงจูงใจการเปิดรับชมรายการสแนมข่าว 7 สี ออกเป็น 6 ด้าน ตามแนวคิดของ Samuels (1984) ได้แก่

1. ด้านการฆ่าเวลา
2. ด้านความอยากรู้อยากเห็น
3. ด้านประโยชน์การใช้สอย
4. ด้านความบันเทิง
5. ด้านผ่อนคลาย
6. ด้านข่าวสาร

วัดระดับแรงจูงใจด้วยมาตราวัด 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับมากที่สุด	ให้	4	คะแนน
ระดับมาก	ให้	3	คะแนน
ระดับน้อย	ให้	2	คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

หลังจากได้คะแนนทั้งหมดแล้วผู้วิจัยจะนำมาสรุปผลรวมของคะแนน และนำคะแนนที่ได้มาเฉลี่ย เพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจทั้ง 6 ด้าน คะแนนเต็ม 4 คะแนน โดยกำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ยของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดช่วงของการวัดดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

ผู้วิจัยจะนำค่าเฉลี่ย 0.75 ที่ได้มานี้ มาใช้เพื่อบรรยายค่าคะแนนเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

ค่าเฉลี่ย 3.26 - 4.00 คะแนน	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.25 คะแนน	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 1.76 - 2.50 คะแนน	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.75 คะแนน	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

4.1 ความถี่ (จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ และจำนวนชั่วโมงต่อครั้ง)

4.2 การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีผู้วิจัยใช้แนวคิดรายการสนามข่าว และแนวคิดของ นรินทร์ นำเจริญ (2549) โดยแบ่งเป็นทั้งหมด 9 ประเภท ได้แก่

1. ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแส
2. ข่าวอุบัติเหตุ
3. ข่าวอุบัติเหตุภัยและภัยพิบัติ
4. ข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย
5. รายงานพิเศษ
6. ข่าวการเมือง
7. ข่าวต่างประเทศ
8. ข่าวกีฬา
9. ข่าวบันเทิง

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลถึงเนื้อหาหลักของรายการ ซึ่งประกอบไปด้วย 9 ประเภทข้างต้น เพื่อวัดความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้วยมาตรวัด 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับมากที่สุด	ให้	4	คะแนน
ระดับมาก	ให้	3	คะแนน
ระดับน้อย	ให้	2	คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

หลังจากได้คะแนนทั้งหมดแล้วผู้วิจัยจะนำมาสรุปผลรวมของคะแนน และนำคะแนนที่ได้มาเฉลี่ย เพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทั้ง 9 ข้อ คะแนนเต็ม 4 คะแนน โดยกำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ยของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยกำหนดช่วงของการวัด ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

ผู้วิจัยจะนำค่าเฉลี่ย 0.75 ที่ได้มานี้ มาใช้เพื่อบรรยายค่าคะแนนเฉลี่ยระดับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

ค่าเฉลี่ย 3.26 - 4.00 คะแนน	หมายถึง การเปิดรับชมในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.25 คะแนน	หมายถึง การเปิดรับชมในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 1.76 - 2.50 คะแนน	หมายถึง การเปิดรับชมในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.75 คะแนน	หมายถึง การเปิดรับชมในระดับน้อยที่สุด

3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงและการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือแบบสอบถามก่อนที่จะทำการเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ก่อนที่ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม เพื่อหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) รวมไปถึงความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity) คือ ความเหมาะสมของภาษาที่นำมาใช้ (Wording) โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาพร้อมข้อเสนอแนะ แล้วนำมาปรับแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับตัวอย่าง (Tryout) จำนวน 40 คนเพื่อทำการหาความเชื่อมั่นต่อไป

2. การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หลังจากที่ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามแล้ว เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 ชุด และนำผลการทดสอบมาหาค่าความเชื่อมั่น ใช้วิธีการคำนวณทางสถิติเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการทดสอบความน่าเชื่อถือของครอนบัค (Cronbach) เป็นการหาค่าสัมพันธสัมพันธ์อัลฟา (Alpha-Coefficient/ α) มีสูตรในการคำนวณหาค่า ดังนี้

$$\alpha = 1 - \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S_x^2} \right]$$

เมื่อ	α	=	ค่าความน่าเชื่อถือ
	S_i^2	=	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมแต่ละข้อ
	S_x^2	=	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวม
	k	=	จำนวนข้อในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม สำหรับคำถามที่มีเกณฑ์การวัดให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คือเฉพาะส่วนที่ผู้วิจัยสามารถนำมาตีค่าเป็นคะแนนได้ และหลังจากการแจกแบบสอบถามจำนวน 40 ชุดให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียง

กับกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำผลการสำรวจมาวิเคราะห์หาค่าความน่าเชื่อถือด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป จึงได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α) ดังในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4: ตารางแสดงผลค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในส่วนข้อคำถามที่มีการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scale)

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น (n=40)
แรงจูงใจในการเปิดรับสนามข่าว 7 สี	.935
- ด้านการฆ่าเวลา	.909
- ด้านความอยากรู้อยากเห็น	.878
- ด้านประโยชน์การใช้สอย	.793
- ด้านความบันเทิง	.832
- ด้านความผ่อนคลาย	.884
- ด้านข่าวสาร	.838
การเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สี	.900

จากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบ์อัลฟาของแบบสอบถามจำแนกรายตัวแปรแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (Hair, et al., 2006) ดังนั้นแบบสอบถามจึงจะสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำข้อมูลมาลงรหัสเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจะใช้โปรแกรม SPSS for windows ในการประมวลผล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อใช้อธิบายปัจจัยด้านลักษณะประชากรของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูล แรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ทางสื่อโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้ค่าสถิติเกี่ยวกับการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำมาอธิบายข้อมูลด้าน

- 1.1 ลักษณะทางประชากร
- 1.2 แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี
- 1.3 การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน เป็นสถิติที่นำมาใช้เพื่อหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มใช้ Independence Sample t-test กรณีที่มากกว่า 2 กลุ่มใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance หรือ ANOVA) โดยใช้ F-test และการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product

Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัว สำหรับการตีความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของ 2 ตัวแปร ดังต่อไปนี้

ตั้งแต่ .70 ขึ้นไป	ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันสูงมาก
.50 - .69	ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันสูง
.30 - .49	ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันปานกลาง
.10 - .29	ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันต่ำ
.01 - .09	ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเป็นบวก แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเป็นลบ แสดงว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งจากสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปสมมติฐานงานวิจัยทางสถิติได้ดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5: แสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย และสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	Independent Samples t-test
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.5 (ต่อ): แสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย และสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	Independent Samples t-test
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.5 (ต่อ): แสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย และสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน H_0 : ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน H_1 : ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 แรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 แรงจูงใจในการรับชมด้านการฆ่าเวลา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร H_0 : แรงจูงใจในการรับชมด้านการฆ่าเวลาไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร H_1 : แรงจูงใจในการรับชมด้านการฆ่าเวลา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 แรงจูงใจในการรับชมด้านความอยากรู้อยากเห็น มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร H_0 : แรงจูงใจในการรับชมด้านความอยากรู้อยากเห็น ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร H_1 : แรงจูงใจในการรับชมด้านความอยากรู้อยากเห็น มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.5 (ต่อ): แสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย และสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 แรงจูงใจในการรับชมด้านประโยชน์การใช้สอยมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>H_0 : แรงจูงใจในการรับชมด้านประโยชน์การใช้สอยไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>H_1 : แรงจูงใจในการรับชมด้านประโยชน์การใช้สอยมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p>	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 แรงจูงใจในการรับชมด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>H_0 : แรงจูงใจในการรับชมด้านความบันเทิงไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>H_1 : แรงจูงใจในการรับชมด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p>	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 แรงจูงใจในการรับชมด้านความผ่อนคลายมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>H_0 : แรงจูงใจในการรับชมด้านความผ่อนคลายไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>H_1 : แรงจูงใจในการรับชมด้านความผ่อนคลายมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p>	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.5 (ต่อ): แสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย และสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.6 แรงจูงใจในการรับชมด้านข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>H_0 : แรงจูงใจในการรับชมด้านข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>H_1 : แรงจูงใจในการรับชมด้านข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยสามารถนำเสนอแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สี ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4.2 แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี
- 4.3 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

4.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สี ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างดังตารางที่ 4.1 – 4.5

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	189	54.47
หญิง	158	45.53
รวม	347	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 324 คน เป็นเพศชาย 189 คน คิดเป็นร้อยละ 54.47 และเป็นเพศหญิง 158 คน คิดเป็นร้อยละ 45.53

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 12 ปี	0	0
12-18 ปี	0	0
19-25 ปี	32	9.22
26-40 ปี	204	58.79
41-60 ปี	108	31.12
มากกว่า 60 ปี	3	0.86
รวม	347	100

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ในเขต กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.79 รองลงมาคือ ผู้ชมอายุระหว่าง 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.12 ผู้ชมอายุระหว่าง 19-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.22 และผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 60 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2	0.58
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17	4.90
อนุปริญญา/ปวส.	11	3.17
ปริญญาตรี	236	68.01
สูงกว่าปริญญาตรี	81	23.34
รวม	347	100

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ในเขต กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.01 รองลงมาคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.34 ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 4.90 ผู้ที่มีระดับการศึกษอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 3.17 และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 0.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	8	2.31
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	28	8.07
ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท	239	68.88
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	50	14.41
อาชีพอิสระ(Freelance)	19	5.48
อื่น ๆ	3	0.86
รวม	347	100

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ในเขต กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพลูกจ้างเอกชนหรือพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 68.88 รองลงมาคือ ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.41 ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 8.07 ผู้ที่ประกอบอาชีพอาชีพอิสระ(Freelance) คิดเป็นร้อยละ 5.48 ผู้ที่ประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.31 และ ผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 9,000 บาท	5	1.44
9,001 – 15,000 บาท	15	4.32
15,000 – 30,000 บาท	168	48.41
30,001 – 70,000 บาท	131	37.75
70,001 บาทขึ้นไป	28	8.07
รวม	347	100

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.41 รองลงมาคือ ผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.75 ผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.07 ผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 9,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.32 และผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.44 ตามลำดับ

4.2 แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

ผู้วิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วยแรงจูงใจทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านการฆ่าเวลา แรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็น แรงจูงใจด้านประโยชน์การใช้สอย แรงจูงใจด้านความบันเทิง แรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย และแรงจูงใจด้านข่าวสาร โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยดังตาราง 4.6 - 4.7

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความถี่แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนาม
ข่าว 7 สี

แรงจูงใจในการเปิดรับชม รายการสนามข่าว 7 สี	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	มากที่สุด 4	มาก 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1		
1.แรงจูงใจด้านการฆ่าเวลา						
1.1 ท่านเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี เพราะท่านมี เวลาว่าง ไม่รู้จะทำอะไร เลย	42 (12.97)	124 (35.73)	138 (39.77)	40 (11.53)	2.50 (น้อย)	.86
1.2 ท่านเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี เพราะคลาย ความเหงา	27 (7.78)	104 (29.97)	161 (46.40)	55 (15.85)	2.30 (น้อย)	.83
1.3 ท่านเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี เมื่อท่านรอคอย จะทำบางสิ่งบางอย่าง เพื่อ ไม่ให้เกิดความเบื่อหน่าย	36 (10.37)	130 (37.46)	148 (42.65)	33 (9.51)	2.49 (น้อย)	.81
รวมด้านการฆ่าเวลา					2.43 (น้อย)	.71
2.แรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็น						
2.1 ท่านเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี เพราะรายการมี การรายงานสถานการณ์ ข่าวสารที่ท่านสนใจ	89 (25.65)	204 (58.79)	47 (13.54)	7 (2.02)	3.08 (มาก)	.68
2.2 ท่านเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี เพราะนำเสนอ ข่าวที่แปลกใหม่แตกต่างจาก สถานีอื่น	72 (20.75)	194 (55.91)	69 (19.88)	12 (3.46)	2.94 (มาก)	.74
2.3 ท่านเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี เพราะต้องการ ความรู้รอบตัวเพิ่มเติม	91 (26.22)	186 (53.60)	59 (17.00)	11 (3.17)	3.03 (มาก)	.75
รวมด้านความอยากรู้อยากเห็น					3.02 (มาก)	.63

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ) : แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการ
สนามข่าว 7 สี

แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	มากที่สุด 4	มาก 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1		
3.แรงจูงใจด้านประโยชน์การใช้สอย						
3.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพื่อต้องการคำตอบ บางอย่าง	67 (19.31)	194 (55.91)	81 (23.34)	5 (1.44)	2.93 (มาก)	.69
3.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะ เป็นประโยชน์จาก การเปิดรับชมข่าวสาร	77 (22.19)	185 (53.31)	67 (19.31)	18 (5.19)	2.93 (มาก)	.79
3.3 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว เพราะสามารถนำความรู้ไปทำ ประโยชน์เฉพาะด้าน	72 (20.75)	202 (58.21)	58 (16.71)	15 (4.32)	2.95 (มาก)	.74
3.4 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะท่านสามารถพูดคุย หรือสนทนากับผู้อื่นได้	76 (21.90)	181 (52.16)	69 (19.88)	21 (6.05)	2.90 (มาก)	.81
รวมด้านประโยชน์ใช้สอย					2.93 (มาก)	.62

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความถี่แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการ
สนามข่าว 7 สี

แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	มากที่สุด 4	มาก 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1		
4.แรงจูงใจด้านความบันเทิง						
4.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีเพราะบางช่วงของรายการทำให้ ท่านมีความสุข สนุก และยิ้มได้	85 (24.50)	192 (55.33)	59 (17.00)	11 (3.17)	3.01 (มาก)	.74
4.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพราะท่านต้องการรับชมข่าว บันเทิง	43 (12.39)	139 (40.06)	121 (34.87)	44 (12.68)	2.52 (มาก)	.87
4.3 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพราะท่านต้องการรับชมข่าว หรือเรื่องราวเกี่ยวกับดารานักแสดง ที่ชอบ	42 (12.10)	118 (34.01)	134 (38.62)	53 (15.27)	2.43 (น้อย)	.89
4.4 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพราะท่านต้องการร่วมกิจกรรม ชิงรางวัล	23 (6.63)	80 (23.05)	145 (41.79)	99 (28.53)	2.08 (น้อย)	.88
4.5 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพื่อต้องการแสดงความคิดเห็น	30 (8.65)	90 (25.94)	134 (38.62)	93 (26.80)	2.16 (น้อย)	.92
รวมด้านความบันเทิง					2.44 (น้อย)	.70
5.แรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย						
5.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพราะต้องการลดความเครียด จากการทำงาน	28 (8.07)	156 (44.96)	135 (38.90)	28 (8.07)	2.53 (มาก)	.76
5.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพราะต้องการผ่อนคลายความ เหนื่อยล้าจากการใช้ชีวิตในแต่ละวัน	27 (7.78)	152 (43.80)	133 (38.33)	35 (10.09)	2.49 (น้อย)	.78
5.3 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพราะต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	35 (10.09)	152 (43.80)	133 (38.33)	35 (10.09)	2.55 (มาก)	.80
รวมด้านความผ่อนคลาย					2.52 (มาก)	.73

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความถี่แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการ
สนามข่าว 7 สี

แรงจูงใจในการเปิดรับชม รายการสนามข่าว 7 สี	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	มากที่สุด 4	มาก 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1		
6.แรงจูงใจด้านข่าวสาร						
6.1 ท่านเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สีเพราะต้องการ หาความรู้รอบตัวที่เกิดขึ้นใน สังคม	100 (28.82)	193 (55.62)	45 (12.97)	9 (2.59)	3.11 (มาก)	.72
6.2 ท่านเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี เพราะต้องการ รับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ให้ทันต่อ สถานการณ์บ้านเมือง	123 (35.45)	180 (51.87)	36 (10.37)	8 (2.31)	3.02 (มาก)	.71
6.3 ท่านเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี เพราะต้องการ ช่วยเสริมให้ตนเองเป็นผู้มี ความรู้	99 (28.53)	186 (53.60)	53 (15.27)	9 (2.59)	3.08 (มาก)	.73
รวมด้านข่าวสาร					3.13 (มาก)	.67
รวมทั้งหมด					2.72 (มาก)	.54

จาดตารางที่ 4.6 พบว่า แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 2.72 หมายความว่า ระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจ ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านข่าวสารสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.13 หมายความว่า ระดับมาก ซึ่งได้แก่ ต้องการรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์บ้านเมือง ค่าเฉลี่ย 3.20 หมายความว่า ระดับ มาก รองลงมาคือ แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าวด้านความอยากรู้อยากเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.02 หมายความว่า ระดับมาก ซึ่งได้แก่ รายการมีการรายงานสถานการณ์ที่ท่านสนใจ ค่าเฉลี่ย 3.08 หมายความว่า ระดับมาก แรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านประโยชน์การใช้สอย มี ค่าเฉลี่ย 2.93 หมายความว่า ระดับมาก ซึ่งได้แก่ สามารถนำความรู้ไปทำประโยชน์เฉพาะด้าน เช่น กล้าลองกล้าลุย เป็นประโยชน์ด้านแนวคิดใหม่ ๆ ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 2.95 หมายความว่า ระดับมาก เป็นต้น แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านความผ่อนคลาย 2.52 หมายความว่า ระดับมากซึ่งได้แก่ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ค่าเฉลี่ย 2.55 หมายความว่า ระดับ มาก แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านความบันเทิง 2.44 หมายความว่า ระดับ

น้อย ซึ่งได้แก่ บางช่วงของรายการทำให้ท่านมีความสุข สนุก และยิ้มได้ เช่น รายงานข่าวอนูวัตจัดให้เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.01 หมายความว่า ระดับมาก และแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ด้านข่าวเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.43 หมายความว่า ระดับน้อย ซึ่งได้แก่ มีเวลาว่าง ไม่รู้จะทำสิ่งใด ค่าเฉลี่ย 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: แสดงความเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ด้านข่าวเวลา	2.43 (น้อย)	.71
ด้านความอยากรู้อยากเห็น	3.02 (มาก)	.63
ด้านประโยชน์ใช้สอย	2.93 (มาก)	.62
ด้านความบันเทิง	2.44 (น้อย)	.70
ด้านความผ่อนคลาย	2.52 (มาก)	.73
ด้านข่าวสาร	3.13 (มาก)	.67
รวม	2.72 (มาก)	.54

จากตารางที่ 4.7 พบว่าแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 2.72 (มาก) โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี มีแรงจูงใจด้านข่าวสารสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 3.13 (มาก) รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.02 (มาก) แรงจูงใจด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 2.93 (มาก) แรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ย 2.52 (มาก) แรงจูงใจด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 2.44 (น้อย) และแรงจูงใจด้านข่าวเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.43 (น้อย) ตามลำดับ

4.3 การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีต่อสัปดาห์ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยดังตารางที่ 4.8 - 4.10

ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

การเปิดรับชม รายการสนามข่าว 7 สี	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	บ่อยที่สุด (ทุกวัน)	บ่อย (5-6 วัน)	น้อย (3-4 วัน)	น้อย ที่สุด (1-2 วัน)		
1.ข่าวอาชญากรรมหรือข่าว ใหญ่ในกระแสวิกฤต เช่น ข่าวกราดยิงที่ จ.โคราช / ผอ.รร.ปล้นร้านทอง จ. ลพบุรี / ไอซ์หีบเหล็กฆ่าถ่วง น้ำ	96 (27.67)	133 (38.33)	76 (21.90)	42 (12.10)	2.82 (มาก)	.97
2.ข่าวอุบัติเหตุ เช่น ข่าวรถตู้ชนดับ 11 ศพ จ.ระยอง / สามิตามง้อ ภรรยาไม่สำเร็จ ยิงดับอนาถ / ไฟป่าภาคเหนือยังวิกฤติ	38 (10.95)	120 (34.58)	125 (36.02)	64 (18.44)	2.38 (น้อย)	.91
3.อุบัติเหตุ และภัยพิบัติ เช่น ไฟป่าภาคเหนือยัง วิกฤติ / ค่าฝุ่น PM2.5 สูงขึ้นเป็นอันดับ 2 ของโลก เป็นต้น	70 (20.17)	157 (45.24)	86 (24.78)	34 (9.80)	2.76 (มาก)	.89
4.ช่วงภาพเป็นข่าวหรือข่าว จากโซเชียล เช่น การแชร์คลิปรถกระบะ ขับขวาไม่ยอมหลบรถ ฉุกเฉิน จนทำให้มีผู้เสียชีวิต	66 (19.02)	122 (35.16)	107 (30.84)	52 (14.99)	2.58 (มาก)	.96
5.รายงานพิเศษ เช่น อนุวัต จัดให้ / กล้าลอง กล้าลุย / เจษฎา ไอ้โฮ	87 (25.07)	140 (40.35)	75 (21.61)	45 (12.97)	2.78 (มาก)	.97

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8(ต่อ) : แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

การเปิดรับชม รายการสนามข่าว 7 สี	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	บ่อยที่สุด (ทุกวัน)	บ่อย (5-6 วัน)	น้อย (3-4 วัน)	น้อย ที่สุด (1-2 วัน)		
6.ข่าวการเมือง เช่น เปิด ลงทะเบียนเงิน 5,000 บาท / นายกาเดินทางไปประชุม หารือคณะรัฐมนตรี	53 (15.27)	166 (47.84)	85 (24.50)	43 (12.39)	2.66 (มาก)	.88
7.ข่าวต่างประเทศ เช่น โควิด-19 ระบาดหนัก ในหลายประเทศ / เกิดเหตุ ดินถล่มในอินเดีย	92 (26.51)	161 (46.40)	66 (19.02)	28 (8.07)	2.91 (มาก)	.88
8.ข่าวกีฬา เช่น ผลฟุตบอล พรีเมียร์ลีก บอลไทย เทนนิส ฯลฯ	52 (14.99)	99 (28.53)	130 (37.46)	66 (19.02)	2.39 (น้อย)	.96
9.ข่าวบันเทิง	48 (13.83)	100 (28.82)	133 (38.33)	66 (19.02)	2.37 (น้อย)	.95
รวม					2.63 (มาก)	.72

จากตารางที่ 4.8 พบว่าการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 2.63 หมายความว่า ระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีด้านข่าวต่างประเทศสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.91 หมายความว่า ระดับมาก รองลงมาคือ การเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีด้านข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแส มีค่าเฉลี่ย 2.82 หมายความว่า ระดับมาก รายงานพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 2.78 หมายความว่า ระดับมาก ข่าวอุบัติเหตุและภัยพิบัติ มีค่าเฉลี่ย 2.76 หมายความว่า ระดับมาก ข่าวการเมือง มีค่าเฉลี่ย 2.66 หมายความว่า ระดับมาก ภาพเป็นข่าวหรือข่าวโซเชียล มีค่าเฉลี่ย 2.58 หมายความว่า ระดับมาก ข่าวกีฬา มีค่าเฉลี่ย 2.39 หมายความว่า ระดับน้อย ข่าวอุบัติเหตุ มีค่าเฉลี่ย 2.38 หมายความว่า ระดับน้อย และข่าวบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 2.37 หมายความว่า ระดับน้อย ตามลำดับ

4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์เชิงอนุมานนำมาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ Independence Sample t-test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งจะแสดงผลไว้ในตาราง 4.9-4.22

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานวิจัยที่ 1.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างเพศชาย

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างเพศหญิง

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบค่า t ซึ่งตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระต่อกัน เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 โดยจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามเพศ

เพศ	n	\bar{x}	S.D.	t	P-value
ชาย	189	2.76	.51	1.267	.206
หญิง	158	2.68	.57		
รวม	347				

จากตารางที่ 4.9 พบว่าค่า t เท่ากับ 1.267 และค่า P-value เท่ากับ .206 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6$$

H_1 : มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปี

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอายุ 12-18 ปี

μ_3 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอายุ 19-25 ปี

μ_4 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอายุ 26-40 ปี

μ_5 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอายุ 41-60 ปี

μ_6 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามช่วงอายุ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	.558	3	.186	.635	.593
ภายในกลุ่ม	100.498	343	.293		
รวม	101.056	346			

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่า F เท่ากับ .635 และค่า P-value เท่ากับ .593 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$$

$$H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$$

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

μ_3 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส.

μ_4 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

μ_5 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2.266	4	.567	1.961	.100
ภายในกลุ่ม	98.790	342	.289		
รวม	101.056	346			

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ค่า F เท่ากับ 1.961 และค่า P-value เท่ากับ .100 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6$$

$$H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$$

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

μ_3 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท

μ_4 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

μ_5 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ

μ_6 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่ไม่มีได้ประกอบอาชีพ

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2.513	5	.503	1.739	.125
ภายในกลุ่ม	98.543	341	.289		
รวม	101.056	346			

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่า F เท่ากับ 1.739 และค่า P-value เท่ากับ .125 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมไม่แตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$$

$$H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$$

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 9,000 บาท

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-15,000 บาท

μ_3 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท

μ_4 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท

μ_5 คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว เนื่องจากสมมติฐานที่นำมาทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13: แสดงผลความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2.266	4	.567	1.961	.014
ภายในกลุ่ม	98.790	342	.289		
รวม	101.056	346			

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ค่า F เท่ากับ 3.161 และค่า P-value เท่ากับ .014 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้น จากสมมติฐานการวิจัยพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีที่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ โดยต้องการทดสอบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จึงทำการต่อโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีแบบ LSD ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.14: แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		น้อยกว่า 9,000 บาท	9,001-15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	30,001-70,000 บาท	70,001 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	3.13	2.75	2.79	2.66	2.50
น้อยกว่า 9,000 บาท	3.13	-	.38	.34	.47	.64*
9,001-15,000 บาท	2.75	-	-	-.04	.09	.26
15,001-30,000 บาท	2.79	-	-	-	.13*	.30*
30,001-70,000 บาท	2.66	-	-	-	-	.17
70,001 บาทขึ้นไป	2.50	-	-	-	-	-

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีที่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 9,000 บาท มีแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีสูงกว่าผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 บาทขึ้นไป และผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท มีแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีสูงกว่าผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-70,000 บาท และ 70,001 บาทขึ้นไป ส่วนตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตัวอื่น ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ ตัวอย่างเพศชาย

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ ตัวอย่างเพศหญิง

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบค่า t ซึ่งตัวอย่างทั้งสอง เป็นอิสระต่อกัน เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการ ทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 โดยจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามเพศ

เพศ	n	\bar{x}	S.D.	t	P-value
ชาย	189	2.72	.66	2.506	.013
หญิง	158	2.52	.77		
รวม	347				

จากตารางที่ 4.15 พบว่าค่า t เท่ากับ 2.506 และค่า P-value เท่ากับ .013 ซึ่งต่ำกว่าระดับ นัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6$$

H_1 : มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ ตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปี

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ ตัวอย่างที่มีอายุ 12-18 ปี

μ_3 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ ตัวอย่างที่มีอายุ 19-25 ปี

μ_4 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ ตัวอย่างที่มีอายุ 26-40 ปี

μ_5 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ ตัวอย่างที่มีอายุ 41-60 ปี

μ_6 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ ตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามช่วงอายุ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	8.856	3	2.862	5.759	.001
ภายในกลุ่ม	170.457	343	.497		
รวม	179.043	346			

จากตารางที่ 4.16 พบว่าค่า t เท่ากับ 5.759 และค่า P-value เท่ากับ .001 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้น จากสมมติฐานการวิจัยพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีที่จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ โดยต้องการทดสอบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จึงทำการทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีแบบ LSD ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.17: แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับชมรายการ
สนามข่าว 7 สีที่จำแนกตามอายุ

อายุ		> 12 ปี	12-18 ปี	19-25 ปี	26-40 ปี	41-60 ปี	< 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย	0	0	2.38	2.55	2.83	3.26
> 12 ปี	0	-	-	-	-	-	-
12-18 ปี	0	-	-	-	-	-	-
19-25 ปี	2.38	-	-	-	-.17	-.45*	-.88*
26-40 ปี	2.55	-	-	-	-	-.27*	-.71
41-60 ปี	2.83	-	-	-	-	-	-.43
< 60 ปี	3.26	-	-	-	-	-	-

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการเปิดรับชมรายการ
สนามข่าว 7 สีที่จำแนกตามเพศ สามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 19-25 ปี มีการเปิดรับ
รายการสนามข่าว 7 สีน้อยกว่าผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปีและ 60 ปีขึ้นไป และพบว่าผู้ชมที่มีอายุ
ระหว่าง 26-40 ปี มีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีน้อยกว่าผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี
ส่วนตัวแปรในช่วงอายุอื่น ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการ
สนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : $\mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$

H_1 : มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ
ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ
ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

μ_3 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ
ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส.

μ_4 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ
ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

μ_5 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของ
ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3.855	4	.964	1.882	.113
ภายในกลุ่ม	175.188	342	.512		
รวม	179.043	346			

จากตารางที่ 4.18 พบว่าค่า t เท่ากับ 1.882 และค่า P-value เท่ากับ .113 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : $\mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6$

H_1 : มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

μ_3 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท

μ_4 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

μ_5 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ

μ_6 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีไม่ได้ประกอบอาชีพ

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5.358	5	1.072	2.104	.065
ภายในกลุ่ม	173.686	341	.509		
รวม	179.043	346			

จากตารางที่ 4.19 พบว่าค่า t เท่ากับ 2.104 และค่า P-value เท่ากับ .065 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$$

$$H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$$

โดยที่ μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 9,000 บาท

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-15,000 บาท

μ_3 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท

μ_4 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท

μ_5 คือ ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .05 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20: แสดงผลความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.993	4	.498	.962	.428
ภายในกลุ่ม	77.051	342	.518		
รวม	179.043	346			

จากตารางที่ 4.20 พบว่าค่า t เท่ากับ .962 และค่า P-value เท่ากับ .428 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 แรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 แรงจูงใจในการรับชมด้านการฆ่าเวลามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

โดย ρ คือ แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านฆ่าเวลา กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านฆ่าเวลา กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .01 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านฆ่าเวลากับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ด้านการฆ่าเวลา
	r = .444** P-value = .000 (จำนวน 324 คน)

**p < .01

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านฆ่าเวลา มีค่าเท่ากับ .444 และมีค่า p น้อยกว่า .01 ต่ำกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการรับชมด้านการฆ่าเวลา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง

โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก นั้นหมายความว่าผู้ที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมด้านการฆ่าเวลาโดยรวมสูงจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีสูง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 แรงจูงใจในการรับชมด้านความอยากรู้อยากเห็นมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

โดย ρ คือ แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็นกับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็น กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .01 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็นกับการเปิดรับ
รายการสนামข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	แรงจูงในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ด้านความอยากรู้อยากเห็น
	r= .599** P-value = .000 (จำนวน 324 คน)

**p < .01

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนาม
ข่าว 7 สีด้านความอยากรู้อยากเห็น มีค่าเท่ากับ .599 และมีค่า p น้อยกว่า .01 ต่ำกว่านัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า
แรงจูงใจในการรับชมด้านความอยากรู้อยากเห็นมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7
สี ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับสูง

โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก นั้นหมายความว่าผู้ที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมด้านความ
อยากรู้อยากเห็นโดยรวมสูงจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีสูง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 แรงจูงใจในการรับชมด้านประโยชน์การใช้สอยมีความสัมพันธ์กับ
การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

โดย ρ คือ แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านประโยชน์การใช้สอย
กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านประโยชน์การใช้สอย กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนาม
ข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับ
ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .01 และจะ
แสดงผลไว้ในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านประโยชน์การใช้สอยกับการเปิดรับ
รายการสนামข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	แรงจูงในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ด้านประโยชน์การใช้สอย
	r= .632** P-value = .000 (จำนวน 324 คน)

**p < .01

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนาม
ข่าว 7 สีด้านประโยชน์การใช้สอย มีค่าเท่ากับ .632 และมีค่า p น้อยกว่า .01 ต่ำกว่านัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า
แรงจูงใจในการรับชมด้านประโยชน์การใช้สอยมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี
ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับสูง

โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก นั่นหมายความว่าผู้ที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมด้านความ
ประโยชน์การใช้สอยโดยรวมสูงจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีสูง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 แรงจูงใจในการรับชมด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับการเปิด
รับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

โดย ρ คือ แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านความบันเทิง
กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านบันเทิง กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทาง
โทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น
95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .01 และจะแสดงผลไว้ใน
ตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านความบันเทิงกับการเปิดรับรายการ
สนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ด้านความบันเทิง
	r = .601** P-value = .000 (จำนวน 324 คน)

**p < .01

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านความบันเทิง มีค่าเท่ากับ .601 และมีค่า p น้อยกว่า .01 ต่ำกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการรับชมด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับสูง

โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก นั้นหมายความว่าผู้ที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมด้านความบันเทิงโดยรวมสูงจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีสูง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 แรงจูงใจในการรับชมด้านความผ่อนคลายมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

โดย ρ คือ แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .01 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านความผ่อนคลายกับการเปิดรับรายการ
สนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ด้านความผ่อนคลาย
	r= .558** P-value = .000 (จำนวน 324 คน)

**p < .01

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านความผ่อนคลาย มีค่าเท่ากับ .558 และมีค่า p น้อยกว่า .01 ต่ำกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการรับชมด้านความผ่อนคลายมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับสูง

โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก นั้นหมายความว่าผู้ที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมด้านความผ่อนคลายโดยรวมสูงจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีสูง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.6 แรงจูงใจในการรับชมด้านข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

โดย ρ คือ แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านความข่าวสารกับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้เป็นการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจด้านความข่าวสาร กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .01 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจด้านข่าวสารกับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ด้านข่าวสาร
	r= .569** P-value = .000 (จำนวน 324 คน)

**p < .01

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านข่าวสาร มีค่าเท่ากับ .559 และมีค่า p น้อยกว่า .01 ต่ำกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการรับชมด้านข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับสูง

โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก นั้นหมายความว่าผู้ที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมด้านข่าวสารโดยรวมสูงจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีสูง

จากสรุปผลการทดสอบสมมติฐานในแต่ละด้าน ผู้วิจัยขอสรุปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการเปิดรับชมโดยรวม กับตัวแปรการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสมมติฐานที่นำทดสอบครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้าผลการทดสอบปฏิเสธ H_0 ก็ต่อเมื่อค่า P-value น้อยกว่า .01 และจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจโดยรวมกับการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี	แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ด้านข่าวสาร
	r= .716** P-value = .000 (จำนวน 324 คน)

**p < .01

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แรงจูงใจทั้ง 6 ด้าน อันได้แก่ ด้านฆ่าเวลา ด้านความอยากรู้อยากเห็น ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความบันเทิง ด้านความผ่อนคลาย และด้านข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร และสรุปผลโดยรวมให้เห็นภาพชัดยิ่งขึ้นดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แรงจูงใจกับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี
ทั้งหมด 6 ด้าน

แรงจูงใจ	การเปิดรับ	P-Value
ด้านการฆ่าเวลา	$r = .444^{**}$.000
ด้านความอยากรู้อยากเห็น	$r = .599^{**}$.000
ด้านประโยชน์ใช้สอย	$r = .632^{**}$.000
ด้านความบันเทิง	$r = .601^{**}$.000
ด้านความผ่อนคลาย	$r = .558^{**}$.000
ด้านข่าวสาร	$r = .569^{**}$.000
แรงจูงใจรวม	$r = .716^{**}$.000

$**p < .001$

จากตารางที่ 4.28 พบว่าแรงจูงใจในการรับชมด้านการฆ่าเวลา ค่า r เท่ากับ .444 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ด้านความอยากรู้อยากเห็น ค่า r เท่ากับ .599 มีความสัมพันธ์ระดับสูง ด้านประโยชน์ใช้สอย ค่า r เท่ากับ .632 มีความสัมพันธ์ระดับสูง ด้านความบันเทิง ค่า r เท่ากับ .601 มีความสัมพันธ์ระดับสูง ด้านความผ่อนคลาย ค่า r เท่ากับ .558 มีความสัมพันธ์ระดับสูง และด้านข่าวสาร ค่า r เท่ากับ .569 มีความสัมพันธ์ระดับสูง โดยทั้ง 6 ด้านมีค่า P-Value เท่ากับ .000 มีค่าน้อยกว่า .001 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ จึงสรุปได้ว่าแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่าผู้ที่มีแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทั้ง 6 ด้านมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีสูง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์
2. เพื่อศึกษาผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์แรงจูงใจในการรับชมกับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณกำหนดแนวทาง ในการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์และเก็บข้อมูลครั้งเดียว โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและให้ตัวอย่างตอบแบบสอบถามเอง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 324 คน สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากร
2. แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์
3. การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์
4. การทดสอบสมมติฐาน

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ลักษณะทางประชากร

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 189 คน เป็นเพศชาย 324 คน คิดเป็นร้อยละ 54.47 และเพศหญิง 158 คน คิดเป็นร้อยละ 45.53 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.79 รองลงมาคือ ผู้ชมอายุระหว่าง 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.12 ผู้ชมอายุระหว่าง 19-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.22 และผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 60 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.86 และเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.01 รองลงมาคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.34 ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 4.90 ผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 3.17 และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 0.58

นอกจากนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพลูกจ้างเอกชนหรือพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 68.88 รองลงมาคือ ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.41 ผู้ที่ประกอบ

อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 8.07 ผู้ที่ประกอบอาชีพอาชีพอิสระ (Freelance) คิดเป็นร้อยละ 5.48 ผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.31 และ ผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.86 และส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพลูกจ้างเอกชนหรือพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 68.88 รองลงมาคือ ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.41 ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 8.07 ผู้ที่ประกอบอาชีพอาชีพอิสระ (Freelance) คิดเป็นร้อยละ 5.48 ผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.31 และ ผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.86

5.1.2 แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 2.72 หมายความว่า ระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านข่าวสารสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 3.13 หมายความว่า ระดับมาก ซึ่งได้แก่ ต้องการรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์บ้านเมือง ค่าเฉลี่ย 3.20 หมายความว่า ระดับมาก รองลงมาคือ แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าวด้านความอยากรู้อยากเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.02 หมายความว่า ระดับมาก ซึ่งได้แก่ รายการมีการรายงานสถานการณ์ที่ท่านสนใจ ค่าเฉลี่ย 3.08 หมายความว่า ระดับมาก แรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านประโยชน์การใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 2.93 หมายความว่า ระดับมาก ซึ่งได้แก่ สามารถนำความรู้ไปทำประโยชน์เฉพาะด้าน เช่น กล้าลองกล้าลุย เป็นประโยชน์ด้านแนวคิดใหม่ ๆ ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 2.95 หมายความว่า ระดับมาก เป็นต้น แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านความผ่อนคลาย 2.52 หมายความว่า ระดับมากซึ่งได้แก่ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ค่าเฉลี่ย 2.55 หมายความว่า ระดับมาก แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านความบันเทิง 2.44 หมายความว่า ระดับน้อย ซึ่งได้แก่ บางช่วงของรายการทำให้ท่านมีความสุข สนุก และยิ้มได้ เช่น รายงานข่าวอันวัดจัดให้ เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.01 หมายความว่า ระดับมาก และแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านข่าวเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.43 หมายความว่า ระดับน้อย ซึ่งได้แก่ มีเวลาว่าง ไม่รู้จะทำสิ่งใด ค่าเฉลี่ย 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย

5.1.3 การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 2.63 หมายความว่า ระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านข่าวต่างประเทศสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 2.91 หมายความว่า ระดับมาก รองลงมาคือ การเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีด้านข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแส มีค่าเฉลี่ย 2.82 หมายความว่า ระดับมาก รายงานพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 2.78 หมายความว่า ระดับมาก ข่าวอุบัติเหตุ และภัยพิบัติ มีค่าเฉลี่ย 2.76 หมายความว่า ระดับมาก ข่าวการเมือง มีค่าเฉลี่ย 2.66 หมายความว่า ระดับมาก ภาพเป็นข่าว ข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์หรือข่าวโซเชียล มีค่าเฉลี่ย 2.58 หมายความว่า ระดับมาก ข่าวกีฬา มีค่าเฉลี่ย 2.39 หมายความว่า ระดับน้อย ข่าวอุบัติเหตุ มีค่าเฉลี่ย 2.38 หมายความว่า ระดับน้อย และข่าวบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 2.37 หมายความว่า ระดับน้อย

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากงานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยสามารถสรุปการอภิปรายผลของการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย และสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน		
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2$ $H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$	Independent Samples t-test	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ($t = 1.267$, P-value = .206)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6$ $H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ($F = .635$, P-value = .593)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$ $H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ($F = 1.961$, P-value = .100)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6$ $H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ($F = 1.739$, P-value = .125)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$ $H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($F = 3.161$, P-value = .014)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย และสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน		
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2$ $H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$	Independent Samples t-test	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($t = 2.506$, P-value = .013)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6$ $H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($t = 5.759$, P-value = .001)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$ $H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ($F = 1.882$, P-value = .113)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6$ $H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ($F = 2.104$, P-value = .065)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมแตกต่างกัน $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$ $H_1 : \text{มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน}$	F-test One-way Analysis of Variance: ANOVA	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ($F = .962$, P-value = .428)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย และสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 แรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร		
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 แรงจูงใจในการรับชมด้านการศึกษาเวลาที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร $H_0: \rho = 0$ $H_1: \rho \neq 0$	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .444$, P-value = .000)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 แรงจูงใจในการรับชมด้านความอยากรู้อยากเห็นมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร $H_0: \rho = 0$ $H_1: \rho \neq 0$	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .599$, P-value = .000)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 แรงจูงใจในการรับชมด้านประโยชน์การใช้สอยมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร $H_0: \rho = 0$ $H_1: \rho \neq 0$	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .632$, P-value = .000)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 แรงจูงใจในการรับชมด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร $H_0: \rho = 0$ $H_1: \rho \neq 0$	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .601$, P-value = .000)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 แรงจูงใจในการรับชมด้านความผ่อนคลายมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร $H_0: \rho = 0$ $H_1: \rho \neq 0$	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .558$, P-value = .000)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย และสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.6 แรงจูงใจในการรับชมด้านข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร $H_0: \rho = 0$ $H_1: \rho \neq 0$	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $(r = .569,$ $P\text{-value} = .000)$

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

5.2.1 ด้านแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

จากผลการวิจัยผู้วิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมที่ 2.72 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เป็นเพราะมีแรงจูงใจด้านข่าวสาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจุบันมีเรื่องราวต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย ทำให้ผู้ชมต้องการรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นในรอบวัน ต้องการเป็นผู้ที่ทันต่อสถานการณ์บ้านเมือง และปรับใช้ในการดำเนินชีวิต ตามคำนิยามของ Atkin (1973) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวสารมากจะทันสถานการณ์บ้านเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่รับสาร สอดคล้องกับแนวคิดของ Samuels (1984) ที่กล่าวไว้ว่า มนุษย์มีแรงจูงใจเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจ ด้านการรับรู้ การมีอำนาจ เจตคติ และการใช้เหตุผล ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ฆ่าเวลา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์การใช้สอย ความบันเทิง ความผ่อนคลาย และข่าวสาร โดยเฉพาะด้านข่าวสาร ที่กล่าวไว้ว่าการใช้ชีวิตในแต่ละวันมีความจำเป็นที่จะต้องเปิดรับข่าวสาร เพื่อให้รู้เท่าทันสถานการณ์ นอกจากนี้ผู้ที่เปิดรับข่าวสารจะช่วยเสริมสร้างให้ตนเองเป็นผู้ที่มีความรู้รอบตัวสามารถไปแลกเปลี่ยนข่าวสารกับผู้อื่นได้ นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับวิจัยของ พัชรินทร์ เศวตสุทธิพันธ์ (2537) เรื่อง “ทัศนคติพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผลการวิจัยนี้พบว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้แรงจูงใจที่ทำให้เกิดการเปิดรับชมรายการคือ ผู้ชมต้องการติดตามข่าวสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิศร กุ้เกียรติพันธ์ (2552) เรื่อง “ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยคุ้ยข่าวในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่า แรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้ชมเลือกเปิดรับชมรายการข่าวคือ เพื่อต้องการติดตามสถานการณ์ข่าวสารประจำวันเช่นกัน ในขณะที่งานวิจัยของ ภัทรกร เสนโกรกุล (2551) เรื่อง “การเปิดรับแรงจูงใจในการใช้สื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณาของผู้บริโภค ที่มีต่อสื่อดั้งเดิมและสื่อรูปแบบใหม่” แรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสาร

สูงสุดคือ ด้านการติดต่อสื่อสารหรือการอยากส่วนร่วมกับผู้อื่น รองลงมาคือ ต้องการข้อมูลข่าวสาร กล่าวได้ว่า แรงจูงใจมีส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อผู้ชมจะทำการเปิดรับหรือไม่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจของแต่ละคนที่แตกต่างกัน (Samuels, 1984) ส่วนแรงจูงใจน้อยที่สุดพบว่า เป็นแรงจูงใจด้านการฆ่าเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.43 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย เนื่องจากในยุคสมัยนี้มีกิจกรรมต่าง ๆ มากมายให้เลือกทำปฏิบัติ การเลือกเปิดรับชมรายการข่าว จะเลือกเปิดรับชมเฉพาะในช่วงเวลาที่ต้องการรับรู้ข่าวสารเท่านั้น สอดคล้องกับค่านิยมของ จึงเป็นตัวเลือกสุดท้ายจึงเห็นได้ว่าผู้ชมส่วนใหญ่ที่เปิดรับทางโทรทัศน์มีแรงจูงใจด้านข่าวสารมากกว่าด้านอื่น ในขณะที่บางกลุ่มให้มีแรงจูงใจด้านอื่นมากกว่านั้นอาจจะเป็นเพราะช่องทางสื่อที่เปิดรับแตกต่างกัน

5.2.2 ด้านการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

จากผลการวิจัยผู้วิจัย พบว่าตัวอย่างมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.63 แล้วเมื่อแยกตามประเภทข่าวที่นำเสนอในรายการสนามข่าว 7 สี พบว่าข่าวต่างประเทศเป็นข่าวที่ตัวอย่างให้ความสนใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ 2.91 นั้นอาจจะเป็นเพราะช่วงเวลาในการทำแบบสอบถามเป็นช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือที่เรียกว่า “โควิด-19” ทำให้ข่าวต่างประเทศได้รับความนิยมมากกว่าข่าวประเภทอื่น ในขณะที่รองลงมาคือ ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแส ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Samuels (1984) ที่กล่าวไว้ว่าคนต้องการรับรู้เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์บ้านเมือง โควิด-19 ถือว่าเป็นโรคระบาดที่เกิดขึ้นรอบโลก มีผู้ติดเชื้อหลายล้านคน ถ้าสถานการณ์นี้ไม่ใช่สถานการณ์ปกติ ผู้ชมจึงให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ จากผลสำรวจพบว่าข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแสมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.82 ถือว่าอยู่ในระดับมาก แต่อันดับสุดท้าย คือ ข่าวบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 2.37 ถือว่าอยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีความสอดคล้องกับเรตติ้งของรายการ การเปิดรับชมของตัวอย่างมีความหลากหลาย อาจเป็นเพราะผู้ที่เปิดรับชมข่าวอาจไม่ได้ต้องการสาระความรู้เพียงเดียว แต่เปิดรับชมเพื่อให้ครอบครัวได้มีกิจกรรมหรือบทสนทนาาร่วมกัน เพื่อพักผ่อนผ่อนคลาย นอกจากสื่อโทรทัศน์จะเข้าถึงง่ายแล้ว สิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ชมเลือกเปิดรับรายการได้ ต้องเกิดจากเนื้อหาที่น่าสนใจ ซึ่งในการผลิตรายการผู้ผลิตต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายของรายการ (นรินทร์ นำเจริญ, 2549)

นอกจากสื่อแล้วอาจจะเป็นเพราะพฤติกรรมมนุษย์ที่มีการเปิดรับ เลือกสนใจในสิ่งที่ตนเองต้องการรับรู้ กล่าวคือ ต้องการรู้ข่าวสารที่เกิดขึ้นในรอบวัน จึงเปิดรับชมรายการข่าว ต้องการรู้เรื่องราวของศิลปินดารา เปิดรับชมรายการบันเทิง เป็นไปตามคำอธิบายของ Klapper (1960) ที่ได้เขียนไว้ว่า มนุษย์มีกระบวนการสำหรับการเปิดรับข่าวสารด้วยกันทั้งหมด 4 ชั้น ได้แก่ การเลือกเปิดรับ การเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความหมาย และการเลือกจดจำ คือ มนุษย์จะเลือกเปิดรับรับสิ่งที่ตนเองต้องการรู้ หลังจากเปิดรับแล้วจะเลือกสนใจเฉพาะเรื่องที่ตนเองต้องการทราบ หลังจากนั้นจะเกิดกระบวนการรับรู้หรือการตีความหมาย ซึ่งอาศัยประสบการณ์แต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน และสุดท้ายจึงจะจดจำแค่ในสิ่งที่ตนเองรู้แล้วมีเคยมีประสบการณ์ร่วม โดยรายการสนามข่าว 7 สี ที่การวางกลยุทธ์ภายใต้แนวความคิด “เข้มข้น เนื้อหา สาระ” เน้นการลงพื้นที่จริง นำเสนอข่าวอย่างเข้มข้น จะสังเกตได้ว่าผู้ที่ดำเนินรายการจะเป็นผู้ลงพื้นที่ทำข่าวจริง ทำให้ข่าวนั้นมีความเชื่อถือมากขึ้น ทำให้สิ่งนี้คือจุดแข็งของรายการ และยังเป็นรายการมีเนื้อหาที่หลากหลาย

5.2.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนาม 7 สี ทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยผู้วิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรของผู้รับชมรายการสนามข่าว 7 สีมีเพียงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างที่มีความแตกต่างในการเปิดรับชม โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 9,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมมาก มีค่าเฉลี่ย 48.41 และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 70,001 บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมน้อยที่สุด ดังนั้นจึงสังเกตได้ว่ากลุ่มที่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมมากเป็นผู้ที่มีรายได้น้อย ทั้งนี้อาจเพราะว่าการนำเสนอเนื้อหาของรายการสนามข่าว 7 สี มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มที่มีรายได้น้อยหรือเป็นกลุ่มชนชั้นรากหญ้า ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการสนามข่าว 7 สี จึงทำให้กลุ่มนี้มีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านแรงจูงใจที่พบว่าผู้ชมมีแรงจูงใจด้านข่าวสารสูงที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Samuels (1984) ที่ผู้ชมต้องการรับรู้ข่าวสารมากกว่าด้านอื่น ๆ นั้นอาจเป็นเพราะในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่กลุ่มคนรายได้น้อยจะได้รับผลกระทบต่อเรื่องของรายได้ที่จะเข้ามาในแต่ละวัน จึงทำให้คนกลุ่มนี้มีความสนใจที่อยากจะเปิดรับชมข่าวต่างประเทศเพื่อรับรู้สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจบ้านเมืองและเศรษฐกิจอย่างไร เพื่อปรับตัวในการใช้ชีวิตประจำวัน ส่วนตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจจะเพราะว่าทุกเพศทุกเพศ ทุกกลุ่มอาชีพ มีความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสาร ให้ตนมีความรู้และรู้เท่าทันสถานการณ์บ้านเมือง มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Defleur & Boll-Rokeach (1989) ที่มีชื่อทฤษฎีว่า ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) ที่ได้พัฒนามาจากแนวความคิดในเรื่องสิ่งเร้าและตอบสนอง (Stimulus-Response) ที่ในอดีตมีการนำมาใช้อธิบายเรื่องของการสื่อสารแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้บางคนอาจเกิดความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารที่เหมือนหรือแตกต่างกันออกไป หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีคือกลุ่มที่ผู้ที่มีความสนใจ และต้องการที่จะทราบข่าวสารเหมือนกัน ถึงว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมีความแตกต่างกันก็ตาม

ขณะที่มีบางอย่างขัดแย้งกับวิยดา เกียวกุล (2538) เรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่าลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน แต่มีความสอดคล้องในเรื่องของอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่พบว่า ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันจะมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ขณะเดียวกันผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเพราะงานวิจัยชิ้นนี้ระบุเจาะจงว่าเป็นรายการสนามข่าว 7 สีโดยเฉพาะ

5.2.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับในการรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยผู้วิจัยพบว่า ตัวอย่างที่มีเพศและอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะ โดยพบว่าผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 19-40 ปี มีการเปิดรับรายการสนามข่าว 7 สีน้อยกว่าผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปีและ 60 ปีขึ้นไป ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการเปิดรับเนื้อหาที่แตกต่างกัน เช่น เพศชายชอบเปิดรับชมข่าวกีฬา ส่วนเพศหญิงต้องการรับชมข่าวบันเทิง เช่นเดียวกับการจำแนกตามอายุจะสังเกตได้ ผู้ที่มีอายุจะเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย นั่นอาจเป็นเพราะกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงาน มีสิ่งอื่นให้ทำมากกว่าการเปิดรับชมรายการข่าว หรือประเภทของข่าวไม่ต้องตามความต้องการของตนเองนั่นเอง เช่น ข่าวการเมือง กลุ่มคนอายุน้อยจะให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเมืองไทย ที่ไม่มีความโปร่งใสและยุติธรรมมากพอ ขณะที่มุมมองของกลุ่มคนอายุมากกลับมาว่าข่าวการเมือง เป็นสิ่งที่สะท้อนต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ และปากท้องของประชาชนว่าจะเป็นไปได้ในทิศทางใด ขณะที่ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีโดยรวมไม่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเพราะ ไม่ว่าจะอยู่ในระดับการศึกษาหรืออาชีพใด มีความต้องการเปิดรับชมรายการข่าวด้วยกันทั้งสิ้น มีความใกล้เคียงกับงานวิจัยของพัชรินทร์ เศรษฐสุทธิพันธ์ (2537) เรื่อง “ทัศนคติพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ที่พบว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์ที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมรายเปิดรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน มีเพียงแค่เรื่องที่ตรงข้ามกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับคำนิยามของ Atkin และ Rogers & Sevenning ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารนั้นต้องอาศัยองค์ขั้นพื้นฐานทางด้านจิตใจและสังคม หมายความว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารใดสารหนึ่งนั้น ต้องอาศัยทัศนคติ ประสบการณ์ สภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัว ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว วัฒนธรรม รวมไปถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์มาเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการเปิดรับแตกต่างกัน เช่นเดียวกับทฤษฎีเอส-อาร์ (S-R Theory) หรือทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล เป็นทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้อธิบายเรื่องของการสื่อสาร คือ ถ้าหากผู้รับสารมีความแตกต่างกันทางคุณลักษณะ จะส่งผลให้ความสนใจที่จะเปิดรับต่อข่าวใดข่าวหนึ่งแตกต่างกัน

5.2.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3 แรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยผู้วิจัยพบว่า โดยรวมของแรงจูงใจการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นความความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางบวก ซึ่งอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะแรงจูงใจด้านประโยชน์ใช้สอยมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีมากที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าเนื้อหาในรายการสนามข่าว 7 สี มีประโยชน์ต่อการรับชมช่วยเสริมในด้านหลาย ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านประกอบอาชีพ ด้านรักษาสีห์ ด้านการท่องเที่ยว เช่น รายงานพิเศษของคุณหนูม อันวัด เพ็ญทองแดง ที่ใช้ชื่อว่า อันวัดจัดให้ เป็นรายงานสารคดีเชิงข่าวที่ช่วยส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว และนำเสนอวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชาวบ้าน ผู้ที่ได้รับชม

จะชื่นชมในแหล่งท่องเที่ยววัน ๆ ส่งผลให้เกิดการเที่ยวตามรอยรายการ ทำให้เกิดการกระตุ้นทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว หรือจะเป็นรายงานพิเศษของคุณต้นกล้า ชัยอนันต์ ปันชู ที่มีชื่อรายงานพิเศษว่า กล้าลองกล้าลุย เป็นรายงานสารคดีเชิงข่าวที่เน้นการส่งเสริมอาชีพ ทำให้เป็นแนวทางให้กับผู้ที่หมดหนทาง หรือตกทางในช่วงสถานการณ์โควิดได้ นอกจากนั้นรายงานพิเศษทั้งสองที่กล่าวมาข้างต้นยังมีเนื้อหาที่ช่วยผ่อนคลายความเครียดจากสถานการณ์โควิด-19 ได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือแรงจูงใจด้านความบันเทิง ด้านความอยากรู้อยากเห็น ด้านข่าวสาร ด้านผ่อนคลาย และสุดท้ายด้านการฆ่าเวลา ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าขึ้นชื่อว่ารายการข่าว คงไม่ใช่รายการที่ผู้ชมจะให้ความรู้สึกต้องเปิดรับชมเพื่อความบันเทิง หรือผ่อนคลาย หรือฆ่าเวลา เนื่องจากรายการเนื้อหาในรายการสนามข่าว 7 สีกว่า 70% มีเนื้อหาที่ค่อนข้างเครียดซึ่งถือว่าเป็นรายการข่าวหนัก เป็นรายการข่าวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญและมีสาระที่เป็น มีประโยชน์แก่สังคม เนื้อหาข่าวเรื่องราวที่ค่อนข้างเข้าใจยาก จึงต้องอาศัยความคิด ความรู้ ประสบการณ์ในการรับรู้และตีความหมายเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ พอสมควร จึงเป็นไปได้ยากที่เมื่อรับชมรายการแล้วให้ความรู้สึกบันเทิงหรือผ่อนคลายได้ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ โรนัลด์ (1980) ที่ได้ทำการศึกษาแบ่งกลุ่มด้านความพึงพอใจหรือแรงจูงใจ เพื่อนำมาจัดเป็น 7 กลุ่มหลักและตีความหมายแต่ละกลุ่ม ผลที่ได้คือ ผู้ชมส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชม นำใช้ให้เกิดประโยชน์หรือการมีส่วนร่วมกับผู้อื่น กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับชมเพื่อความบันเทิง รับชมเพราะเป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิต อยู่ในช่วงเวลาที่เปิดรับชม เพื่อความผ่อนคลาย เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย และชมเพื่อนำมาแก้ปัญหาในชีวิตและยังเป็นไปตามคำกล่าว รูบิน (1981) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความแรงจูงใจในการเปิดรับที่จะทำให้เกิดประโยชน์ในแง่ต่าง ๆ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบสำหรับผู้ที่มีแรงจูงใจใช้สื่อเพื่อฆ่าเวลาในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ที่อยู่อันดับสุดท้าย

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. จากผลวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ด้านข่าวสารมากที่สุด ดังนั้นรายการข่าวที่มีกลุ่มเป้าหมายเหมือนกับรายการสนามข่าว 7 สี ที่มีอายุ 41-60 ปี ควรนำเสนอข่าวสารด้านที่เน้นเนื้อหาข่าวสารให้มาก เนื่องจากว่าเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น สถานการณ์ตอนนี้ที่คนให้ความสนใจมากที่สุดคือ สถานการณ์โควิด-19 รายการควรนำเสนอหลายประเด็นที่เป็นประโยชน์ ได้แก่ วิธีการปฏิบัติตัว วิธีการป้องกัน มาตรการเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบ รวมไปถึงข่าวการเมืองข่าวเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อผู้ในสังคม ทั้งแผนการฟื้นฟู และแนวทางการดำเนินชีวิตหลังควบคุมสถานการณ์ได้

2. จากผลวิจัยที่พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ นิยมรับชมช่วงข่าวต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย 2.91 รองลงมา คือ ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแส ณ ขณะนั้น มีค่าเฉลี่ย 2.82 ตามที่ได้กล่าวไว้ช่วงเวลาของการทำแบบสอบถามคือช่วงที่เกิดการแพร่ไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 ข่าวต่างประเทศจึงได้รับความนิยมเป็นพิเศษกว่าช่วงอื่น ในขณะที่

ที่ข่าวประเภทอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ในกระแสก็ได้นิยมไม่ต่างจากกันมากนัก ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะนอกจากผู้ชมต้องการจะติดตามข่าวสถานการณ์โควิด-19 แล้ว ผู้ชมก็ยังมีความต้องการข่าวด้าน ๆ อื่นให้รู้เท่าทันสถานการณ์รอบด้านอีกด้วย ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอจึงจะแตกต่างประเด็นข่าวและนำเสนอให้น่าสนใจ แตกต่างจากรายการอื่น ๆ เพราะถ้าหากประเด็นข่าวซ้ำกับรายการอื่นแล้ว เนื้อหาไม่มากพอเมื่อเทียบกับรายการอื่น ผู้ชมจะเปลี่ยนช่องทันที

3. จากผลวิจัยที่ว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการ 7 สีในทิศทางบวก และผู้ชมรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เพราะต้องการข่าวสารที่รับมานั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น ข่าวลงทะเบียนรับเงินเยียวยา 5,000 บาท ในสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างหนัก เงินจำนวน 5,000 บาทมีคุณค่ามากสำหรับคนหาเช้ากินค่ำ ข่าวนี้เป็นข่าวที่เกิดประโยชน์และควรนำเสนอวิธีการขอรับเงินอย่างละเอียด และช่วยสะท้อนปัญหาถึงกระบวนการทำงานของกรมลงทะเบียน เพื่อให้ภาครัฐได้ปรับปรุงจะได้ให้การช่วยเหลือประชาชนอย่างทั่วถึง ผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงเนื้อหาและสอดแทรกความรู้ ความมีประโยชน์สาระเข้าไปในข่าวนั้น จากกลยุทธ์แนวคิดรายการที่เน้นผู้ฟังจริงมานั่งอ่านเองนั้น ถือว่าเป็นเรื่องที่ถูกต้องและสมควรอย่างยิ่ง เพราะผู้ที่นำเสนอข่าวสามารถนำเรื่องราวหรือประสบการณ์ที่เคยมาพบมาเล่าประกอบข่าว ช่วยเสริมสร้างให้ความสนนั้นมีความสนใจและรายการมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการทำวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรจะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาความต้องการเชิงลึกในการเปิดรับชมรายการข่าวของกลุ่มเป้าหมายของแต่ละรายการ เพื่อจะได้ข้อมูลเชิงลึกอันนำไปใช้ประโยชน์ในการนำเสนอเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
2. งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเพียงรายการสนามข่าว 7 สีเพียงรายการเดียว ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างรายการข่าวอื่น ๆ เพื่อศึกษาถึงข้อดีข้อเสีย หรือเนื้อหาของแต่ละรายการโดยเฉพาะรายการข่าวที่เป็นคู่แข่ง เพื่อนำปรับรูปแบบเนื้อหาในรายการให้เกิดความน่าสนใจที่มากกว่ารายการอื่น
3. ควรมีงานวิจัยช่วงรายการข่าวอื่น ๆ ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เฮชดี เพื่อนำเปรียบกลุ่มเป้าหมายและความต้องการ ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และนำข้อมูลเหล่านี้มาปรับใช้ในรายการเพื่อดึงดูดความสนใจให้กลุ่มผู้ชมติดตามข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เฮชดีตลอดทั้งวัน

บรรณานุกรม

- กมลชนก โบวสุวรรณ และโมไนยพล วัฒนเวช. (2559). *แรงจูงใจกับการเปิดรับชมรายการสถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา กาญจนทวี. (2542). *แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: โปรดักซ์ เอ็ดดิชั่นเพรส.
- กิติมา สุรสุนธิ. (2533). *ความรู้ทางการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉอาน วุฒิกรมรรักษ์. (2536). *หลักการรายงานข่าว*. กรุงเทพมหานคร: ประกายพริก.
- ชฎาภรณ์ สวนแสน. (2556). *ความพึงพอใจ แรงจูงใจ พฤติกรรมการเปิดรับ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยรัฐ. (2556). *สู่ทีวีดิจิทัล จุดเปลี่ยนวงการโทรทัศน์ไทย*. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/332949>.
- นรินทร์ นำเจริญ. (2549). *การสื่อข่าวและการเขียนข่าว*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทสิทธิ์ แก้วทิพนเตร. (2555). *พฤติกรรมการดูละครโทรทัศน์ ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นันทิดา โอฐกรรม. (2547). *การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์น.
- ประชาชาติ. (2562). *เคลียร์ชัดๆทำไม 7 ช่องทีวีดิจิทัล 'ไม่ไปต่อ' เงินเยียวยาหล่อใจหวังล้างขาดทุน*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/ict/news-325836>.
- ปิ่นชนก ปิณฑะบุตร. (2556). *แรงจูงใจในการอ่านข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรณรงค์ พงษ์กลาง. (2560). *การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในศตวรรษที่ 21*. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 23(1), 90-101.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2545). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. (2537). *การเลือกรับชมรายการข่าว การสำรวจและพฤติกรรมกำรับชมการรับชมโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรภร เสนไกรกุล. (2551). *การเปิดรับ แรงจูงใจในการใช้สื่อ ทักษะคิดและพฤติกรรมกำหลักเลี้ยงโฆษณาของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อดั้งเดิมและสื่อรูปแบบใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมทินี ทองศรีเกตุ. (2552). *พฤติกรรมกำดูละครทางโทรทัศน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วนนท์ อรุณรัตน์ชัยรัตน์. (2552). *พฤติกรรมกำดูละครทางโทรทัศน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิดา เกียวกุล. (2538). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริณดา มั่นคงพรวิเชียร. (2561). *แรงจูงใจ การรับข้อมูล ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการแชร์โฆษณาบนโซเชียลมีเดีย*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สถิติจำนวนประชากรเคหะ. (2561). *สถิติจำนวนประชากรและพื้นที่รายเขตของกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2561*. สืบค้นจาก http://www.bangkokgis.com/gis_information/population/.
- สุมาลี ชัยเจริญ. (2545). *ทฤษฎีกำออกแบบกำสอนในกำระบวนทัศน์ใหม่*. กำควิชำเทคโนโลยี กำศึกษำคณะศึกษำศาสตร์: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุเมธ เตียววิศเรศ. (2527). *พฤติกรรมผู้นำทางกำศึกษำ*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน.
- สุรภพ จิตงำม. (2560). *กำศึกษำแรงจูงใจและพฤติกรรมกำรับชมกำถ่ายทอดฟุตบอลไทยลีกของ ผู้ชม*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรสิทธิ์ วิทยำรัฐ. (2545). *กำสื่อข่าว หลักเทคนิค*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือสวนสุนันทำ.
- อนุชิต มุรธาทิพย์. (2542). *ทักษะคิด ความพึงพอใจและกำใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ “ดีลีบ” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.* วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรนุช เลิศจรรยำรักษ์ณ์. (2541). *หลักกำเขียนบทโทรทัศน์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Berelson, Bernard and Gary A. Steiner. (1964). *Human behavior : Shorter Edition*. New York :Harcourt, Brace & World.
- Charles K. Atkin. (1973). *Anticipated communication and mass media information seeking*. New York : Free Press.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1989). *Theories of mass communication*. London: Longman.

- Klapper , Joseph T. (1960). *The effects of mass communication*. New York : The Free Press.
- McCombs & Becker. (1979). *Using mass communication theory*. New Jersey : Prenetice Hall, Inc.
- McQuail, D. (2005). *Mass communication theory*. London : Sage.
- Rogers, Everett M. & Svenning, Lynne. (1969). *Modernization among peasantsthe impact of communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Rubin, S. (1981). *A two-track model of bereavement: Theory and application in research*. [Electronics version]. *American Journal of Orthopsychiatry*, 51, 101–109.
- Samuel L. Becker . (1972). *Discovering mass communication*. Illinois : Scott Foresman and Company Glenview
- Samuels, F. (1984). *Human needs and behaviour*. Cambridge, MA: Schenkman.
- Schramm, W. (1973). *Channels and audiences*. Chicago: Rand McNally College.
- Torrance, E.P. (1964). *Is Creative teachable?*. Bloomington: The Phi Delta Kappa Education Foundation.
- TV Digital Watch. (2562). *สำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชม TV ของคนไทยปี 2562*. สืบค้นจาก <https://www.tvdigitalwatch.com/news-nbct-/62-11-19>.
- TV Digital Watch. (2563). *บทสรุปเรตติ้ง 25 ช่องทีวีดิจิทัล ปี 2562 ช่อง 7 ยืนหนึ่ง ส่วนช่อง 3SD ยังติดอันดับ 9*. สืบค้นจาก <https://www.tvdigitalwatch.com/25rating-year/2562>.
- Wilbur Schramm. (1971). *The process and effects of mass communication*, Illinois, University of Illinois Press.

ภาคผนวก
แบบสอบถาม
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี
ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นของท่าน เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป โดยข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามทั้งหมดถือเป็นความลับ และจะนำเสนอผลการวิจัยโดยภาพรวมเท่านั้น ไม่มีการวิเคราะห์หรือนำเสนอเฉพาะรายบุคคล ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบข้อมูลตามความเป็นจริง

โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ท่านเคยรับชมรายการสนามข่าว 7 สี หรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)

2. ปัจจุบันท่านใช้ชีวิตอยู่ที่ใด

1. กทม.
 2. นอกเขตกทม. หรือต่างจังหวัด (จบแบบสอบถาม)

3. ท่านใช้ชีวิตอยู่ในเขตใดของกทม.

- เขตจตุจักร
 เขตลาดพร้าว
 เขตมีนบุรี
 เขตอื่น ๆ (จบแบบสอบถาม)

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

- 1. ต่ำกว่า 12 ปี
- 2. 12-18 ปี
- 3. 19-25 ปี
- 4. 26-40 ปี
- 5. 41-60 ปี
- 6. มากกว่า 60 ปี

3.ระดับการศึกษา

- 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย
- 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
- 3. อนุปริญญา / ปวส.
- 4. ปริญญาตรี
- 5. สูงกว่าปริญญาตรี

4.อาชีพ

- 1. นักเรียน/นักศึกษา
- 2. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
- 3. ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท
- 4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 5. ข้าราชการบำนาญ
- 6. อาชีพอิสระ (Freelance)
- 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1. น้อยกว่า 9,000 บาท
- 2. 9,001 – 15,000 บาท
- 3. 15,001-30,000 บาท
- 4. 30,001-70,000 บาท
- 5. 70,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับข้อที่ท่านต้องการ

- 4 หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านระดับมากที่สุด
- 3 หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านระดับมาก
- 2 หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านระดับน้อย
- 1 หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านระดับน้อยที่สุด

แรงจูงใจในการเปิดรับชมรายการ สนามข่าว 7 สี	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด 4	มาก 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.แรงจูงใจด้านการฆ่าเวลา				
1.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะท่านมีเวลาว่าง ไม่รู้ จะทำสิ่งใด				
1.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะคลายความเหงา				
1.3 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เมื่อท่านรอคอยจะทำบาง สิ่งบางอย่าง เพื่อไม่ให้เกิดความ เบื่อหน่าย				
2.แรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็น				
2.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะรายการมีการ รายงานสถานการณ์ข่าวสารที่ท่าน สนใจ				
2.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะนำเสนอข่าวที่ แปลกใหม่แตกต่างจากสถานีอื่น				
2.3 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะต้องการความรู้ รอบตัวเพิ่มเติม				

(ตารางมีต่อ)

3.แรงจูงใจด้านประโยชน์การใช้สอย				
3.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะต้องการข้อมูล ข่าวสารเพิ่มเติม เพื่อต้องการ คำตอบบางอย่าง				
3.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะ เป็นประโยชน์จาก การเปิดรับชมข่าวสาร เช่น ข่าว 5,000 บาท ทำให้ท่านรับรู้ว่าคุณ ต้องรักษาสิทธิของตน เป็นต้น				
3.3 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว เพราะ สามารถนำความรู้ไป ทำประโยชน์เฉพาะด้าน เช่น กล้า ลองกล้าลุย เป็นประโยชน์ด้าน แนวคิดใหม่ๆในการประกอบอาชีพ เป็นต้น				
3.4 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะท่านสามารถนำไป พูดคุยหรือสนทนากับผู้อื่นได้				
4.แรงจูงใจด้านความบันเทิง				
4.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สีเพราะบางช่วงของรายการ ทำให้ท่านมีความสุข สนุก และยิ้ม ได้ เช่น สก๊อปข่าวอนูวัตจัดให้ เป็น ต้น				
4.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะ ท่านต้องการ รับชมข่าวบันเทิง				
4.3 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะ ท่านต้องการ รับชมข่าวหรือเรื่องราวเกี่ยวกับ ดาราท่านชื่นชอบ				
4.4 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะท่านต้องการร่วม กิจกรรมชิงรางวัล				

(ตารางมีต่อ)

4.5 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพื่อต้องการแสดงความ ความคิดเห็น เช่น ส่งข้อความมาทาง รายการร่วมแสดงความคิดเห็นใน รายการ				
5.แรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย				
5.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะต้องการลด ความเครียดจากการทำงาน				
5.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะต้องการผ่อนคลาย ความเหนื่อยล้าจากการใช้ชีวิตใน แต่ละวัน				
5.3 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะต้องการพักผ่อน หย่อนใจ				
6.แรงจูงใจด้านข่าวสาร				
6.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สีเพราะต้องการหาความรู้ รอบตัวที่เกิดขึ้นในสังคม				
6.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะต้องการรับรู้ข้อมูล ต่างๆ ให้ ทันต่อสถานการณ์ บ้านเมือง				
6.3 ท่านเปิดรับชมรายการสนาม ข่าว 7 สี เพราะต้องการช่วยเสริม ให้ตนเองเป็นผู้มีความรู้				

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี

3.1 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี เฉลี่ยกี่วันต่อสัปดาห์

.....วันต่อสัปดาห์

3.2 ท่านเปิดรับชมรายการสนามข่าว 7 สี ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งเท่าไร

.....ชั่วโมง.....นาที

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับข้อที่ท่านต้องการ

- 4 หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านระดับบ่อยที่สุด คือ เปิดรับชมทุกวัน
 3 หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านระดับมาบ่อย คือ เปิดรับชม 5-6 วันต่อสัปดาห์
 2 หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านระดับน้อย คือ เปิดรับชม 3-4 วันต่อสัปดาห์
 1 หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านระดับน้อยที่สุด คือ เปิดรับชม 1-2 วันต่อสัปดาห์

การเปิดรับชม รายการสนามข่าว 7 สี	ระดับความคิดเห็น			
	บ่อยที่สุด (ทุกวัน)	บ่อย (5-6 วัน)	น้อย (3-4 วัน)	น้อยที่สุด (1-2 วัน)
1.ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวใหญ่ใน กระแสสังคม เช่น ข่าวกราดยิงที่ จ.โคราช / ผอ.รร.ปล้นร้านทอง จ.ลพบุรี / ไอซ์หีบเหล็กฆ่าถ่วงน้ำ				
2.ข่าวอุบัติเหตุ เช่น ข่าวรถตู้ชนดับ 11 ศพ จ. ระยอง / สามีตามจ้อภรรยาไม่ สำเร็จ ยิงดับอนาถ / ไฟป่า ภาคเหนือยังวิกฤติ				
3.ข่าวอุบัติเหตุ และภัยพิบัติ เช่น ไฟป่าภาคเหนือยังวิกฤติ / ค่า ฝุ่น PM2.5 สูงขึ้นเป็นอันดับ 2 ของ โลก เป็นต้น				
4.ช่วงภาพเป็นข่าวหรือข่าวจากโซ เชียล เช่น โซเชียลวิจารณ์! รถกระบะขับ ไม่หลบรถฉุกเฉิน สุดท้ายคนไข้ เสียชีวิต				
5.รายงานพิเศษ เช่น อนุวัต จัดให้ / กล้าลองกล้า ลุย / เจษฏา ไอ้โฮ				
6.ข่าวการเมือง เช่น เปิด ลงทะเบียนเงิน 5,000 บาท / นายกฯเดินทางไปประชุมหารือ คณะรัฐมนตรี				

(ตารางมีต่อ)

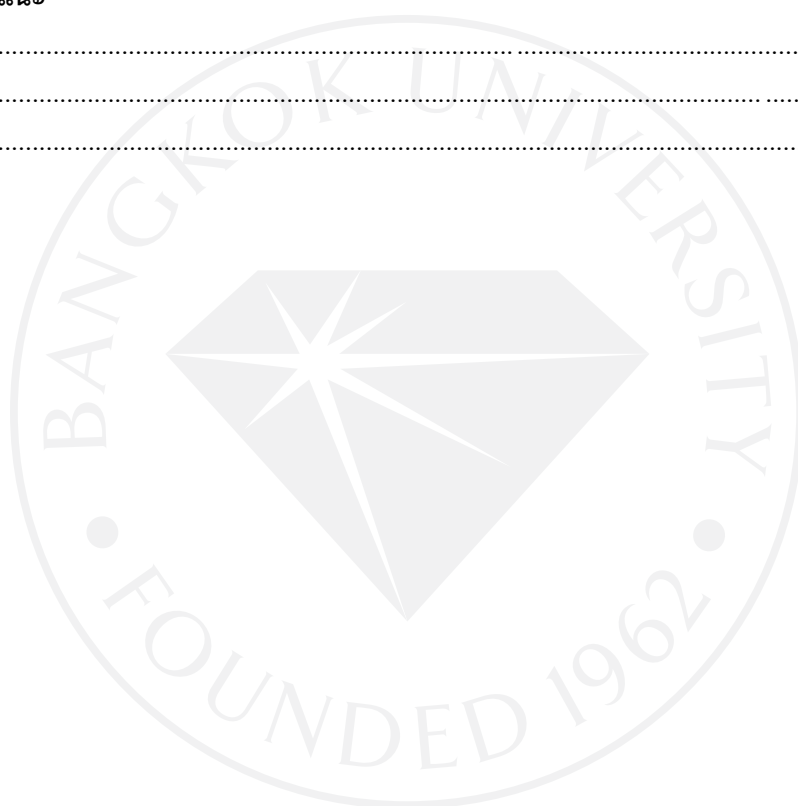
7. ชาวต่างประเทศ เช่น โควิด-19 ระบาดหนักในหลาย ประเทศ / เกิดเหตุดินถล่มใน อินเดีย				
8. ชาวกีฬา เช่น ผลฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ลีก บอลไทย เทนนิส ฯลฯ				
9. ชาวบันเทิง				

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

ฐิตินันท์ ทองมาเอง

อีเมล

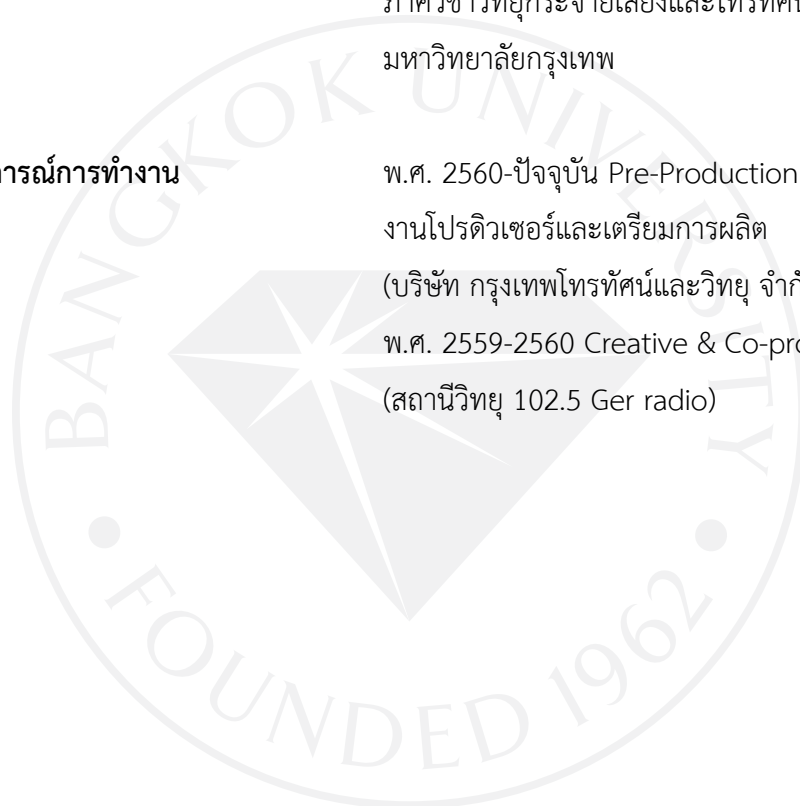
Thitinan.thongm@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์
ภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2560-ปัจจุบัน Pre-Production
งานโปรดิวเซอร์และเตรียมการผลิต
(บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด)
พ.ศ. 2559-2560 Creative & Co-producer
(สถานีวิทยุ 102.5 Ger radio)



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิสารนิพนธ์

วันที่ 7 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... ฐิตินันท์ ทองมาเอง..... อยู่บ้านเลขที่ 50/19 หมู่บ้านหทัยราษฎร์
ซอย หทัยราษฎร์ 35..... ถนน หทัยราษฎร์..... ตำบล/แขวง สามวาตะวันตก.....
อำเภอ/เขต คลองสามวา..... จังหวัด กรุงเทพมหานคร..... รหัสไปรษณีย์ 10510.....
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7620301239.....

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ..... นิเทศศาสตร์.....
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์
หัวข้อ ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการเปิดรับชมรายการสแนมข่าว 7 สี ทางโทรทัศน์ของผู้ชมใน
กรุงเทพมหานคร.....
ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทน
และไม่มีกำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ
โดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใด
ในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของ
ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์ ของผู้อนุญาต
ให้ใช้สิทธิตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำ
การจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอก กิติ หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกกิติ หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและค่าใช้จ่ายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้น แก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ _____ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวฐิตินันท์ ทองมาเอง)

ลงชื่อ _____ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ _____ พยาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนสุตา ปุณณะหิตานนท์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ _____ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจิพงษ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย