

ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะ
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ



ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะ
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ. 2552



© 2552

ภัทราวดี บุณยะพັນน์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนใน
เขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ผู้วิจัย น.ส. กัทราวดี บุญทะพะพันธ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงษ์ วิเศษสังข์)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. บุญเลิศ สุภคิลก)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญชาติ ทองประยูร)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ลักคณา วรศิลป์ชัย)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 3 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2551

ภัทราวดี บุญทะพะพันธ์. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, ธันวาคม 2551, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนใน
เขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาศาสนาโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ (126 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ วิเศษสังข์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาถึงความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว โดยวิธีการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิธีการทางสถิติ T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สถิติ One-Way ANOVA การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สถิติ Chi-Square และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

ผลการวิจัยพบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับปานกลาง มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับสูง และมีความต้องการด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับสูงเช่นเดียวกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน ส่วนตัวแปรด้านอายุพบว่าไม่แตกต่างกัน
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน ส่วนตัวแปรด้านเพศ พบว่าไม่แตกต่างกัน
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน ส่วนตัวแปรด้านเพศ พบว่าไม่แตกต่างกัน
4. ความต้องการด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงด้วยดี ซึ่งความสำเร็จนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าขาดความร่วมมือ และความอนุเคราะห์จากท่านผู้มีพระคุณหลายท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ วิเศษสังข์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้เป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาใช้เวลาให้คำปรึกษา แก้ไข ชี้แนะแนวทาง และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งตรวจทาน และแก้ไขข้อบกพร่องของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ทำให้การศึกษาเฉพาะบุคคลเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ลงด้วยดี

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อและประสานงานเรื่องต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาของการทำการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้

สุดท้ายนี้ กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่คอยสนับสนุนและส่งเสริมด้านการศึกษาแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด รวมทั้งคอยดูแล เอาใจใส่ และห่วงใยเสมอมา ซึ่งเป็นกำลังใจสำคัญยิ่ง ที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถผ่านอุปสรรคทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นความเหนื่อยยาก ความท้อแท้ ความหมัดกำลังใจ ความสิ้นหวังที่ผู้วิจัยประสบมาในระหว่างการทำการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้ จนสามารถจัดทำการศึกษาเฉพาะบุคคลได้เสร็จสมบูรณ์ดังที่ตั้งใจ

ภัทราวดี บุญทะพะพันธ์

15 ตุลาคม 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
ปัญหานำการวิจัย	11
คำถามการวิจัย	14
ความสำคัญของงานวิจัย	15
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	15
ขอบเขตในการวิจัย	16
นิยามศัพท์	16
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสาธารณะ	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการข่าวสาร	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	27
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร	31
สมมติฐานงานวิจัย	34
กรอบแนวความคิด	36
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตัวแปรที่จะใช้ในการวิจัย	39
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย	41
เกณฑ์การให้คะแนน	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
ความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	43
การวิเคราะห์ข้อมูลพหุคูณสัมพัทธ์ฐานการวิจัยและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46
ผลการวิจัยเชิงพรรณนา	47
ผลการพหุคูณสัมพัทธ์ฐานการวิจัย	68
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	94
สรุปผลการวิจัย	95
สรุปการทดสอบสัมพัทธ์ฐาน	96
อภิปรายผลการวิจัย	98
ข้อจำกัดของงานวิจัย	109
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	110
บรรณานุกรม	111
ภาคผนวก	121

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละเพศของกลุ่มตัวอย่าง	47
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละอายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน	48
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน	49
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน	50
ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของความบ่อยครั้งในการรับชมข่าวสาร	51
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการรับชมข่าวสาร	52
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของคะแนนความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร	53
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสาร	54
ตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารที่ได้รับจากสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	55
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	56
ตารางที่ 11 การเรียงอันดับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคาดหวังข่าวสารจากสถานี โทรทัศน์ทีวีไทยทีวีสาธารณะ	59
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของการจำแนกตามระดับความคาดหวังข่าวสารที่ได้รับ จากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	60
ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	61
ตารางที่ 14 การเรียงอันดับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการข่าวสารจากสถานี โทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	63
ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของการจำแนกตามระดับความต้องการข่าวสารที่ได้รับจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	64
ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสารของ สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	65
ตารางที่ 17 การเรียงอันดับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการรูปแบบการนำเสนอ ข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของการจำแนกตามระดับความต้องการรูปแบบ การนำเสนอข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ	67
ตารางที่ 19 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน	68
ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความต้องการ ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุต่างกัน	70
ตารางที่ 21 ผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ เมื่ออายุแตกต่างกัน	70
ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของ ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ ระหว่าง กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน	72
ตารางที่ 23 ผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน	73
ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความต้องการ ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพต่างกัน	75
ตารางที่ 25 ผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ เมื่ออาชีพแตกต่างกัน	76
ตารางที่ 26 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังข่าวสารจากสถานี โทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความ คาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ระหว่าง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน	79
ตารางที่ 28 ผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เมื่ออายุแตกต่างกัน	79
ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความคาดหวัง ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี การศึกษาต่างกัน	81
ตารางที่ 30 ผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน	82
ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความคาดหวัง ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพต่างกัน	84
ตารางที่ 32 ผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะเมื่ออาชีพแตกต่างกัน	85
ตารางที่ 33 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน	86
ตารางที่ 34 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน	87
ตารางที่ 35 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน	89

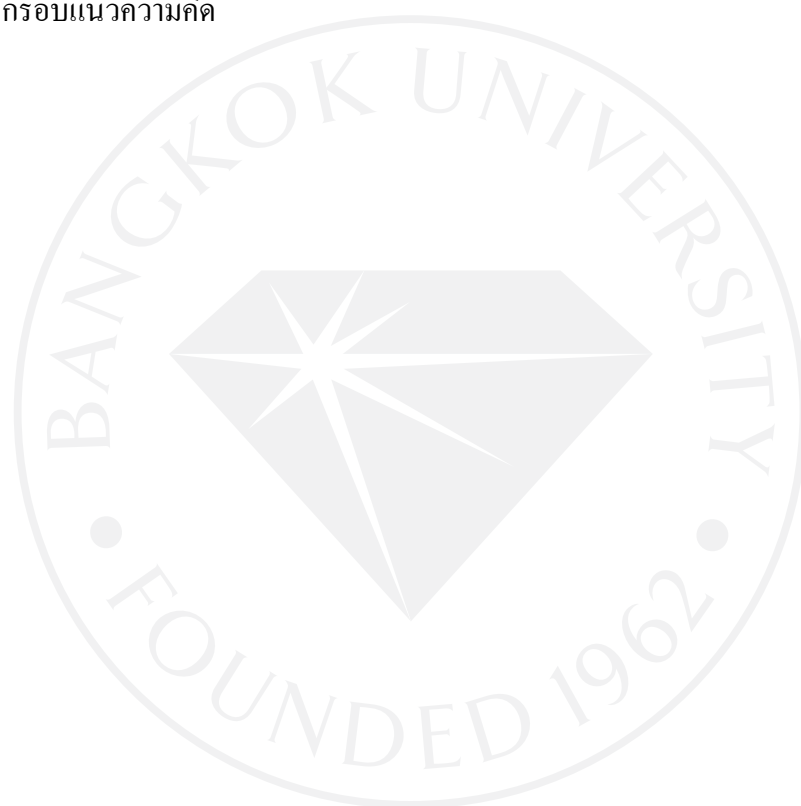
สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 36 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน	91
ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่าง ความต้องการข่าวสาร กับความคาดหวังข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารณะ	93



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 การเปลี่ยนแปลงตราสัญลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ	6
ภาพที่ 2 แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ	26
ภาพที่ 3 แสดงแบบจำลอง Expectancy-Value theory	26
ภาพที่ 4 กรอบแนวความคิด	36



บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

สื่อสารมวลชนมีบทบาทสำคัญต่อพลวัตด้านต่างๆ ในสังคมมาโดยตลอด นับตั้งแต่หนังสือพิมพ์ถือกำเนิดขึ้นจนกระทั่งมีการพัฒนาเทคโนโลยีในด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ก็ยิ่งทำให้บทบาทของสื่อสารมวลชนแพร่กระจายออกไปในวงกว้างมากขึ้น ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายรูปแบบและยอมรับสื่อต่างๆ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน สื่อสารมวลชนจึงกลายเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญยิ่งทั้งในแง่ของการให้ข้อมูลข่าวสาร และการโน้มนำสังคมในด้านต่างๆ จนได้รับการยอมรับว่าสื่อมวลชนเป็น “ฐานันดรที่สี่” (The Fourth Estate) ต่อจากพระมหากษัตริย์ รัฐสภา และศาสนจักร (ฐิตินันท์ พงษ์สุทธีรักษ์, 2551)

ระบบวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของแต่ละประเทศ สามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวทางด้วยกันคือ ระบบที่รัฐเป็นผู้ให้บริการเพื่อประโยชน์สาธารณะ (Public Service Broadcasting) มีเป้าหมายในการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการรับรู้ของประชาชนในฐานะ “พลเมือง” และระบบที่ธุรกิจเอกชนเป็นผู้ให้บริการในระบบตลาดเสรี (Free Market System หรือ Private Enterprise System) หรือที่เรียกกันว่าสถานีโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งมีเป้าหมายในธุรกิจการค้า (Commercialize) มองประชาชนในฐานะ “ผู้บริโภค” ดังตัวอย่างโครงสร้างองค์กรวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในระบบอังกฤษ รัฐบาลมีการควบคุมผูกขาดกิจการมาตั้งแต่ต้น โดยการจัดตั้งบริษัทมหาชน (British Broadcasting Corporation) หรือ BBC ขึ้น และต่อมาได้เปิดให้ธุรกิจเอกชนมีสถานีแข่งขันกับสถานีเพื่อประโยชน์สาธารณะอย่างเท่าเทียมกัน ส่วนโครงสร้างขององค์กรวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในระบบของสหรัฐอเมริกาเริ่มต้นด้วยการมีนโยบายหลักส่งเสริมกิจการภาคธุรกิจเอกชน โดยการมีเครือข่ายของเอกชน 3 เครือข่าย คือ ABC, CBS และ

NBC เป็นโทรทัศน์กระแสหลักเกิดขึ้นก่อน ต่อมาจึงมีสถานีโทรทัศน์สาธารณะ(Public Service Broadcasting) หรือ PBS เพื่อเป็นสถานีเสริมในด้านการศึกษา และศิลปวัฒนธรรม (สุพัชรินทร์ โปธิ์ทองนาค, 2541)

ในส่วนของประเทศไทย สถานีโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย แบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะที่หนึ่ง คือ สถานีโทรทัศน์ของหน่วยงานรัฐบาล ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ดำเนินการโดย กองทัพบก และ บริษัท อาร์ทีเอ เทเลวิชั่น จำกัด (มหาชน) และ สถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ทีวี ดำเนินการโดย บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ลักษณะที่สอง คือ สถานีโทรทัศน์ที่เอกชนเข้าสัญญาสัมปทาน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ดำเนินการโดยบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ภายใต้สัญญาสัมปทานกับ กองทัพบก และสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท. ดำเนินการโดย บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด บริษัทในกลุ่ม บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้สัญญาสัมปทานกับ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ลักษณะที่สาม คือ สถานีโทรทัศน์แห่งชาติ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท., NBT) ดำเนินการโดย กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี เริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2551 ที่ผ่านมา ลักษณะที่สี่ คือ สถานีโทรทัศน์สาธารณะ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย สถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย ดำเนินการโดย องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) เริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ที่ผ่านมา และสุดท้ายลักษณะที่ห้า คือ โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ ได้แก่ ดำเนินการโดย ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 โมเดิร์นไนน์ทีวี เอ็นบีที และ ทีวีไทย เพื่อทำการแพร่ภาพออกอากาศ เหตุการณ์สำคัญต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ทั้งการถ่ายทอดสด และการถ่ายทอดเทปบันทึกภาพ

สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยถือเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้คนในสังคมไทย และเป็นแบบอย่างของการเลียนแบบพฤติกรรมให้แก่เด็กและเยาวชนได้ง่าย (นิตยสารเส้นทางไทย ฉบับที่ 001, 2550) ผู้คนคาดหวังว่าโทรทัศน์สาธารณะซึ่งจะเป็นสื่อมวลชนที่เป็นพื้นที่สาธารณะ ให้แก่ประชาชนได้ ภายใต้ชื่อโทรทัศน์สาธารณะ (Public Broadcasting Service, PBS) ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาสังคมทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กและเยาวชน แต่ใน

ช่วงก่อนที่จะเกิดสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ (หรืออดีตทีไอทีวี) ประเทศไทยยังไม่มีโทรทัศน์สาธารณะอย่างแท้จริง จะมีก็เพียงสถานีโทรทัศน์ NBT หรืออดีตสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของรัฐบาล แต่ก็สามารถขายพื้นที่โฆษณาได้เหมือนโทรทัศน์เชิงธุรกิจอื่นๆ ที่มีรัฐเป็นเจ้าของและมีเอกชนเป็นผู้รับสัมปทานหรือฟรีทีวี กับโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก หรือเคเบิลทีวี ซึ่งยังไม่สามารถสร้างสรรค์และพัฒนาเด็กและเยาวชนได้อย่างเต็มที่ ผู้คนจึงมีความฝันและคาดหวังว่าประเทศไทยควรมีโทรทัศน์สาธารณะที่จะเป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับประชาชน มีแนวทางการดำเนินงานที่มองเห็นว่าประชาชน เป็นฐานะพลเมือง (ไม่ใช่เป็นเพียงผู้บริโภค) และมีเป้าหมายดำเนินงานให้เกิดแก่สาธารณะมากที่สุด

ทีวีสาธารณะแตกต่างจากโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ (เช่น ทีไอทีวีในอดีต) และโทรทัศน์ของรัฐที่มีอยู่ในปัจจุบัน ตรงที่ทีวีสาธารณะมีปรัชญาและแนวทางในการดำเนินการที่ถือว่าประชาชนเป็นพลเมืองเจ้าของประเทศ และสื่อมีฐานะเป็นพื้นที่สาธารณะในการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ของประชาชน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งแตกต่างจากสื่อโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ สื่อสาธารณะมีจุดมุ่งหมายที่จะเข้าถึงประชากรของประเทศ โดยมุ่งเน้นการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านต่างๆ โดยเป็นเสมือน “พื้นที่สาธารณะ” ของประชาชนทุกคนในประเทศ ในขณะที่สื่อเชิงพาณิชย์มีเป้าหมายทางการค้าและมีรายได้หลักมาจากค่าโฆษณา ผู้ชมรายการจึงเปรียบเสมือนเป็นผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าต่างๆ สื่อเชิงพาณิชย์จึงเปรียบเสมือนเป็นตลาดที่เป็นพื้นที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน กล่าวได้ว่าความแตกต่างที่ชัดเจนของสื่อเพื่อสาธารณะและสื่อเชิงพาณิชย์อยู่ที่จุดมุ่งหมายในการดำเนินงานว่าจะมีเป้าหมายเพื่อการค้าหรือมุ่งเพื่อสร้างคุณภาพให้กับสังคม ซึ่งเป้าหมายดังกล่าวก็จะส่งผลต่อนโยบายและเนื้อหาต่างๆ ที่สื่อนำเสนอต่อสังคม (รายงานทีดีอาร์ไอ ฉบับที่ 47, 2550) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ลักษณะของสื่อโทรทัศน์ประเภทต่างๆ

	สื่อสาธารณะ	สื่อเชิงพาณิชย์	สื่อของรัฐ
ฐานะของประชาชน	พลเมือง (เจ้าของประเทศ)	ผู้บริโภคร	ผู้ถูกปกครอง
ฐานะของสื่อ	พื้นที่สาธารณะ	ตลาด	กระบอกเสียง
เป้าหมาย	ประโยชน์สาธารณะ	การทำกำไรสูงสุด	การโฆษณาชวนเชื่อ

ที่มา: รายงานทีดีอาร์ไอ ฉบับที่ 47 เรื่อง การจัดตั้งทีวีสาธารณะในประเทศไทย หน้า 2

โทรทัศน์สาธารณะ หรือ ทีวีสาธารณะ (Public Service Broadcasting) ถือเป็นนวัตกรรมทางสังคมของประเทศพัฒนาแล้ว โดยมุ่งหวังให้พลเมืองได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองและมีสุขภาวะที่ดีขึ้น สำหรับกรณีประเทศไทยในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสภาพการณ์ของสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี (หรือไอทีวีในอดีต) เปิดโอกาสให้สามารถริเริ่มจัดตั้งทีวีสาธารณะได้ (รายงานทีดีอาร์ไอ ฉบับที่ 47, 2550) โดยรัฐบาลของพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ กำหนดเป็นนโยบายและพยายามผลักดันสื่อสาธารณะให้เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ทั้งนี้คุณหญิงทิพาวดี เมฆสวรรค์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีขณะนั้น นายปราโมช รัฐวินิจ อดีตอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ ได้เป็นแขกรับเชิญของ BBC ที่ลอนดอน เข้ารับฟังการบรรยายสรุปจากเจ้าหน้าที่ระดับสูงเมื่อปลายปี 2549 เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของบีบีซี หลักการคุ้มครองทางกฎหมาย วิธีการแสวงหาเงินทุน วิธีการคัดเลือกผู้บริหาร การกำกับดูแลและการตรวจสอบ โดยสอบถามจากเจ้าหน้าที่ของบีบีซี ลงลึกถึงรายละเอียดกันในชั้นปฏิบัติในบางประเด็น เพื่อเปรียบเทียบความเป็นไปได้ในการจัดตั้งทีวีสาธารณะแบบบีบีซีในประเทศไทย (สมชัย สุวรรณบรรณ, 2550, หน้า 2-3)

องค์การกระจายเสียง และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) (ภาษาอังกฤษ: Thai Public Broadcasting Service, TPBS) หรือ ไทย พีบีเอส เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นสื่อสาธารณะ ด้านวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ในประเทศไทย มีฐานะเป็นหน่วยงานของ

รัฐที่เป็นอิสระ แต่ไม่ใช่หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ดำเนินการภายใต้ทุน ทรัพย์สิน และ รายได้ขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์ คือ ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ สนับสนุนการพัฒนาสังคม ที่มีคุณภาพ และคุณธรรม ผ่านข่าวสารที่เที่ยงตรง ผลิตรายการข่าวสาร ที่มีสารประโยชน์ ทางด้านการศึกษา และสาระบันเทิง ในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยปราศจากอคติ ทางการเมือง และผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และยึดถือประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก

สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย หรือสถานีโทรทัศน์ไทย พีบีเอส เกิดจากการเปลี่ยนผ่าน สถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี เมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2551 และออกอากาศรายการสารคดีมาอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ชื่อสถานีว่า "สถานีโทรทัศน์ทีพีบีเอส" จนกระทั่ง เมื่อเวลา 15.30 น. วันที่ 17 มกราคม สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้ออกอากาศรายการพิเศษ “นับหนึ่งโทรทัศน์ สาธารณะไทย TPBS” จากห้องส่งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ โดยถือเป็นรายการสดที่ออกอากาศจริงทางทีพีบีเอสเป็นครั้งแรก เนื้อหาเป็นการอธิบาย และสร้างความ เข้าใจ เกี่ยวกับที่มาที่ไป ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งนี้ โดยมีนางสาวนาตยา แว่ววิรุฑต์ อดีต ผู้สื่อข่าวไอทีวี ชุดกบฏไอทีวี เป็นผู้ดำเนินรายการ

องค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ได้เปิด สถานีโทรทัศน์ ไทย พีบีเอส (Thai PBS) อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 โดยใช้ ตราสัญลักษณ์แบบเดียวกับทีพีบีเอส แต่เปลี่ยนชื่อกำกับด้านล่าง พร้อมทั้งประกาศผังรายการใหม่ เพื่อทดลองออกอากาศในระยะแรก ระหว่างวันที่ 1-14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. รายการที่สำคัญ คือ “ร่วมคิด ร่วมสร้าง ไทย พีบีเอส” ในเวลา 20.00 น. ซึ่งเป็น รายการสด ที่จัดโดยฝ่ายข่าว และฝ่ายรายการ ของไทยพีบีเอส เพื่อรับฟังความคิดเห็น จากตัวแทน บุคคลทุกภาคส่วนในสังคม ถึงทัศนคติเกี่ยวกับทีวีสาธารณะ และการกำหนดความเหมาะสม ในการออกอากาศรายการประเภทต่างๆ ในแต่ละช่วงเวลา และเริ่มออกอากาศอย่างเต็มรูปแบบเมื่อ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ โดยกำหนดแพร่ภาพออกอากาศตั้งแต่เวลา 05.00 - 24.00 น. ทุกวัน รายการ ส่วนใหญ่ในวันแรกของสถานีเป็นรายการข่าวและสารคดี โดยในรายการข่าว มีผู้ประกาศข่าว บางคนเคยเป็นพนักงานของสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวีมาก่อน เช่น นายชัยรัตน์ ถมยา

นางสาวประวิณมัย บ่ายคล้อย นายเกื้อกุล นุตะเวช เป็นต้น โดยผู้ประกาศข่าวคู่แรกของสถานี ได้แก่ นายภัทร จิงกานต์กุล และนางสาวปิยฉิ เทียมอัมพร

ไทย พีบีเอส ได้ดำเนินการออกอากาศโดยมีการปรับผังรายการเป็นระยะในช่วงต้นเดือนของแต่ละเดือน จนกระทั่งวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2551 ส.ส.ท. จึงได้จัดงานเปิดตัวสัญลักษณ์ใหม่ของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งเป็นแบบที่ชนะเลิศการประกวด (ดูรายละเอียดด้านล่าง) พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อสถานีอีกครั้งเป็น “ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ” ส่วนชื่อไทย พีบีเอส ใช้เป็นชื่อขององค์กรเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยมีการปรับผังรายการให้มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน รวมถึงบันเทิงเชิงสาระมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างเต็มรูปแบบเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป

ภาพที่ 1: การเปลี่ยนแปลงตราสัญลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

			
ตราสัญลักษณ์แบบแรกสุดของ ส.ส.ท. (17 - 31 ม.ค. 2551)	ตราสัญลักษณ์ของ ส.ส.ท. (1 ก.พ. - 30 เม.ย. 2551)	ตราสัญลักษณ์ของ ส.ส.ท. แบบที่ชนะเลิศการประกวดอัตลักษณ์ใหม่	ตราสัญลักษณ์แบบที่ ส.ส.ท. ใช้จริงตั้งแต่ 1 พ.ค. 2551

ที่มา: อินเทอร์เน็ต สืบค้นเมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2551 จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/TPBS>.

ตราสัญลักษณ์ขององค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย เปิดตัวครั้งแรกเมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นวันที่ออกอากาศรายการสดครั้งแรกในนามสถานีโทรทัศน์ทีพีบีเอส ดังภาพที่แสดงไว้ข้างบน โดยมีการแถลงว่าตราสัญลักษณ์ดังกล่าว

ออกแบบเพื่อใช้ชั่วคราว จนกว่าจะมีการประกวดสัญลักษณ์อย่างเป็นทางการในอนาคต ต่อมาเมื่อเริ่มออกอากาศอย่างเป็นทางการในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ในนามสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ตราสัญลักษณ์ของสถานียังคงใช้สัญลักษณ์ที่ออกแบบครั้งแรก แต่เปลี่ยนข้อความได้ภาพจาก "TPBS Thai Public Broadcasting Service" เป็น "ไทย PBS" ตามชื่อสถานี พร้อมกันนี้ยังได้มีการประกวดสัญลักษณ์ของสถานีใหม่ อันได้แก่ โลโก้ (Logo) และ Interlude ของทางสถานี ผลการประกวดดังกล่าวได้ตัดสินใจให้แบบของทีม KITWIN ได้รับรางวัลชนะเลิศ เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ซึ่งแนวคิดในการออกแบบคือความเป็นอิสระ โดยใช้นกเป็นเครื่องหมายของความมีอิสระ ประกอบกับอักษรไทยคำว่า "ไทย" และมีอักษรภาษาอังกฤษคำว่า "Thai PBS" กำกับที่ตอนบน

ตราสัญลักษณ์ดังกล่าวนี้ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยได้แถลงเปิดตัวอย่างเป็นทางการ พร้อมกับการประกาศเปลี่ยนชื่อสถานีโทรทัศน์เป็นทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2551 และเริ่มใช้อย่างเป็นทางการนับตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา

จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (นิตยสารเส้นทางไทย ฉบับที่ 001, 2550) พบว่า คนไทยดูโทรทัศน์เฉลี่ยวันละ 3 ชั่วโมงต่อคนต่อวัน โดยกลุ่มที่ดูโทรทัศน์มากที่สุดคือกลุ่มวัยรุ่น ในขณะที่เดียวกันคนไทยอ่านหนังสือเฉลี่ยคนละ 3 นาทีต่อคนต่อวันเท่านั้น ซึ่ง ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2550) ได้กล่าวถึงความสำคัญของโทรทัศน์สาธารณะในประเทศไทยไว้ในงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการนานาชาติ เรื่องโทรทัศน์สาธารณะ ประเด็น”ประสบการณ์และบทเรียนโทรทัศน์สาธารณะ กรณีทำอะไรให้ประสบความสำเร็จ” ว่า “หัวใจของการปฏิรูปสื่อในประเทศไทยจึงอยู่ที่สื่อโทรทัศน์เป็นหลัก เพราะเป็นสื่อที่คนไทยบริโภคมากที่สุด ถ้าสามารถปฏิรูปสื่อโทรทัศน์ให้ผลิตข้อมูลเผยแพร่ข่าวสารสาระที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศได้มาก การพัฒนาประเทศจะเกิดขึ้นได้เร็วที่สุด สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ และการพัฒนาประชาธิปไตยมากที่สุด”

ในลักษณะเฉพาะของสื่อสาธารณะที่สำคัญคือ การตรวจสอบได้ การมีรายได้บางส่วนจากสาธารณะ มีการควบคุมเนื้อหารายการโดยมุ่งเน้นคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้รับสารหลากหลายกลุ่ม การให้บริการแก่ประชากรในสังคมอย่างทั่วถึง และมีความสามารถในการแข่งขันกับสื่อเชิงพาณิชย์ได้ ในขณะที่หน่วยงานวิจัยด้านการกระจายเสียงของอังกฤษ (Broadcasting Research Unit: BRU) ได้อธิบายแนวคิดของการกระจายเสียงเพื่อสาธารณะว่าต้องมียอดประกอบ 8 ประการ ดังนี้ สามารถเข้าถึงประชาชนในทุกพื้นที่ มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับรสนิยมและความสนใจของทุกคน ให้ความสำคัญกับชนกลุ่มน้อยเป็นพิเศษ มีบทบาทในการสร้างชุมชนและเอกลักษณ์ของชาติ ปราศจากผลประโยชน์ ได้รับเงินอุดหนุนโดยตรงจากสาธารณะ มุ่งผลิตรายการที่มีคุณภาพเป็นสำคัญมากกว่าความต้องการจำนวนผู้ชม และผู้ผลิตรายการมีเสรีภาพในการนำเสนอ (จิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร, 2550)

นอกจากนี้ วรรณกรรมบางกลุ่มให้ความสำคัญกับบทบาทของสื่อสาธารณะในด้านการพัฒนาประชาธิปไตย โดยเห็นว่าสื่อสาธารณะจะต้องมีบทบาทสำคัญ 4 ประการคือ ประการแรก เป็นพื้นที่สำหรับการแสดงออกและอภิปรายอย่างมีเสรีภาพ ปราศจากอิทธิพลจากกลุ่มทุน และรัฐบาล ประการสองทุกคนสามารถเข้าถึงพื้นที่นี้ได้ โดยไม่เสียค่าบริการ ประการสามเป็นเวทีสำหรับกลุ่มการเมืองที่มีอุดมการณ์แตกต่างกัน สามารถนำเสนอความคิดเห็นของตนได้ และสุดท้ายผู้ชมสามารถเข้าถึงสื่อสาธารณะในฐานะ “ประชากร” มิใช่ “ผู้บริโภค”

วิภา อุดมฉันท (2544) ศึกษาเรื่องปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม กรณีหลักคิดและบทเรียนจากนานาประเทศ ซึ่งให้เห็นความจำเป็นของสื่อสาธารณะในแง่ของสิทธิของประชาชน โดยกล่าวว่า หากปล่อยให้ระบบตลาดทำงานเอง สิทธิที่สำคัญสองประการของพลเมือง ได้แก่ สิทธิในการเลือกรายการอย่างมีข้อมูล และสิทธิในการเลือกรายการอย่างมีเสรีภาพเต็มที่ย่อมจะไม่ได้รับหลักประกัน เพราะผู้รับสารไม่มีโอกาสได้รู้จักรสนิยมของรายการในแนวอื่น และจะไม่มีโอกาสได้รับการยกระดับรสนิยมด้วยสื่อที่มีคุณภาพสูงกว่านี้ ผู้รับสารจึงไม่คิดเรียกร้องให้มีสื่อหรือรายการที่ตนไม่เคยเห็นและไม่รู้จัก ขณะเดียวกันผู้ผลิตเองก็จะไม่มีวันรู้ว่าตลาดต้องการสิ่งที่พวกเขาไม่เคยสนองให้ เมื่อเป็นเช่นนี้ พลังขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดการสร้างสรรครายการที่มีคุณภาพจึงไม่เกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม สื่อสาธารณะไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบเหมือนกันในแต่ละประเทศ เพราะคุณค่าทัศนคติ รวมถึงพัฒนาการทางการเมืองและเศรษฐกิจในแต่ละสังคมย่อมแตกต่างกันออกไป จึงไม่มีรูปแบบที่เป็นสากลของสื่อสาธารณะ

UNESCO (2003) ได้กำหนดนิยามและหลักการของสื่อสาธารณะ ไว้ในแง่ของหลักการและเนื้อหารายการ ซึ่งนับเป็นกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมแนวคิดต่างๆ ดังต่อไปนี้ ในแง่ของหลักการพื้นฐาน (Principles) สิ่งที่สื่อสาธารณะควรยึดถือ ได้แก่ เข้าถึงประชาชนทุกคน (Universality) มีความหลากหลาย (Diversity) มีความเป็นอิสระ (Independence) และมีความโดดเด่น (Distinctiveness) ส่วนในแง่ของเนื้อหารายการ (Program Content) สิ่งที่สื่อสาธารณะควรยึดถือ ได้แก่ ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นกลางและเป็นประโยชน์ (Unbiased and Enlightening Information) ผลิตรายการเพื่อการบริการและผลประโยชน์ของสาธารณะ (Public Service and Benefit) ผลิตรายการที่มีจุดเด่น (Programs that Leave Their Mark) ผลิตรายการด้วยตัวเอง (In – House Production) ผลิตเนื้อหาที่นำเสนอเพื่อส่วนรวม (National Content)

สื่อสาธารณะในประเทศต่างๆ อาจมีรายละเอียดในการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกัน แต่ทุกองค์กรมีหลักการสำคัญ ได้แก่ มีเนื้อหาที่หลากหลายสอดคล้องกับบริบทและค่านิยมและความสนใจของทุกคน นำเสนอรายการอย่างเป็นกลาง โดยไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดให้ความสำคัญกับกลุ่มคนที่ถูกละเลยจากสื่อเชิงพาณิชย์ (เช่น กลุ่มเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้มีรายได้น้อย เป็นต้น) เป็นพิเศษ มีบทบาทในการพัฒนาประชาธิปไตย และมุ่งผลิตรายการที่มีคุณภาพเป็นสำคัญมากกว่าความต้องการจำนวนผู้ชม แม้ว่าสื่อสาธารณะจะมีพื้นฐานที่ต้องการนำเสนอรายการที่ขาดหายไปจากสื่อเชิงพาณิชย์ แต่การวิเคราะห์ประเภทของรายการที่มีอยู่เป็นการวิเคราะห์สัดส่วนรายการในเชิงปริมาณเท่านั้น ซึ่งหากทำการศึกษาในเชิงคุณภาพแล้วก็จะอาจพบความคลาดเคลื่อนบางประการ เช่น วิธีการแบ่งประเภทรายการของสถานี หรือกรณีที่รายการข่าวซึ่งมีส่วนที่สูงในทุกสถานีแต่ไม่ได้มีหลักเกณฑ์ที่จะยืนยันได้ว่านำเสนอข่าวอย่างครบถ้วนและเป็นกลาง (ศักดิ์ชัย อภินันดา, 2544)

ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เป็นหน่วยงานของรัฐ แต่จากข้อเท็จจริงสื่อทุกประเภทควร เป็นอิสระจากรัฐไม่ว่ากรณีใดๆ เพราะข่าวต้องเป็นกลางและต้องเสนอมุมมองและเนื้อหาที่เป็นไป ตามสถานการณ์จริงในปัจจุบัน โดยไม่ถูกแทรกแซงจากรัฐ ในเรื่องของเนื้อหาข่าวและรูปแบบ รายการ (คุณกิตติพงษ์ สุนประเสริฐ, 2551) คือ ข่าวต้องมีข้อเท็จจริงและความเที่ยงตรง เป็นกลาง ไม่ลำเอียง ชัดตรงต่อจรรยาบรรณและความเป็นอิสระทางวิชาชีพของตนเอง สนองผลประโยชน์ สาธารณะ ให้ความสำคัญคุณธรรม เคารพในสิทธิส่วนบุคคลของแหล่งข่าว หลีกเลี่ยงข่าวสารที่ส่งผล กระทบต่อเด็ก ๆ และเยาวชน รวมถึงการหลีกเลี่ยงนำเสนอเหตุการณ์ร้ายแรงส่งผลกระทบต่อจิตใจ ผู้รับสาร และความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะนักสื่อสารมวลชน

รายการข่าวโทรทัศน์ เป็นรายการที่มีความสดทันต่อเหตุการณ์ บอกเล่าข่าวสารต่างๆ ตลอดจนเรื่องราวของสังคมไทยที่สามารถตอบสนองความสนใจใคร่รู้ของประชาชนอย่างมาก “ข่าว” จึงถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่ช่วยให้คนในสังคมได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการปรับตัวให้ เข้ากับสถานการณ์แวดล้อม(สุทธิพันธ์ ศิวพิทักษ์, 2539) ประเภทของรายการโทรทัศน์ที่ประชาชน ให้ความสนใจติดตามชมจากโทรทัศน์สาธารณะ 10 อันดับแรก ได้แก่ ประเภทข่าวประจำวัน ร้อย ละ 82.1 ประเภทละคร ร้อยละ 51.6 ประเภทตลก ร้อยละ 35.6 ประเภทเพลง/มิวสิกวิดีโอ ร้อยละ 33.2 ประเภทสารคดีท่องเที่ยว ร้อยละ 32.0 ประเภทข่าวดาราดารา/บันเทิง ร้อยละ 30.4 ประเภทวาไรตี้/ ทอล์คโชว์ ร้อยละ 29.2 ประเภทกีฬา 28.2 ประเภทเกมโชว์ ร้อยละ 27.8 และ สุดท้ายประเภท สนทนา/วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ร้อยละ 20.7 (เอแบค โพลล์, 2550)

มีนักวิชาการกล่าวว่า “ข่าว” เป็นหัวใจของสื่อมวลชน เพราะสื่อมวลชนมีหน้าที่ในการ เสนอข่าวสารให้ประชาชนได้ทราบ (วิดา เกียวกุล, 2538) รายการข่าวจึงถือเป็นหัวใจสำคัญและ เป็นหน้าตาของสถานี ถ้าสถานีใดเสนอข่าวสารได้น่าสนใจมาก ก็จะได้รับคามนิยมมาก เพื่อ ตอบสนองความต้องการของคนดู เห็นได้จากผลการวิจัยผู้ชมรายการของสถานีโทรทัศน์ BBC ใน ประเทศอังกฤษ ผู้ชมจำนวนมากยอมรับว่าข่าวโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือมากที่สุดสำหรับ ประเทศไทย (พูนสุข ภูระมรทัต, 2536) ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็น และจะต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็น

สะพานเชื่อมโยง นั่นคือ ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อบุคคลตลอดชีวิต

(วียดา เกียวกุล, 2538)

ข่าวโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่ให้ความรู้ สารประโยชน์ แก่ผู้ชมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวันหรือแก้ปัญหาในชีวิตได้ ไม่เพียงแต่จะสามารถนำไปพัฒนาตนเองเท่านั้น แต่ยัง ส่งผลต่อการพัฒนาสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่า รายการข่าวโทรทัศน์มีบทบาท ในการพัฒนาสังคม คนที่ติดตามชมข่าวโทรทัศน์แล้ว ไม่ได้จบเพียงแค่นั้น อาจจะไปหาอ่านข่าวจาก หนังสือพิมพ์อีก ข่าวโทรทัศน์จึงเป็นตัวกระตุ้นให้ประชาชนเกิดแรงบันดาลใจที่จะติดตามค้นคว้า หาข้อมูลต่างๆ เพิ่มขึ้น (วียดา เกียวกุล, 2538, หน้า 7-8)

ความต้องการข่าวสารที่มากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ซึ่งล้วน แต่สลับซับซ้อน และไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการดำรง ชีวิตประจำวันได้อย่างเพียงพอ “สื่อมวลชน” จึงถือเป็นสิ่งที่พึ่งอย่างหนึ่งของประชาชน เพราะ นอกจากประชาชนจะได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ช่วยให้สามารถติดตามสถานการณ์ความเป็นไปของ สังคมแล้ว ประชาชนยังต้องอาศัยข่าวสาร สาระ บทความ บทวิเคราะห์ และข้อคิดเห็นต่างๆ ที่ สื่อมวลชนนำเสนอ เป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจในแง่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ การประกอบอาชีพ การพักผ่อนหย่อนใจ ความบันเทิง สันทนาการ ความปลอดภัยในการดำเนิน ชีวิตประจำวัน ตลอดจนทัศนะ และการตัดสินใจทางการเมืองอีกด้วย (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ และ สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, 2539)

ข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์สาธารณะ นับว่ามีความสำคัญ และเป็นที่ต้องการของ ประชาชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจาก สื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ว่าสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังข่าวสารของคนในสังคมได้มาก น้อยเพียงใด และผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนารายการข่าวให้มี คุณภาพและตรงกับความต้องการของประชาชนมากที่สุด

ปัญหานำการวิจัย

สถานีโทรทัศน์ไอทีวีเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ดำเนินการในเชิงพาณิชย์มาก่อนถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นโทรทัศน์สาธารณะในชื่อใหม่ คือสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ซึ่งถูกกำหนดให้มีภารกิจในการนำเสนอข่าวสารและสาระต่างๆ จากสัญญาสัมปทานที่มีอยู่กับสำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี หรือ สปน. โดยทั่วไป ไอทีวีมีความพร้อมในการแปลงสภาพเป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะ เนื่องจากมีบุคลากรที่มีคุณภาพสูง มีความพร้อมในการผลิตรายการข่าวและมีวัฒนธรรมการทำงานที่คล่องตัว เนื่องจากบริหารจัดการแบบเอกชนมาโดยตลอด ในส่วนของประเด็นปัญหาของไอทีวี ที่เกี่ยวข้องกับการแปลงไอทีวีเป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะ มีสองประการ

ประการที่หนึ่ง บริษัทลงทุนของกลุ่มเทมาเส็กนั้นมีความเป็นไทยหรือไม่ โดยมีการร้องเรียนว่ามีการใช้นักลงทุนไทยถือหุ้นแทนหรือที่เรียกว่า “นอมินี” (nominee) เพื่อหลีกเลี่ยงเกณฑ์การควบคุมการถือหุ้นของคนต่างด้าวตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 โดยอาจมีการฝ่าฝืนมาตรา 36 ของพระราชบัญญัติฉบับนี้ ทั้งนี้บริการโทรทัศน์นั้นเป็นบริการที่อยู่ในบัญชีแนบท้ายที่ 1 ซึ่งห้ามมิให้คนต่างด้าวประกอบกิจการ โดยเด็ดขาด ผลการตรวจสอบเบื้องต้นชี้ว่า น่าจะมีการฝ่าฝืนกฎหมายจริง *ประการที่สอง* ไอทีวีและ สปน. ซึ่งเป็นคู่สัญญาสัมปทาน มีข้อพิพาทในเรื่องการจ่ายค่าสัมปทาน และการคิดค่าปรับในมูลค่าที่แตกต่างกันมาก ผู้เชี่ยวชาญจำนวนมากคาดการณ์ว่า การจ่ายค่าสัมปทานและค่าปรับจะทำให้ไอทีวีต้องล้มละลายทางการเงิน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2550)

ข้อดีในการแปลงสภาพไอทีวีให้เป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะก็คือ สถานีโทรทัศน์สาธารณะที่แปลงสภาพมา จะสามารถดำเนินกิจการได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจาก ไอทีวีมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ และมีบุคลากรที่มีขีดความสามารถสูง ทำให้ไม่ต้องใช้เวลาในการฝึกอบรมบุคลากรมาก ส่วนข้อเสียในการแปลงสภาพไอทีวีให้เป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะก็คือ ประชาชนบางกลุ่มอาจมองว่า ที่ผ่านมา พนักงานไอทีวีส่วนใหญ่ไม่ได้พยายามต่อสู้เพื่อสิทธิเสรีภาพให้เป็นอิสระจากกลุ่มทุนอย่างเพียงพอ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่เอื้อต่อการทำงานในสถานีโทรทัศน์สาธารณะที่เป็นอิสระจากรัฐและทุน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2550, หน้า 30)

การเผยแพร่ข่าวทางโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะจะทำให้ประชาชน ซึ่งเป็นผู้รับสารนั้น ได้มีความรู้เพิ่มมากขึ้น นอกเหนือจากการเรียนในระบบโรงเรียน ตามคุณสมบัติของการเป็นสื่อเพื่อการสาธารณะที่ถูกต้อง ทั้งนี้ การเปิดรับข่าวสารต่างๆ จากสื่อมวลชน เป็นเสมือนการศึกษาต่อเนื่องตลอดชีวิต แทบทุกประเทศให้ความสำคัญกับการรายงานข่าว เพราะถือว่าเป็นรายการที่ให้ประโยชน์ต่อประชาชน โดยตรง บางประเทศถือว่ารายการข่าว คือรายการที่เชื่อมโยงการปฏิบัติงานของรัฐบาลกับประชาชน (วียดา เกียวกุล, 2538) ดังนั้น หากประชาชนมีหูตากว้างไกล สามารถที่จะรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตได้มาก สังคมก็จะสามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว และสามารถก้าวไปตามความก้าวหน้าของโลกได้อย่างมั่นใจ โดยเฉพาะปัจจุบัน เป็นสังคมที่สลับซับซ้อน มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ข่าวสารต่างๆ ก็มีมากมายมหาศาลเกินกว่าจะควบคุมได้ ดังนั้น บุคคลจึงจะต้องจัดระเบียบข่าวสารที่ตนพึงได้รับเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน และเพื่อปรับตัวให้ทันต่อสังคมที่ยึดกันว่า “ผู้มีข่าวสารอยู่ในมือมากที่สุด มักจะได้เปรียบกว่าผู้ที่มีข่าวสารน้อยกว่า”

ข่าวจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะวิทยุโทรทัศน์ เพราะเหตุที่ “สังคมต้องการข่าวสารด้วยเหตุผลเดียวกับคนต้องการนัยน์ตา เพื่อให้มองเห็นว่าตนเองกำลังจะไปที่ไหน” (ดวงทิพย์ วรพันธุ์, 2526) ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารและข้อมูลต่างๆ จากรายการของสถานีในแต่ละบุคคลนั้น จะนำไปเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ประกอบด้วย ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติและค่านิยมของตน ต้องการประสบการณ์ใหม่ และต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร ในเรื่องความแตกต่างของผู้รับสารของแต่ละบุคคล จะมีความแตกต่างกันในหลายๆด้าน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งล้วนส่งผลต่อความต้องการข่าวสาร (สุวิชา ทองสิมา, 2539) ส่วนความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความต้องการจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่าเราเห็นในสิ่งที่อยากเห็นและได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน และสุดท้ายความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะดีความ เพื่อให้ได้ในเรื่องที่ต้องการ (วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ, 2544)

ยังรวมถึงในเรื่องของลักษณะทางประชากรที่สามารถแบ่งความต้องการและความคาดหวังข่าวสารของผู้รับสารแตกต่างกันออกไป

จากข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประชาชนต้องการและคาดหวังบริโภคข่าวสารมากขึ้น ทำให้แต่ละสถานีโทรทัศน์หันมาให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวมากขึ้น เพื่อรองรับกับความต้องการของประชาชน อาจกล่าวได้ว่าข่าว (news) มีความสำคัญ และมีความจำเป็นในการวางแผน การปรับตัวสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนได้เริ่มต้นวันใหม่ด้วยความกระฉับกระเฉง และสนใจสถานการณ์ต่างๆ รอบตัวมากขึ้น นอกจากนี้จะส่งผลให้ประชาชนนำข่าวสารไปพัฒนาตนเองแล้ว แต่ยังส่งผลต่อการพัฒนาสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ด้วย อย่างไรก็ตามในทางจิตวิทยา บุคคลมีความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 ประการ คือความต้องการทางร่างกาย ความต้องการเกี่ยวกับความปลอดภัย ความต้องการเข้าห่มุ่คณะและความรัก ความต้องการเกียรติยศศักดิ์ศรี และความต้องการสัจจการแห่งตน (มธุกร กิตติวัชรพงศ์, 2548) ผู้รับสารจึงคาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนที่ตรงกับความต้องการของตนได้

ดังนั้นในการศึกษาความคาดหวังและความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์สาธารณะจึงควรศึกษาจากผู้รับสาร เพราะผู้รับสารมีความต้องการที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาว่าบุคคลเหล่านั้นมีความคาดหวังและความต้องการด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารอย่างไรจากโทรทัศน์สาธารณะ หรือสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะยังอยู่ในสถานะว่าเป็นสื่อของรัฐหรือไม่ และข่าวสารจะบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงหรือไม่ ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะอีกด้วย

คำถามการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังและความต้องการรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะอย่างไร

2. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะอย่างไร
3. ความต้องการข่าวสารและความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันหรือไม่

ความสำคัญของงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ” จะช่วยให้ทราบถึงความคาดหวังและต้องการข่าวสารของประชาชนที่แท้จริงจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะรวมทั้งกระตุ้นในประชาชนเล็งเห็นถึงความสำคัญของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปพัฒนาตนเองและสังคมต่อไป อีกทั้งรัฐบาลหรือหน่วยงานที่ดูแลในส่วนของโครงสร้างองค์กร (สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ) รวมถึงสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะเองยังสามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาการนำเสนอข่าวสาร คัดเลือกข่าวให้ตรงกับความคาดหวังและต้องการของประชาชนได้ เพราะเมื่อผู้ส่งสารทราบถึงความคาดหวังและความต้องการของผู้รับสารว่าเป็นอย่างไร จะได้นำไปปรับปรุงเนื้อหาข่าวสารให้ตรงกับความคาดหวังและความต้องการของผู้รับสารได้ จะได้นำมาซึ่งผลสำเร็จทางการสื่อสาร

งานวิจัยนี้ยังเป็นพื้นฐานการวิจัยและเป็นประโยชน์สำหรับผู้วิจัยในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องของสถานีโทรทัศน์สาธารณะในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงระดับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารกับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ขอบเขตงานวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป เพราะเป็นวัยทำงาน และสนใจติดตามข่าวสารประจำวัน
2. การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะเท่านั้น เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะเป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย โดยศึกษาเฉพาะข่าวเช้า เวลา 06.00 น. – 08.00 น. เนื่องจากข่าวเช้าจะเป็นการสรุปข่าวสำคัญของเมื่อวันที่ผ่านมา เพื่อมาสรุปให้กับผู้รับสารที่พลาดการดูข่าวเมื่อวานได้รับรู้ข่าวสารอีกครั้ง และข่าวค่ำ เวลา 19.00 น. – 20.30 น. เนื่องจากข่าวค่ำจะเป็นการรวมข่าวและสรุปสาระข่าวสำคัญประจำวัน
3. งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้เวลาในการศึกษาทั้งสิ้น 7 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2551 จนถึงเดือนสิงหาคม 2551 โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม 2551

นิยามศัพท์

ข่าวสาร หมายถึง เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ และเหตุการณ์ที่ได้รับความสนใจและวิพากษ์วิจารณ์จากประชาชน

สื่อสาธารณะ หมายถึง สื่อที่ประชาชนต้องเข้าไปจัดการควบคุมเอง จะต้องไม่ใช่เชิงพาณิชย์หรือถูกควบคุมโดยรัฐ ต้องอิสระจากการแทรกแซงของรัฐ และจำเป็นต้องเป็นองค์กรความรู้ที่ไม่น่าเบื่อ แต่นำไปสู่สิ่งที่ประชาชนให้ความสนใจ เป็นทั้งการศึกษาและเรื่องบันเทิงในเวลาเดียวกัน

ความต้องการ หมายถึง รูปแบบทางจิตวิทยาหรือความรู้สึก ที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายหรือเหตุผลในด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้จากการรับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร ซึ่งเป็น ข้อมูลและเหตุผลในการสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสาธารณะ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการข่าวสาร
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
5. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร
6. สมมติฐานงานวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสาธารณะ

สื่อสาธารณะเป็นแนวคิดที่มีลักษณะเฉพาะ ภาษาบางภาษายังไม่มีคำศัพท์ที่ใช้แทนคำว่า “public” ด้วยซ้ำไป คำที่ใกล้เคียงที่สุดที่ใช้แปลคำว่า “public” กลายเป็นคำที่มีความหมายไปในทาง “รัฐ” “รัฐบาล” หรือ “ทางการ” โดยเฉพาะประเทศที่มีประวัติยาวนานของการที่รัฐบาลเป็นเจ้าของ สื่อ อุปสรรคด้านภาษาเช่นนี้เป็นปราการด่านแรกในการสร้างความเข้าใจเรื่องสื่อสาธารณะ (UNESCO, 2003)

The Council of Europe’s Independent Television Commission (2004) นิยามความหมายของสถานีสื่อสาธารณะว่าเป็นสื่อที่มีลักษณะที่มีรายการหลากหลาย ตอบสนองรสนิยมและความสนใจที่หลากหลาย มีมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานทางเทคนิคที่มีคุณภาพสูง โดยมีทรัพยากรที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความแตกต่างเฉพาะตัว สามารถใช้สื่อใหม่ (New Media) มาร่วมเสริมบทบาทด้านการศึกษาของสื่อสาธารณะได้อย่างเต็มที่ คำนึงถึงคนกลุ่มน้อย ที่มีความแตกต่างทาง

วัฒนธรรม ภาษาและสังคม ซึ่งอาจมีความต้องการและความสนใจเป็นพิเศษอื่นๆ สนองความสนใจ และประโยชน์ของภูมิภาคหรือชุมชน แสดงเป็นเสียงของชาติ นั่นคือเป็นเวทีกลางที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมแห่งวาระแห่งชาติต่างๆ มีความเป็นอิสระและปลอดจากอคติ เข้าถึงผู้ชมอย่างทั่วถึง มีโฆษณาจำกัด มีงบประมาณสนับสนุนเพียงพอ ไม่ว่าจะออกอากาศฟรี หรือเก็บเงิน ณ ราคาที่ประชาชนส่วนใหญ่เข้าถึงได้ มีรายการต้นแบบใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการที่ออกอากาศเป็นครั้งแรก และต้องยินดีกับความเสี่ยงจากการทำอะไรใหม่ ทำทลายความคิดผู้ชม และเติมเต็มสื่อสาธารณะแห่งอื่นหรือสื่อพาณิชย์อื่น ทั้งนี้สื่อสาธารณะเป็นป้อมปราการสำคัญในโลกที่พัฒนาด้านเทคโนโลยีและอิทธิพลจากรัฐและทุน เป็นปัจจัยท้าทายวงการสื่อสารมวลชน (Abdul Waheed Khan, 2003)

คุณสมบัติที่จำเป็นของการเป็นสื่อสาธารณะ (กรมประชาสัมพันธ์, 2003) ได้แก่

1. ความทั่วถึง (Universality) กล่าวคือ สื่อสาธารณะต้องสามารถเข้าถึงพลเมืองทุกคนทั่วประเทศ ซึ่งเป็นเป้าหมายด้านความเสมอภาค และความเป็นประชาธิปไตย เพื่อให้พลเมืองทุกคนยืนอยู่บนฐานเดียวกัน โดยไม่คำนึงถึงสถานะทางสังคมหรือรายได้ คุณสมบัติข้อนี้เป็นการผลักดันให้สื่อสาธารณะต้องดำเนินการเพื่อประชาชนทั้งประเทศ และให้สื่อสาธารณะ “ถูกใช้” โดยคนจำนวนมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

2. ความหลากหลาย (Diversity) สื่อสาธารณะควรมีความหลากหลาย อย่างน้อยที่สุด 3 ด้าน นั่นคือประเภทของรายการที่นำเสนอ กลุ่มเป้าหมาย และประเด็นที่ถกเถียง สื่อสาธารณะต้องตอบสนองความสนใจของสาธารณะที่หลากหลาย โดยนำเสนอรายการหลากหลายประเภท ตั้งแต่รายการข่าวจนถึงรายการบันเทิงเบาๆ แต่ละรายการอาจตอบสนองกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีคาดหวังต่อการรับสื่อที่แตกต่างกัน ในบั้นปลาย สื่อสาธารณะต้องสามารถเข้าถึงประชาชนทุกคน ผ่านรายการทั้งหมดซึ่งมีความแตกต่างหลากหลาย ไม่ใช่ผ่านรายการใดรายการหนึ่ง นอกจากนี้ สื่อสาธารณะต้องสามารถตอบสนองความสนใจและประโยชน์ของสาธารณะที่หลากหลาย ผ่านการรายงานประเด็นถกเถียงต่างๆ ในสังคมอย่างทั่วถึง ความหลากหลายและความเป็นสากล เป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงควบคู่กันในการผลิตรายการ บางรายการอาจมีกลุ่มเยาวชนเป็นเป้าหมาย บางรายการมีกลุ่มคนมีอายุเป็นเป้าหมาย แต่ท้ายที่สุดต้องให้แน่ใจว่าสื่อสาธารณะตอบสนองคนทุกกลุ่มในสังคม

3. ความเป็นอิสระ (Independence) สื่อสาธารณะต้องเป็นเวทีกลาง สำหรับการแสดงความคิดที่เป็นอิสระ เป็นเวทีเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นและข้อวิจารณ์ สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ผลิตสื่อสาธารณะมีความเป็นอิสระ ต้องให้สื่อสาธารณะมีเสรีภาพในการแพร่ภาพกระจายเสียง โดยไม่ถูกคุกคามจากอำนาจรัฐและอำนาจทุน หากเนื้อหาของสื่อสาธารณะถูกแทรกแซงโดยรัฐบาลได้ ประชาชนก็จะหมดความเชื่อถือ หรือหากรายการของสื่อสาธารณะถูกออกแบบขึ้นโดยมุ่งหวังประโยชน์เชิงพาณิชย์เป็นที่ตั้ง ประชาชนก็จะไม่เข้าใจว่าทำไมพวกเขาต้องถูกขอให้จ่ายเงินช่วยเหลือ สื่อสาธารณะทั้งที่มีเนื้อหาไม่แตกต่างจากสื่อพาณิชย์โดยทั่วไป

4. ความแตกต่างเฉพาะตัว (Distinctiveness) เนื้อหาของสื่อสาธารณะต้องแตกต่างจากเนื้อหาของสื่ออื่นๆ ผู้ชมต้องสามารถแยกแยะความแตกต่างในเชิงคุณภาพและคุณลักษณะเฉพาะของรายการของสื่อสาธารณะได้ โจทย์ของสื่อสาธารณะจึงไม่ใช่แค่ผลิตรายการประเภทที่สื่ออื่นไม่สนใจผลิตเท่านั้น แต่ต้องผลิตอย่างแตกต่างด้วย โดยผลิตรายการทุกประเภท แต่ผลิตให้แตกต่างจากรูปแบบการผลิตของสื่ออื่น หลักการคือผู้ผลิตสื่อสาธารณะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ คิดรายการรูปแบบใหม่ คิดรายการประเภทใหม่ เป็นผู้กำหนดวาระของวงการ โสวัตน์ของโลก และปลูกใจให้วงการแพร่ภาพกระจายเสียงคืนจากหลับใหลด้วย

การแพร่ภาพกระจายเสียงในช่วงสองทศวรรษหลังมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมหาศาล เราพบว่าประเทศต่างๆ ในโลกส่วนใหญ่จะมีรูปแบบการแพร่ภาพกระจายเสียงที่ผสมผสานกันระหว่างสื่อของรัฐหรือสื่อสาธารณะ กับสื่อเพื่อการพาณิชย์เต็มรูปแบบ ประเด็นหลักเกี่ยวกับการแพร่ภาพกระจายเสียงทั่วโลกอยู่ตรงที่ จะหาจุดลงตัวระหว่างสื่อรัฐกับสื่อพาณิชย์อย่างไร สื่อของรัฐมักถูกรอบงำจากผู้มีอำนาจทางการเมือง ที่ใช้เป็นเครื่องรักษาอำนาจทางการเมืองของตน ขณะที่สื่อพาณิชย์ก็ถูกรอบงำจากวิถีคิดแบบทุนนิยมที่มุ่งแสวงหากำไรสูงสุด แสวงหารายได้จากกำไรโฆษณา ทางออกสำหรับการปกป้องและเสริมสร้างประโยชน์สาธารณะที่ไม่ถูกรอบงำโดยรัฐหรือทุน คือ การผลิตสร้าง “สื่อสาธารณะ” (Public Service Broadcasting-PSB) การพัฒนาเปลี่ยนแปลงของภาพกระจายเสียงทั่วโลกยิ่งทำให้เราตระหนักถึงความสำคัญของสื่อสาธารณะ โจทย์สำคัญของวงการแพร่ภาพกระจายเสียงทั่วโลก คือ อุ้มชูและสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันสื่อสาธารณะและการดำเนินงานกิจการสื่อสาธารณะได้อย่างไร เพื่อให้สื่อสาธารณะเป็นกลไกในการปกป้องผลประโยชน์และศักดิ์ศรีของพลเมือง

อย่างไรก็ตามสื่อสาธารณะต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมใหม่ๆ ที่แตกต่างจากเดิมมากมาย ซึ่งท้าทายโครงสร้างบทบาทหน้าที่ของสื่อสาธารณะที่แท้จริง ซึ่ง Marc Rabay, 1999 ได้ชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการแพร่ภาพกระจายเสียง 3 ประการ ดังนี้

1. การเกิดเทคโนโลยีใหม่ที่เพิ่มศักยภาพในการแพร่ภาพกระจายเสียง เช่น เพิ่มจำนวนช่องสัญญาณ และทำให้พรมแดนด้านโสตทัศนเคลื่อนรางไป
2. การหมดบทบาทความสำคัญของสื่อของรัฐ โดยเฉพาะเมื่อระบบสังคมนิยมล่มสลายไปในหลายประเทศ พร้อมกับกระบวนการสร้างประชาธิปไตยในสังคมการเมืองทั่วโลก
3. การเติบโตของสื่อเพื่อการพาณิชย์ และมุ่งหน้าสู่ระบบสื่อแบบผสมในหลายประเทศ ที่เดิมที รัฐเป็นผู้ผูกขาดสื่อ

ทีวีสาธารณะต้องเป็นอิสระจากรัฐบาลและกลุ่มทุนจึงจะสามารถเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อประโยชน์สาธารณะอย่างแท้จริง การเป็นอิสระจากรัฐบาลจะช่วยให้การนำเสนอข่าวสารที่ครบถ้วนรอบด้าน และตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลได้ ส่วนการที่ต้องเป็นอิสระจากกลุ่มทุนนั้น เกิดจากในหลายกรณีกลุ่มทุนที่ดำเนินธุรกิจอย่างผิดกฎหมายหรือไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้สร้างความเดือดร้อนต่อประชาชนอย่างมาก สื่อโทรทัศน์จึงควรมีหน้าที่ตรวจสอบกลุ่มทุนด้วย นอกจากนี้กลุ่มทุนยังมีบทบาททางการเมืองอย่างกว้างขวาง การไม่เป็นอิสระจากกลุ่มทุนจะทำให้ไม่สามารถเสนอข่าวสารที่ครบถ้วนรอบด้านและตรวจสอบการกระทำของนักการเมืองซึ่งเกี่ยวพันกับการทำธุรกิจของกลุ่มทุนได้ (รายงานที่คีโออาร์ไอ ฉบับที่ 47, 2550)

จากแนวคิดดังกล่าว ทีวีสาธารณะจึงมี 4 ลักษณะดังนี้

1. ต้องมีความเป็นอิสระในการดำเนินงานด้วยหลักประกันทางกฎหมายที่ป้องกันการแทรกแซงทางการเมือง และให้ความมั่นคงทางการเงินควบคู่ไปกับการห้ามโฆษณา และให้ปลอดจากการถูกแทรกแซงจากกลุ่มทุน แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีโครงสร้างการกำกับดูแลระบบบรรษัทภิบาลที่ดี
2. สามารถผลิตรายการคุณภาพสูงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เช่น รายการข่าวและรายการเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันซึ่งให้ข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วนรอบด้าน รายการการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชน และรายการที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

3. ผลิตและเผยแพร่รายการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีข้อกำหนดด้านมาตรฐานของรายการ (Programming Standard) และข้อบังคับด้านจริยธรรมของวิชาชีพ (Code of Conduct)

4. การมีกลไกให้สังคมมีส่วนร่วม เช่น การสนับสนุนผู้ผลิตรายการอิสระทั้งผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนให้สามารถใช้โทรทัศน์ในการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และการเรียนรู้ร่วมกัน และมีกลไกสำรวจความพึงพอใจของประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนมีกลไกที่ประชาชนสามารถให้คำแนะนำและข้อคิดเห็น ร้องเรียน และตรวจสอบการดำเนินงานของทีวีสาธารณะได้โดยง่าย

จากการที่สื่อสาธารณะมีความสำคัญและปัญหาต่างๆ มีผลกระทบต่อการดำเนินการวางแผนรูปแบบรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่ทีวีสาธารณะ ดังนั้นจึงต้องศึกษาความคาดหวังต่อข่าวสารที่ได้รับจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยที่ทีวีสาธารณะว่าผู้รับสารแต่ละคนมีความคาดหวังต่อข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไป

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการข่าวสาร

ในปี 1973 Katz et al. ได้พยายามสร้างเครื่องมือในการวัดตามทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยสร้างมาตราวัดความต้องการด้านจิตวิทยา และสังคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเป็นความต้องการในด้านต่างๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ (วาสนา พฤทธิพงษ์สิทธิ์, 2544) ได้แก่

โหมด (Mode) คือ แบบ หรือลักษณะของความต้องการ เช่น ต้องการให้เพิ่มขึ้น ต้องการให้ลดน้อยลง และต้องการให้ได้มา

คอนเน็คชั่น (Connection) คือ ลักษณะจุดประสงค์ในการติดต่อบุคคลต่อสื่อภายนอก ได้แก่ การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้ การติดต่อเพื่อความพอใจ หรือประสบการณ์ทางอารมณ์ การติดต่อเพื่อความเชื่อมั่น มั่นใจ มั่นคง และสถานภาพ การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

รีเฟอเรนซ์ (Referent) คือ บุคคล หรือ สื่อภายนอกโยงการสื่อสารไปสู่ตนเอง ได้แก่ ครอบครัวเพื่อนฝูง ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมโลก และสิ่งอ้างอิงภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายน้อยลง

สภาวะทางสังคม และจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกัน และความต้องการที่ต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนมีการคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันด้วย ท้ายที่สุด ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อย่อมจะแตกต่างกัน

สำหรับนักวิชาการสื่อสารมวลชน แม็กซ์เวลล์ อี แมคคอมม์ และ ที บี เบคเคอร์ ได้อธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองตอบความต้องการในแนวคิดคล้ายคลึงกับมาสโลว์ โดยเน้นการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไป (ภัทริยา ปริษามารณ, 2542) ดังนี้ ประการแรก มนุษย์ต้องการรู้เหตุการณ์ โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้ ประการที่สอง คือ มนุษย์ต้องการการสื่อสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยที่ว่าการรับสื่อทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะแวดล้อม หรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว ประการที่สาม คือ มนุษย์ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการพูดคุย สนทนาในชีวิตประจำวัน โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น ประการที่สี่ คือ มนุษย์มีความต้องการมีส่วนร่วม ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว ประการที่ห้า คือ มนุษย์ต้องการสื่อสารเพื่อเสริมความคิดเห็น หรือ การสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว และประการสุดท้าย คือ ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ส่วนวอลเตอร์ แลงเยอร์ (เบญจพร บรรเจิดกิจ, 2546) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ประเภท ประเภทแรก คือ ความต้องการทางร่างกาย เป็นความต้องการที่เราคุ้นเคยมากที่สุด เป็นความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ การนอนหลับ การขับถ่าย และอื่นๆ เพื่อความอยู่รอดของชีวิต ประเภทที่สอง คือ ความต้องการทางสังคม เป็นความต้องการมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ความต้องการความช่วยเหลือการทำงาน ความต้องการความรัก ทั้งที่เป็นผู้ให้ความรักและผู้ถูกรัก และประเภทสุดท้าย คือ ความต้องการเกี่ยวกับตนเอง ความต้องการประเภทนี้แตกต่างจากความต้องการประเภทที่สอง คือ ความต้องการทางสังคมในแง่ที่ว่าจุดมุ่งหมายของความต้องการประเภทนี้จะเข้าไปในแง่เกี่ยวกับตนเองทั้งสิ้น เช่น ความต้องการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ความต้องการสนใจ ยกย่องรู้จัก ฯลฯ

นอกจากนี้ แอตคิน (ปีทมา คงบุญ, 2543) ยังชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร และความบันเทิง โดยความ

ต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคล ซึ่งอาจสืบเนื่องมาจาก ประการแรก การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องการระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องสำคัญก็ยิ่งมีความอยากรู้มาก และประการที่สอง คือ การมองไม่เห็นความสอดคล้องต้องการระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารก็เพื่อจะสนองตอบความต้องการ โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อมวลชน ดังนั้น การศึกษาของประชาชนที่มีต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะจะอาศัยแนวคิดทฤษฎีทางด้านความต้องการมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย อีกทั้งยังต้องการศึกษาในส่วนของความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร ย่อมส่งผลต่อการเปิดสื่อแตกต่างกัน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวังมีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ นั่นคือ เน้นการศึกษาผู้รับสาร และแรงจูงใจในการเลือกรับสาร โดยอธิบายว่าความคาดหวังในสื่อต่างๆ หรือการคาดคะเนผลประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อ เป็นตัวอธิบายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสารนั้น คือ ผู้รับสารเป็นผู้มีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจ และสามารถกำหนดพฤติกรรมของตนเองที่จะนำพาไปสู่จุดหมายนั้นๆ (จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร, 2542)

มนุษย์อยู่ด้วยความคาดหวัง ซึ่งแตกต่างกันตามอัตภาพและสถานการณ์ ความคาดหวังเป็นทั้งความหวังในระยะสั้น และความหวังในระยะยาว ซึ่งความคาดหวังนี้ย่อมทำให้พฤติกรรมของมนุษย์แตกต่างกันออกไป ความคาดหวัง จึงหมายถึง ความคาดหวังของมนุษย์ เป็นการคิดไว้ล่วงหน้า ซึ่งอาจไม่เป็นไปตามที่คิด (สุนัดดา สุจริต, 2548) นอกจากนี้ อีแวน (วิสา คำแฝง, 2543) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับ ความคาดหวังว่า “ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการที่จะดีความต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ” และยังคงคล้ายคลึงกับ ความคาดหวัง คือ การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่หรือคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือ

พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อ ก็คือความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ประโยชน์และพึงพอใจแก่ตน และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อ นั้น (อรณี ฝูงวรรณลักษณ์, 2538)

ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความคาดหวังต่างกัน (สุนัดดา สุจริต, 2548) มีดังนี้ ปัจจัยแรก คือ วัฒนธรรม (Cultural Ideals) วัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะทำให้มาตรฐานของความคาดหวังของบุคคลต่างกัน ปัจจัยที่สอง คือ ชนิดของครอบครัว (Kind of Family) บุคคลที่มาจากครอบครัวที่มั่นคงมีแนวโน้มที่จะตั้งจุดหมายในอนาคตสูงกว่าบุคคลที่ไม่มีความมั่นคงในครอบครัว ปัจจัยที่สาม คือ ชั้นทางสังคม (Ordinal Position) ครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจปานกลางและฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี ก็จะมี ความคาดหวังแตกต่างกัน ปัจจัยที่สี่ คือ วินัย (Discipline) บุคคลที่ได้รับการอบรมมาแบบอิตาเลียนไต้ จะตั้งความคาดหวังไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยจะตั้งความคาดหวังที่สอดคล้องกับความเป็นจริง ปัจจัยที่ห้า คือ ฐานะในกลุ่ม (Group Status) การจัดกลุ่มของคนในสังคม ฐานะของบุคคลก็สามารถกำหนดความคาดหวังเช่นเดียวกัน บุคคลที่มีฐานะในกลุ่มที่มั่นคง และไม่จำเป็นต้องสร้างความประทับใจให้กับสมาชิกในกลุ่ม ระดับความคาดหวังก็จะใกล้เคียงกับความเป็นจริง แต่ถ้าเป็นบุคคลที่ไม่มีบทบาทสำคัญในกลุ่ม บุคคลนั้นจะต้องการเลื่อนขั้นตนเองเข้าสู่การเป็นผู้นำกลุ่ม ทำให้การตั้งความหวังหลายๆ อย่างไม่ตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นจริง ส่วนบุคคลที่ต้องการแยกตัว ความคาดหวังของกลุ่มจะมีผลเพียงเล็กน้อย ปัจจัยที่หก คือ การใช้กลไกการหลบหนี (Use of Escape Mechanisms) กลไกการหลบหนีที่มีผลต่อการตั้งความหวังมากที่สุด คือ การฝันกลางวัน เช่น บุคคลคนหนึ่งอาจจะตั้งความหวังว่าจะต้องประสบความสำเร็จ และหลีกเลี่ยงความล้มเหลว ซึ่งอาจจะเป็นการตั้งความหวังที่ไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริงนัก ปัจจัยที่เจ็ด คือ การบอกเล่าถึงความคาดหวัง (Labialization of Aspirations) ความคาดหวังของบุคคลที่กล่าวออกมามักจะอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงมากกว่าบุคคลที่เก็บไว้และคิดอยู่คนเดียว ปัจจัยที่แปด คือ ความล้มเหลวและความสำเร็จในอดีต (Past Failures and Successes) บุคคลที่ประสบความสำเร็จเสมอๆ มีแนวโน้มที่จะมีความคาดหวังว่าจะประสบความสำเร็จอีกในอนาคต ในทำนองเดียวกันบุคคลที่พบความผิดหวังซ้ำๆ ก็มักจะคิดว่าอนาคตจะผิดหวังอีก ปัจจัยที่เก้า คือ เพศ (Sex) เพศชายและหญิงมักตั้งความคาดหวังไว้แตกต่างกัน ปัจจัยที่สิบ คือ เซาว์ปัญญา เมื่อบุคคลที่มี

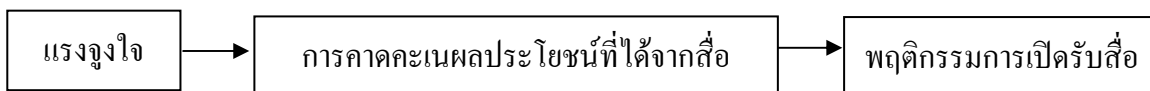
ค่านิยมต่อความสำเร็จสูง บุคคลจะตั้งความหวังให้คนประสบความสำเร็จเหนือเพื่อนในกลุ่ม ซึ่งอาจไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริง ในทางกลับกันบุคคลที่มีค่านิยมต่อความสำเร็จต่ำ บุคคลก็จะตั้งความคาดหวังไว้ตามค่านิยมของกลุ่ม และปัจจัยที่สปีบเอ็ด คือ บุคลิกภาพ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังได้หลายกรณีด้วยกัน บุคคลที่ไม่ยอมรับตนเองจะตั้งความคาดหวังโดยไม่คำนึงถึงความสามารถของตนเอง ส่วนบุคคลที่มีความวิตกกังวลต่ำ ก็จะมีแนวโน้มตั้งความคาดหวังไว้สูง เนื่องจากคำนึงถึงความสำเร็จมากกว่าความล้มเหลว

ทฤษฎีความคาดหวังเป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีพฤติกรรม และแรงจูงใจ คือเน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและเหตุผลตามหลักการที่นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (ยูล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดจะต้องวาดไว้ในใจก่อนว่า คือสิ่งที่ตนต้องการทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่ใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของตนได้ (เรืออากาศตรีหญิง นวพร ภักดีสงคราม, 2547)

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ (จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร, 2542) คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระไม่เพียงแต่ที่จะเลือกพฤติกรรมต่างๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆ ได้ กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกันกับคนอื่น
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นๆ ออกมา และ
3. ทฤษฎีนี้มีสิ่งสำคัญคือ เรื่องของอนาคต อนาคตของผู้รับสารที่สามารถมองเห็น นั่นคือผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) จึงถูกนำมาใช้แนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอามาศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร

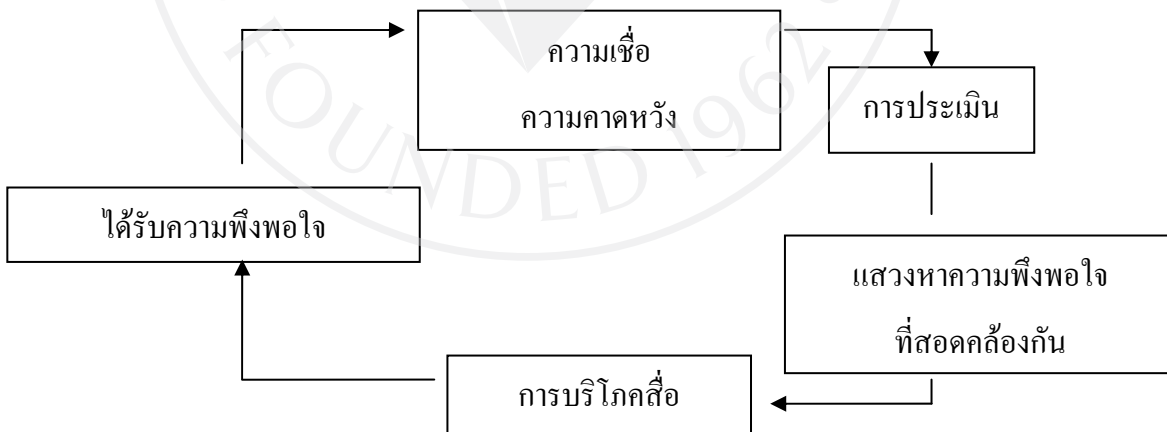
ภาพที่ 2 : แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ



ที่มา : จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร. (2542). ทักษะการสื่อสาร ความคาดหวัง และการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการเนชั่น จูเนียร์ อินเทอร์เน็ตทีวี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนการศึกษาของเรย์เบิร์น และปาร์มกรีน (1984) (จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร, 2542) ได้ร่วมกันศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจและได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ตามแนวคิดนี้ เรียกว่า Expectancy-Value ซึ่งมีรูปแบบดังนี้

ภาพที่ 3 : แสดงแบบจำลอง Expectancy-Value theory



ที่มา : จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร. (2542). ทักษะการสื่อสาร ความคาดหวัง และการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการเนชั่น จูเนียร์ อินเทอร์เน็ตทีวี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรย์เบิร์น และปาร์มกรีน อธิบายว่า ความเชื่อ หรือ ความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อใดๆ ว่าสื่อชนิดนั้นๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่างผสมผสานกับการประเมินค่าทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ นั้นเป็นตัวแปรที่สำคัญของแรงจูงใจ ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อ นั้นๆ และหากการบริโภคสื่อดังกล่าว ทำให้ได้รับความพึงพอใจ ผลนี้ก็จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อ หรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการทำงานตามรูปแบบต่อไป ซึ่งในส่วนของความคาดหวังในการรับข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ตอบสนองความคาดหวัง เมื่อรับข่าวสารแล้ว ผู้วิจัยก็จะสามารถวัดได้ว่า ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับสารหรือไม่

ทั้งนี้ความคาดหวังที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้จากการรับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ จะช่วยทำให้ผู้วิจัยเข้าใจคู่สื่อสาร ได้ดีขึ้น สามารถเตรียมการและปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับคู่สื่อสารได้ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้และมีประสิทธิภาพผลมากหรือน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ที่ผู้ส่งสารได้ส่งสารตามความต้องการของผู้รับสารหรือไม่ ผู้วิจัยจึงต้องศึกษาในส่วนของความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ว่าผู้รับสารมีความต้องการแตกต่างกัน

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ มนุษย์เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวันเป็นข้อมูลในการวางแผนประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (The Information Society) และเรากำลังอยู่ในยุคข่าวสาร (The Information Age) (รัตน สมนัตวิวัฒน์, 2540) ข่าวสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตมนุษย์ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม จึงจำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ถูกนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อในยามที่มนุษย์เกิดปัญหา เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งสำคัญต่อมนุษย์เพิ่มขึ้นเท่านั้น ซึ่งข่าวสารก็มีที่มาจากหลายแหล่งด้วยกันขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์เลือกที่จะรับข่าวสารนั้นๆ จากแหล่งใด (ปีทมา คงบุญ, 2543) ซึ่งแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งๆ ได้มีการเลือกรับสื่อ นั้นเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารใน

ด้านต่างๆ ได้แก่ 2 องค์ประกอบด้วยกันคือ องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามที่สนใจ ประสิทธิภาพเดิมของตน และองค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม (ต้องจิตต์ สุวรรณศรี, 2543)

การเปิดรับสื่อ หมายถึง บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยิ่งหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจ สภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย (ศิริพร แจ่มอริยวงศ์, 2545) อย่างไรก็ตาม การเปิดรับสื่อ คือ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับอีกด้วย (ศรีศรีรินทร์ อาภากุล, 2543)

จากแนวคิดพื้นฐานว่า การที่ผู้รับสารแต่ละคนมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจ และสังคมที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) แตกต่างกันไป ตามประสิทธิภาพ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความคาดหวัง ฯลฯ ของแต่ละบุคคล (สิริวิภา พันธุ์รุ่งลักษณ์, 2543) ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง (ศรีศรีรินทร์ อาภากุล, 2543) ซึ่งกระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา (สิริวิภา พันธุ์รุ่งลักษณ์, 2543)

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (เบญจพร บรรณเจดิกิจ, 2546) ยังชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารของบุคคล ได้แก่ ประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ตนเองอย่างหนึ่งอย่างใด ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน การศึกษา และสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร สภาพอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้ และสุดท้ายทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

นอกจากองค์ประกอบต่างๆ ข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยบางประการที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนของผู้รับสาร (ไวโลพร จิตต์จุพานนท์, 2543) ได้แก่ ประการแรก บุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ปัจจัยด้านนี้เกิดจากแนวความคิดที่ว่า คนเรามีโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่มีความเฉพาะตัวและมีความแตกต่างกันมาก ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่ต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน และจะส่งผลกระทบต่อสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด และกระบวนการเรียนรู้ การรับรู้และความเข้าใจ ประการที่ 2 คือ ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม โดยคนส่วนใหญ่จะยึดติดกับกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ที่ตนสังกัดอยู่ ดังนั้น จึงตัดสินใจแสดงพฤติกรรมใดๆ ที่สอดคล้องกับความคิด ทักษะคิดและพฤติกรรมอันเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม และประการที่ 3 คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ทำให้เกิดความแตกต่างกันระหว่างการเปิดรับเนื้อหาของสารรวมทั้งการตอบสนองต่อเนื้อหาของสารที่ได้รับอีกด้วย

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกรับสื่อซึ่ง เมอร์ริลล์ และ โรเวนสไตน์ (ศรีศรีรินทร์ อาภากุล, 2543) ได้สรุปไว้ว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันในบุคคลหนึ่งบุคคลใดได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ปกติบุคคลไม่ชอบการอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึก ลับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม บุคคลจะรวมกลุ่มกันอยู่เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง บุคคลก็จะอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์และเมื่อเป็นเช่นนี้ สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ซึ่งปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุด ตามลำดับ

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self- Aggrandizement) เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งเพื่อเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางด้านไหน ก็ล้วนแต่จะสามารถหาได้จากสื่อมวลชน

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป กล่าวคือ นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทักษะ ทักษะ ความคาดหวัง ความกลัว ของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

ทั้งนี้ เหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนของประชาชน ที่ประชาชนพอใจในการเลือกใช้ สื่อมวลชนที่ตนชอบ สามารถจำแนกได้ 4 ประการ (ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2542) ดังนี้ เหตุผลที่หนึ่ง เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึงการที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ในด้านความอยากรู้และความต้องการ ได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น จึงต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่าน สื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้ ความบันเทิง เหตุผลที่สอง เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เพื่อสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างออกไป เช่น การกระตุ่นอารมณ์เป็นการเปิดรับเพื่อแสวงหาความเข้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิต การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่มากเกินไป เหตุผลที่สาม เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่อ อาจหมายถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น เหตุผลที่สี่ คือ การผลัดสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ เช่น การรีบทำงานให้เสร็จสิ้นเพื่อจะได้ไปชมโทรทัศน์

ความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสารมีอยู่ 4 ประการด้วยกัน (ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2542) คือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับค่านิยม หรือทัศนคติของตน ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3.ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ข่าวสารจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้น พฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสาร คือ ความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

4.ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลง ในประสบการณ์ใหม่ๆ ตลอดเวลา เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อชี้ให้เห็นว่า กระบวนการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคล ย่อมจะมีความแตกต่างกัน ตามความสนใจของแต่ละบุคคล ตามลักษณะทางประชากร รวมถึงแนวคิดต่างๆ ที่ได้กล่าวมาช่วยทำให้บุคคลมีวิจารณญาณในการตัดสินใจที่ไม่เหมือนกัน จึงส่งผลให้มีความคาดหวังและความต้องการข่าวสารที่แตกต่างกัน

5. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

โดยทั่วไปแล้ว ผู้รับสารจะมีลักษณะแตกต่างกันไป โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographics Characteristics) อันได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (ปรเม ๕๓๖๖๖, ๒๕๓๓)

อายุ (Age) อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่งที่เราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารได้ อีกทั้งอายุยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วบุคคลที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่บุคคลที่มีอายุมาก มักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า และมองโลกในแง่ดีว่าคนอายุน้อย (นิลบล ใจอ่อนนุ่ม, ๒๕๔๓) โดยปกติแล้วคนที่วัยแตกต่างกันก็จะมีความต้องการในสารต่างๆ แตกต่างกัน มีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกัน คนอายุมากมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง เช่น ข่าวการเมือง ข่าวบันเทิง หรือการฟังดนตรีสมัยใหม่ เป็นต้น (วาสนา พุทธิพงษ์สิทธิ์, ๒๕๔๔) อายุนับว่ามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับทางจากสื่อมวลชน จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของเด็กอเมริกัน พบว่า เด็กวัยตั้งแต่สองขวบจนถึงแปดขวบ ดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเมื่อวัยเพิ่มขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยเพิ่มขึ้น นอกจากนี้เด็กวัยรุ่นสนใจและเปิดรับสื่อประเภทนิตยสารและ

ภาพยนตร์มากกว่าสื่ออื่นๆ เนื่องจากสื่อที่ช่วยให้ผู้รับสารสร้างความคิดและแสวงหาแบบแผนการดำเนินชีวิตได้มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ (เบญจพร บรรณเจดิกิจ, 2546) ดังนั้น อายุจึงเป็นตัวกำหนดความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวังในการเปิดรับสารแตกต่างกัน

เพศ (Gender) ความแตกต่างของเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้ม และมีความต้องการรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (วาสนา พุทธิพงษ์สิทธิ์, 2544) จากการศึกษาของอุษา โหราเรื่อง เรื่องการเปิดรับข่าวสารการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่า นักศึกษามีระดับการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อบุคคล จะแตกต่างกันตามเพศ (อุษา โหราเรื่อง, 2540) นอกจากนี้จากการวิจัยทางจิตวิทยา แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายแตกต่างกันอย่างมากทั้งในเรื่องความคิด ค่านิยม ส่วนพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อมวลชน เพศหญิงจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า (นิลุบล ใจอ่อนนุ่ม, 2543)

การศึกษา (Education) การศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารค่อนข้างสูง ผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า นอกจากนี้ยังพบในหมู่ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงมีการชมภาพยนตร์น้อยมาก กล่าวโดยสรุปคือ เมื่อคนที่มีการศึกษาในระดับสูงจะจัดสรรเวลาในการเปิดรับสื่อให้เหมาะสมโดยลดเวลาให้กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ลงมากกว่าที่จะลดเวลาให้กับสื่อสิ่งพิมพ์ (เบญจพร บรรณเจดิกิจ, 2546) จากการศึกษาวิจัยของนิลุบล ใจอ่อนนุ่ม (2543) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในระดับปานกลาง โคนระดับการเปิดรับจะแตกต่างกันตามอายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ ส่วนการมีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมนั้น กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในระดับต่ำ โดยระดับการมีส่วนร่วมแตกต่างกันตามระดับการศึกษา และในส่วนองระดับความเข้าใจวิธีเลือกตั้งแบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยแตกต่างกันตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพ นอกจากนี้การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง จะเข้าใจวิธีการเลือกตั้งแบบใหม่ นอกจากนี้ระดับ

การศึกษาทำให้บุคคลมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่คนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อจากสื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาดำกว่า

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social-Economic Status) หมายถึง ภูมิหลังครอบครัว เชื้อชาติและชาติพันธุ์ อาชีพ รายได้ และความเป็นอยู่ สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้รับสารต่อผู้ส่งสาร และสาร สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจทำให้คนที่มีความวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยมแตกต่างกัน อีกทั้งรายได้ของคนยังเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมต่างๆ นอกจากนั้นคนที่ฐานะดี หรือมีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมาก การใช้สื่อมวลชนก็มักจะใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราว ข่าวสารหนัก เช่น อ่านบทบรรณาธิการข่าว อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2533) แต่งานวิจัยของดวงกมล เกษมสวัสดิ์ ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองกับความคาดหวังภาพลักษณ์พรรคการเมืองของนักศึกษาปริญญาตรี พบว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษาปริญญาตรีที่ต่างกัน (ดวงกมล เกษมสวัสดิ์, 2546) รายได้กับการเปิดรับสื่อ (เบญจพร บรรณเจดิกิจ, 2546) เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมากและถือเป็นตัวแปรที่สำคัญเช่นเดียวกับตัวแปรการศึกษา แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่รายได้สูงมักจะมีปัจจัยด้านเวลาจำกัด จึงเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์น้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า

ในการเรียนรู้เกี่ยวกับผู้รับสาร และลักษณะทางประชากรข้างต้นนั้น จะสามารถช่วยให้สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ตระหนักถึงความแตกต่างของประชาชนแต่ละบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของความต้องการ ความคาดหวัง รวมถึงการเปิดรับสื่อแตกต่างกันด้วย

สำหรับงานวิจัยเรื่อง “ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ” นี้ ได้นำเอาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง และความต้องการที่เป็นแนวทางในการศึกษา โดยมุ่งที่จะศึกษาผู้รับสารในฐานะผู้มีสิทธิในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ว่าผู้รับสารแต่ละคนมีความต้องการและความคาดหวังต่อข่าวสารอย่างไรบ้าง ดังนั้น ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้รับสารจะมีความต้องการข่าวสารเพียงใดนั้น

ขึ้นอยู่กับว่าลักษณะทางประชากรของแต่ละคนทำให้ประชาชนมีความต้องการและความคาดหวังแตกต่างกัน จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 4 ข้อ ดังนี้

6. สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

- 1.1 ผู้ชายและผู้หญิงในกรุงเทพมหานครมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน
- 1.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน
- 1.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน
- 1.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

- 2.1 ผู้ชายและผู้หญิงในกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน
- 2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน
- 2.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน
- 2.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

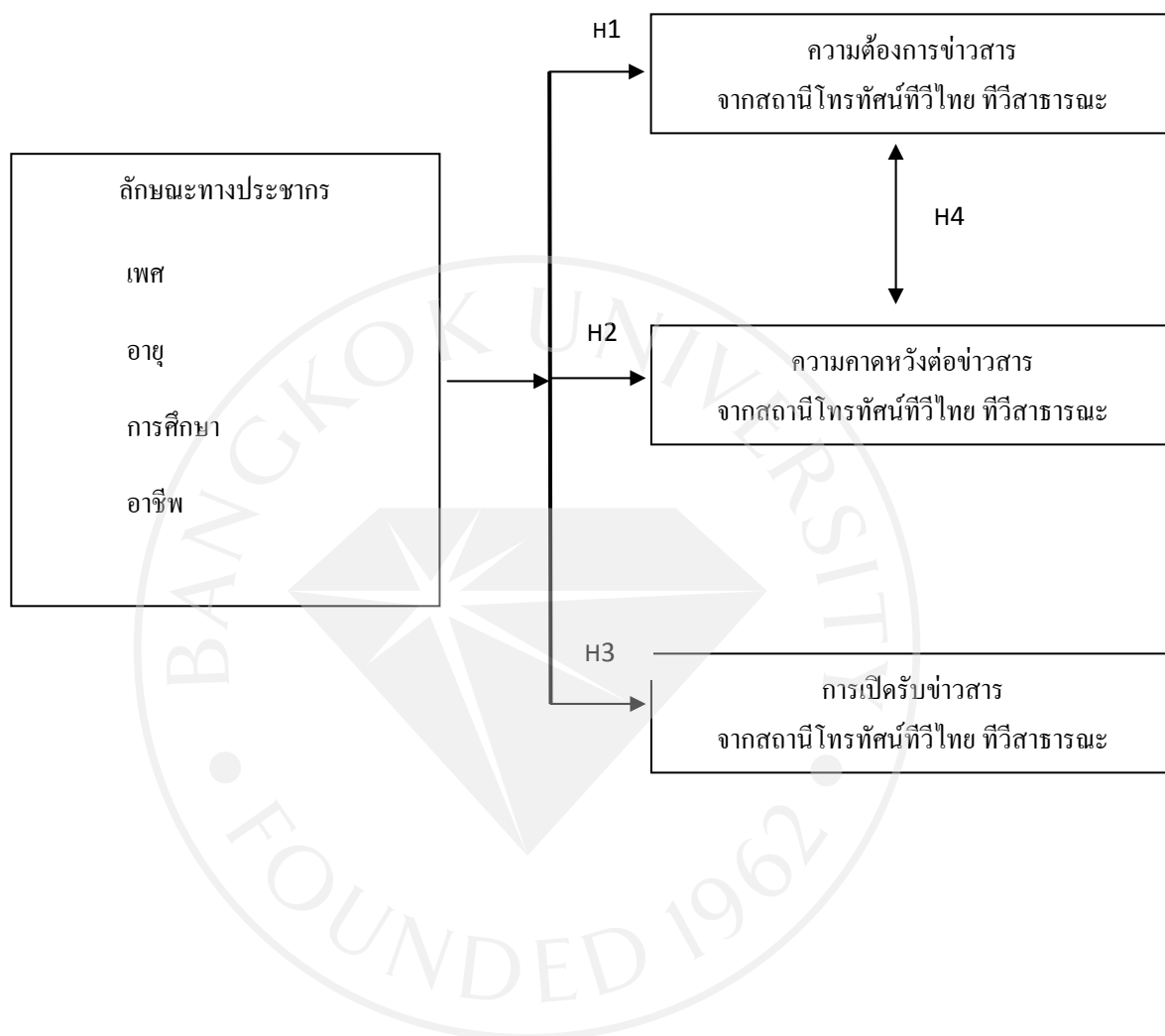
สมมติฐานข้อที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

- 3.1 ผู้ชายและผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ
- 3.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ
- 3.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ
- 3.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

สมมติฐานข้อที่ 4 ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ



ภาพที่ 4: กรอบแนวความคิดงานวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสสาธารณะ” ครั้งนี้ เป็นการสำรวจความคาดหวังและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อข่าวสารที่ได้รับจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสสาธารณะ ดังนั้นวิธีการวิจัยจึงเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดประกอบในงานวิจัยดังนี้

ขนาดของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป ซึ่งมี 5,716,248 คน จากข้อมูลกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550

กลุ่มตัวอย่าง

ตาราง TARO YAMANE (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) กล่าวว่าถ้าจำนวนประชากรมีมากกว่า 100,000 คน ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังนั้นจากจำนวนประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 5,716,248 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ไม่ต่ำกว่า 400 คนเช่นกัน

หลักเกณฑ์การสุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ที่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครทุก ๆ คนมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างได้เท่าๆ กัน โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยใช้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบทราบดีความน่าจะเป็นขึ้นมา 3 เขตตามเกณฑ์การแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ 3 เขต คือ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง เขตชั้นนอก สุ่มโดยใช้วิธีการจับฉลากตามที่ตั้งของพื้นที่ทั้ง 3 เขตมาเขตพื้นที่ละ 1 เขต

กรุงเทพมหานคร แบ่งเขตจังหวัดการปกครองออกเป็น 50 เขต และมีการจัดแบ่งเขตเป็น 3 กลุ่มพื้นที่ตามที่ตั้งของพื้นที่ คือ 1) เขตชั้นใน ประกอบด้วย 21 เขตการปกครอง 2) เขตชั้นกลาง ประกอบด้วย 18 เขตการปกครอง และ 3) เขตชั้นนอก ประกอบด้วย 11 เขตการปกครอง (สำนักผังเมือง, 2547)

1. เขตการปกครองชั้นใน (Inner City) ประกอบด้วยศูนย์กลางเมืองเดิมและเขตต่าง ๆ รวม 21 เขต เป็นพื้นที่ที่มีการตั้งถิ่นฐานชุมชนในระยะแรกและพื้นที่อนุรักษ์ทางประวัติศาสตร์ สถานที่ราชการ สถานศึกษา ย่านธุรกิจการค้าหนาแน่น มีความหนาแน่นประชากรในเขตต่าง ๆ ส่วนใหญ่เกินกว่า 10,000 คน ต่อตารางกิโลเมตร ซึ่งเขตการปกครองที่มีการกระจายตัวของประชากรสูง มีจำนวน 14 เขต จากทั้งหมด 21 เขต ประกอบด้วยเขตวัฒนา เขตบางซื่อ เขตดินแดง เขตสาทร เขตสัมพันธวงศ์ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตคูสิต เขตราชเทวี เขตพญาไท เขตพระนคร เขตจตุจักร และเขตห้วยขวาง สุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีจับสลากออกมา 1 เขต ได้เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

2. เขตชั้นกลาง (Urban Fringe) เป็นเขตที่มีการขยายตัวของประชากร กิจกรรมทางการค้า และที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ตั้งอยู่ในรัศมีระหว่าง 10-20 กิโลเมตรจากศูนย์กลางเมือง จำนวน 18 เขต ซึ่งเขตการปกครองที่มีการกระจายตัวของประชากรสูง มีจำนวน 11 เขต จากทั้งหมด 18 เขต ประกอบด้วย เขตบางนา เขตวังทองหลาง เขตสวนหลวง เขตบางกะปิ เขตประเวศ เขตดอนเมือง เขตบางเขน เขตราชบุรีบูรณะ เขตหนองแขม เขตทุ่งครุ และเขตทวีวัฒนา สุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีจับสลากออกมา 1 เขต ได้เขตบางกะปิ

3. เขตชั้นนอก (Suburb) เป็นพื้นที่เขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งยังมีพื้นที่ว่างและพื้นที่เกษตรกรรมอยู่เป็นส่วนใหญ่ และมีสัดส่วนสูงกว่าพื้นที่พัฒนาแบบเมือง โดยมีลักษณะผสมระหว่างเมืองและชนบท เป็นเขตที่อยู่ห่างจากศูนย์กลางเมืองเกินกว่า 20 กิโลเมตรทางฝั่งตะวันออก จำนวน 11 เขต ซึ่งเขตการปกครองที่มีการกระจายตัวของประชากรสูง มีจำนวน 6 เขตจากทั้งหมด 11 เขต ประกอบด้วยเขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตบางบอน และเขตบางขุนเทียน สุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีจับสลากออกมา 1 เขต ได้เขตบางบอน

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตที่ได้มาตามขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการกำหนดแบบโควตา (Quota Sampling) ดังนี้

ประชากรเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	จำนวน 58,768 คน	กลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 คน
ประชากรเขตบางกะปิ	จำนวน 149,860 คน	กลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 คน
ประชากรเขตบางบอน	จำนวน 99,348 คน	กลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 คน

ซึ่งผลการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจริง ได้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยจำนวน 400 คน ได้สัดส่วนใกล้เคียงกับที่กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยเลือกห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์เซ็นเตอร์ เป็นสถานที่ในการเก็บข้อมูล เพราะเป็นแหล่งชุมชนที่ประกอบด้วยบุคคลหลากหลายสถานภาพ หลากหลายช่วงอายุ และหลากหลายอาชีพ อีกทั้งเป็นแหล่งรวมสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นแหล่งรวมร้านอาหาร แหล่งบันเทิง แหล่งรวมนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ และแหล่งทำธุรกรรมทางการเงิน ในขั้นตอนการเลือกห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์เซ็นเตอร์ ใช้วิธีจับฉลากห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์เซ็นเตอร์ในแต่ละเขตออกมา เขตละ 1 ห้างสรรพสินค้า หรือ 1 ซูเปอร์เซ็นเตอร์ โดยการแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนที่มาห้างสรรพสินค้า หรือ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ในแต่ละเขตตามสัดส่วนในขั้นตอนที่ 1 ดังนี้

ประชากรเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	กลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 คน	โบบี้ ทาวเวอร์
ประชากรเขตบางกะปิ	กลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 คน	เดอะมอลล์ บางกะปิ
ประชากรเขตบางบอน	กลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 คน	โลตัส บางบอน

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนตามแต่ละเขตที่ระบุไว้ในขั้นตอนที่ 1 และ 2 โดยจะเก็บข้อมูลที่ประตูทางเข้าใหญ่ของห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นหลัก เนื่องจากเป็นประตูที่มีคนเข้ามากที่สุด โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Systematic Sampling) จะเก็บทุกคนที่ 10 ตามลำดับจนครบจำนวนที่ต้องการในแต่ละเขต เก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เดินเข้าห้างสรรพสินค้าเท่านั้น เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย เก็บข้อมูลเป็นเวลา 1 วัน โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจำนวน 2 ท่าน

ตัวแปรที่จะใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถจำแนกตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ตัวแปรตาม ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ หมายถึง ความต้องการในด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ในลักษณะที่เป็นความต้องการในระดับต่างๆ คือ ต้องการมากที่สุด ต้องการมาก ต้องการปานกลาง ต้องการน้อย และต้องการน้อยที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ตัวแปรตาม ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ หมายถึง ความคาดหวังที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้จากการรับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ในลักษณะที่เป็นความคาดหวังในระดับต่างๆ คือ คาดหวังมากที่สุด คาดหวังมาก คาดหวังปานกลาง คาดหวังน้อย และคาดหวังน้อยที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ตัวแปรต้น ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ตัวแปรตาม การเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ หมายถึง ปริมาณการชมโทรทัศน์โดยวัดจากความบ่อยครั้ง ระยะเวลา ความสนใจในข่าวสารที่จะได้รับ และการติดตามข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

สมมติฐานข้อที่ 4 ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ตัวแปรต้น ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ หมายถึง ความต้องการในด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ในลักษณะที่เป็นความต้องการในระดับต่างๆ คือ ต้องการมากที่สุด ต้องการมาก ต้องการปานกลาง ต้องการน้อย และต้องการน้อยที่สุด

ตัวแปรตาม ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ หมายถึง ความคาดหวังที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้จากการรับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ในลักษณะที่เป็นความคาดหวังในระดับต่างๆ คือ คาดหวังมากที่สุด คาดหวังมาก คาดหวังปานกลาง คาดหวังน้อย และคาดหวังน้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยการศึกษาและค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการศึกษาและวิจัย โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ ได้แก่ ความบ่อยครั้ง ระยะเวลา ความสนใจในข่าวสารที่จะได้รับ และการติดตามข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ ได้แก่ ความคาดหวังที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้จากการรับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ จำนวน 12 ข้อ ซึ่งเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างระบุความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ คาดหวังมากที่สุด คาดหวังมาก คาดหวังปานกลาง คาดหวังน้อย และคาดหวังน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ ในส่วนของเนื้อหา จำนวน 13 ข้อ และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ จำนวน 8 ข้อ ซึ่งเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างระบุความต้องการที่มีต่อข่าวสาร แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ต้องการมากที่สุด ต้องการมาก ต้องการปานกลาง ต้องการน้อย และต้องการน้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ได้ได้กำหนดเกณฑ์การวัดตัวแปร 5 ระดับตามระดับการเปิดรับข่าวสาร และในส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 ได้กำหนดเกณฑ์การวัดตัวแปร 5 ระดับตามวิธีของ Likert Scale ดังต่อไปนี้

1. เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยที่วิสาขารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีดังนี้

คะแนนระดับ	1.00-1.49	หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำมาก
คะแนนระดับ	1.50-2.49	หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ
คะแนนระดับ	2.50-3.49	หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง
คะแนนระดับ	3.50-4.49	หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง

คะแนนระดับ 4.50-5.00 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก

2. ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับความคาดหวัง มีเกณฑ์วัดระดับความคาดหวังไว้ 5 ระดับดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบเกี่ยวกับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีดังนี้

คะแนนระดับ	1.00-1.49	หมายถึง มีความคาดหวังข่าวสารในระดับต่ำมาก
คะแนนระดับ	1.50-2.49	หมายถึง มีความคาดหวังข่าวสารในระดับต่ำ
คะแนนระดับ	2.50-3.49	หมายถึง มีความคาดหวังข่าวสารในระดับปานกลาง
คะแนนระดับ	3.50-4.49	หมายถึง มีความคาดหวังข่าวสารในระดับสูง
คะแนนระดับ	4.50-5.00	หมายถึง มีความคาดหวังข่าวสารในระดับสูงมาก

3. ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับความคาดหวัง มีเกณฑ์วัดระดับความคาดหวังไว้ 5 ระดับดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบเกี่ยวกับความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีดังนี้

คะแนนระดับ	1.00-1.49	หมายถึง มีความต้องการข่าวสารในระดับต่ำมาก
คะแนนระดับ	1.50-2.49	หมายถึง มีความต้องการข่าวสารในระดับต่ำ
คะแนนระดับ	2.50-3.49	หมายถึง มีความต้องการข่าวสารในระดับปานกลาง
คะแนนระดับ	3.50-4.49	หมายถึง มีความต้องการข่าวสารในระดับสูง
คะแนนระดับ	4.50-5.00	หมายถึง มีความต้องการข่าวสารในระดับสูงมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำความเข้าใจและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย รายละเอียดแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลแก่ผู้ช่วยวิจัยทุกคน เพื่อให้เก็บข้อมูลได้สมบูรณ์ที่สุด จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะของการเลือกกลุ่มตัวอย่าง และสถานที่ที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น ดังนี้

ประชากรเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	กลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 คน	โบบี้ เบ้ ทาวเวอร์
ประชากรเขตบางกะปิ	กลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 คน	เดอะมอลล์ บางกะปิ
ประชากรเขตบางบอน	กลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 คน	โลตัส บางบอน

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนตามแต่ละเขตที่ระบุไว้ โดยจะเก็บข้อมูลที่ประตูทางเข้าใหญ่ของห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นหลัก โดยจะเก็บทุกคนที่ 10 ตามลำดับจนครบจำนวนที่ต้องการในแต่ละเขต โดยเก็บข้อมูล เป็นเวลา 1 วัน ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์อย่างน้อย 400 ชุด

ความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเฉพาะบุคคลเรียบร้อยแล้ว ไปทำการ Pre-test จำนวน 30 ชุด เพื่อวัดความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามด้วยสูตรครอนบาค อัลฟาร์ ปรากฏผลดังนี้

ตอนที่ของแบบสอบถาม	ค่าความเชื่อถือได้
1. ความคาดหวังในการรับรู้ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	.931
2. ความต้องการรับรู้ประเภทเนื้อหาข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	.898
3. ความต้องการในรูปแบบการนำเสนอข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	.900
4. แบบสอบถามทั้งหมด	.922

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ผ่านการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือเรียบร้อยแล้ว ไปเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามด้วยสูตรครอนบาค อัลฟาร์ ปรากฏผลดังนี้

ตอนที่ของแบบสอบถาม	ค่าความเชื่อถือได้
1. ความคาดหวังในการรับรู้ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	.852
2. ความต้องการรับรู้ประเภทเนื้อหาข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	.789
3. ความต้องการในรูปแบบการนำเสนอข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	.857

ตอนที่ของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อถือได้

4. แบบสอบถามทั้งหมด

.859

ค่าความน่าเชื่อถือของความคาดหวังและความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย
ทีวีสาธารณะมีความเที่ยงตรงและมีความน่าเชื่อถือ เพราะค่าความน่าเชื่อถือได้มากกว่า 0.70

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูล
ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window / 12 เพื่อคำนวณค่าสถิติและ
ทดสอบสมมติฐานตามที่ได้กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

1.การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตาราง
แบบร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ
ระดับการศึกษา และ อาชีพ การเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวังข่าวสาร และความต้องการข่าวสาร
จากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

2.การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์
ตามสมมติฐานแต่ละข้อดังนี้

สำหรับการทดสอบสมมติฐานข้อที่หนึ่ง และข้อที่สอง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ ด้วยการวิเคราะห์ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร
โดยใช้การวิเคราะห์แบบ T-test โดยวิเคราะห์ตัวแปรที่เป็นเพศ ส่วนตัวแปรด้านอายุ การศึกษา และ
อาชีพ ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว โดยการวิเคราะห์แบบ One-way ANOVA ใน
ประเด็นของ ความต้องการข่าวสาร และความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย
ทีวีสาธารณะ

สำหรับการทดสอบสมมติฐานข้อที่สาม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบ
สมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์แบบ
Chi-Square ในประเด็นลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ที่มี
ความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนใน
เขตกรุงเทพมหานคร

และสุดท้ายการทดสอบสมมติฐานข้อที่สี่ ที่กล่าวว่า ความต้องการข่าวสารจาก
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความ
คาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ผู้วิจัยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาหฐานะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาหฐานะ

การยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้การยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การเสนอรายงานการวิจัยเรื่องเรื่อง “ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยทีวีสาธารณะ” ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่อการวิเคราะห์

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ในด้านความบ่อยครั้งในการรับชม ระยะเวลาในการชม ความสนใจในการเปิดรับ และช่วงเวลาของการเสนอข่าวที่เปิดรับมากที่สุด
3. ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ
4. ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ
5. ความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกันวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยสถิติ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 4 ความต้องการข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความสัมพันธ์ด้วยวิธี Pearson Product Moment Correlation

ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะทางประชากร

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องที่เกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 1: ตารางการแจกแจงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	173	43.3
หญิง	227	56.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศที่ศึกษาจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยที่เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.8 และเป็นเพศชายร้อยละ 43.3

ตารางที่ 2: ตารางการแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุที่มีเพศแตกต่างกัน

เพศ อายุ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
21-30	94	39.0	147	61.0	241	60.3
31-40	46	47.9	50	52.1	96	24.0
41-50	11	35.5	20	64.5	31	7.8
51-60	17	9.8	0	0.0	17	4.3
60 ขึ้นไป	5	33.3	10	66.7	15	3.8
รวม	173	43.3	227	56.8	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.0 และช่วงอายุที่มีน้อยที่สุดคือ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.8

หากจำแนกตามอายุที่มีเพศต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 61.0) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 39.0) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 52.1) มากกว่าเพศชาย (คิดเป็นร้อยละ 47.9) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 64.5) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 35.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51-60 ปี พบว่ามีแต่เพศชาย (ร้อยละ 9.8) และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 66.7) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 33.3)

ตารางที่ 3: ตารางการแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาที่มีเพศต่างกัน

เพศ การศึกษา	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	13	100.0	0	0.0	13	3.3
มัธยมศึกษา	46	45.5	55	54.5	101	25.3
ปวช.	22	45.8	26	54.2	48	12.0
ปวส./อนุปริญญา	15	23.4	49	76.6	64	16.0
ปริญญาตรี	46	35.9	82	64.1	128	32.0
สูงกว่าปริญญาตรี	31	67.4	15	32.6	46	11.5
รวม	173	43.3	227	56.8	400	100

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.3

หากจำแนกตามการศึกษาที่มีเพศต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา พบว่ามีแต่เพศชาย (ร้อยละ 100.0) กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 54.5) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 45.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 54.2) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 45.8) กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวส. หรือ อนุปริญญา พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 76.6) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 23.4) กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี พบว่าเพศหญิง (คิดเป็นร้อยละ 64.1) มากกว่าเพศชาย (คิดเป็นร้อยละ 35.9) และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าเพศชาย (คิดเป็นร้อยละ 67.4) มากกว่าเพศชาย (คิดเป็นร้อยละ 32.6)

ตารางที่ 4: ตารางการแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพที่มีเพศต่างกัน

อาชีพ \ เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	10	41.7	14	58.3	24	6.0
พนักงาน บริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	82	35.0	152	65.0	234	58.5
เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	53	79.1	14	20.9	67	16.8
รับจ้างทั่วไป	9	64.3	5	35.7	14	3.5
อื่นๆ	19	31.1	42	68.9	61	15.3
รวม	173	43.3	227	56.8	400	100

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้างจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการหรือค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 16.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 3.5

หากจำแนกตามการศึกษาที่มีเพศต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 58.3) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 41.7) กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 65.0) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 35.0) กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ / ค้าขาย พบว่าเพศชาย (ร้อยละ 79.1) มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 20.9) กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป พบว่าเพศชาย (ร้อยละ 64.3) มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 35.7) และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่นๆ อาทิ นักศึกษา ว่างาน พบว่าเพศหญิง (ร้อยละ 68.9) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 31.1)

1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีสยาม ทีวีสยาม

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในด้านความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีสยาม ทีวีสยาม ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่เปิดรับข่าวสาร ความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร และช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีสยาม ทีวีสยามมากที่สุด

ตารางที่ 5: ตารางการแสดงผลจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีสยาม ทีวีสยาม

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ	จำนวน	ร้อยละ
ชมบ้าง (1 – 2 วันต่อสัปดาห์)	136	34.0
ชมบ่อย (3 – 4 วันต่อสัปดาห์)	81	20.3
ชมบ่อยมาก (5 – 6 วันต่อสัปดาห์)	26	6.5
ชมทุกวัน	157	39.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีสยาม ทีวีสยามเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือชมบ้าง (1-2 วันต่อสัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 34.0 และชมบ่อย (3-4 วันต่อสัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างชมบ่อยมาก (5-6 วันต่อสัปดาห์) มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 6: ตารางการแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการรับชม
ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ระยะเวลาในการเปิดรับ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ชั่วโมง	279	69.8
3 – 5 ชั่วโมง	90	22.5
5 – 8 ชั่วโมง	31	7.8
8 – 10 ชั่วโมง	0	0.0
10 ชั่วโมงขึ้นไป	0	0.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะโดยเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมา คือ เปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะโดยเฉลี่ยต่อวัน 3-5 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ เปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะโดยเฉลี่ยต่อวัน 5-8 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.8

ตารางที่ 7: ตารางการแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคะแนนความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

คะแนนความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สนใจเลย (1 คะแนน)	27	6.3
สนใจน้อยมาก (2 คะแนน)	13	3.3
สนใจน้อย (3 คะแนน)	26	6.5
สนใจปานกลาง (4คะแนน)	102	25.5
สนใจบ้าง (5คะแนน)	150	37.5
สนใจมาก (6 คะแนน)	60	15.0
สนใจมากที่สุด (7คะแนน)	22	5.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คะแนนความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ คือ สนใจบ้าง (5 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ สนใจปานกลาง (4 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 25.5 และสนใจมาก (6 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ ให้คะแนนความสนใจในการเปิดรับข่าวสารเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ คือ สนใจน้อย (2 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 8: ตารางการแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับ
ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะ

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงข่าวเช้า (06.00 – 08.00 น.)	123	30.8
ช่วงข่าวเที่ยง (12.00 – 13.30 น.)	20	5.0
ช่วงข่าวค่ำ (19.00 – 20.30 น.)	229	57.3
ช่วงข่าวดึก (23.30 – 00.00 น.)	28	7.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะในช่วงข่าวค่ำ (19.00-20.30 น.) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา คือ ช่วงข่าวเช้า (06.00-08.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 30.8 และช่วงข่าวดึก (23.30-00.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 7.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงข่าวเที่ยง (12.00-13.30 น.) คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 9: ตารางการแสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารที่ได้รับจาก
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ระดับความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการเปิดรับต่ำมาก	0	0.0
ระดับการเปิดรับต่ำ	138	34.5
ระดับการเปิดรับปานกลาง	205	51.3
ระดับการเปิดรับสูง	57	14.3
ระดับการเปิดรับสูงมาก	0	0.0
รวม	400	100.0

*ค่าเฉลี่ย = 2.80 (ระดับสูง) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .66

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด มีการเปิดรับ
ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.3

1.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะ

ซึ่งจำแนกตามตาราง และสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 10: ตารางการแสดงผลจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคาดหวัง
ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะ

ความคาดหวังข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะ	ระดับความสำคัญ							
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	ค่า เฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับ ความ คาดหวัง
1. คาดหวังจะได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ทันสมัย สดใหม่ ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว Update ตลอดเวลา (24 ชั่วโมง)	0 (0.0)	0 (0.0)	57 (14.3)	138 (34.5)	205 (51.3)	4.37	.72	สูง
2. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูล ข่าวสารที่มีความหลากหลาย ทั้งข่าวในประเทศ , ต่างประเทศทั่วโลก	0 (0.0)	7 (1.8)	54 (13.5)	163 (40.8)	176 (44.0)	4.27	.75	สูง
3. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ทั่วไป เช่น ด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม สารคดี บทความ บันเทิง เป็นต้น	0 (0.0)	6 (1.5)	78 (19.5)	146 (36.5)	170 (42.5)	4.20	0.80	สูง
4. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ในด้านเทคโนโลยีโดยรวม	3 (0.8)	9 (2.3)	95 (23.8)	179 (44.8)	114 (28.5)	3.98	.82	สูง

(มีตารางต่อ)

ตารางที่ 10 (ต่อ): ตารางการแสดงผลจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความ
คาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ความคาดหวังข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวี สาธารณะ	ระดับความสำคัญ							
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	ค่า เฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับ ความ คาดหวัง
5. คาดหวังจะได้รับข้อมูล ข่าวสาร เพื่อช่วยในการ ตัดสินใจในสถานการณ์ ประจำวันมากกว่า สถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ใน เวลาเดียวกัน	4 (1.0)	14 (3.5)	106 (26.5)	157 (39.3)	119 (29.8)	3.93	.88	สูง
6. คาดหวังจะได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มากกว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง อื่นๆในเวลาเดียวกัน	3 (0.8)	11 (2.8)	63 (15.8)	149 (37.3)	173 (43.3)	4.20	.85	สูง
7. คาดหวังจะสามารถ ตรวจสอบข่าวสาร ข้อมูลที่ สนใจ ว่ามีความถูกต้อง น่าเชื่อถือเพียงใด	1 (0.3)	10 (2.5)	32 (8.0)	161 (40.3)	195 (48.8)	4.36	.75	สูง
8. คาดหวังจะได้รับข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ต่าง ๆ เพื่อ สามารถไปสนทนากับผู้อื่นใน สังคมไทย	5 (1.3)	19 (4.8)	132 (33.0)	146 (36.5)	97 (24.3)	3.79	.91	สูง

(มีตารางต่อ)

ตารางที่ 10 (ต่อ): ตารางการแสดงผลจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	ระดับความสำคัญ							
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับความคาดหวัง
9. ได้รับข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอข่าวด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัยมากขึ้นต่อไปในอนาคต เช่น ภาพข่าวผ่านมือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	9 (2.3)	46 (11.5)	102 (25.5)	128 (32.0)	114 (28.5)	3.74	1.07	สูง
10. คาดหวังว่าข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีความแตกต่าง และเพิ่มเนื้อหาสาระมากกว่าจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ	1 (0.3)	3 (0.8)	123 (30.8)	136 (34.0)	137 (34.3)	4.02	.84	สูง
11. คาดหวังว่าจะได้รับการผ่อนคลาย และไม่เครียด	9 (2.3)	7 (1.8)	114 (28.5)	115 (28.8)	155 (38.8)	4.00	.97	สูง
12. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ให้ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน	9 (2.3)	8 (2.0)	139 (34.8)	111 (27.8)	137 (33.5)	3.88	.97	สูง

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับสูง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย สดใหม่ ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว Update ตลอดเวลา (24 ชั่วโมง) จากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ คาดหวังว่าจะสามารถตรวจสอบข่าวสาร หรือข้อมูลที่สนใจว่ามีความถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงใด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่คาดหวังจะได้รับข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอข่าวด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัยมากขึ้นต่อไปในอนาคต เช่น ภาพข่าวผ่านมือถือหรืออินเทอร์เน็ต มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ตารางที่ 11: ตารางการแสดงการเรียงอันดับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคาดหวังข่าวสารจาก
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะ

ความคาดหวังข่าวสาร จากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะ	ร้อยละ
1. คาดหวังจะสามารถตรวจสอบข่าวสาร ข้อมูลที่สนใจ ว่ามีความถูกต้อง น่าเชื่อถือเพียงใด	89.1
2. คาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย สดใหม่ ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว Update ตลอดเวลา (24 ชั่วโมง)	85.8
3. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลายทั้งข่าวในประเทศ, ต่างประเทศทั่วโลก	84.8
4. คาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มากกว่าสถานีโทรทัศน์ ช่องอื่นๆ ในเวลาเดียวกัน	80.6
5. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป เช่น ด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม สารคดี บทความ บันเทิง เป็นต้น	79.0
6. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ในด้านเทคโนโลยี โดยรวม	73.3
7. คาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสาร เพื่อช่วยในการตัดสินใจในสถานการณ์ ประจำวันมากกว่าสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ในเวลาเดียวกัน	69.1
8. คาดหวังว่าข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีความแตกต่าง และเพิ่มเนื้อหาสาระมากกว่า จากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ	68.3
9. คาดหวังว่าจะได้รับการผ่อนคลาย และไม่เครียด	67.6
10. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ให้ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน	61.3
11. คาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ต่าง ๆ เพื่อสามารถไปสนทนากับผู้อื่น ในสังคมไทย	60.8
12. ได้รับข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอข่าวด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทันสมัย มากขึ้นต่อไปในอนาคต เช่น ภาพข่าวผ่านมือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	60.5

จากตารางที่ 11 พบว่าความคาดหวังจะสามารถตรวจสอบข่าวสาร และข้อมูลที่สนใจว่ามี
ความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือเพียงใดจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะมากที่สุด คิดเป็น

ร้อยละ 89.1 รองลงมาคือ ความคาดหวังที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย สดใหม่ ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว และ Update ตลอดเวลา (24 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 85.8 ส่วนความคาดหวังที่จะได้รับ ข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอข่าวด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทันสมัยมากขึ้นต่อไปในอนาคต เช่น ภาพข่าวผ่านมือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.5 ซึ่งผลการศึกษามี ความคล้ายคลึงกับตารางที่ 10

ตารางที่ 12: ตารางการแจกแจงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามระดับความคาดหวังข่าวสารที่ได้รับจาก สถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะ

ระดับความคาดหวัง	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความคาดหวังต่ำมาก	0	0.0
ระดับความคาดหวังต่ำ	4	1.0
ระดับความคาดหวังปานกลาง	43	10.8
ระดับความคาดหวังสูง	255	63.8
ระดับความคาดหวังสูงมาก	98	24.5
รวม	400	100.0

*ค่าเฉลี่ย = 4.11 (ระดับสูง) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .61

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ มีระดับความคาดหวังข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 63.8 ส่วนในระดับสูงมาก คิด เป็นร้อยละ 24.5

1.4 ผลการวิเคราะห์ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาหारณะ

ซึ่งจำแนกตามตาราง และสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13: ตารางการแสดงผลจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาหारณะ

ความต้องการข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิ สาหारณะ	ระดับความสำคัญ							
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	ค่า เฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับ ความ ต้องการ
1.การศึกษา	0 (0.0)	7 (1.8)	105 (26.3)	120 (30.0)	168 (42.0)	4.12	.86	สูง
2.การเมือง	3 (0.8)	28 (7.0)	90 (22.5)	131 (32.8)	148 (37.0)	3.98	.97	สูง
3. เศรษฐกิจ/ธุรกิจการค้า /การเงิน/การธนาคาร	0 (0.0)	7 (1.8)	107 (26.8)	114 (28.5)	172 (43.0)	4.13	.86	สูง
4. ความบันเทิง/ท่องเที่ยว/กีฬา	0 (0.0)	13 (3.3)	137 (34.3)	159 (39.8)	91 (22.8)	3.82	.81	สูง
5. สิ่งแวดล้อม	0 (0.0)	15 (3.8)	193 (48.3)	133 (33.3)	59 (14.8)	3.59	.78	สูง
6. ความรู้ทั่วไป	0 (0.0)	27 (6.8)	177 (44.3)	129 (32.3)	67 (16.8)	3.59	.84	สูง

(มีตารางต่อ)

ตารางที่ 13 (ต่อ): ตารางการแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ความต้องการข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวี สาธารณะ	ระดับความสำคัญ							
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	ค่า เฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับ ความ ต้องการ
7. สัมภาษณ์/ส่งเสริมอาชีพ	1 (0.3)	54 (13.5)	161 (40.3)	141 (35.3)	43 (10.8)	3.43	.86	ปาน กลาง
8. เทคโนโลยี/คอมพิวเตอร์/ไอที /อินเทอร์เน็ต	0 (0.0)	45 (11.3)	130 (32.5)	124 (31.0)	96 (24.0)	3.69	.96	สูง
9. สังคม/ศิลปวัฒนธรรม	0 (0.0)	35 (8.8)	216 (54.0)	125 (31.3)	24 (6.0)	3.35	.72	ปาน กลาง
10. ต่างประเทศ	0 (0.0)	8 (2.0)	197 (49.3)	164 (41.0)	31 (7.8)	3.54	.66	สูง
11. กฎหมาย	3 (0.8)	27 (6.8)	146 (36.5)	131 (32.8)	93 (23.3)	3.71	.92	สูง
12. สุขภาพอนามัย/การแพทย์	0 (0.0)	19 (4.8)	115 (28.8)	147 (36.8)	119 (29.8)	3.91	.87	สูง

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับสูง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ ธุรกิจการค้า การเงิน และการธนาคารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมา มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ต้องการที่จะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ตารางที่ 14: ตารางการแสดงการเรียงอันดับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการข่าวสารจาก
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ความต้องการข่าวสาร จากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	ร้อยละ
1. การศึกษา	72.0
2. เศรษฐกิจ/ธุรกิจการค้า/การเงิน/การธนาคาร	71.5
3. การเมือง	69.8
4. สุขภาพอนามัย/การแพทย์	66.6
5. เทคโนโลยี/คอมพิวเตอร์/ไอที/อินเทอร์เน็ต	65.0
6. ความบันเทิง/ท่องเที่ยว/กีฬา	62.6
7. กฎหมาย	56.1
8. ความรู้ทั่วไป	49.1
9. ต่างประเทศ	48.8
10. สิ่งแวดล้อม	48.1
11. สมัยครงาน/ส่งเสริมอาชีพ	46.1
12. สังคม/ศิลปวัฒนธรรม	37.3

จากตารางที่ 14 พบว่าความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาคือ ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ธุรกิจการค้า การเงิน และการธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 71.5 ส่วนความต้องการข่าวสารที่เกี่ยวกับ สังคม และศิลปวัฒนธรรมมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.3 ซึ่งผลการศึกษามีความคล้ายคลึงกับตารางที่ 13

ตารางที่ 15: ตารางการแสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามระดับความต้องการข่าวสารที่ได้รับจาก
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะ

ระดับความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความต้องการต่ำมาก	0	0.0
ระดับความต้องการต่ำ	3	0.8
ระดับความต้องการปานกลาง	114	28.5
ระดับความต้องการสูง	251	62.8
ระดับความต้องการสูงมาก	32	8.0
รวม	400	100.0

*ค่าเฉลี่ย = 3.78 (ระดับสูง) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .58

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ มีระดับความต้องการข่าวสารจาก
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 62.8 ส่วนในระดับสูงมาก คิด
เป็นร้อยละ 8.0

ตารางที่ 16: ตารางการแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการ
รูปแบบการนำเสนอข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ความต้องการ รูปแบบการนำเสนอข่าวสารของ สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวี สาธารณะ	ระดับความสำคัญ							
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	ค่า เฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับ ความ ต้องการ
1.รายงานข่าว สถานการณ์ทั่วไป	0 (0.0)	3 (0.8)	42 (10.5)	163 (40.8)	192 (48.0)	4.36	.69	สูง
2.วิเคราะห์ข่าวแบบเจาะลึก	0 (0.0)	4 (1.0)	77 (19.3)	103 (15.8)	216 (54.0)	4.33	.81	สูง
3. บทความเชิงสารคดี	0 (0.0)	15 (3.8)	115 (28.8)	94 (23.5)	176 (44.0)	4.08	.93	สูง
4. ข่าวสารสอดแทรกด้วยความ บันเทิง	2 (0.5)	15 (3.8)	107 (26.8)	145 (36.3)	131 (32.8)	3.97	.88	สูง
5. สัมภาษณ์นักวิชาการ หรือ ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ประเด็นทางสังคม	1 (0.3)	43 (10.8)	134 (33.5)	97 (24.3)	125 (31.3)	3.76	1.02	สูง
6. รายการประเภทสารคดีเชิง ข่าว	1 (0.3)	39 (9.8)	124 (31.0)	137 (34.3)	99 (24.8)	3.73	.95	สูง
7. เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้มีส่วน ร่วมแสดงความคิดเห็น เช่น โทรศัพท์เข้าไปในรายการ	5 (1.3)	27 (6.8)	106 (26.5)	152 (38.0)	110 (27.5)	3.84	.94	สูง

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสารของ
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับสูง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการจะได้รับข้อมูล
ข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอแบบรายงานข่าวและสถานการณ์ทั่วไปจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย
ทีวีสาธารณะมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ต้องการที่จะ
ได้รับข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอแบบวิเคราะห์ข่าวแบบเจาะลึก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการได้รับข่าวสารในรูปแบบรายการประเภทสารคดีเชิงข่าวมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ตารางที่ 17: ตารางการแสดงการเรียงอันดับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร ของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ	ร้อยละ
1. รายงานข่าว สถานการณ์ทั่วไป	88.8
2. วิเคราะห์ข่าวแบบเจาะลึก	69.8
3. ข่าวสารสอดแทรกด้วยความบันเทิง	69.1
4. บทความเชิงสารคดี	67.5
5. เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น เช่น โทศัพท์ เข้าไปในรายการ	65.5
6. รายการประเภทสารคดีเชิงข่าว	59.1
7. สัมภาษณ์นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ประเด็นทางสังคม	55.6

จากตารางที่ 17 พบว่าความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสารแบบรายงานข่าว และ สถานการณ์ทั่วไปจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.8 รองลงมา คือ ความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสารแบบวิเคราะห์ข่าว เจาะลึก คิดเป็นร้อยละ 69.8 ส่วน ความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสารแบบสัมภาษณ์นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 ซึ่งผลการศึกษามีความ คล้ายคลึงกับตารางที่ 16

ตารางที่ 18: ตารางการแสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามระดับความต้องการรูปแบบการนำเสนอ
ข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะ

ระดับความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความต้องการต่ำมาก	0	0.0
ระดับความต้องการต่ำ	3	0.8
ระดับความต้องการปานกลาง	85	21.3
ระดับความต้องการสูง	187	46.8
ระดับความต้องการสูงมาก	125	31.3
รวม	400	100.0

*ค่าเฉลี่ย = 4.08 (ระดับสูง) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .74

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ มีระดับต้องการรูปแบบการนำเสนอ
ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 46.8 ส่วนใน
ระดับสูงมาก คิดเป็นร้อยละ 31.3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

การวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 4 ข้อ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ปรากฏดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ชายและผู้หญิงในกรุงเทพมหานครมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

ตารางที่ 19: ตารางการแสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน

เพศ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	P
ชาย	73.05	8.62	0.273	.785
หญิง	72.81	8.67		

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความต้องการข่าวสารใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ดังนั้น จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะแตกต่างกัน

สำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน พบว่า ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะแตกต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข่าวสารสูงสุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 60 ปีขึ้นไป และอายุ 51-60 ปี ตามลำดับ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 (ดังตารางที่ 20)

จึงสามารถอธิบายได้ด้วยการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ เมื่ออายุแตกต่างกัน (ดังตารางที่ 21) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51-60 ปี มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่นๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 20: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความ
ต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ
ต่างกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P
21-30 ปี	72.78	8.29	2.401	0.049*
31-40 ปี	74.34	9.12		
41-50 ปี	72.80	7.18		
51-60 ปี	67.47	11.53		
60 ปีขึ้นไป	72.46	8.30		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 21: ตารางการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ LSD เปรียบเทียบ
รายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เมื่ออายุแตกต่างกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ค่าเฉลี่ย	-	72.78	74.34	72.80	67.47	72.46
21-30 ปี	72.78	-	-1.560	-0.022	5.314*	0.318
31-40 ปี	74.34	-	-	1.537	6.873*	1.877
41-50 ปี	72.80	-	-	-	5.336*	0.340
51-60 ปี	67.47	-	-	-	-	-4.996
60 ปีขึ้นไป	72.46	-	-	-	-	-

สมมติฐานที่ 1.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะแตกต่างกัน

สำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน พบว่า ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะแตกต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข่าวสารสูงสุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับการศึกษาระดับปวช. รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปวส./อนุปริญญา สูงกว่าปริญญาตรี และประถมศึกษา ตามลำดับ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 (ดังตารางที่ 22)

จึงสามารถอธิบายได้ด้วยการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะ เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน (ดังตารางที่ 23) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีความต้องการข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่นๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 22: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความ
 ต้องการข้าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี
 การศึกษาต่างกัน

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P
ประถมศึกษา	65.92	2.36	5.243	.000*
มัธยมศึกษา	75.21	8.63		
ปวช.	74.56	6.87		
ปวส./อนุปริญญา	72.46	6.03		
ปริญญาตรี	72.66	10.10		
สูงกว่าปริญญาตรี	69.50	8.05		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 23: ตารางการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบ
 รายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ เมื่อระดับ
 การศึกษาแตกต่างกัน

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
ค่าเฉลี่ย	-	65.92	75.21	74.56	72.46	72.66	69.50
ประถมศึกษา	65.92	-	-9.2947*	-8.6394	-6.5456	-6.7409	-3.5769
มัธยมศึกษา	75.21	-	-	0.6553	2.7490	2.5537	5.7178*
ปวช.	74.56	-	-	-	2.0937	1.8984	5.0625
อนุปริญญา/ ปวส.	72.46	-	-	-	-	-0.1953	2.9687
ปริญญาตรี	72.66	-	-	-	-	-	3.1640
สูงกว่า ปริญญาตรี	69.50	-	-	-	-	-	-

สมมติฐานที่ 1.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

สำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข่าวสารสูงสุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อาชีพอื่นๆ เช่น นักศึกษา ลูกจ้างชั่วคราว ว่างาน เป็นต้น และอาชีพรับจ้างทั่วไป ตามลำดับ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 (ดังตารางที่ 24)

จึงสามารถอธิบายได้ด้วยการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เมื่ออาชีพแตกต่างกัน (ดังตารางที่ 25) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประกอบอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักศึกษา ลูกจ้างชั่วคราว ว่างาน เป็นต้น มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และ เจ้าของกิจการ/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่นๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 24: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความ
ต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี
อาชีพต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P
รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	74.66	9.23	6.812	0.000*
พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	73.75	7.92		
เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	74.40	9.84		
รับจ้างทั่วไป	66.85	12.35		
อื่นๆ	68.81	6.92		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 25: ตารางการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบ
 รายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารณะ เมื่ออาชีพ
 แตกต่างกัน

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	เจ้าของ กิจการ / ค้าขาย	รับจ้าง ทั่วไป	อื่นๆ
ค่าเฉลี่ย	-	74.66	73.75	74.40	66.85	68.81
รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	74.66	-	0.9145	0.2636	7.8095	5.8469
พนักงาน บริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	73.75	-	-	0.6508	6.8949	4.9324*
เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	74.40	-	-	-	7.5458	5.5833*
รับจ้างทั่วไป	66.85	-	-	-	-	-1.9625
อื่นๆ	68.81	-	-	-	-	-

สมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ชายและผู้หญิงในกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

ตารางที่ 26: ตารางการแสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน

เพศ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	P
ชาย	48.98	6.499	0.721	.471
หญิง	48.51	6.396		

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความคาดหวังข่าวสารใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ดังนั้น จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

สำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน พบว่า ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังข่าวสารสูงสุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปีซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับอายุ 31-40 ปี รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี อายุ 60 ปีขึ้นไป และอายุ 51-60 ปี ตามลำดับ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 (ดังตารางที่ 27)

จึงสามารถอธิบายด้วยการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เมื่ออายุแตกต่างกัน (ดังตารางที่ 28) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่นๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 27: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	P
21-30 ปี	49.40	6.12	4.335	.002*
31-40 ปี	48.78	7.45		
41-50 ปี	47.12	3.96		
51-60 ปี	43.82	3.45		
60 ปีขึ้นไป	46.20	8.03		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28: ตารางการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เมื่ออายุแตกต่างกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ค่าเฉลี่ย	-	49.40	48.78	47.12	43.82	46.20
21-30 ปี	49.40	-	0.6253	2.2776	5.5831*	3.2066
31-40 ปี	48.78	-	-	1.6522	4.9577	2.5812
41-50 ปี	47.12	-	-	-	3.3055	0.9290
51-60 ปี	43.82	-	-	-	-	-2.3764
60 ปีขึ้นไป	46.20	-	-	-	-	-

สมมติฐานที่ 2.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะแตกต่างกัน

สำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน พบว่า ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะแตกต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังข่าวสารสูงสุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับ ปวส./อนุปริญญา ปวช. สูงกว่าปริญญาตรี และประถมศึกษา ตามลำดับ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 (ดังตารางที่ 29)

จึงสามารถอธิบายได้ด้วยการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน (ดังตารางที่ 30) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. มีความคาดหวังข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในปริญญาตรี มีความคาดหวังข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่นๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 29: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความคาดหว้งข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P
ประถมศึกษา	42.07	3.94	3.653	.003*
มัธยมศึกษา	49.26	6.07		
ปวช.	48.06	6.44		
ปวส./อนุปริญญา	48.70	6.81		
ปริญญาตรี	49.50	6.55		
สูงกว่าปริญญาตรี	47.93	5.95		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30: ตารางการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบ
 รายคู่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เมื่อระดับ
 การศึกษาแตกต่างกัน

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
ค่าเฉลี่ย	-	42.07	49.26	48.06	48.70	49.50	47.93
ประถมศึกษา	42.07	-	-7.1904*	-5.9855	-6.6262*	-7.4308*	-5.8578
มัธยมศึกษา	49.26	-	-	1.2048	0.5642	-0.2404	1.3325
ปวช.	48.06	-	-	-	-0.6406	-1.4453	0.1277
อนุปริญญา/ ปวส.	48.70	-	-	-	-	-0.8046	0.7683
ปริญญาตรี	49.50	-	-	-	-	-	1.5730
สูงกว่า ปริญญาตรี	47.93	-	-	-	-	-	-

สมมติฐานที่ 2.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน

สำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังข่าวสารสูงสุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย อาชีพอื่นๆ เช่น นักศึกษา ลูกจ้างชั่วคราว ว่างาน เป็นต้น และอาชีพรับจ้างทั่วไป ตามลำดับ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 (ดังตารางที่ 31)

จึงสามารถอธิบายได้ด้วยการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffé เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ เมื่ออาชีพแตกต่างกัน (ดังตารางที่ 32) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปมีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และเจ้าของกิจการ/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่นๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 31: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังก้าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P
รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	50.04	2.86	2.865	0.023*
พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	49.20	6.38		
เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	48.64	7.09		
รับจ้างทั่วไป	44.28	6.94		
อื่นๆ	47.47	6.36		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32: ตารางการแสดงผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของ LSD เปรียบเทียบ
 รายคู่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารณะ เมื่ออาชีพ
 แตกต่างกัน

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	เจ้าของ กิจการ / ค้าขาย	รับจ้าง ทั่วไป	อื่นๆ
ค่าเฉลี่ย	-	50.04	49.20	48.64	44.28	47.47
รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	50.04	-	0.841	1.400	5.756*	2.566
พนักงาน บริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	49.20	-	-	0.559	4.915*	1.725
เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	48.64	-	-	-	4.356*	1.166
รับจ้างทั่วไป	44.28	-	-	-	-	-3.190
อื่นๆ	47.47	-	-	-	-	-

สมมติฐานข้อที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ

สมมติฐานที่ 3.1 ผู้ชายและผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ

ตารางที่ 33: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรม的开รับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน

การเปิดรับ	1.00 (ต่ำ)		2.00 (กลาง)		3.00 (สูง)		รวม		χ^2	Sig.
	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ		
ชาย	21	5.3	150	37.5	2	0.5	173	43.3	8.400	0.015*
หญิง	17	4.3	196	49.0	14	3.5	227	56.8		
รวม	38	9.5	346	86.5	16	4.0	400	100		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 และมีพฤติกรรมในการเลือกดื่มเบียร์ในระดับสูง (3.00) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ชายและผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 (ดังตารางที่ 34)

ตารางที่ 34: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

การเปิดรับ อายุ	1.00 (ต่ำ)		2.00 (กลาง)		3.00 (สูง)		รวม		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
21-30 ปี	23	5.8	208	52.0	10	2.5	241	60.3	11.643	0.168
31-40 ปี	13	3.3	77	19.3	6	1.5	96	24.0		
41-50 ปี	0	0.0	31	7.8	0	0.0	31	7.8		
51-60 ปี	0	0.0	17	4.3	0	0.0	17	4.3		
60 ปีขึ้นไป	2	0.5	13	3.3	0	0.0	15	3.8		
รวม	38	9.5	346	86.5	16	4.0	400	100		

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นมีอายุ 21-30 ปี พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 มี

พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 และมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นมีอายุ 31-40 ปี พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นมีอายุ 41-50 ปี พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ส่วนพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) และพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นมีอายุ 51-60 ปี พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ส่วนพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) และพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นมีอายุ 60 ปีขึ้นไป พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 (ดังตารางที่ 35)

ตารางที่ 35: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน

การเปิดรับ การศึกษา	1.00 (ต่ำ)		2.00 (กลาง)		3.00 (สูง)		รวม		χ^2	Sig.
	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ		
ประถมศึกษา	0	0.0	13	3.3	0	0.0	13	3.3	71.804	0.000*
มัธยมศึกษา	27	6.8	74	18.5	0	0.0	101	25.3		
ปวช.	3	0.8	45	11.3	0	0.0	48	12.0		
ปวส./ อนุปริญญา	1	0.3	63	15.8	0	0.0	64	16.0		
ปริญญาตรี	3	0.8	115	28.8	10	2.5	128	32.0		
สูงกว่า ปริญญาตรี	4	1.0	36	9.0	6	1.5	46	11.5		
รวม	38	9.5	346	86.5	16	4.0	400	100		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ

จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 (ดังตารางที่ 36)

ตารางที่ 36: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน

การเปิดรับ อาชีพ	1.00 (ต่ำ)		2.00 (กลาง)		3.00 (สูง)		รวม		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0	0.0	24	6.0	0	0.0	24	6.0	61.526	0.000*
พนักงาน บริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	26	6.5	206	51.5	2	0.5	234	58.5		
เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	12	3.0	53	13.3	2	0.5	67	16.8		
รับจ้างทั่วไป	0	0.0	14	3.5	0	0.0	14	3.5		
อื่นๆ	0	0.0	49	12.3	12	3.0	61	15.3		
รวม	38	9.5	346	86.5	16	4.0	400	100		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ส่วนพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) และพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 และมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ / ค้าขาย พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ส่วนพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) และพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่นๆ คือ นักศึกษา และว่างงาน พบว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) มากกว่า มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) และในระดับต่ำ (1.00) กล่าวคือมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ (1.00) จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0 มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับกลาง (2.00) จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง (3.00) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4 ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ

ตารางที่ 37: ตารางการแสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความต้องการข่าวสาร กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ

ความต้องการข่าวสาร	ความคาดหวังข่าวสาร	
	r	Sig.
ระดับความต้องการข่าวสาร	.674**	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 37 พบว่า ความต้องการข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 และมีความสัมพันธ์กับคาดหวังข่าวสารในเชิงบวก หมายความว่าหากมีความต้องการข่าวสารมาก จะมีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะมาก หรือหากมีความต้องการข่าวสารน้อย จะมีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะน้อย ความสัมพันธ์ดังกล่าวยังอยู่ในระดับสูง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง “ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์
สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ”
มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงระดับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารกับความคาดหวังข่าวสารจาก
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเป็นการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว

(One-Shot Descriptive) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่
ศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้
วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การนำเสนอเป็นตารางแสดงจำนวน ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ การ
เปิดรับข่าวสาร ความคาดหวังข่าวสาร และความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวี
สาธารณะ ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร
โดยใช้ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่าง
ของตัวแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สถิติ Chi-Square และการวิเคราะห์ค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ใช้โปรแกรม SPSS for Window / 12.0 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมดจำนวน 400 คน ได้จำแนกจำนวนกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 เขต โดยใช้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบทราบดีความน่าจะเป็นขึ้นมา 3 เขตตามเกณฑ์การแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ 3 เขต คือ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง เขตชั้นนอก ใช้วิธีการจับฉลากตามที่ตั้งของพื้นที่ทั้ง 3 เขต มาเขตพื้นที่ละ 1 เขต ได้แก่ 1. เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จำนวน 134 คน 2. เขตบางกะปิ จำนวน 134 คน และ 3. เขตบางบอน จำนวน 134 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง โดยมีระดับการศึกษาในชั้นปริญญาตรีมากที่สุด

1.2 การเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะเป็นประจำทุกวัน ให้ความสนใจข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะในระดับปานกลาง มีการเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 3 ชั่วโมงเป็นส่วนใหญ่ ส่วนในเรื่องของการเปิดรับข่าวสารในช่วงข่าวค่ำ (19.00-20.30 น.) มากที่สุด

1.3 ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังที่จะสามารถตรวจสอบข่าวสาร และข้อมูลที่สนใจว่ามีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือเพียงใดจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะมากที่สุด รองลงมาคือ ความคาดหวังที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย สดใหม่ ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว และ Update ตลอดเวลา (24 ชั่วโมง) ส่วนความคาดหวังที่จะได้รับข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอข่าว

ด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทันสมัยมากขึ้นต่อไปในอนาคต เช่น ภาพข่าวผ่านมือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีจำนวนน้อยที่สุด

1.4 ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความต้องการข่าวสารในด้านประเภทของข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการข่าวสาร เกี่ยวกับการศึกษาจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการ ข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ธุรกิจการค้า การเงิน และการธนาคาร ส่วนความต้องการข่าวสารที่ เกี่ยวข้องกับสังคม และศิลปวัฒนธรรมมีจำนวนน้อยที่สุด ส่วนความต้องการในด้านรูปแบบการ นำเสนอข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความ ต้องการด้านรูปแบบการนำเสนอข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับสูง โดย ส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสารแบบรายงานข่าว และสถานการณ์ทั่วไปจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการรูปแบบการนำเสนอ ข่าวสารแบบวิเคราะห์ข่าว เจาะลึก ส่วนความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสารแบบสัมภาษณ์ นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมมีจำนวนน้อยที่สุด

สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความต้องการ ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 แต่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความ ต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 แต่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐานที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 แต่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 4 ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

การอภิปรายผลการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับแนวคิดความแตกต่างของเพศ ที่กล่าวว่าเพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ, 2544) โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง อาจเนื่องมาจากว่าช่วงอายุ 21-30 ปี และประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้างมีความกระตือรือร้นในการเข้าถึงข่าวสารมากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพรับราชการ เนื่องจากงานในปัจจุบันมีความจำเป็นอย่างสูงที่พนักงานบริษัทต้องมีความรู้รอบตัวสูง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในชั้นปริญญาตรีมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะประชากรของผู้รับสาร ในงานวิจัยของบุญจิระ พุทธิศรี (2541) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540 และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ว่า การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาแตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกลึกซึ้งที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาค่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาค่ำ มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกในหนึ่งคือ หากผู้ที่มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอ คนเหล่านี้จะใช้ทั้งสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ซึ่งการศึกษาของผู้รับสารนั้น จะต้องไม่วิเคราะห์ความรู้ของผู้รับสาร โดยเฉพาะพื้นฐานของการศึกษาที่ได้รับจากสถาบันการศึกษาเท่านั้น เพราะการแสวงหาความรู้สามารถกระทำได้ด้วยตัวเองตลอดชีวิต จากแหล่งอื่นๆ นอกเหนือจากสถาบันการศึกษา เช่น จากสื่อมวลชน และจากตำรับตำราต่างๆ เป็นต้น

2. ลักษณะทางประชากรกับความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการข่าวสารในแง่การใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองตอบความต้องการของนักวิชาการสื่อสารมวลชน แม็กซ์เวลล์ อี แมคคอมม์ และ ลี บี เบคเคอร์ (ภัทรียา

ปรีชา มารด, 2542) ในแนวคิดคล้ายคลึงกับมาสโลว์ โดยเน้นการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไป ไม่ว่าจะ เป็นความต้องการรู้เหตุการณ์ โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จาก สื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้ ความ หรือแม้กระทั่งความต้องการการสื่อสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ ชีวิตประจำวัน หรือเพื่อประกอบการพูดคุย สนทนาในชีวิตประจำวัน ความต้องการมีส่วนร่วม และ สุดท้ายความต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ โดยผลการวิจัยส่วนใหญ่ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของทีวีสาธารณะ (รายงานที่ดีอาร์ไอ ฉบับที่ 47, 2551) ในการเป็นผู้นำ ในการผลิตและสร้างสรรค์รายการข่าว ที่เน้นการนำเสนอข่าวสารที่มีผลกระทบต่อสาธารณะอย่าง รวดเร็ว ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและส่งเสริมการศึกษา ส่วนใน เรื่องของการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสมานฉันท์ในสังคม ชัดแย้งกับ ผลการวิจัยในเรื่องของความต้องการข่าวสารที่เกี่ยวกับสังคม และศิลปวัฒนธรรมซึ่งมีจำนวนน้อย ที่สุดในงานวิจัย ซึ่งขัดกับหลักความเป็นจริงที่ว่าที่ผ่านมามาประเทศไทยขาด หรือมีรายการที่ส่งเสริม ความรู้ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงามค่อนข้างน้อย ทำให้ผู้ชมหรือพลเมืองขาด ทางเลือกในการรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้อง และขาดทางเลือกในการรับชมโทรทัศน์ในลักษณะกลุ่ม เฉพาะ การเพิ่มทางเลือกโดยผ่านโทรทัศน์สาธารณะก็เป็นสิ่งที่ดี

ส่วนรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร แบบรายงานข่าว และสถานการณ์ทั่วไปจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยในส่วนของความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ที่ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังที่จะสามารถตรวจสอบข่าวสาร และข้อมูลที่น่าสนใจว่ามี ความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือเพียงใดจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด ซึ่ง ผลการวิจัยของทั้งสองส่วนนี้สอดคล้องกันที่ประชาชนมีความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร จากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะที่จะสามารถตรวจสอบข่าวสาร และข้อมูลที่น่าสนใจว่ามี ความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือได้ภายใต้สถานการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน ส่วนความต้องการ น้อยที่สุดในงานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร คือ การสัมภาษณ์นักวิชาการ หรือ ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม ชัดแย้งกับหลักความเป็นจริงที่ว่าความสมดุล เทียงธรรมในการเสนอข่าวสองด้าน ซึ่งอาจเป็นบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีความขัดแย้งกัน ซึ่งใน ข่าวต้องมีการเสนอในลักษณะที่สมดุลโดยเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็น และเสนอข้อมูล เท่าๆ กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมแสดงข้อคิดเห็น หรือแนวทางแก้ไขเพื่อให้ข่าวมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน แต่เพศที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างไม่ผลต่อความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ซึ่งพบว่าเพศชายมีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ มากกว่าเพศหญิง สอดคล้องกับแนวคิดลักษณะประชากรของผู้รับสาร ของปรมะ สตะเวทิน (2533) ที่ว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักเป็นคนที่จิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ ถูกชักจูงได้ง่าย และหึงถึงจิตใจคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวันเพ็ญ ปรีดิยาธร, ว่าที่พันตำรวจตรีหญิง (2543) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับทัศนคติและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของสุทธนิภา ศรีไสย์ (2544) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และความต้องการออกนอกระบบราชการของอาจารย์มหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยของรัฐที่มีเพศแตกต่างกัน มีความต้องการออกนอกระบบราชการแตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังขัดแย้งกับแนวคิดความแตกต่างของเพศ ที่กล่าวว่า เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ, 2544)

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา และประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากที่สุด อาจเนื่องมาจากกลุ่มคนที่มีอายุ 31-40 ปี เป็นช่วงอายุที่มีความต้องการบริโภคข่าวสารมากกว่ากลุ่มอื่น เพื่อติดตามข่าวสารประจำวัน และนำไปสนทนากับเพื่อนร่วมงาน หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ในสังคมทำงาน หรือกลุ่มเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการสื่อสารมวลชน แม็กซ์เวลล์ อี แมคคอมม์ และ ลี บี เบคเคอร์ ได้อธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองตอบความต้องการในแนวคิดคล้ายคลึงกับมาสโลว์ โดยเน้นการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไป (ภทริยา ปริษามารถ, 2542) โดยมนุษย์ต้องการรู้เหตุการณ์โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้ อีกทั้งต้องการการสื่อสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยที่ว่าการรับสื่อทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะแวดล้อม หรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการพูดคุย สนทนาในชีวิตประจำวัน โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้น

รอบๆ ตัว และสุดท้ายต้องการสื่อสารเพื่อเสริมความคิดเห็น หรือ การสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement) และประการสุดท้าย คือ ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ และยังสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะประชากรของผู้รับสาร ของปรมะ สตะเวทิน (2533) ที่ว่า โดยปกติคนที่ต่างวัยกันมักมีความต้องการในสิ่งต่างๆแตกต่างกันและมีความสนใจในข่าวสารแตกต่างกันด้วย ดังนั้น อายุจึงเป็นตัวกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมการรับข่าวสาร และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังขัดแย้งกับงานวิจัยของวันเพ็ญ ปรีดิยาธร, ว่าที่พันตำรวจตรีหญิง (2543) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับทัศนคติและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ

ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะ โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับการอธิบายถึงความเชื่อหรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อใดๆ ของเรย์เบิร์น และปาร์มกรีน (1984) (จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร, 2542) ว่าสื่อชนิดนั้นๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่างผสมผสานกับการประเมินค่าทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ่นั้นเป็นตัวแปรที่สำคัญของแรงจูงใจ ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อ นั้นๆ และหากการบริโภคสื่อดังกล่าว ทำให้ได้รับความพึงพอใจ ผลนั้นก็ย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อ หรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการทำงานตามรูปแบบต่อไป ซึ่งในส่วนของความคาดหวังในการรับข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ตอบสนองความคาดหวังของตนเองเมื่อได้รับข่าวสารแล้ว โดยส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังที่จะสามารถตรวจสอบข่าวสาร และข้อมูลที่น่าสนใจว่ามีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือเพียงใดจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะมากที่สุด อาจเนื่องมาจากการที่ในช่วงระยะหลังสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสารธารณะถูกประชาชนส่วนใหญ่ชี้ว่ามีความลำเอียงในการเสนอข่าวสารทางการเมือง ประชาชนจึงมีความคาดหวังที่จะได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะสำคัญของข่าว (วันฉนิ ภูวทิศ, 2548) ที่ว่า ข่าวต้องเป็นรายงานที่อยู่บนความสุจริต และมีความถูกต้องครบถ้วน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดคุณสมบัติของข่าวที่ดีในเรื่องของความถูกต้องครบถ้วนของข่าวสาร (พิศิษฐ์ ชาวลาธวิษ และคณะ, 2539) ที่ว่า ข่าวที่ดีนั้น ควรได้รับการตรวจทานข้อเท็จจริงทุกประการอย่างถี่ถ้วน ไม่ว่าจะเป็นชื่อ คุณลักษณะของบุคคล สถานที่ในข่าว วัน เวลา ที่เกิดเหตุการณ์ และรายละเอียดอื่นๆ ของข่าวทั้งหมด เป็นต้น

ส่วนความคาดหวังที่จะได้รับข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอข่าวด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทันสมัยมากขึ้นต่อไปในอนาคต เช่น ภาพข่าวผ่านมือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นความคาดหวังในระดับน้อยที่สุด ซึ่งผลการวิจัยที่พบขัดแย้งกับหลักความเป็นจริงที่ว่า ช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เป็นอะไรอื่นไม่ได้ถ้าไม่ใช่โทรศัพท์มือถือ หรือแม้กระทั่งอินเทอร์เน็ตที่เป็นเครือข่ายทางการสื่อสารระหว่างบุคคล ระหว่างกลุ่ม และระหว่างสังคมในปัจจุบัน การส่งข่าวผ่านมือถือหรือส่งขึ้นอินเทอร์เน็ต ถือเป็นวิธีการที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชน ผู้ซึ่งเป็นผู้รับสาร เนื่องจากมีความรวดเร็วและเข้าถึงง่ายมากกว่าสื่อประเภทโทรทัศน์ หรือสื่อประเภทสิ่งพิมพ์อื่นๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของมณฑิรา อินคชสาร (2539) ที่ศึกษาเรื่องการอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ : ศึกษาเปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำและความพึงพอใจของผู้อ่าน พบว่า ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำข้อมูลได้ถูกต้องตามข้อเท็จจริงมากกว่าการอ่านจากหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังขัดแย้งกับงานวิจัยของโสภณ กัณหะเสน (2545) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ได้แก่ การใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ความสะดวกในการเปิดรับข้อมูลได้ง่ายซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในส่วนของลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ตามแนวคิดของโรเจอร์ (1986) (โสภณ กัณหะเสน, 2545) ที่กล่าวว่า การนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นมีลักษณะเฉพาะตัวและสามารถนำเสนอเนื้อหาต่างๆ ได้แก่ รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ การผสมผสานของสื่อ ความเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ และการใช้งานง่าย เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน แต่เพศไม่มีผลต่อความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งพบว่าเพศชายมีความคาดหวังสูงกว่าเพศหญิง ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังในเรื่องของปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความคาดหวังต่างกัน (สุนัดดา สุจริต, 2548) ที่กล่าวว่า เพศชายและหญิงมักตั้งความคาดหวังไว้แตกต่างกัน และยังขัดแย้งกับแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลัก (จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร, 2542) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระไม่เพียงแต่ที่จะเลือกพฤติกรรมต่างๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกันกับคนอื่น แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา พุทธิพงษ์ศิริ (2544) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีเพศที่

แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพรนภา แก้วฉาย (2539) ที่ศึกษาเรื่องความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและความพึงพอใจเพื่อสนับสนุนความคิดหรือเสริมย้ำความเชื่อ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดลักษณะประชากรของผู้รับสาร ในงานวิจัยของบุญจิระ พุทธิศรี (2541) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540 และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ว่า อายุ ของผู้รับสาร เป็นลักษณะหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม ซึ่งความคาดหวังถือว่าเป็นความคิดประการหนึ่งที่เป็นความรู้สึกลึกที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้จากการรับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะได้

ส่วนทางด้านการศึกษาและอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีและประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความคาดหวังมากที่สุด อาจเนื่องมาจากสื่อสาธารณะ ที่สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะถือเป็นสื่อสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้โดยที่มุ่งเน้นด้านการศึกษาเป็นหลัก (รายงานทีดีอาร์ไอ ฉบับที่ 47, 2551) เพราะฉะนั้น กลุ่มที่มีการศึกษาสูง และประกอบอาชีพที่มีต้องการความรู้ในด้านต่างๆ เพิ่มเติมอยู่เสมออย่างกลุ่มอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จึงคาดหวังข่าวสารที่จะได้รับจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะมากที่สุด สอดคล้องกับแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลัก (จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร, 2542) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระไม่เพียงแต่ที่จะเลือกพฤติกรรมต่างๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกันกับคนอื่น และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ของทีระ จิร โสภณ (2529) ที่ว่า ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมีมุมมองต่อโลก มีแนวคิด อุดมการณ์ และค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน

4. ลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะ

การเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะในระดับปานกลาง ซึ่งขัดแย้งกับการให้ความหมายของคำว่า การเปิดรับสื่อ ของชาร์ล เค อัทคิน ที่ให้ความหมายไว้ว่าเป็น บุคคลที่

เปิดรับข่าวสารมาก ยิ่งหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย (ศิริพร แจ่มอริยวงศ์, 2545) โดยส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะเป็นประจำทุกวัน อาจเนื่องมาจากประชาชนเริ่มมีการตื่นตัวกับข่าวสารมากขึ้น ปี 2551 เป็นปีที่มีเหตุการณ์มากมายเกิดขึ้น ซึ่งล้วนเป็นข่าวสารที่มีประเด็นน่าสนใจ ชวนให้ติดตาม อาทิ ข่าวสารเกี่ยวกับอดีตนายกรัฐมนตรี พล.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ข่าวสารเกี่ยวกับวิถีทางธรรมชาติ ข่าวสารทางการเมืองต่างๆ และข่าวสารที่เกี่ยวกับพันธมิตรเพื่อประชาชนและประชาธิปไตยเรียกร้องทางการเมือง รวมถึงข่าวสารทางราชสำนัก (การสิ้นพระชนม์ของพระพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนาฯ) เมื่อต้นปี 2551 ที่ผ่านมา อีกทั้งสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ถือเป็นทางเลือกใหม่ในการรับชมข่าวสารของประชาชน โดยการให้บริการโทรทัศน์แบบสาธารณะน่าจะเป็นทางเลือกให้กับผู้รับชมรายการให้ได้รับชมรายการที่ดี มีประโยชน์และสามารถสร้างเส้นทางต่อเนื่องไปสู่การพัฒนาคุณภาพของคนได้ โดยผ่านสื่อโทรทัศน์ซึ่งถือว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ในวงกว้างมากที่สุด เป็นทางเลือกให้กับผู้ชมที่ต้องการรับชมรายการที่ดี มีสาระมากกว่าที่จะมีเพียงสถานีโทรทัศน์ที่เน้นเพื่อความบันเทิงและให้บริการในเชิงพาณิชย์เป็นจำนวนมาก ดังนั้น จึงเป็นเหตุให้ประชาชนเปิดรับข่าวสารทุกวัน

ส่วนการเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 3 ชั่วโมง ประกอบกับให้ความสนใจบ้างในการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ซึ่งมีการเปิดรับข่าวสารในช่วงข่าวค่ำ (19.00-20.30 น.) มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนใช้ในการพักผ่อนหลังเลิกภารกิจประจำวัน อาทิ หลังเลิกงาน หลังเลิกเรียน เป็นต้น จึงถือเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนเปิดรับข่าวสารมากที่สุด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของลัดดา โปษยะพิสิษฐ์ (2544) ที่พบว่า การติดตามข่าวสารทางเศรษฐกิจในช่วงช่วงข่าวค่ำ (19.00-20.30 น.) ผู้ชมเกือบครึ่งหนึ่งเปิดรับข่าวสารทางเศรษฐกิจทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีมากที่สุด

ประชาชนที่ยังคงเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะอยู่ อาจเนื่องมาจากความศรัทธาในการนำเสนอข่าวและสาระความรู้ที่ได้รับจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (อดีตสถานีโทรทัศน์ไอทีวี) ก่อนที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะแปลงสภาพให้เป็นทีวีสาธารณะโดยตราพระราชบัญญัติจัดตั้ง “องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย” หรือ อ.ก.ส. ขึ้นเป็นหน่วยงานของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคลที่ไม่เป็นส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น (รายงานทีดีอาร์ไอ ฉบับที่ 47, 2551)

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ การศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันที่พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ สอดคล้องกับงานวิจัย

ของวนิดา เกียวกุล (2538) ที่ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกันจะมีการเปิดรับรายการโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ตัวแปรด้านการศึกษาที่พบว่าแตกต่างกัน สอดคล้องทฤษฎีในงานวิจัยของศิริณี อนุศิลาปะชาญม (2531) ที่ว่า การศึกษาของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกันออกไป ผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่ต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีมักได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวาง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารที่ดี แต่คนเหล่านี้จะเป็นคนไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ข้อมูลข่าวสารที่ไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งกับคนเหล่านี้ นอกจากนี้ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

ลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร สอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานว่า การที่ผู้รับสารแต่ละคนมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคมที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อทัศนคติ ความคาดหวัง ฯลฯ ของแต่ละบุคคล (สิริวิภา พันธุ์รุ่งลักษณ์, 2543) ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน จะช่วยตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง (ศรีศรีรินทร์ อากาศ, 2543) ซึ่งกระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา (สิริวิภา พันธุ์รุ่งลักษณ์, 2543) อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ของตัวกำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนของผู้รับสาร (วิไลพร จิตต์จุพานนท์, 2543) อันได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ทำให้เกิดความแตกต่างกันระหว่างการเปิดรับเนื้อหาของสารรวมทั้งการตอบสนองต่อเนื้อหาสารที่ได้รับอีกด้วย

ผลการวิจัยฉบับนี้พบว่าเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากกว่าเพศชาย อาจเนื่องมาจากว่าประชาชนที่เป็นเพศหญิงในปัจจุบันให้ความสนใจกับข่าวสารที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ มากกว่าในอดีต สอดคล้องกับแนวคิดความแตกต่างของเพศ ที่กล่าวว่าความแตกต่างของเพศทำให้นักลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพศหญิงจึงมีแนวโน้มและมีความต้องการรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ, 2544) แต่ขัดแย้งกับงานวิจัย

ของพรนภา แก้วลาย (2539) กล่าวว่า เพศชายมีแนวโน้มที่จะรับฟังมากกว่าเพศหญิง นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังขัดแย้งกับงานวิจัยของดวงกมล เกษมสวัสดิ์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองกับความคาดหวังภาพลักษณ์พรรคการเมืองของนักศึกษาปริญญาตรี พบว่า บุคคลที่มีการศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ ศาสนา เพศ ภูมิฐานะคล้ายคลึงกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารและความพึงพอใจในสื่อคล้ายคลึงกัน และประกอบกับสื่อมวลชนในปัจจุบันมีราคาถูกลง จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถครอบครองสื่อมวลชนได้ และทำให้กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชน (ชนิดสื่อมวลชน และระยะเวลาในการเปิดรับสื่อมวลชน) เหมือนๆ กัน

การศึกษาความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากทีวีไทย มีวิสาธารณะ และพบว่าการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา พุทธิพงษ์ศิริ (2544) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตจากสื่อต่างๆ แตกต่างกัน

ส่วนในผลการวิจัยทางด้านอาชีพ พบว่าอาชีพนักศึกษา หรือว่างงาน มีการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ อาจเนื่องมาจากกลุ่มอาชีพนักศึกษาหรือกลุ่มที่ว่างงาน มีเวลาในการเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ ที่ต้องประกอบอาชีพประจำวัน ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิศา โอฐกรรม (2547) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ว่า การเปิดรับรายการข่าวของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความแตกต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาดา เกียวกุล (2537) ที่ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวโทรทัศน์

ทั้งนี้ทั้งนั้น อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าขัดแย้งกับทฤษฎีในงานวิจัยของศิริภาณี อนุศิลป์ (2531) ที่ว่า โดยปกติแล้วคนที่ต่างวัยกันมักต้องการในสิ่งที่แตกต่างกัน และมีความสนใจในข่าวที่แตกต่างกันด้วย (ประมะ สตะเวทิน, 2533:113) ดังนั้น อายุจึงเป็นตัวกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่ต่างกัน และขัดแย้งกับแนวคิดลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร ในงานวิจัยของบุญจิระ พุทธิศรี ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540 และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (2541) ที่ระบุว่า อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนแตกต่างกันในเรื่อง

ความคิดและพฤติกรรม นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นตัวกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงจะน้อยลง นอกจากนี้แล้วคนที่มีความแตกต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่างๆแตกต่างกันตามไปด้วย

อีกทั้งยังขัดแย้งกับงานวิจัยของลัดดา จิตตคุตตานนท์ (2542) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารด้านการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในเขตภาคเหนือ พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่มีอายุแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุกระจายเสียงแตกต่างกัน แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจพร บรรณเจดิกิจ (2546) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และความต้องการอี-กอฟเวอร์เน้นท์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอี-กอฟเวอร์เน้นท์ไม่แตกต่างกัน แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา พุทธิพงษ์สิทธิ์ (2544) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตจากสื่อต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารกับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยทีวีสาธารณะ

ผลการวิจัยนี้สนับสนุนสมมติฐาน โดยพบว่าความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ประชาชนที่มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมาก ก็จะมี ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะมาก ส่วนประชาชนที่มีความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะน้อย ก็จะมี ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะน้อย ตามไปด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าหลังจากที่รับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแล้ว ประชาชนที่เป็นผู้รับสารเห็นว่าตรงกับความต้องการทั้งทางด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ ทำให้เกิดความคาดหวังต่อเนื้อหาข่าวสารและรูปแบบการนำเสนอที่มีความเป็นกลาง อีกทั้งคาดหวังที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข่าวสารได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการแสวงหาข่าวสารของแอดคิน (ปีทมา คงบุญ, 2543) ที่ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือความ

ต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร และความบันเทิง โดยความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคล ซึ่งอาจสืบเนื่องมาจาก ประการแรก การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องการระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ยังเป็นเรื่องสำคัญก็ยังมี ความอยากรู้มาก และประการที่สอง คือ การมองไม่เห็นความสอดคล้องต้องการระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด กล่าวโดยสรุปได้ว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารก็เพื่อจะสนองตอบความต้องการ โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อมวลชน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการให้คำอธิบายเกี่ยวกับความคาดหวัง โดยอีเวน (วิสา คำแฝง, 2543) ที่ได้ให้คำอธิบายไว้ว่า “ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ” และยังคงคล้ายคลึงกับความคาดหวัง คือ การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่หรือคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อ ก็คือความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ประโยชน์และพึงพอใจแก่ตน และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อ (อรณี ฝูงวรรณลักษณ์, 2538)

ความต้องการข่าวสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตมนุษย์ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม จึงจำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ถูกนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อในยามที่มนุษย์เกิดปัญหา เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งสำคัญต่อมนุษย์เพิ่มขึ้นเท่านั้น (ปัทมา คงบุญ, 2543) โดยความคาดหวังข่าวสารก็จะมากขึ้นตามไปด้วยเมื่อความต้องการข่าวสารมีมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งข่าวสารมีที่มาจากหลายแหล่งด้วยกันขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์เลือกที่จะรับข่าวสารนั้นๆ จากแหล่งใด สอดคล้องกับงานวิจัยของร้อยตรีหญิง นวพร ภักดีสงคราม ที่ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองบัญชาการกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจในการเปิดรับมาก

ข้อจำกัดของงานวิจัย

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง ทำให้ขาดการติดต่อระหว่างผู้วิจัยกับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง จึงไม่แน่ใจว่ากลุ่มตัวอย่างจะตอบแบบสอบถามอย่างตรงไปตรงมาหรือไม่ ซึ่งหากกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามแบบขาดการพิจารณาในการตอบแบบรอบคอบ อาจส่งผลต่อผลการวิจัยให้คลาดเคลื่อนได้

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อสำรวจความคาดหวังและความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะเท่านั้น จึงอาจทำให้การขยายผลของการวิจัยจำกัดอยู่เพียงเรื่องที่สอดคล้องกับงานวิจัยเท่านั้น

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์แบบ T-test โดยวิเคราะห์ตัวแปรที่เป็นเพศ ส่วนตัวแปรด้านอายุ การศึกษา และอาชีพ ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว โดยการวิเคราะห์แบบ One-way ANOVA ในประเด็นของการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวังข่าวสาร และความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขารณะเท่านั้น จึงอาจทำให้การขยายผลของการวิจัยออกมาในรูปแบบที่ไม่แตกต่างจากงานวิจัยอื่นๆ ซึ่งอาจส่งผลต่อผลการวิจัยที่ไม่หลากหลายจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่แตกต่างกันออกไปบ้าง

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีปัจจัย และโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขระณะอยู่มาก ผลการวิจัยจึงไม่สามารถนำไปใช้ในจังหวัดอื่นๆ ได้โดยตรง หากต้องการคำตอบที่แน่นอนสำหรับแต่ละจังหวัด จึงสมควรจะได้รับการศึกษาเปรียบเทียบในเรื่องเดียวกันกับประชาชนในพื้นที่อื่นๆ ต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางกำหนดเนื้อหาข่าวสารให้สอดคล้องกับความต้องการข่าวสารของผู้รับสารที่มีภูมิฐานะแตกต่างกันได้เป็นอย่างดี
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสถานีโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์เดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน เพื่อให้เห็นข้อเปรียบเทียบ เห็นถึงจุดดี จุดเสีย ข้อได้เปรียบ เสียเปรียบ เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบของเนื้อหาข่าวสารให้มีคุณภาพมากขึ้น ตรงตามความต้องการของผู้ชมมากขึ้น
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการข่าวสาร และความคาดหวังข่าวสารที่ได้รับจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาขระณะ ที่จัดเป็นสื่อสาธารณะแห่งแรกในประเทศไทย กับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ที่จัดเป็นสถานีโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ยกตัวอย่างเช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, และ NBT เพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการข่าวสารและความคาดหวังข่าวสารที่แท้จริงของผู้รับสารว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการข่าวสารและความคาดหวังข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

หนังสือ

กรรณิการ์ อัสวทรเดชา. (2550). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์. (2549). การเขียนเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดวงทิพย์ วรรณธุ์. (2532). ข่าวโทรทัศน์ : สภาพแวดล้อมไทย วิธีการแพร่กระจาย และการรับรู้. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุจเดือน พันธมนาวิน. (2549). หลักและวิธีการประมวลเอกสารเพื่อความเป็นเลิศในการวิจัยทางจิตพฤติกรรมศาสตร์. ตำราขั้นสูงทางระเบียบวิธีวิทยาการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ. ที. พรินติ้ง จำกัด.

ปรมะ สตะเวทิน. (2539). การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์.

ปรมะ สตะเวทิน. (2540). หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์.

ประทุม ฤกษ์กลาง. (2550). ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2541). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ลาดกระบัง.

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. (2536). การสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. รวมบทคัดย่อวิทยานิพนธ์. 374-376. (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

พิศิษฐ์ ชาวลาวัช และคณะ. (2539). การรายงานข่าวชั้นสูง. กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า.

พีระ จิร โสภณ. (2540). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

พีระ จิร โสภณ. (2540). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

เพ็ญแข แสงแก้ว. (2545). การวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันฉวี ภูวทิศ. (2548). การสื่อสารและการเขียนข่าว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์ไทย. (2550). ประสบการณ์และบทเรียนโทรทัศน์สาธารณะ ทำอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.).

สมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์ไทย. (2550). รายงานประจำปี 2550 ฉบับนักข่าวทีวีพันธุ์ใหม่. กรุงเทพมหานคร.

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ. (2543). หลักการสื่อสาร (เอกสารประกอบการสอน). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

บทความ

เชียรชัย อิศรเดช. (2549). สื่อทางเลือก : ข้อสังเกตในด้านการศึกษาสื่อ. นิตยสารศิลปวัฒนธรรม. 10. 1, 123-135.

พิรงรอง รามสูต วัฒนันท์. (2549). การสื่อสารสาธารณะกับความเคลื่อนไหวทางสังคมและวัฒนธรรม. วารสารนิเทศศาสตร์. 24. 1, 19-48.

อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2549). ก้าวข้างหน้าของการรู้เท่าทันสื่อของไทย. นิตยสารศิลปวัฒนธรรม. 10. 1, 111-121.

วิทยานิพนธ์

กมลลา สีนุสุวรรณ. (2544). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้ผลิตละครโทรทัศน์ของบริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่นส์ จำกัด และ บริษัท เอ็กแซกท์ จำกัด.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร. (2542). ทักษะการสื่อสาร ความคาดหวัง และการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังจากการฟังรายการเนชั่น จูเนียร์ อินเทอร์เน็ตแอฟทิฟ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฑามาส กิรติกสิกร. (2542). รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่นกับการใช้ประโยชน์จาก

สื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชิบ จิตนิม. (2534). ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- โชติหทัย นพวงศ์. (2542). การติดตามข่าวสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของพนักงานเครือข่ายในประเทศไทยในช่วงการปรับโครงสร้างธุรกิจ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงกมล เกษมสวัสดิ์. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองกับความคาดหวังภาพลักษณ์พรรคการเมืองของนักศึกษาปริญญาตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ต้องจิตต์ สุวรรณสร. (2543). ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล มังคลิกุล. (2534). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และประชาชนกับความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอคำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทิดา โอฐกรรม. (2547). การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิลบล ใจอ่อนนุ่ม. (2543). การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเกียรติ ลวิตพิชวงค์. (2546). การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อวารสารภายใน (ไทยนิวส์) ของตัวแทนประกันชีวิตบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- เบญจพร บรรณเจดิกิจ. (2546). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และความต้องการอี-กอฟเวอร์นิ่ง เว็บไซต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปีพมา คงบุญ. (2543). การเปิดรับ ทักษะคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยนุช สิงห์กันต์. (2544). การเปิดรับ ทักษะคติ และความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครต่อสื่อได้เรีคเมล์ของห้างสรรพสินค้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรนภา แก้วลาย. (2539). ความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของ สถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรรณิ ตรีรัตนประยูร. (2537). อัตมโนทัศน์และความคาดหวังที่มีต่อครอบครัวของผู้ต้องขังวัยหนุ่ม ก่อนพ้นโทษ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทริยา ปรีชามารถ. (2542). พฤติกรรมการรับชม และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มธุกร กิตติวัชรพงศ์. (2548). ความตระหนักรู้ ทักษะคติและความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการณรงค์เพื่อครอบครัว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- มลลนา นาคมณี. (2546). กลุ่มต่อต้านการแทรกแซงการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีและ
อุดมการณ์ของวิชาชีพนักข่าวโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนา สมบัติวิวัฒน์. (2540). การศึกษาเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจการเปิดรับ
โทรทัศน์ประเภทรับชมฟรีกับประเภทเสียค่าใช้จ่าย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ร้อยตรีหญิง นวพร ภัคดีสงคราม. (2547). ความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายใน
กองบัญชาการกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เรืออากาศตรีหญิง นวพร ภัคดีสงคราม. (2547). ความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสาร
ภายในกองบัญชาการกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลัดดา จิตตคุตตานนท์ . (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์
จากข่าวสารด้านการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในเขตภาคเหนือ. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดา โปษยะพิสิษฐ์. (2544). ความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจที่ได้รับจาก
สื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะ
นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรรณวิสา คำแฝง. (2543). การรับรู้ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการยอมรับของประชาชนต่อ
การปฏิบัติงานของนักพัฒนาชุมชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วันเพ็ญ ปรีดิยาธร, ว่าที่พันตำรวจตรีหญิง. (2543). การเปิดรับทัศนคติและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาสนา พงษ์พิงศ์สิทธิ์. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิดา เกียวกุล. (2538). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิสุทธิ มั่งมี. (2549). กระบวนการผลิตข่าวภัยพิบัติทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ศึกษากรณี ภัยพิบัติสึนามิ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไลพร จิตต์จุฬานนท์. (2543). การเปิดรับ ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย (SchoolNET) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร แจ็งอริวงศ์. (2545). การเปิดรับข่าวสาร แรงจูงใจและความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีศรีรินทร์ อากาศ. (2543). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการ “ถอดรหัส” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ศุภนาถ บัวบางพลู. (2546). พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายวิบูลย์โภคภัณฑ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธนิภา ศรีไสย์. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และความต้องการออกนอกระบบราชการของอาจารย์มหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธิพันธ์ ศิวพิทักษ์. (2539). การศึกษาเปรียบเทียบการเสนอข่าวการเมืองภายในประเทศช่วงเวลาข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุภาพงษ์ ระรวยทรง. (2534). พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ และทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาพันธุ์ บุญนาค. (2546). พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิริวิภา พันธุ์รุ่งลักษณะ. (2543). การเปิดรับ ทักษะ และความต้องการของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรณี ฝูงวรรณลักษณะ. (2538). การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุษา โหราเรือง. (2540). การเปิดรับข่าวสารการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษา
ระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารอื่นๆ

กาญจนา เบญจมาภรณ์. (2551). “โทรทัศน์สาธารณะ” พันกิจส่องสว่างสังคม. คอลัมน์เวที
นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร : แผนงานพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิต
ที่ดี มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ (มสช.) สนับสนุน โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
สร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2550). การจัดตั้งทีวีสาธารณะในประเทศไทย. รายงานທີดี
อาร์ไอ ฉบับที่ 47 เดือนมิถุนายน 2550. กรุงเทพมหานคร.

สมชัย สุวรรณบรรณ. (2550). สื่อสาธารณะสร้างสังคมคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร.

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2550). การศึกษาความเป็นไปได้และแนวทางการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์
สำหรับเด็กและครอบครัว. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัย
เพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

เอกสารจาก Internet

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (Copyright 2550). “ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร”.
สืบค้นวันที่ 14 สิงหาคม 2551 จาก <http://www.dola.go.th>.

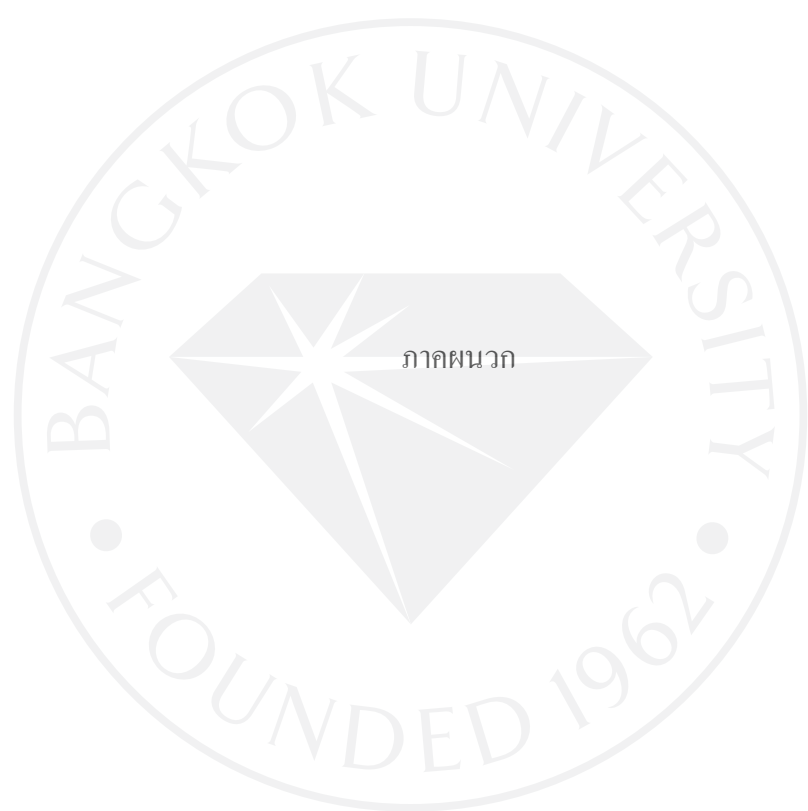
ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. (2550). สื่อสาธารณะ : แนวคิด ประสพการณ์
และความเป็นไปได้ในประเทศไทย. สืบค้นวันที่ 14 สิงหาคม 2551 จาก
<http://www.tpbs.co.th>.

นักวิชาการนิเทศศาสตร์ ร่วมกับคณะวิทยาการจัดการ ม.ราชภัฏสวนสุนันทา. (2551). สรุปการเสวนาวิชาการ “การเสนอข่าวอย่างไรในโทรทัศน์สาธารณะ ให้ตอบโจทย์สังคมไทย”. สืบค้นวันที่ 5 กันยายน 2551 จาก <http://www.friendtv.org/content/ConclusionSuanSunantha.html>.

ราชกิจจานุเบกษา. (2551). พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551. สืบค้นวันที่ 17 กันยายน 2551 จาก <http://th.wikipedia.org/wiki>.

สุกัญญา กลางณรงค์. (2551). บทความพิเศษ-โทรทัศน์สาธารณะในยุคพลังประชาชน. สืบค้นวันที่ 17 กันยายน 2551 จาก <http://www.komchadluek.net>.

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2550). สื่อโทรทัศน์สาธารณะ. มติชนรายวัน. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2551 จาก http://news.sanook.com/scoop/scoop_119736.php.



แบบสอบถาม

เรื่อง

ความคาดหวัง และความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะ
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท
คณะนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จึงขอความกรุณาท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุก
ท่านตอบคำถามทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและเพื่อประโยชน์ในการทำวิจัยต่อไป

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่างหน้าข้อความต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.เพศ () ชาย () หญิง
- 2.อายุ () 21-30 ปี () 31-40 ปี
 () 41-50 ปี () 51-60 ปี () 60 ปีขึ้นไป
- 3.ระดับการศึกษา
- () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษา
- () ปวช. () ปวส./อนุปริญญา
- () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี
- 4.อาชีพ
- () รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- () พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง
- () เจ้าของกิจการ / ค้าขาย
- () รับจ้างทั่วไป
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ

5. ท่านรับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะบ่อยครั้งเพียงใดใน 1 สัปดาห์

- () 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ () 3 – 4 วันต่อสัปดาห์
() 5 – 6 วันต่อสัปดาห์ () ทุกวัน

6. ท่านใช้เวลาในการชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ ในแต่ละครั้งเป็นเวลานานเท่าใด

- () น้อยกว่า 3 ชั่วโมง () 3 – 5 ชั่วโมง
() 5 – 8 ชั่วโมง () 8 – 10 ชั่วโมง
() 10 ชั่วโมงขึ้นไป

7. ท่านสนใจเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะมากน้อยเพียงใด (วงกลมคะแนนที่ท่านให้ความสนใจ)



8. ท่านติดตามข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะในช่วงข่าวใดมากที่สุด

- () ช่วงข่าวเช้า (06.00 – 08.00 น.)
() ช่วงข่าวเที่ยง (12.00 – 13.30 น.)
() ช่วงข่าวค่ำ (19.00 – 20.30 น.)
() ช่วงข่าวดึก (23.30 – 00.00 น.)

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะ

9. ท่านคาดหวังในการรับรู้ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วิสาธารณะต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

รูปแบบของข่าวสารที่คาดหวัง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. คาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย สดใหม่ ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว Update ตลอดเวลา (24 ชั่วโมง)					
2. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่มี ความหลากหลายทั้งข่าวในประเทศ , ต่างประเทศทั่วโลก					
3. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ช่วย เพิ่มพูนความรู้ทั่วไป เช่น ด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม สารคดี บทความ บันเทิง เป็น ต้น					
4. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ช่วย เพิ่มพูนความรู้ในด้านเทคโนโลยีโดยรวม					
5. คาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสาร เพื่อช่วย ในการตัดสินใจในสถานการณ์ประจำวัน มากกว่าสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ในเวลา เดียวกัน					
6. คาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มากกว่าสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ในเวลาเดียวกัน					
7. คาดหวังจะสามารถตรวจสอบข่าวสาร ข้อมูลที่สนใจ ว่ามีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ เพียงใด					
8. คาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ต่าง ๆ เพื่อสามารถไปสนทนากับผู้อื่นใน สังคมไทย					

รูปแบบของข่าวสารที่คาดหวัง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9. ได้รับข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอข่าวด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทันสมัยมากขึ้นต่อไปในอนาคต เช่น ภาพข่าวผ่านมือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
10. คาดหวังว่าข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีความแตกต่าง และเพิ่มเนื้อหาสาระมากกว่าจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ					
11. คาดหวังว่าจะได้รับการผ่อนคลาย และไม่เครียด					
12. คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ให้ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน					

ส่วนที่ 4 ความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะ

10. ท่านต้องการรับรู้ข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสธารณะต่อไปนี้น้อยเพียงใด

เนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการจะทราบ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.การศึกษา					
2.การเมือง					
3. เศรษฐกิจ/ธุรกิจการค้า/การเงิน/การธนาคาร					
4. ความบันเทิง/ท่องเที่ยว/กีฬา					
5. สิ่งแวดล้อม					
6. ความรู้ทั่วไป					
7. สมัครงาน/ส่งเสริมอาชีพ					
8. เทคโนโลยี/คอมพิวเตอร์/ไอที/อินเทอร์เน็ต					
9. สังคม/ศิลปวัฒนธรรม					
10. ต่างประเทศ					
11. กฎหมาย					

เนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการจะทราบ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. สุขภาพอนามัย/การแพทย์					
13. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

11. ท่านต้องการให้สถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธณะนำเสนอข่าวสารในรูปแบบใดบ้าง

รูปแบบของข่าวสารที่ต้องการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รายงานข่าว สถานการณ์ทั่วไป					
2. วิเคราะห์ข่าวแบบเจาะลึก					
3. บทความเชิงสารคดี					
4. ข่าวสารสอดแทรกด้วยความบันเทิง					
5. สัมภาษณ์นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้าน ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม					
6. รายการประเภทสารคดีเชิงข่าว					
7. เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมแสดง ความคิดเห็น เช่น โทรศัพท์เข้าไปในรายการ					
8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม