

การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
เพื่อสนองต่อความต้องการข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



นางสาวรจนา ไชยนิรันดร์กุล

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-334-967-7

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

T19195069

BROADCASTING MEDIA USE TO FULFILL
SURVEILLANCE NEED OF CHULALONGKORN UNIVERSITY STUDENTS



MISS ROCHANA CHAINIRUNKUL

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic year 1999

ISBN 974-334-967-7

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อสนองตอบความต้องการ
ข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดย นางสาวรจนา ไชยนิรันดร์กุล

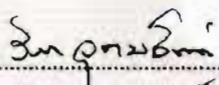
ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

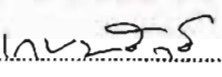

..... คณะบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ วิภา อุดมฉันท)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)


..... กรรมการ
(อาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษมศักดิ์ ภูมิศรีแก้ว)

รจนา ไชยนิรันดร์กุล : การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อสนองตอบความต้องการ-
ข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (BROADCASTING MEDIA USE TO FULFILL
SURVEILLANCE NEED OF CHULALONGKORN UNIVERSITY STUDENTS)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผ.ศ. ขวัญเรือน กิติวิวัฒน์, 92 หน้า. ISBN 974-334-967-7

วัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้คือ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและแบบแผนการเปิดรับข่าวสาร รวมไปถึง
การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัว
อย่างนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ สาขาวิชาและบุคลิกภาพ จำนวนทั้งสิ้น 408 คน ผลการศึกษา
เป็นดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ปรากฏว่าจำนวนเวลาในการเปิดรับวิทยุกระจายเสียง
ของนิสิตกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละวันประมาณ 1-2 ชั่วโมง ซึ่งเวลาที่ใช้เปิดรับเฉพาะเนื้อหาข่าวสารประมาณวันละ
ครึ่งชั่วโมง สำหรับช่วงเวลาที่สะดวกในการเปิดรับฟังนั้นคือ ช่วงเวลาการถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุกระจาย
เสียงแห่งประเทศไทยในช่วงเช้าและช่วงค่ำ โดยกลุ่มนิสิตส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับฟังเฉพาะช่วงการรายงานหัว
ข้อข่าวสำคัญ นอกจากนี้กลุ่มนิสิตยังนิยมเปิดรับฟังข่าวจากสถานีประเภทรูปแบบข่าวและเพลง

ส่วนการเปิดรับชมโทรทัศน์ใช้เวลาประมาณวันละ 3-4 ชั่วโมง โดยการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารประมาณ
วันละ 1 ชั่วโมง สถานีโทรทัศน์ที่นิสิตมีความนิยมในการเปิดรับข่าวสารคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ไอทีวี และ
ช่อง 7

2. คุณลักษณะทางด้านเพศ สาขาวิชา ตลอดจนบุคลิกภาพของนิสิตกลุ่มตัวอย่างไม่มีความแตกต่างอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือทุกกลุ่มตัวแปรให้ค่าน้ำหนักเฉลี่ยในระดับสูงใกล้เคียงกันเกี่ยวกับการมองเห็นความ
สำคัญและคุณค่าในการเปิดรับข่าวสาร อย่างไรก็ตาม ความชื่นชอบที่มีต่อเนื้อหาข่าวสารและการมองเห็น
ประโยชน์ของการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองตอบความต้องการนั้นจะมีความแตกต่างตามคุณ-ลักษณะ
ด้านเพศ สาขาวิชา และบุคลิกภาพ
3. ลักษณะความสนใจและความชื่นชอบที่นิสิตมีต่อเนื้อหาข่าวสารประเภทต่าง ๆ นั้น เกิดจากความคาดหวังเพื่อนำ
ไปใช้ในการตอบสนองความต้องการที่สำคัญ 3 ประการคือ สนองตอบความต้องการด้านการตระหนักรู้
(Cognitive needs) เพื่อให้ทันโลกทันเหตุการณ์ ประการที่สองคือ สนองความต้องการด้านการสร้างอัตลักษณ์
ของตนเอง (Personal identity) เพื่อการพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับสถานภาพและบทบาททางสังคม ส่วน
ประการสุดท้ายคือ สนองตอบความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อน
หย่อนใจ

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2542

ลายมือชื่อนิสิต Rachana C.
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา Prof. Khwanruen Kitivithorn
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม _____

##4185135328 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD : USES AND GRATIFICATIONS/SURVEILLANCE/BROADCASTING

ROCHANA CHAINIRUNKUL : BROADCASTING MEDIA USE TO FULFILL
SURVEILLANCE NEED OF CHULALONGKORN UNIVERSITY

THESIS ADVISOR: ASST. PROF. KWANREUN KITTIWAT, 92 PP. ISBN 974-334-967-7

The objectives of this thesis are to study the behavior and pattern of news media use including uses and gratifications. The research methodology is survey research by using questionnaire in gathering data. Groups of sample are drawn from Chulalongkorn university students which are classified by gender, subject disciplines and personality types. Total of sample are 408 persons. The research outcomes are as follows :-

1. The quantity of time using by respondents in listening to radio is 1-2 hours a day and spending about half an hour attend to radio news program. The convenience of time in listening to news program from Radio Thailand Station is in the morning and evening program in which most of them only pay attention to headline news. Moreover, Respondents prefer to attend news program from news and music format stations.

About the quantity of time using in watching television is 3-4 hours a day and spending about half an hour attend to television news program from channel 3, ITV, and channel 7 respectively.

2. The characteristics of respondents which are classified by gender, subject disciplines and personality types show the same of high degree that are agreeable to the opinion about media news exposure is important in today living by indicating no significant difference in weight value given. However, there are different in news content preference set among the difference characteristics of respondents.
3. The news content preference set occurring from the expectation of media news exposure to fulfill 3 major needs which are cognitive needs ; to get oriented about events in different parts of environment. The second is personal identity ; to gain self knowledge and finding model of behavior to support social role. The last is entertainment ; to be relax and having pleasure.

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2542

ลายมือชื่อนิสิต Rochana C.
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา Prasit
ลายมืออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม _____



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ รองศาสตราจารย์-
วิภา อุตมฉันทน์ ประธานกรรมการ อาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว กรรมการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ช่วย-
ศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็น
ต่างๆในการวิจัยมาด้วยดีตลอด

นอกจากนี้ข้าพเจ้ายังต้องขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษมศักดิ์ ภูมิศรีแก้ว
อาจารย์ประจำคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือ จน
ข้าพเจ้าสามารถจัดทำวิทยานิพนธ์โดยสำเร็จได้ด้วยดี และเนื่องจากทุนการวิจัยครั้งนี้บางส่วนได้รับมา
จากทุนอุดหนุนการวิจัยของของ “กองทุนประดิษฐ์-กัลย์จากถก” จึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ ซึ่งคอยห่วงใย ให้กำลังใจ และ
สนับสนุนข้าพเจ้าในด้านการศึกษามาโดยตลอด ข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณ คุณจิรศักดิ์ จิระวัฒนาศักดิ์
คุณสมคิด ยิวเฉลิมชัย และ น้อง ๆ ของข้าพเจ้า ที่คอยเป็นกำลังใจและช่วยเหลืออย่างดียิ่งตลอดการ
วิจัยนี้ รวมถึงน้อง ๆ นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกคนที่สละเวลาช่วยตอบแบบสอบถาม และ
เพื่อนๆของข้าพเจ้าทุกคนที่คอยให้กำลังใจ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ณ
บทที่	
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหำนำการวิจัย	8
วัตถุประสงค์การวิจัย	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกใช้สื่อของ-	
ผู้รับสารสื่อมวลชน.....	12
แบบจำลองเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ.....	13
ทฤษฎีบุคลิกภาพ.....	16
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	20

สารบัญ (ต่อ)

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจด้าน	
การตระหนักรู้และด้านอารมณ์ที่ได้รับจากสื่อ	24
ทฤษฎีการคาดหวังและการกำหนดคุณค่าความพึงพอใจ	
ที่ได้รับจากสื่อ	26
3. ระเบียบวิธีวิจัย	31
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
การพัฒนาและทดสอบเครื่องมือ	32
การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
การวิเคราะห์ข้อมูล	33
การนำเสนอข้อมูล	34
ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล	34
4. ผลการวิจัย	35
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	69
รายการอ้างอิง	76
ภาคผนวก	80
ประวัติผู้เขียน	92

สารบัญตาราง

ตารางที่

1. จำนวนความถี่และร้อยละของคะแนนบุคลิกภาพ	36
2. จำนวนและร้อยละของปริมาณเวลาในการรับฟังวิทยุในแต่ละวัน	37
3. จำนวนและร้อยละของความถี่ในการรับฟังวิทยุที่ปฏิบัติเป็นประจำ	38
4. ลำดับของปริมาณความถี่ของสถานที่ในการฟังวิทยุในแต่ละวัน	40
5. จำนวนและร้อยละของปริมาณเวลาในการชมโทรทัศน์ในแต่ละวัน	41
6. จำนวนและร้อยละของความถี่ในการรับชมโทรทัศน์ที่ปฏิบัติเป็นประจำ	42
7. ลำดับของปริมาณความถี่ของสถานที่ในการชมโทรทัศน์ในแต่ละวัน	43
8. จำนวนและร้อยละของปริมาณเวลาในการรับฟังข่าวสารทาง วิทยุในแต่ละวัน	44
9. ลำดับของปริมาณความถี่ของช่วงเวลาในการรับฟังรายการข่าว ภาคบังคับจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	45
10. ลำดับของปริมาณความถี่ในการติดตามเนื้อหาข่าวสารจากรายการ ข่าวภาคบังคับจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	46
11. ลำดับของปริมาณความถี่ในการติดตามเนื้อหาข่าวสารจากสถานี ประเภทรูปแบบเฉพาะด้าน	47
12. ลำดับของปริมาณความถี่ในการติดตามรับฟังรายการวิเคราะห์- เจาะลึกสถานข่าว	48
13. จำนวนและร้อยละของปริมาณเวลาในการรับชมรายการข่าว ทางโทรทัศน์ในแต่ละวัน	49
14. ลำดับของปริมาณความถี่ในการติดตามรับชมข่าวสารทาง โทรทัศน์	50
15. การทดสอบความแตกต่างของน้ำหนักค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น ต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ระหว่างนิสิตผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศ	52
16. การวิเคราะห์ความแปรปรวนของน้ำหนักค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น ต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ระหว่างสาขาวิชา	54
17. การทดสอบความแตกต่างของน้ำหนักค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น ต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ระหว่างกลุ่ม Extroverts และ Introverts	55
18. ค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนนความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามเพศ	57
19. ค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนนความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามสาขาวิชา.....	59
20. ค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนนความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามลักษณะทางบุคลิกภาพ.....	61
21. ค่าเฉลี่ยน้ำหนักในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองตอบ ความต้องการข่าวสาร จำแนกตามเพศ.....	63
22. ค่าเฉลี่ยน้ำหนักในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองตอบ ความต้องการข่าวสาร จำแนกตามสาขาวิชา.....	65
23. ค่าเฉลี่ยน้ำหนักในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองตอบ ความต้องการข่าวสาร จำแนกตามลักษณะทางบุคลิกภาพ	67

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากวันนี้ เรากำลังเข้าสู่สหัสวรรษใหม่ ผู้คนเกือบทั่วทุกมุมโลกต่างพากันปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงอย่างหลากหลายโดยเฉพาะในเรื่องความฉับไวของเทคโนโลยีข่าวสารสนเทศ (Information Technology) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ โลกสมัยใหม่กำลังเคลื่อนเข้าสู่ยุคสมัยแห่งสังคมข่าวสาร (Information society) โดยมีกระบวนการโลกาภิวัตน์เป็นแรงผลักดันสังคมโลกนั้นกำลังก้าวเข้าสู่ระบบโลกโดยไม่มีเงื่อนไขแห่งเวลาและระยะทางอีกต่อไป ซึ่งพบว่าพัฒนาการใด ๆ ในบริบทของสังคมข่าวสารข้อมูล ได้ผูกพันเชื่อมโยงกับพัฒนาการของเทคโนโลยี เช่นดาวเทียมสื่อสาร เครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือทางด่วนข้อมูล ในขณะที่เดียวกัน หลายคนเริ่มตระหนักว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในมุมหนึ่งของโลกอาจจะส่งผลกระทบต่อตนไม่มากนัก ดั่งเห็นได้จาก สภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจและสังคมโลกที่เราต่างเผชิญอยู่ หลายคนเริ่มมีความระมัดระวังในการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆมากขึ้น รวมถึงมีความต้องการในการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นความตระหนักรู้เท่าทันสถานการณ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการวางมาตรการเพื่อรองรับและแก้ไขสถานการณ์ให้ดีขึ้น ทำให้ข่าวสารข้อมูลได้กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิต โดยบางครั้งพฤติกรรมของคนเราได้อุบัติกำหนดโดยข้อมูลข่าวสารทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

ในฐานะที่สื่อมวลชนเป็นช่องทางหนึ่งในการเสนอข่าวสารข้อมูล พบว่าการขยายตัวของสื่อเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตามสภาวะแห่งยุคสมัยนี้ โดยที่ช่องทางของสื่อมีให้เลือกหลากหลายมากขึ้น หรือที่เรียกว่ามีลักษณะเป็น Multi-Channels นอกจากนี้ยังพบว่า สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันและประชาสัมพันธ์ตนเองกันมากขึ้น เพื่อให้เป็นที่รู้จักของประชาชนโดยทั่วกัน โดยมีทั้งการนำเสนอรูปแบบรายการใหม่ๆ การพัฒนาในด้านเนื้อหาสาระ และการปรับปรุงผังเวลาของรายการเพื่อเอื้ออำนวยต่อการเปิดรับให้มากยิ่งขึ้น ปรากฏการณ์เหล่านี้แสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชนยังได้แสดงบทบาทของการเป็นสถาบันทางสังคมที่มีภาระรับผิดชอบต่อสังคม ในการเป็นสื่อกลางเพื่อบอกเล่าถึงเหตุการณ์สำคัญต่างๆที่เกิดขึ้น ทั้งในการรวบรวมข่าวสาร การเผยแพร่ความเคลื่อนไหวต่างๆ ให้สังคมได้รับทราบ อีกทั้งยังเป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อเหตุการณ์ใดๆ ซึ่งการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในลักษณะนี้ เปรียบเสมือนเป็นกระจกสะท้อนมติของมหาชน ที่เกี่ยวกับประเด็นเรื่องการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อให้ได้รับการแก้ไขจากมหาชน ทำให้สังคมสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยความสันติ

ในด้านอิทธิพลของวิทยุ นั้น พบว่ามีการใช้สื่อวิทยุอย่างมากเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ในระหว่างเดินทางท่ามกลางการจราจรที่ติดขัดในปัจจุบัน มีการเสนอสารานุกรมเกี่ยวกับเรื่องราว ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย อาหาร การเลือกซื้อและเลือกใช้เครื่อง อุปโภคบริโภคอย่างฉลาด การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจราจรตามเส้นทางต่างๆ หรือการแจ้งความ เรื่องของหาย ของที่เก็บได้ หรือการขอความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ที่ถูกเงิน เป็นต้น ในขณะที่ เดียวกัน เด็กวัยรุ่นนิยมโทรศัพท์ขอเพลงตามรายการวิทยุที่จัดโดยนักจัดรายการที่ตนพอใจ โดย มากเป็นนักร้องวัยรุ่นที่กำลังอยู่ในความนิยม และสามารถสื่อสารไปในทิศทางเดียวกับวัยรุ่นได้ (พรพิมล เจียมมนาครินทร์, 2539)

ตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา วงการวิทยุในกรุงเทพมหานคร มีความเคลื่อนไหวตื่นตัวที่ เริ่มปรากฏแนวโน้มความสนใจในการเพิ่มสัดส่วนขยายเวลาออกอากาศ “รายการข่าว” กันมากขึ้น (วรพล พรหมกบุตร, 2538:74) ความเคลื่อนไหวดังกล่าวผลักดันอย่างรวดเร็วให้สถานีวิทยุเอฟ เอ็มของกรุงเทพฯ หลายสถานีต่างปรับตัวเพื่อเข้าสู่การเป็น “สถานีวิทยุข่าวสาร” (News Station) โดยมีรูปแบบหลักเป็นการรายงานข่าว ความเคลื่อนไหวต่างๆ เช่น ข่าวจราจร ข่าวสังคม ข่าว เศรษฐกิจการเมือง รวมทั้งการวิเคราะห์วิจารณ์หรือแลกเปลี่ยนอภิปรายความคิดเห็นซึ่งกันและ กันผ่านสื่อวิทยุ โดยที่ขณะนี้ มีสถานีวิทยุข่าวสารเกิดขึ้นไม่ต่ำกว่า 6 สถานี ได้แก่

1. สถานีวิทยุกรมการพลังงานทหาร (วพท.) สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม 90.5 เมกะ เฮิร์ตซ์ “คลื่นข่าวธุรกิจ” ดำเนินการโดยเครือเนชั่น
2. สถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดน (รด.) สังกัดกองทัพบก 96.0 เมกะเฮิร์ตซ์ “วิทยุชุมชน” ดำเนินการโดยสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น
3. สถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. สังกัด อ.ส.ม.ท. 96.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “บิสซิเนส เรดิโอ” ดำเนินการโดยสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น
4. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ 97.0 เมกะเฮิร์ตซ์ “นิวส์สเตชัน” ดำเนินการโดยบริษัททรินิตี้ เรดิโอ
5. สถานีวิทยุกองบัญชาการทหารสูงสุด สังกัดกองบัญชาการทหารสูงสุด 101.0 เมกะเฮิร์ตซ์ “นิวส์แอนด์ทอล์ค” ดำเนินการโดยเครือมีเดียพลัส
6. สถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. สังกัด อ.ส.ม.ท. 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “คลื่นข่าว อ.ส.ม.ท.” ดำเนินการโดย อ.ส.ม.ท.

นอกจากนี้ ยังมีสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ 92.5 เมกะเฮิร์ตซ์ สถานีวิทยุ จส. 100 สังกัดกองทัพบก “คลื่นข่าวจราจร” โดยที่สถานีข่าวสารที่กล่าว มาทั้งหมดนั้นเป็นรายการที่มีแต่ข่าวสาร และ การพูดคุย หรือการวิเคราะห์เจาะลึกในประเด็น ต่างๆ แต่ก็มีบางสถานีที่กำลังจะเข้าสู่สถานีข่าวสารอย่างเต็มรูปแบบ แต่ยังคงมีการสลับกับการ จัดรายการเพลงด้วย เช่น สถานีวิทยุแห่งประเทศไทยกรมประชาสัมพันธ์ 97.0 เมกะเฮิร์ตซ์

กระแสด้านพัฒนาในสถานีวิทยุข่าวสารได้กระตุ้นให้ “สถานีเพลง” ทุกแห่งในเขต- กรุงเทพฯฯ หันมาพิจารณาความสำคัญของการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวประจำวันสู่กลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายของตนมากขึ้น การเพิ่มสัดส่วนเวลาในการรายงานข่าวกลายเป็นปัจจัยจำเป็นสำหรับ สถานีเหล่านี้ ส่งผลทำให้กลายเป็นคลื่นบันเทิงบวกระ โดยมีการเสนอข่าวแทรกเป็นช่วง ๆ คือ ข่าวต้นชั่วโมง นอกเหนือจากข่าวภาคปกติของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานี เพลงเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเสนอเพลง รายงานข่าว สารคดีสั้น เกมหรือตอบปัญหาชิงรางวัล การ สัมภาษณ์หรือการสนทนาทางโทรศัพท์ ซึ่งพบว่าในปัจจุบันมีผู้ผลิตหรือบริษัทที่เข้ามาบริหารคลื่น ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น อยู่หลัก ๆ คือ

1. บริษัท เอ โทมัส มีเดีย มีคลื่นภายใต้การบริหาร 4 คลื่น ได้แก่
 - สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ “เรดิโอ โน ฟล๊อบเบิ้ลิม”
 - สถานีวิทยุกระจายเสียงยานเกราะ สังกัดกองทัพบก 91.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “ฮีดเวฟ”
 - สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ 93.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “เรดิโอ โวด แซทเทิลไลท์”
 - สถานีวิทยุกระจายเสียง 1 ปณ. สังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข 106.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “กรีนเวฟ”
2. บริษัท อาร์ เอส โปรโมชัน มีคลื่นภายใต้การบริหาร 2 คลื่น ได้แก่
 - สถานีวิทยุกระจายเสียง สทร. 2 สังกัดกองทัพเรือ 88.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “Z เจเนอเรชั่น”
 - สถานีวิทยุกระจายเสียง พล.1 รอ. สังกัดกองทัพบก 98.0 เมกะเฮิร์ตซ์ “ชาร์จ เอฟ เอ็ม”
3. บริษัท ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น มีคลื่นภายใต้การบริหาร 4 คลื่น ได้แก่
 - สถานีวิทยุศูนย์กลางทหารม้ายานเกราะ สังกัดกองทัพบก 89.0 เมกะเฮิร์ตซ์ “แพชั่น เรดิโอ”
 - สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “เอฟ เอ็ม เอ็กซ์”
 - สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ 105.0 เมกะเฮิร์ตซ์ “สมูธ เอฟ เอ็ม”
 - สถานีวิทยุกระจายเสียง ไทยทีวีสี ช่อง3 อ.ส.ม.ท. สังกัด อ.ส.ม.ท. 105.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “อีซี เอฟ เอ็ม”
4. บริษัท คลิก เรดิโอ มีคลื่นภายใต้การบริหาร 3 คลื่น (พระราชชาติธุรกิจ 13-16 ม.ค., 2543)
 - สถานีวิทยุกระจายเสียง ทอ.06 ทุ่งมหาเมฆ สังกัดกองทัพอากาศ 102.5 เมกะเฮิร์ตซ์

“ แชนเนล วี เรดิโอ”.

- สถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 สังกัดกองทัพบก 103.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “เลิฟ เอฟ เอ็ม”
- สถานีวิทยุกระจายเสียง ปตอ.เอฟ เอ็ม สังกัดกองทัพบก 104.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “วี เอฟ-เอเอ็ม”

การเสนอข่าวสารในสถานีเพลงที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นเหล่านี้ จะเป็นการนำเอาข่าวจากองค์กรผู้ผลิตข่าวซึ่งมีทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2541) โดยมีรูปแบบ (Format) การเสนอข่าวต้นชั่วโมงของแต่ละสถานีที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยเป็นการรายงาน News Update ในแต่ละช่วงของชั่วโมง

ชื่อ	ข่าวที่ผลิต	ออกอากาศ	ผู้ผลิต
กรมประชาสัมพันธ์	ข่าวภาคเช้า เทียง คำ ข่าวต้นชั่วโมง	136 สถานี	ฝ่ายข่าวในประเทศ ฝ่ายข่าวต่างประเทศ
อ.ส.ม.ท.	ข่าวภาคเที่ยง คำ ข่าวต้นชั่วโมง	47 สถานี	สำนักข่าวไทย ฝ่ายข่าววิทยุอ.ส.ม.ท
กองทัพบก	ข่าวต้นชั่วโมง	132 สถานี	แปซิฟิกคอร์ปอเรชั่น
วิทยุเนชั่น	ข่าวภาคเช้า คำ ข่าวต้นชั่วโมง	ข่าวธุรกิจ (90.5) ข่าวต้นชั่วโมง (89.5) ข่าวกีฬา (101.5)	เนชั่นกรุ๊ป

นอกจากนี้ยังมีข่าวจาก BBC ภาาภาษาไทย รายงานทางสถานีวิทยุกระจายเสียง สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ 92.0 เมกะเฮิร์ตซ์ อีกด้วยเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้นรายการวิเคราะห์เจาะลึก-สถานการณ์ข่าวที่เสนอทางสื่อวิทยุในปัจจุบันก็มีให้เห็นอยู่หลายรายการตัวอย่างเช่น รายการเก็บตกจากเนชั่นของเครือเนชั่น รายการบันทึกสถานการณ์ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รายการนิวส์เทรนด์ และรายการเจาะลึกทั่วไทยโดยสถานีวิทยุบีสิเนสเรดิโอ รายการเพื่อบ้านเพื่อเมืองและรายการทิศทางนักลงทุนโดยสถานีวิทยุเอฟเอ็ม 97.0 เมกะเฮิร์ตซ์ เป็นต้น

เนื่องจากสื่อโทรทัศน์ได้กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานของครอบครัวปัจจุบัน โทรทัศน์ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเพราะราคาไม่สูงจนเกินกำลังซื้อ ในขณะที่เดียวกันประสิทธิภาพในการสื่อสารได้เพิ่มขึ้นตามวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีขยายเครือข่ายส่งสัญญาณภาพไปทั่วประเทศ ในขณะเดียวกันเยาวชนหรือวัยรุ่นมีมุมมองว่า โทรทัศน์เป็นเครื่องมือที่จะนำพวกเขาไปสู่โลกแห่งการ

ผจญภัยด้วยเสียงและภาพ สิ่งที่สำคัญคือช่วยทำให้ความเบื่อหน่ายในแต่ละวันหมดไป (พรพิมล เจียมนาครินทร์, 2539) อีกทั้งสื่อมวลชนที่เขวachsenเปิดรับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ วิทยุ และในขณะเดียวกันเขวachsenในการสำรวจส่วนใหญ่สนใจที่จะแสวงหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่อง เช่น การหาความรู้จากสื่อต่างๆและการอ่านหนังสือ (รายงานการสำรวจสภาวะเขวachsenไทย พ.ศ. 2541)

ขณะเดียวกันสื่อโทรทัศน์ได้มีการปรับปรุงความน่าสนใจของรายการข่าวทางโทรทัศน์ จนกลายเป็นแรงดึงดูดใจสำคัญสำหรับผู้ชม ในยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free TV) ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 ช่อง 11 และ ไอทีวี หรือ สถานีโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay TV) ได้แก่ ยูบีซี (United Broadcasting Corporation) จะเห็นว่าสื่อโทรทัศน์เองก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการพิจารณาความต้องการ ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ภายใต้สภาวะการณ์ที่หลากหลายๆ คนพากันตื่นตัวกับข้อเท็จจริงและความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสังคมทุกวันนี้

จากสภาพการณ์ของรายการข่าวทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน พบว่าเนื้อหาข่าวสารประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี กีฬา บันเทิง ฯลฯ ได้ถูกนำมาเสนอ บ่อยครั้งขึ้น โดยมีสัดส่วนเวลาออกอากาศมากขึ้นกว่าแต่ก่อน เช่น ช่วง 180 วินาทีข่าว ช่วง มองโลก ช่วงทันเหตุการณ์ และช่วง 3 นาทีทั่วไทย ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ข่าวสั้นต้นชั่วโมงตาม สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ นอกจากนี้แล้วยังมีข่าวประจำวัน ซึ่งแบ่งเป็นข่าวภาคเที่ยง ข่าวภาคแรก (ช่วงเย็น) และข่าวภาคค่ำ สำหรับบางสถานีได้เพิ่มข่าวภาคดึกอีกด้วย ยิ่งไปกว่านี้ แต่ละสถานีได้มีการผลิตรายการที่เกี่ยวกับข่าว ซึ่งมีทั้งการรายงานความเคลื่อนไหวต่างๆไปในเรื่องต่างๆ และการหยิบยกประเด็นข่าวที่สำคัญๆหรือที่กำลังได้รับความสนใจมาวิเคราะห์สนทนา อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งการวิเคราะห์หรือการอธิบายถึงความหมายและภูมิหลังของข้อเท็จจริงต่างๆรวมไปถึง การเปรียบเทียบ การคาดคะเนความเป็นไปในอนาคต ดังรายการที่เป็นที่นิยม ตัวอย่างเช่น รายการเหตุบ้านการเมือง (ช่อง 3) รายการสี่ส้านบันเทิง (ช่อง 3) รายการเนชั่นนิวส์-ทอล์ค (ช่อง 9) รายการกรองสถานการณ์ (ช่อง 11) รายการข่าวภาคภาษาอังกฤษ News Line (ช่อง 11) รายการจับกระแสโลก (ไอทีวี) รายการไอทีวีทอล์ค (ไอทีวี) รายการวิเคราะห์ข่าวประจำวัน (ไอทีวี) รายการถอดรหัส (ไอทีวี) หรือรายการชอตไลน์บันเทิง (ไอทีวี) เป็นต้น

ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่ากระแสความสำคัญในเรื่องข้อมูลข่าวสาร ทำให้ปริมาณเนื้อหาข่าวสารและช่องทางของสื่อที่มีอยู่นั้น มีให้เลือกอยู่เป็นจำนวนมาก ถ้าสังเกตให้ดี จะเห็นว่านอกจากช่องทางของสื่อที่มีอยู่อย่างมากมาย ประกอบกับปริมาณและเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ไหลผ่านเข้ามาในชีวิตประจำวันนั้นก็มิใช่น้อยเช่นกัน แต่ด้วยข้อจำกัดในการรับรู้ของมนุษย์ดังข้อเขียนของ William James ที่ว่า “Although we are besieged at every moment by impressions from our whole sensory surface, we notice so very small a part of them”

(James,1961) เขาได้ยกอ้างเหตุผลดังกล่าวว่าเกิดจาก “Narrowness of Consciousness” ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงที่มีความโดดเด่นและไม่สามารถปฏิเสธ และเป็นคำอธิบายว่า เหตุใดมนุษย์เรานั้น จึงมีการเลือกรับและซึมซับข้อมูลไว้เพียงบางส่วนเท่านั้น

อีกทั้งทฤษฎีความสอดคล้อง (Consistency Theory) ได้อธิบายเสริมว่า ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และบุคลิกภาพนั้น เป็นตัวกำหนดให้ มนุษย์มีความแตกต่างกันอย่างมากโดยเฉพาะ ในเรื่องของแรงจูงใจ การรับรู้และการเรียนรู้ กล่าวคือคนเราจะสร้างรูปแบบแห่ง ความคิดเห็น ความเชื่อทัศนคติ และค่านิยมเกิดขึ้นในตนเอง โดยสิ่งเหล่านี้จัดว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการเลือกใช้สื่อ ได้แก่

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) คือ การที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อและเนื้อหาสารที่ตนเองมีความสนใจ โดยที่มักหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความเชื่อหรือความรู้สึกนึกคิดของตนเอง
2. การเลือกรับรู้และเลือกตีความหมาย (Selective Perception and Interpretative) คือ การที่ผู้รับสารเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายสารที่ตนได้เปิดรับ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลตามประสบการณ์และทัศนคติ ความเชื่อ แรงจูงใจ กลุ่มสังคม และวัฒนธรรม เป็นต้น และพบว่าในบางครั้ง มนุษย์เรานั้นมักจะบิดเบือนเนื้อหาสารเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว ขณะที่ Stuart Hall ได้อธิบายถึงขั้นตอนของการเลือกรับรู้ที่เกี่ยวข้อกับกระบวนการถอดรหัสหรือการแปลความหมายเนื้อหาสารที่เปิดรับ โดยจะมีความแตกต่างกันตามลักษณะของปัจเจกบุคคลซึ่งมีปัจจัยด้านอัตวิสัยในเรื่องของความสามารถในการรับรู้ (Hall,1993) อีกนัยหนึ่งคือ กระบวนการประมวลเนื้อหาข่าวสารจะเป็นไปตามลักษณะการประกอบสร้างในเรื่องกรอบแห่งการเรียนรู้ โดยผู้รับสารไม่ได้มีการดึงเอาข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการเปิดรับสื่อ แต่จะเป็นในลักษณะของการประยุกต์และดัดแปลงให้เข้ากับความเชื่อและบริบทที่พวกเขาเป็นอยู่ หรือสิ่งที่พวกเขาเคยเรียนรู้มาแต่ในอดีต (Harris,1981 ; Singer,1984) และการเรียนรู้จากสื่อแต่ละประเภท ก็ยังมีความแตกต่างกันอีกด้วย (Greenfield & Beagles-Roos,1988)
3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือแนวโน้มที่จะเลือกจดจำเนื้อหา เฉพาะในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือทัศนคติของแต่ละบุคคล และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่ได้มีความสนใจ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การเลือกจดจำเนื้อหาสารนั้น เปรียบเสมือนการตอกย้ำทัศนคติที่มีอยู่ในเรื่องใด ๆ มีความชัดเจนและมั่นคงมากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุผลที่มาจากกระบวนการเลือกเพื่อการรับรู้ของผู้รับสาร ทำให้แต่ละคนมีกลยุทธ์ในการใช้สื่อเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลด้านข่าวสารตามที่ต้องการต่าง ๆ กันไป กลยุทธ์ดังกล่าวเกิดจาก

การสังเกตรูปแบบและเนื้อหาที่เคยเปิดรับจากสื่ออื่น ๆ ในครั้งก่อน ประกอบกับปัจจัยในด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyles) และ โครงสร้างในการเรียนรู้ (Cognitive structure) ที่แตกต่างกัน สองสิ่งนี้มักจะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารที่มีอยู่ และภายหลังที่ผู้รับสารได้เปิดรับเนื้อหาสารตามที่ต้องการแล้ว แต่ละคนจะมีวิธีเลือกสรรและตีความเนื้อหานั้น ตามลักษณะองค์ประกอบด้านจิตวิทยาการเรียนรู้ ซึ่งตามปกติคนเรามักจะเลือกสรรและเลือกรับรู้ ในเรื่องราวที่ตนเองมีความสนใจเดิมอยู่ก่อนหน้านั้น และพยายามให้ความหมาย กับสิ่งที่เรียนรู้ใหม่โดยที่สอดคล้องกับแบบแผนทางความคิด ทักษะที่มีอยู่เดิม และบางกรณีอาจจะมีการอ้างอิงบริบทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับ เนื้อหาดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางจิตใจที่อาจเกิดขึ้นในภายหลัง (Kepplinger, 1994; Patterson, 1993; Media Monitor, 1996)

นอกเหนือจากนี้ การศึกษาเรื่องของบุคลิกภาพ (Personality) มีความสำคัญอยู่ไม่น้อยเช่นกัน เนื่องจากบุคลิกภาพนั้นคือคุณลักษณะหรือคุณสมบัติทางจิตใจซึ่งมีอิทธิพลต่อการกระทำของบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ หรืออาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมในอนาคตของแต่ละคนนั้นเป็นผลกำหนดจากสิ่งสำคัญสองอย่างที่เกี่ยวพันกัน คือ โครงสร้างบุคลิกภาพของตัวบุคคลนั้น กับสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นต้องเผชิญ (นิภา นิธยาชน, 2520) จึงเป็นที่น่าสนใจว่า หากเรานำเอาปัจจัยดังกล่าวมาศึกษาถึงความสัมพันธ์ โดยบุคลิกภาพจะชี้ให้เห็นถึง ลักษณะนิสัย แรงจูงใจ ความต้องการและความสนใจของมนุษย์ ที่จะส่งผลต่อแบบแผนการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อตอบสนองความต้องการด้านข่าวสาร

จากลักษณะความตื่นตัวของผู้รับสารที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้นักสื่อสารมวลชนเกิดมุมมองที่จะศึกษาในด้านของผู้รับสาร ซึ่งมีความสำคัญอยู่ไม่น้อย ว่าพวกเขา มีลักษณะการใช้สื่ออย่างไร โดยแตกต่างจากในอดีตที่เรามักจะให้ความสำคัญในการศึกษาที่เป็นฝ่ายของผู้ส่งสาร เนื่องจากมีความเข้าใจอยู่เดิมว่าผู้ส่งสารนั้น มีอำนาจในการกำหนดผู้รับสาร แต่ในปัจจุบัน หลายๆ ฝ่ายกลับมองเห็นว่าปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้รับสารเอง โดยเฉพาะในเรื่องความแตกต่างของลักษณะทางบุคลิกภาพนั้น ว่ามีอิทธิพลอย่างไรต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ ความต้องการในเนื้อหาข่าวสาร รวมถึงประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อนั้น

ดังข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการพัฒนาที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องของสื่อ รวมถึงความตื่นตัวที่มีมากขึ้นของผู้รับสาร เป็นสิ่งที่ยืนยันว่า สังคมไทยไม่อาจอยู่นิ่งอยู่ได้ในโลกของการเปลี่ยนแปลง จะต้องมีการแสวงหาความรู้และสร้างสรรค์องค์ความรู้เพื่อความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ ยิ่งขึ้นไปเรื่อยๆ ดังนั้น “สังคมไทยที่พึงปรารถนาจึงควรเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถแสวงหาความรู้ความจริงได้อย่างกว้างขวาง มีการกระจายความรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ทุกคนมีความรู้ ความเข้าใจ การเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งในยามปกติและยามวิกฤติ และจากความคาดหวังที่ว่า สังคมไทยควรมีลักษณะเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ เด็กวัยรุ่นอันเป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็นจึงควรมีสื่อที่เสีรภาพที่จะแสดงออกถึงจินตนาการ ในทางสร้างสรรค์

และได้รับการส่งเสริมให้มีความรู้ ไม่เฉพาะในด้านพื้นฐานทั่วไปและความรู้เพื่อใช้ในการประกอบวิชาชีพแต่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่เพื่อให้สามารถก้าวทันโลก มีโอกาสเปิดกว้างในการได้รับข้อมูลข่าวสารในทางที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต เป็นคนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มีเหตุผล รักความจริง ใฝ่รู้ มีโลกทัศน์กว้าง ปรับตัวได้อย่างเหมาะสม รู้จักคิดวิเคราะห์ตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และแก้ปัญหาได้อย่างเป็นระบบ ประกอบกับลักษณะเด่นชัดของเด็กวัยรุ่นในปัจจุบันคือ การมีพฤติกรรมทางสังคมมากขึ้น เนื่องจากเด็กวัยรุ่นจะเริ่มแยกตัวเป็นอิสระจากครอบครัว และให้ความสำคัญกับเพื่อนมากขึ้น มีการคบเพื่อนเป็นหมู่คณะ เป็นเพื่อนสนิทหรือเพื่อนคู่หู ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความต้องการเรียนรู้และมีบทบาทในสังคม ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน เพื่อสามารถเป็นสมาชิกหรือส่วนหนึ่งของกลุ่มและสังคม (คณะกรรมการพัฒนาการศึกษาอบรมและดูแลเด็กวัยรุ่น, 2535) อีกทั้งเยาวชนเป็นวัยแห่งหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงเป็นวัยที่ต้องการเรียนรู้ (พรพิมล เจียมนาครินทร์, 2539)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีคำถามว่า เยาวชนไทยหรือนิสิตนักศึกษาที่เป็นระดับปัญญาชนในศตวรรษนี้โดยทั่วไปน่าจะเป็นบุคคลที่มีความต้องการและสนใจในข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงประสงค์ที่จะค้นหาคำตอบว่าพวกเขามีความตื่นตัวในเรื่องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากน้อยเพียงใด รวมถึงพิจารณาปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแบบแผนหรือพฤติกรรมการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการเปิดรับเนื้อหาด้านข่าวสาร

ปัญหาคำวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีลักษณะอย่างไรบ้าง
2. แบบแผนการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกลุ่มนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีลักษณะอย่างไรบ้าง
3. การให้ความสำคัญในการเปิดรับข่าวสารและการมองเห็นคุณค่าของเนื้อหาข่าวสารมีลักษณะแตกต่างกันตามคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอย่างไรบ้าง
4. ความชื่นชอบต่อประเด็นเนื้อหาข่าวสารมีลักษณะแตกต่างกันตามคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอย่างไรบ้าง
5. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองตอบความต้องการข่าวสารมีลักษณะแตกต่างกันตามคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอย่างไรบ้าง

6. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการข่าวสารมีลักษณะแตกต่างกันตามความชื่นชอบต่อประเด็นเนื้อหาข่าวสารอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อและแบบแผนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในเรื่องคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีต่อการให้ความสำคัญและความชื่นชอบต่อประเด็นเนื้อหาข่าวสาร
3. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในเรื่องคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร
4. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในเรื่องความสนใจและความชื่นชอบต่อประเด็นเนื้อหาข่าวสารที่มีต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาถึงแบบแผนการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อสนองต่อความต้องการข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดว่าจะทำการศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสาร โดยพิจารณาจากปัจจัยทางสถานภาพ (เพศและคณะที่กำลังศึกษาอยู่) และปัจจัยในเรื่องโครงสร้างบุคลิกภาพส่วนบุคคลด้านการเปิดเผยตัวและเก็บตัว (Extroverts and Introverts) เพื่อให้เห็นความแตกต่างของลักษณะทางบุคลิกภาพว่ามีผลอย่างไรต่อพฤติกรรมการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสนองต่อความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร ส่วนเนื้อหาของข่าวสารที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นเรื่องราวการรายงานข่าวสารและการวิเคราะห์เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งในยามปกติและยามเกิดเหตุการณ์หรือสถานการณ์สำคัญ ที่เสนอผ่านทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ สำหรับประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เนื่องจากผู้วิจัยต้องการควบคุมปัจจัยในเรื่องของอายุ วัฒนธรรมและกลุ่มอ้างอิงทางสังคมซึ่งคล้ายคลึงกันของกลุ่มผู้รับสาร

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

- | | | |
|----------------------------|---|---|
| การใช้สื่อ | - | การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมในการเลือกสรรสื่อวิทยุและโทรทัศน์ รวมถึงเนื้อหาด้านข่าวสารที่สนองต่อความต้องการด้านข่าวสาร |
| ความต้องการ
ข่าวสาร | - | ความต้องการที่จะตระหนักรู้และเข้าใจเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมประเทศของตนและสังคมโลก |
| ข้อมูลข่าวสาร | - | การรายงาน อธิบาย หรือวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ทั้งในยามปกติและยามเกิดเหตุการณ์สำคัญทั้งที่เกิดขึ้นในสังคมประเทศของตนและสังคมโลกโดยเสนอผ่านทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ |
| คุณลักษณะของ
ผู้รับสาร | - | ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ สาขาวิชา และบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ แรงจูงใจ ความคาดหวังที่มีต่อการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร |
| บุคลิกภาพแบบ
Extroverts | - | ลักษณะเฉพาะของบุคคลที่มีแสดงออกอย่างเปิดเผย |
| บุคลิกภาพแบบ
Introverts | - | ลักษณะเฉพาะของบุคคลที่ไม่แสดงออกอย่างเปิดเผยหรือเป็นพวกเก็บตัว |

ข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption)

การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสนองต่อความต้องการข้อมูลด้านข่าวสาร เป็นการศึกษาเพื่อพิจารณาถึงกลยุทธ์และแบบแผนการใช้สื่อ ซึ่งหมายถึงการเลือกสรรสื่อและเนื้อหาของสื่อตามแรงจูงใจและความคาดหวังที่เกิดจากตัวผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้และเข้าใจในความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม รวมถึงความพึงพอใจทางด้านอารมณ์

ข้อสันนิษฐาน (Proposition)

1. การให้ความสำคัญในการเปิดรับเนื้อหาด้านข่าวสารและการมองเห็นคุณค่าของเนื้อหาด้านข่าวสารจะแตกต่างกันตามคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสาร
2. ความชื่นชอบต่อประเด็นเนื้อหาด้านข่าวสารจะแตกต่างกันตามคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสาร
3. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับเนื้อหาด้านข่าวสารจะแตกต่างกันตามคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสาร
4. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับเนื้อหาด้านข่าวสารจะแตกต่างกันตามความชื่นชอบต่อประเด็นเนื้อหาด้านข่าวสาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลที่สะท้อนภาพกระแสความสนใจของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลผลิตของสื่อมวลชนสำหรับการตอบสนองความต้องการข่าวสารที่มีอยู่
2. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ของนิสิตนักศึกษา ในการนำไปพัฒนาและส่งเสริมให้เยาวชนหันมาสนใจข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคม และเตรียมพร้อมรับสถานการณ์และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

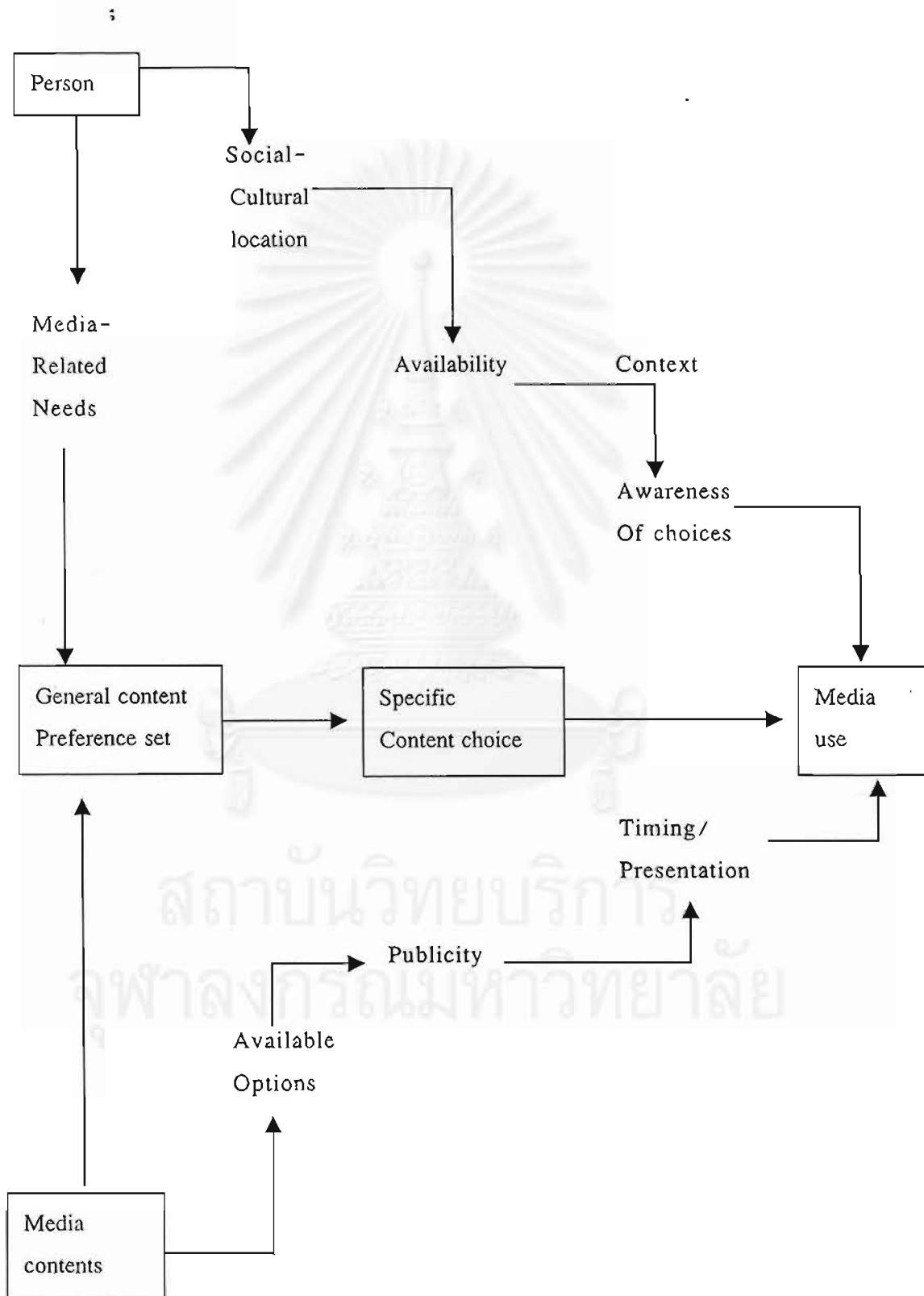
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกใช้สื่อของผู้รับสารสื่อมวลชน
 2. แบบจำลองเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ (Webster and Wakshlag, 1983)
 3. ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Allport, G.W., 1937)
 4. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Blumler and Katz, 1974)
 5. แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจด้านการตระหนักรู้และด้านอารมณ์ (Mcquail, 1984)
 6. ทฤษฎีการคาดหวังและการกำหนดคุณค่าความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ (Palmgreen and Rayburn, 1985)
- แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกใช้สื่อของผู้รับสารสื่อมวลชน (Media use of Mass audience)

จากลักษณะองค์ประกอบและโครงสร้างทางสังคมของกลุ่มผู้รับสาร ที่ได้ อธิบายถึงกระบวนการในการเลือกสรรสื่อของผู้รับสารว่ามีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamics) เนื่องจากสื่อเองก็อยู่ในสถานะที่ต้องแข่งขันกันมากขึ้น เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มผู้รับสารที่เป็นแฟนประจำในรายการของตน ดังนั้น จึงเกิดคำถามขึ้นจากสองฝ่ายคือ ด้านผู้รับสารและด้านสื่อ ว่า อะไรเป็นสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสรรสื่อและเนื้อหาซึ่งกลุ่มผู้รับสาร (The process of choice) ซึ่งอาจจะเกิดจากการนำเสนอที่เป็นรูปแบบหรือเนื้อหาซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมหรือผู้ฟัง ตามแผนภูมิของ Webster & Wakshlag (1983) ที่เสนอและอธิบายถึงการทำงานร่วมกันของปัจจัยสองชุดและส่งผลต่อกระบวนการในการเลือกใช้สื่อ (Mcquail, 1994)

- Model of viewer and media influence on media use (audience formation)



ปัจจัยด้านผู้รับสาร

1. ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ลักษณะทางด้านบุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ในครอบครัว การศึกษาและกลุ่มสังคม เป็นต้น
2. โอกาสในการใช้สื่อ ได้แก่ เวลา โอกาส สถานที่ ตารางเวลาการทำงาน หรือเวลาเข้านอน เป็นต้น
3. นิสัยหรือความเคยชิน ได้แก่ ความชอบที่มีต่อประเภทของเนื้อหาใดๆ หรือ ความคุ้นเคยในการเปิดรับสื่อ เนื่องจากผู้รับสารมักจะเลือกรับอะไรที่สอดคล้องกับสิ่งที่เคยปฏิบัติเป็นนิสัย จนกลายเป็นนิสัยการใช้สื่อมวลชน (Media habits)
4. รูปแบบหรือเนื้อหาที่ชอบ ตามปกติคนเรามักจะมีชุดของสิ่งที่ชอบหรือไม่ชอบเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือถ้าเป็นประเภทของเนื้อหาเช่น (การเมือง เศรษฐกิจ กีฬา บันเทิง เป็นต้น)
5. การรับรู้ช่องทางที่จะเข้าถึงเนื้อหาสารหรือทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ เพื่อใช้ในการแสวงหาข้อมูลด้านข่าวสารที่ต้องการ
6. บริบทในการใช้สื่อ จะถูกนำมาอธิบายว่าผู้รับสารมีการใช้สื่อตามลำพังหรือพร้อม ๆ กับบุคคลอื่นด้วย เพื่อพิจารณาว่าผู้รับสารเป็นผู้ควบคุมในการใช้สื่อหรือไม่

จะเห็นว่าปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้รับสารส่งผลให้แต่ละคนมีพฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกันออกไป Katz (1974) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า สภาพทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันของผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และลักษณะทางด้านจิตวิทยาหรือแรงจูงใจ ทำให้บุคคลแต่ละคนคาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกัน และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อก็จะแตกต่างกันออกไปด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2538) และDefleur (1966) ได้เสนอพื้นฐานความแตกต่างในลักษณะของผู้รับสารไว้ 4 ประการ (อ้างถึงใน พสุ ชัยเวฬุ, 2541)

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ และสถานภาพทางจิตวิทยาและความแตกต่างดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้ทางสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน
2. บุคคลที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกันก็จะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกันออกไป

3. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน
4. ในบุคคลที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกันก็จะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกันออกไป

ประเด็นนี้ Schramm (1973) ได้แสดงความคิดเห็นต่อเรื่องนี้ว่า สภาวะทางจิตใจและสังคมอันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสารของผู้รับสาร ได้แก่

1. ภูมิหลังและประสบการณ์ที่ต่างกัน จะส่งผลต่อความสนใจที่แตกต่างกัน
2. สภาพร่างกาย จิตใจ และความสามารถในการรับสาร จะส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน
3. อารมณ์และบุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ พฤติกรรมการเปิดรับสาร
4. การประเมินคุณค่าของข่าวสาร ส่งผลให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านเนื้อหาสาร

นอกจากจะคำนึงถึงองค์ประกอบที่เกิดจากตัวผู้รับสารที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารแล้ว สิ่งที่จะละเลยไม่ได้ก็คือการพิจารณาในส่วนของตัวเนื้อหาสารด้วยในขณะเดียวกัน โดยพิจารณาว่า

1. สื่อนั้นมีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อกลุ่มเป้าหมายใด เช่น เยาวชน หญิงหรือชาย ผู้สูงอายุ หรือกลุ่มคนในชุมชนใดชุมชนหนึ่ง
2. ประเภทของเนื้อหาที่ผู้ผลิตต้องการผลิตเพื่อกลุ่มเป้าหมายโดยให้มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งหากพิจารณาในเรื่องข่าว ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กีฬา บันเทิง เกษตรกรรม ภัยพิบัติ พยากรณ์อากาศ หรือกระทั่ง เรื่องเกี่ยวกับการผจญภัย หรือเรื่องที่อยู่ในความสนใจของมนุษย์ (Human Interest) เป็นต้น

3. ระดับของการประชาสัมพันธ์ สื่อแต่ละสื่อพยายามแข่งขันกันนำเสนอ และประชาสัมพันธ์ตนเองเพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้รับสาร นำมาซึ่งเรตติ้งที่สูงขึ้น
4. สื่อแต่ละสื่อมีการวางแผน ในเรื่องผังเวลาของรายการออกอากาศเพื่อเอื้ออำนวยให้ผู้รับสารเปิดรับได้ตามสะดวก ภายใต้สภาวะที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน

จากองค์ประกอบหรือปัจจัยที่เกิดจากทางด้านผู้รับสารและด้านของเนื้อหาสารนั้น ล้วนส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสาร (Media Use) ดังนั้นหากเราเข้าใจถึงความต้องการด้านข่าวสารที่มีอยู่ของผู้รับสาร แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ และขณะเดียวกัน หากสื่อเหล่านั้นสามารถจัดหาประเภทหรือลักษณะเนื้อหาที่สอดคล้องหรือเป็นไปตามที่ผู้รับสารได้คาดหวังไว้ การใช้สื่อก็จะเกิดขึ้นในที่สุด

ลักษณะดังกล่าวนี้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในบ้านเราปัจจุบัน ซึ่งพบว่า สถานีวิทยุและโทรทัศน์นั้นมีช่องสถานีให้เลือกอยู่มากมาย มีลักษณะเป็น Multi-Channels โดยผู้รับสารมีทางเลือก (Choices) ในการใช้สื่อมากขึ้น ดังที่ Heeter(1988) ได้กล่าวว่า ผู้รับสารสื่อมวลชนได้มีการพัฒนากลยุทธ์ในการใช้สื่อ โดยอธิบายจากแนวคิดเรื่อง “Channel familiarity” และ “Channel-repertoire” ที่กล่าวว่าผู้รับสารจะอาศัยความคุ้นเคยและข้อมูลที่ได้สะสมไว้เกี่ยวกับสถานีใด ๆ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการเลือกครั้งต่อไป โดยมีกระบวนการเริ่มจากการค้นหาข้อมูลเพื่อให้รู้จักสถานีนั้น (Informed search) จากนั้นค่อยตัดสินใจเลือกเปิดรับ (Decision to view) และประเมินคุณค่าหลังการเปิดรับ (Re-evaluation) หากผลไม่เป็นที่พึงพอใจก็ทำการค้นหาใหม่ (Renewed search) เพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจจากการใช้สื่อนั้น

- ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality theory)

Gordon W.Allport เป็นนักคิดและสร้างทฤษฎีบุคลิกภาพ และได้อธิบายว่าบุคลิกภาพคือ ส่วนรวมของลักษณะนิสัย (Traits) ของคน ลักษณะดังกล่าวเกี่ยวกับความเด่นของพฤติกรรม (Uniqueness) และความคงตัวของพฤติกรรม (Consistency)

นอกจากนี้ Allport (1937) ยังได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับความหมายของบุคลิกภาพไว้ว่า “บุคลิกภาพเป็นหน่วยรวมที่ทรงพลังของระบบทางกายและจิตภายในตัวบุคคล ซึ่งกำหนดลักษณะการปรับตัวเป็นแบบเฉพาะของบุคคลนั้นต่อสิ่งแวดล้อมของเขา

Allport ได้ศึกษาคำว่าบุคลิกภาพและสรุปความหมายได้ดังนี้ (เกษมศักดิ์ ภูมิศรีแก้ว, 2542)

1. ความหมายด้านนิรุกติศาสตร์ “บุคลิกภาพ” มาจากคำศัพท์ “Persona” แปลว่า หน้ากากที่สวมใส่เล่นละคร
5. ความหมายด้านเทววิทยา “บุคลิกภาพ” คือสิ่งที่พระเจ้าประทาน
6. ความหมายด้านปรัชญา “บุคลิกภาพ” คือสิ่งจริงแท้หรือไม่จริงแท้ของตัวตน
7. ความหมายด้านกฎหมาย “บุคลิกภาพ” คือนิสัยสันดาน
8. ความหมายด้านสังคมวิทยา “บุคลิกภาพ” คือการอยู่ลำพังหรืออยู่เป็นกลุ่ม
9. ความหมายด้านจิตวิทยา “บุคลิกภาพ” คือระบบพลังในบุคคลที่จะแสดงออกทางลักษณะ นิสัยหรือพฤติกรรม

ในปี ค.ศ. 1970 Allport ได้อธิบายเพิ่มเติมคำนิยามบุคลิกภาพว่า บุคลิกภาพไม่ได้เกิดจากการมีปฏิกริยาตอบสนองบุคคลอื่นเพียงอย่างเดียว เขาอธิบายว่าบุคลิกภาพเป็นผลรวมลักษณะนิสัยของคน กล่าวคือ อารมณ์ ทักษะคติ ความสนใจ ความสามารถ ความถนัด ตลอดจนความต้องการต่างๆของบุคคล หรือหมายถึงแบบแผนของร่างกายและจิตใจที่กำหนดทิศทางของพฤติกรรมในการรับรู้และตอบสนองไปในแนวนั้นๆ โดยที่แบบแผนร่างกายและจิตใจนั้น สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรับรู้และการตอบสนอง ซึ่งบุคคลถูกกำหนดขึ้นเป็นรูปลักษณะนิสัยเฉพาะตัว การรับรู้เป็นกระบวนการตีความสิ่งเร้าโดยอาศัยประสบการณ์ การเรียนรู้ การจำ การลืม การคิด แก้ปัญหา และการตัดสินใจ ประสบการณ์หรือการเรียนรู้ของคนเป็นรากฐานการสร้างนิสัยต่างๆ บุคลิกภาพเป็นเสมือนองค์ประกอบรวมของโครงสร้างทางจิตใจทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นความคิด ความเข้าใจ แรงจูงใจ อารมณ์ ความสนใจ ทักษะคติ สติปัญญา

Blos (1947) ได้แสดงทัศนะไว้ดังนี้

“บุคลิกภาพคือสภาวะรวมของเจตคติ และพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกเป็นนิสัยประจำตัว ซึ่งสะท้อนให้เห็นลักษณะของการปรับตัวของบุคคลนั้นต่อสิ่งแวดล้อม” คำกล่าวดังกล่าวเปรียบเสมือนการตอกย้ำความจริงที่ว่า บุคลิกภาพของคนเราไม่ได้หมายความเจาะจงเพียงลักษณะที่คนเรามีอยู่เท่านั้น หากหมายถึงผลรวมของทุกสิ่งทุกอย่าง หรือ การผสมผสานของลักษณะทุกอย่างของตัวบุคคลเข้าเป็นกลุ่มพฤติกรรมในวงกว้างขึ้น ทั้งนี้ย่อมหมายความว่า การที่เราจำแนกบุคคลออกเป็นประเภท หรือแบบใดแบบหนึ่งโดยเฉพาะย่อมทำได้ยาก เนื่องจากมีคนน้อยคนเต็มทีที่จะมีบุคลิกภาพที่ประกอบขึ้นจากลักษณะต่างๆ ทั้งหลายที่เป็นไปในแบบเดียวกัน

Woodworth และ Marquis (1947) ได้ให้ความหมายของบุคลิกภาพดังนี้

“บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลจะเห็นได้ชัดเจนจากลักษณะนิสัยในการคิด และในการแสดงออก รวมทั้งเจตคติ และความสนใจต่าง ๆ และกริยาท่าทางที่แสดงออกของบุคคลนั้น ตลอดจนปรัชญาชีวิตที่บุคคลนั้นยึดถือ”

Dinkmeyer (1965) ได้อธิบายความหมายของบุคลิกภาพไว้อย่างละเอียดดังนี้
 “บุคลิกภาพมีความหมายครอบคลุมถึงสภาวะทุกอย่าง อันประกอบขึ้นเป็นตัวบุคคลนับตั้งแต่สภาวะทางกาย อารมณ์ ทักษะ ความสนใจ ความคิดหวัง ลักษณะท่าทาง ความรู้สึก นิสัย ความสามารถทางปัญญา ตลอดจนความสำเร็จ บุคลิกภาพมีความหมายครอบคลุม ถึงสภาวะที่ บุคคลเป็นอยู่ ทั้งในปัจจุบัน รวมทั้งที่หวังจะเป็นในอนาคตด้วย ที่สำคัญก็คือบุคลิกภาพนั้นคลุมถึงวิธีการที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับบุคคลอื่น รวมทั้งปฏิกิริยาตอบโต้ที่เข้าต้องเผชิญด้วย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การปรับตัวของแต่ละบุคคลในการเผชิญปัญหา หรือความข้องคับใจที่เกิดขึ้นในทุกสถานการณ์ในชีวิต ก็นับว่าเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพด้วย

จากที่นักจิตวิทยาหลายท่านได้กล่าวไว้นั้น จะเห็นว่าบุคลิกภาพนั้นมิได้หมายถึงเฉพาะลักษณะพฤติกรรมที่ปรากฏภายนอกเท่านั้น หากได้ย้ถึงความสำคัญและความพยายามทำความเข้าใจเกี่ยวกับตัวกำหนดพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในลำดับต่อไป หรือเป็นตัวชี้นำของพฤติกรรม ในที่นี้หมายถึงการเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการข่าวสาร (Guiding & Selecting choices) เพราะจะช่วยให้เราสามารถเข้าใจและอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ได้ดีขึ้นว่ามีเหตุสืบเนื่องมาจากอะไร หรือที่เรียกกันว่า แรงจูงใจ (Motive) ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ภายในใจและเกิดขึ้นก่อนจะมีการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ (Allport, 1964) ในขณะที่แรงจูงใจเกี่ยวข้องโดยตรงกับความต้องการ หรือเป็นสิ่งเดียวกันนั่นเอง เพียงแต่เรียกชื่อแตกต่างกันออกไปซึ่งความต้องการของคนเรานั้นอาจจะมีมากน้อยแตกต่างกันไป และเป็นไปในลักษณะต่าง ๆ กัน สิ่งเหล่านี้เป็นตัวที่กำหนดและตัวชี้ให้เห็นถึงลักษณะความแตกต่างของบุคคลต่าง ๆ หรือการมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันนั่นเอง(นิภา – นิธยาน, 2520)

ความคิดเรื่องการแบ่งประเภท (Typology) ของมนุษย์นั้นเกิดขึ้นจากกลุ่มนักคิด เช่น Kretchmer(1921), Jung(1954), Adler(1917), และFreud(1953) และการศึกษาวิจัยของ Eysenck เห็นว่าการศึกษาบุคลิกภาพประกอบด้วยองค์ประกอบ (Factors) ผสมผสานกันระหว่าง 3 Factors คือ

1. Extroversion สามารถแยกออกมาดังนี้คือ
 - ความสามารถทางสังคม (Sociable)
 - ความสดชื่นมีชีวิตชีวา (Lively)
 - ความขยันขันแข็ง (Active)
 - การกล้าแสดงออก (Assertive)

- การแสวงหาความตื่นเต้น (Sensation seeking)
- ความเด่น (Dominate)
- ความกล้าเผชิญ (Venturesome)

2. Neuroticism สามารถแยกออกมาดังนี้คือ

- กระวนกระวาย (Anxious)
- เศร้าซึม (Depressed)
- ความรู้สึกผิด (Guilt)
- ตูณุกตัวเอง (Low self-esteem)
- เครียด (Tension)
- ขาดเหตุผล (Irrational)
- อาย (Shy)
- อารมณ์เสี (Moody)

3. Psychoticism สามารถแยกออกมาดังนี้คือ

- ก้าวร้าว (Aggressive)
- เยือกเย็น (Cold)
- ยึดตัวเองเป็นหลัก (Ego centric)
- ไม่ยุ่งเกี่ยวกับใคร (Impersonal)
- ทำตามใจตนเอง (Impulse)
- ต่อต้านสังคม (Antisocial)
- สร้างสรรค์ (Creative)
- ใจแข็ง (Tough-minded)

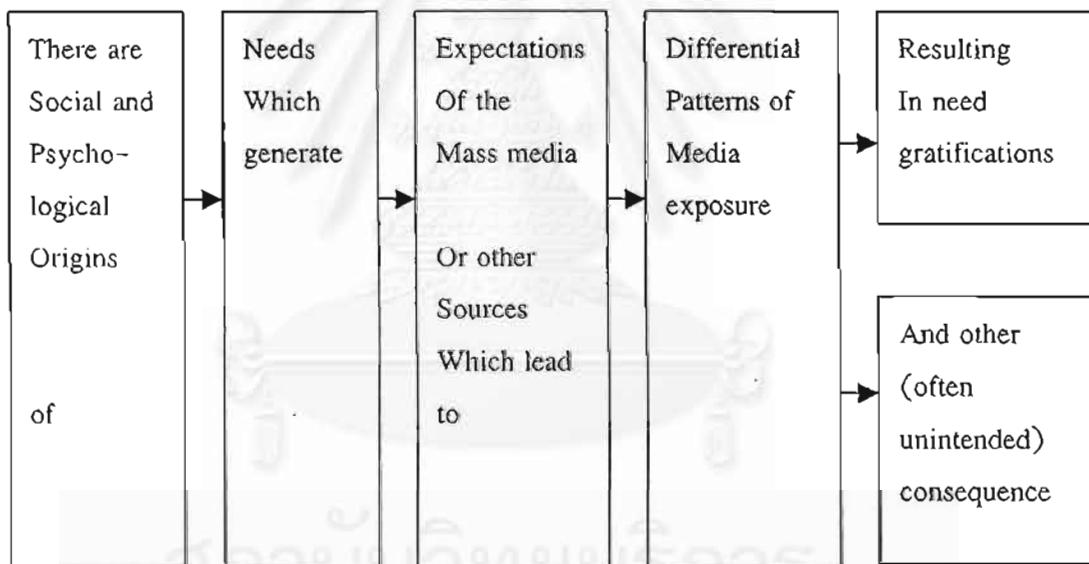
การศึกษาวิจัยของ Eysenck นั้น เน้นที่ Extroversion และ Neuroticism (Schultz,1994) การค้นพบที่สำคัญคือ พวก Extroverts (เปิดเผยตัว) มีการตื่นตัวต่ำกว่าพวก Introverts - (เก็บตัว) และด้วยเหตุที่มีการตื่นตัวต่ำกว่า Eysenck ให้ความเห็นว่าพวก Extroverts จึงแสวงหาการตื่นตัวมากกว่าพวก Introverts และทำให้พวก Introverts หลีกเลี่ยงความแตกต่าง (Danis & Coules,1988;Green,1984)

ต่อมา Jink & Fulken (1970) ได้ศึกษาโดยใช้วิธีการ biometrical reanalysis ซึ่งค่อนข้างซับซ้อนพบว่า กลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบ Extroversion มีพื้นฐานมาจากทางกรรมพันธุ์ ส่วนพวก Introversion นั้น พบว่าสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลมากกว่า อย่างไรก็ตาม Eysenck ให้ความสำคัญทั้งสิ่งแวดล้อมและกรรมพันธุ์ว่ามีบทบาทที่เท่ากันในการกำหนดพฤติกรรม ข้อโต้แย้งของเขา คือ ความแตกต่าง (เชิงพฤติกรรม) ระหว่างคนเก็บตัวกับคนเปิดเผยตัวไม่ได้เป็นผลมาจากทาง

กรรมพันธุ์อย่างเดียว อาจจะเป็นผลมาจากสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมด้วย (เกษมศักดิ์ ภูมิศรี แก้ว, 2542)

- ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
(Uses and Gratifications Theory)

ข้อสันนิษฐานเบื้องต้นของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น คือ ผู้รับสารถูกมองว่ามีความตื่นตัวในการใช้สื่อเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารโดยมีความคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งระดับของความพึงพอใจนั้นขึ้นอยู่กับความแตกต่างในความต้องการของปัจเจกบุคคลเป็นสำคัญ หากบุคคลใดได้พิจารณาหรือรับรู้ว่าการใช้สื่อตั้ง-กล่าวสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ โอกาสที่เขาจะใช้สื่อ นั้น รวมไปถึงการให้ความสนใจ ความตั้งใจที่มีต่อการใช้สื่อ จะมีระดับที่สูงตามไปด้วย ตามแบบจำลองของ Blumler & Katz (1974)



แบบจำลองดังกล่าวไม่ได้รวมเอาฝ่ายผู้ส่งสารเข้าไปในกระบวนการด้วย แต่เน้นในฝ่ายของผู้รับสารว่าเป็นผู้กระทำ (Active) ในการแสวงหาข้อมูลด้านข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของผู้รับสาร ซึ่ง Katz ได้ทำการสำรวจและพยายามสร้างเครื่องมือเพื่อวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของผู้รับสาร โดยออกแบบเป็นข้อความแสดงความต้องการของผู้ใช้สื่อ 35 ข้อความซึ่งทั้งหมดสามารถนำมาจัดเป็นกลุ่มตามลักษณะของความต้องการ ได้แก่

1. **Cognitive Need** เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อจะได้รับทราบข่าวสาร ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น

2. *Affective Need* เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อจะได้รับความพึงพอใจในด้านของอารมณ์ หรือประสบการณ์ทางด้านของอารมณ์
3. *Integrative Need* เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อให้ได้การยอมรับ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพทางสังคม
4. *Escape Need* เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อหลบเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

สาเหตุที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ นั้น Samuel O. Becker & Churchill L. Roberts ได้กล่าวไว้ใน *What people and society do with media* ว่า เพื่อเป็นการ

1. แสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Seeking information in the media) ในบางกรณีคนเราจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ (Guiding behavior) หรือ เป็น “School of life” และเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และความเข้าใจ (Guiding our understanding)
2. พัฒนาแนวคิดของตนเอง (Developing concepts of ourselves) นอกจากสื่อมวลชนจะช่วยให้เราเข้าใจโลกแล้ว ยังช่วยให้เราเข้าใจตนเองและสามารถพัฒนาแนวคิดของตนเองได้ โดยการค้นหาความเป็นจริง (Exploring reality) และสามารถเปรียบเทียบข้อเหมือนและข้อต่างที่เกิดขึ้น (Aiding our comparisons and contrasts)
3. พัฒนาความเป็นมืออาชีพ (Helping us professionally) เพื่อใช้ในการติดตามการเปลี่ยนแปลงและความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสาขาใดๆ
4. เชื่อมโยงสัมพันธ์ทางสังคมให้ดีขึ้น (Facilitate social interaction) ให้เรามีประเด็นในการพูดคุยและส่งเสริมสถานภาพทางสังคมให้ดีขึ้น
5. กำหนดแบบแผนการดำเนินชีวิต (Ritualizing our life) ให้เรารู้สึกปลอดภัย มั่นคงโดยมีตารางกำหนดแบบแผนให้กับชีวิตประจำวัน
6. เป็นตัวแทนในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Serving as a substitute for social interaction หรือ Parasocial interaction) เสมือนว่ามีความสัมพันธ์กับบุคคลผ่านสื่อ

7. ผ่อนคลายทางอารมณ์ (Aiding emotional release) ให้เราได้หลบหนีจากความน่าเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวันชั่วคราว
8. หลีกเลี่ยงความตึงเครียดและความแตกแยก (Providing escape from tensions and alienation)

หรืออาจจะสรุปตามที่ Mcquail et al (1972) ได้กล่าวไว้ดังต่อไปนี้

1. Information เพื่อแสวงหาคำแนะนำ (Seeking advice) การเรียนรู้ (Learning) การรับทราบ-ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบๆตัว (Getting oriented about events in different parts of the environment)
2. Personal identity เพื่อค้นหาตัวตน (Gaining self-knowledge) ค้นหาแบบจำลองทางพฤติกรรม (Finding model of behavior) หรือเพื่อตอกย้ำค่านิยมของแต่ละบุคคล (Reinforcing personal values)
3. Integrating and social interaction เพื่อการเข้าสังคมและมีกิจกรรมร่วมกับบุคคลในสังคม
4. Entertainment เพื่อความบันเทิงและเพื่อผ่อนคลายจากปัญหาที่เกิดขึ้นและเผชิญในชีวิตประจำวัน

McCombs และ Becker (1979) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ผู้รับสารจะมีแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยา โดยแรงจูงใจเหล่านั้นจะมีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งได้แก่

1. เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว ช่วยให้เราเป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ รู้ว่าอะไรกำลังจะเกิดขึ้น
2. เพื่อใช้ข้อมูลข่าวสารเป็นเครื่องมือสำหรับช่วยในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ
3. เพื่อใช้ข้อมูลข่าวสารในการพูดคุย ถกเถียงกับผู้อื่น
4. เพื่อให้รู้สึกว่าตนเองนั้นได้อยู่ในสถานที่เกิดเหตุการณ์
5. เพื่อช่วยในการตอกย้ำทัศนคติและค่านิยมของตนเองในมีความมั่นคงมากยิ่งขึ้น

6. เพื่อช่วยให้เกิดความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ เฟลิดเฟลิน สนุกสนาน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น

นอกจากนั้น ในการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้สื่อนั้น (Kippax and Murray 1980, อ้างถึงในรุ่งฤดี ห่อนาค, 2541) ได้ทำการศึกษาโดยพัฒนารูปแบบการศึกษานี้มาจากการศึกษาของ Katz 1973, Mcquail 1972 และ Robinson 1972 ซึ่งเน้นเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจ รวมทั้งเพิ่มเติมเรื่องของการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อและเพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มที่ทำการศึกษาในส่วนของความต้องการ ซึ่งเป็นตัวแปรหนึ่งที่ศึกษา โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องให้ค่าความสำคัญของความต้องการในแต่ละข้อ ในระดับ 1-4 ตั้งแต่ “สำคัญ” ถึง “ไม่มีความสำคัญเลย”

จากการศึกษาพบว่า ปริมาณการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อนั้น ๆ ยกเว้นสื่อสิ่งพิมพ์ และจากผลการศึกษาได้สรุปว่า

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า คืออายุตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสังคม
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูง จะเลือกใช้สื่อในหลายๆ ประเภทกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา พบว่าโทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับที่หนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์ โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่เราสนใจ เช่นเหตุการณ์เกี่ยวกับโลกหรือเหตุการณ์ภายในประเทศ และยังให้ความบันเทิงอีกด้วย
4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่ได้รับ

ในการศึกษาความพึงพอใจที่เกิดจากการใช้สื่อ ยังสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ (Mcquail, 1994) ได้กล่าวไว้คือ Cognitive และ Cultural Gratifications โดยมีกระบวนการเริ่มพิจารณาจาก แรงจูงใจ (Motivation) ความสนใจ (Interests) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Information) และความพึงพอใจที่เกิดขึ้น (Satisfaction)

A cognitive model of uses and gratifications

1	2	3	4
MOTIVATION	INTERESTS	INFORMATION	SATISFACTION
General interest/ curiosity ; differentiated according to	Individual preference leading to choice from and attention to	Accessible media content for	Experience of benefit or use such as ; - guidance - surveillance - application - social - exchange - orientation etc.

A cultural model of uses and gratifications

1	2	3	4
MOTIVATION	CULTURE(I)	CULTURE (II)	SATISFACTION
General expectation of involvement ; differentiated	Individual taste	Leading to choice from and attention to	Imaginative experience of - excitement - wonder - arousal - sadness - value resonance - empathy

สำหรับเรื่องความพึงพอใจในการบริโภคข่าว (News Gratifications) นั้น Wenner 1985 (อ้างถึงใน พสุ ชัยเวฬุ, 2541) ได้รวบรวมงานวิจัยที่เคยมีผู้ทำมาในอดีตสร้างเป็น “แผนที่แสดง ความพึงพอใจในการบริโภคข่าว” (Media News Gratification Map) โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. Orientational Gratifications

การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมเพื่อย้ำใน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าว (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

2. Social Gratifications .

การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เพื่อเข้ากลุ่มทางสังคม เช่น การนำข่าวไปใช้สนทนากับผู้อื่น หรือใช้เพื่อการจูงใจให้คล้อยตาม

3. Para – social Gratifications

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ใช้เพื่ออ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือชื่นชมผู้อ่านข่าวในการเป็นแบบอย่างทางพฤติกรรม

4. Para – Orientational Gratifications

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือ เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น

Mark R. Levy (อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้ศึกษาพบว่าข่าวโทรทัศน์ได้ถูกใช้และการทำให้เกิดความพึงพอใจ และได้แบ่งการใช้และการทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้ดูข่าวโทรทัศน์ออกเป็น 5 ประการ

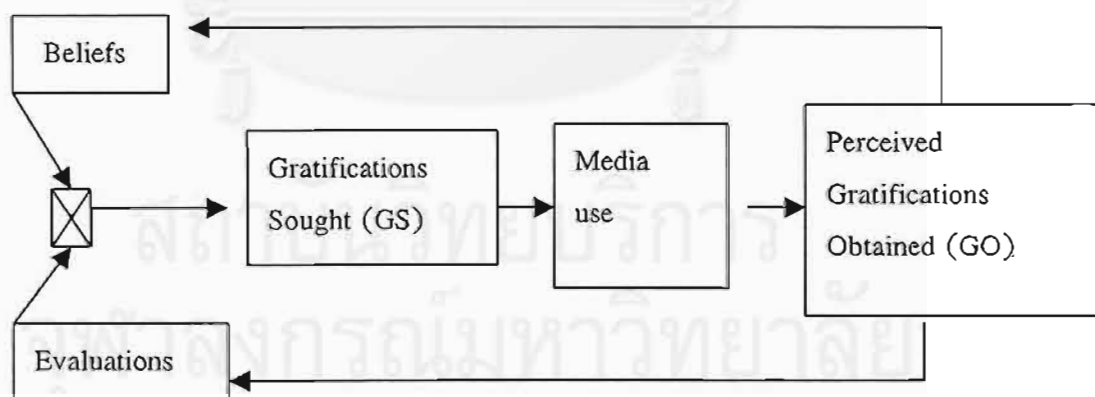
1. เป็นการทำให้มั่นใจในการรับรู้ข่าวสาร (Surveillance-reassurance) เช่นผู้ตอบตอบว่า “ข่าวทีวีทำให้ฉันได้รู้ว่า ชีวิตฉันไม่ได้เลวร้ายจนเกินไป มีคนอื่นที่มีชีวิตเลวร้ายกว่า” “ดูทีวีเพื่อจะได้ไม่ต้องตกใจกับราคาสินค้าที่สูงขึ้นเมื่อไปซื้อของ” “ทีวีทำให้ฉันติดตามทันว่าจะเกิดอะไรขึ้น”
2. เป็นการหาความรู้ (Cognitive orientation) เช่นคำตอบว่า “ต้องการที่จะเปรียบเทียบความคิดของตัวเองกับความคิดของผู้วิจารณ์ข่าวทางทีวี” “การดูทีวีทำให้ก้าวทันโลก”
3. ความไม่พอใจ (Dissatisfactions) ตัวอย่างคำตอบได้แก่ “รายการข่าวมักจะพยายามทำให้ดูเกินความจริง” “เมื่อดูข่าวทีวี ผมได้อ่านหนังสือพิมพ์หรือฟังวิทยุเกี่ยวกับข่าวนั้นๆ มาก่อนแล้ว”
4. เป็นเรื่องของอารมณ์ (Affective orientation) เช่น “หลังจากวันที่เหน็ดเหนื่อย การดูข่าวทีวีทำให้ช่วยผ่อนคลาย” ข่าวทีวีบางทีก็ทำให้ตื่นเต้น

5. ความเพ็ดเพลิน (Diversion) เช่น “เมื่อคนอ่านข่าวกระเซ้ากันทำให้ข่าวดูสนุกขึ้น” “ข่าวที่วิสนองความอยากรู้อยากเห็น” “รู้สึกพอใจกับการได้ยินเรื่องซ้ำๆ, เรื่องต่างๆ และเรื่องแปลกๆ”

- ทฤษฎีการคาดหวังและการกำหนดคุณค่าความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ (Expectancy-value theory)

ทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากแนวทาง Uses & Gratifications โดยอาศัยแนวคิดที่ว่า บรรดาวิธีการวิจัยที่สังกัดแนวทาง Uses & Gratifications นั้น ได้มุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541:314) โดยที่แรงจูงใจและความคาดหวังในการใช้สื่อนั้น เกิดจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง รางวัลที่เกิดตามมาจากการใช้สื่อจะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจ โดยที่บุคคลจะกำหนดคุณค่าของความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อนั้น (Media Gratifications) และความพึงพอใจนี้ จะกลายมาเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับการคาดการณ์ที่จะเลือกสื่อต่างๆ ในอนาคตเพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจอย่างแน่นอน ในเรื่องนี้ Palmgreen & Rayburn (1985) ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาแสดงเป็นแบบจำลองดังนี้

An expectancy-value model of media gratifications sought and obtained



อธิบายแผนภาพข้างต้นว่า การใช้สื่อของผู้รับสาร เกิดจากการทำงานผสมผสานระหว่าง การรับรู้ว่าเขาจะได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากสื่อ และความชื่นชอบเป็นส่วนตัวที่บุคคลนั้นมีต่อประโยชน์ที่คาดเอาไว้ว่าจะเกิดขึ้น ในแบบจำลองนี้ Palmgreen & Rayburn ได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังว่าจะได้รับความพอใจ” (การแสวงหาความพึงพอใจ - Gratifications sought-GS) และ “ความพึงพอใจที่ได้รับจริง” (Gratifications obtained-GO) และยังมีตัวแปรเรื่อง “ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น” หลังจากที่ได้ใช้สื่อนั้นมาเป็นเวลานานพอสมควรและไม่เคยผิดหวังกับ

การใช้สื่ออื่น ในกรณี GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือความพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ก็จะมีผลทำให้ผู้รับสารมีความพอใจสื่อในระดับสูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนอกสนใจก็พลอยเพิ่มขึ้นไปด้วย ในทำนองเดียวกัน หากเป็นกรณีที่ GS มีค่าน้อยกว่า GO ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2541:316)

บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือ การต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่นทำให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่สบายใจหรือไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารนั้น (Information avoidance) ในบางครั้ง ถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารที่ต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information yielding) (Atkin, Charles K. 1973, อ้างถึงในรุ่งฤดี หอนาค, 2541)

ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะดีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ การปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ดังนั้นผู้ส่งสารจึงควรที่จะคำนึงว่าข่าวสารต่างๆ นั้นมีความสอดคล้องเป็นที่ต้องการ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้ (William M. Evan 1962, อ้างถึงในรุ่งฤดี หอนาค, 2541)

จากการเสนอของ Alfred Schutz 1972 ซึ่งกล่าวถึงทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural - approach) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์นั้นล้วนแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำอะไร จะต้องวาดภาพไว้ในใจอยู่ก่อนแล้วว่า นี่คือนสิ่งที่ตนต้องการที่จะทำ Mcquail and Gurevitch 1972 ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทฤษฎีนี้ว่า ในการนำแนวทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อจะได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate benefits) หรือผลประโยชน์ที่จะตามมาในอนาคต (Delayed benefits) ซึ่งล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ โดยนักวิจัยมักจะไม่ตั้งสมมติฐานไว้ก่อนว่า อะไร คือ “สาเหตุ” ของพฤติกรรมไม่ว่าจะเป็นเหตุผลส่วนตัว หรือเหตุผลจากสถานการณ์เฉพาะหน้า และยึดหลักว่าผู้รับสารเป็นผู้กระทำ (Active) (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรรรรณ วิจักขณะ (2533) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร” โดยศึกษาเพื่อให้ทราบความสนใจ ความชื่นชมต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ จำแนกตามสาขาวิชาที่เรียนและเพศ

ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ ทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์รายวันโดยอ่านค่อนข้างบ่อย อ่านที่บ้านหรือที่พักของตนและใช้เวลาอ่านแต่ละครั้ง 20-30 นาที คอลัมน์ที่อ่านประจำ คือ ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ ข่าวอาชญากรรม บทวิจารณ์ และ ข่าวการศึกษา เหตุผลสำคัญที่อ่านเพราะต้องการทราบข่าวสาร สำหรับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ พบว่าส่วนใหญ่ดูเป็นประจำทุกวัน เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เหตุผลในการดูโทรทัศน์เพราะติดตามรายการที่ตนชื่นชอบ นิสิตส่วนใหญ่ได้มีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนมาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนอยู่เสมอ และสื่อมวลชนยังมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความคิดเห็น และ พฤติกรรมอีกด้วย

วัลย์ลักษณ์ เศรษฐฤทธิ์ (2539) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่น โดยศึกษาเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม แรงจูงใจในการฟังวิทยุในรายการของบริษัท เอไอเอ็ม มีเดีย และมีเดีย พลัส โดยทำการเจาะลึกผู้รับสารวัยรุ่น อายุระหว่าง 12-25 ปี ที่เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับทางรายการ

ผลการวิจัยพบว่า รายการวิทยุที่เจาะเฉพาะกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นทั้งหมดอยู่ในรูปแบบของรายการเพลง โดยการเปิดฟังวิทยุของกลุ่มวัยรุ่น จะติดตามฟังรายการที่ตนเองมีความสนใจในแต่ละช่วงเป็นประจำทุกวัน เฉลี่ยวันละ 5 ชม.ขึ้นไป การตัดสินใจในการเลือกรายการในช่วงต่างๆ เหล่านี้ขึ้นอยู่กับ คุณลักษณะประเภทของเพลง ท่วงทำนองลีลาของดีเจ และเกมการแข่งขันชิงรางวัล

แรงจูงใจที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นเปิดฟังวิทยุดังกล่าว เกิดจาก ความต้องการที่มีผลตอบสนองทางอารมณ์ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินสนุกสนานและมีเพื่อนแก้เหงา ความต้องการตระหนักรู้ เพื่อรับทราบสาระความรู้ และข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคมและวงการบันเทิง ความต้องการรวมกลุ่ม เพื่อให้เกิดการยอมรับจากเพื่อนและมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมได้เป็นอย่างดี ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาเพื่อผ่อนคลายความเครียด และลืมปัญหาหรือแรงกดดันที่ตนเผชิญ

ณัฐวุฒิ ศรีกัตัญญ (2540) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่มรักสวยรักงาม กลุ่มนักเที่ยว กลุ่มเด็กเรียน กลุ่มนิกถึงแต่ตนเอง กลุ่มนักฝัน และกลุ่มรักบ้าน ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร นั้นเหมือนกับเจนเอเรชั่นวายในอเมริกา คือมีระดับการเปิดรับสื่อที่สูง ชอบเล่นกีฬา ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและพิษภัยของยาเสพติด และเรื่องของการแต่งกาย ส่วนลักษณะที่แตกต่างคือ เจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับครอบครัว และไม่ค่อยสนใจและไม่นิยมใช้สินค้าที่เป็นเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งตรงข้ามกับเจนเอเรชั่นวายในอเมริกา ลักษณะของเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครที่ตรงตามค่านิยมของนักการตลาดในเมืองไทย คือ ตามแฟชั่น ใช้เสื้อผ้าจากต่างประเทศ ต้องการสิทธิและเสรีภาพ และการยอมรับจากสังคม ลักษณะที่ไม่ตรงตามค่านิยมคือ ไม่ค่อยสนใจและไม่นิยมใช้สินค้าที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่มากนัก

วสุ ชัยเวฬุ (2541) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับชมข่าวสารการเมืองทางโทรทัศน์” โดยศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวสารของนิสิตจากคณะรัฐศาสตร์ และคณะนิเทศศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และนักศึกษาจากคณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน และคณะรัฐศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 970 คน

ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารการเมืองมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ โดยเปิดรับเป็นประจำทุกวันในช่วงเวลา 17.00-20.00 น. รูปแบบรายการที่เปิดรับเป็นจำนวนร้อยละสูงสุดคือ รายการประเภทข่าว โดยเฉพาะรายการของสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี เป็นรายการที่ได้รับความนิยมชื่นชอบจากนิสิตนักศึกษามากที่สุด นิสิตนักศึกษามีความคาดหวังจากการเปิดรับข่าวสารการเมืองทางโทรทัศน์ในระดับปานกลางถึงมาก โดยนิสิตจาก คณะนิเทศศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความคาดหวังในเรื่องการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจของประเทศคิดเป็นจำนวนร้อยละสูงสุด ส่วนนิสิตจากคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความคาดหวังในเรื่องเกี่ยวกับนโยบายการแก้ปัญหาของประเทศมากที่สุด สำหรับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากข่าวสารการเมืองทางโทรทัศน์ของนิสิตนักศึกษา พบว่า เป็นการติดตามความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ทางการเมือง และต้องการเป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อทราบความคิดเห็นของนักการเมือง นักวิชาการ สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไป เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในทางการศึกษา และเพื่อนำไปใช้สนทนากับผู้อื่นหรือเข้าสังคม

งานวิจัยต่างประเทศ

Richard C. Vincent & Michael D. Basil (Journal of Broadcasting & Electronic media/summer 1997) ได้ศึกษาเรื่อง College students' news gratifications, Media use and current events knowledge โดยศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อของนักศึกษาในสหรัฐอเมริกา

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความต้องการในข้อมูลด้านข่าวสารและมีระดับการใช้สื่อในปริมาณที่สูงขึ้นตามระดับชั้นปีที่ศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ กล่าวคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน และความพึงพอใจที่แสวงหา จะเป็นแรงผลักดันที่มีต่อการใช้สื่อ หรืออาจกล่าวได้ว่า ระดับความต้องการในข้อมูลด้านข่าวสารที่เพิ่มสูงขึ้นนั้น จะส่งผลต่อระดับความต้องการในการใช้สื่อสูงขึ้น ในขณะที่ความต้องการในด้านบันเทิง จะส่งผลต่อการเปิดชมข่าวทางโทรทัศน์ผ่านเครือข่าย CNN โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับความรู้ความเข้าใจที่เกิดขึ้น

Hans Mathias Kepplinger & Gregor Daschmann (Journal of Broadcasting & Electronic media/fall 1997) ได้ศึกษาเรื่อง Today's news -Tomorrow's context : A Dynamic Model of News Processing โดยศึกษาในเรื่องการประมวลข้อมูลด้านข่าวสาร จาก Media input และ Existing cognitive structures ว่าเกิดจากโครงสร้างการเรียนรู้ที่มีอยู่ โดยได้รับการหล่อหลอมจากเนื้อหาข่าวที่เคยเปิดรับในครั้งก่อนๆ ซึ่งจะเปรียบเทียบระหว่างลักษณะและรูปแบบของตัวเนื้อหา (Content analysis) กับความหมายที่ผู้รับสารสร้างขึ้นตามกระบวนการเรียนรู้

ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างการเรียนรู้ที่มีอยู่เดิมของผู้รับสาร จะส่งผลต่อการมองเห็นความสำคัญของเหตุการณ์ใดๆ ผู้รับสารจะจดจำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ใดๆ ซึ่งจะถูกใช้เป็นกรอบของการเรียนรู้ในคราวต่อไป ผู้รับสารจะเสริมมุมมองของตนเองตามรูปแบบความคิดที่มีอยู่ และตอกย้ำทัศนคติที่มีอยู่เดิม โดยในบางครั้งได้ขยายความเข้าใจจากสิ่งที่เรียนรู้นั้น ไปสู่อะไรอื่น ๆ ด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสนองตอบความต้องการข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” เป็นงานวิจัยเพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในเรื่องของคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสารที่ประกอบด้วย ลักษณะด้านประชากรศาสตร์และลักษณะโครงสร้างทางด้านบุคลิกภาพส่วนบุคคล ที่มีต่อพฤติกรรมหรือแบบแผนการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากรและกลุ่มเป้าหมายแบบ Purposive ซึ่งเป็นนิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีจำนวนทั้งหมด 17,979 คน (ข้อมูลจากสำนักทะเบียนและประมวลผล ณ วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542) การที่เลือกศึกษาประชากรกลุ่มดังกล่าว เนื่องจากเห็นว่า บุคคลกลุ่มนี้จัดว่าเป็นบุคคลระดับปัญญาชน และกำลังจะก้าวต่อไปเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติในอนาคต อีกทั้งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนั้นก็จัดว่าเป็นสถาบันการศึกษาที่ดำเนินการเรียนการสอนครบในทุกศาสตร์วิชา (Multi-disciplinary) ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น สาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาสังคมศาสตร์และสาขามนุษยศาสตร์ ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยต้องการที่จะควบคุมปัจจัยหรือตัวแปรในเรื่องของ อายุ โดยมองว่าประชากรกลุ่มนี้อยู่ในช่วงวงจรชีวิต (Life cycle) เดียวกัน อีกทั้งมีวัฒนธรรม (Culture) และกลุ่มทางสังคม (Reference group) ในลักษณะเดียวกัน

จากจำนวนประชากรนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทั้งหมด 17,979 คน เมื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่มีอยู่ จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 392 คน (คำนวณจากวิธีการหากลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamene, 1973)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{17979}{1 + 17979 \times .05^2}$$

$$= 392 \text{ คน}$$

- e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (5%)
 N = ขนาดของประชากร
 n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 392 คน เมื่อนำมาแบ่งเป็นสัดส่วนที่เท่าๆกัน โดยให้นิสิตกระจายตามคณะทั้งหมด 17 คณะ จะได้คณะละ 24 คน และแบ่งเป็นชายและหญิงตามสัดส่วนที่มีอยู่จริง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 408 คน

การพัฒนาและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวัดบุคลิกภาพ The Maudsley Personality Inventory แบบทดสอบนี้มีอยู่ทั้งหมด 48 ข้อ คะแนนเต็มข้อละ 2 คะแนน โดยทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตที่ผู้วิจัยคุ้นเคยเป็นอย่างดี จำนวน 20 คน แบ่งออกเป็นกลุ่มละ 10 คน ที่ผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่าเป็นกลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยตัว (Extroverts) และแบบเก็บตัว (Introverts) โดยตั้งเกณฑ์ว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย ชอบมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคคลอื่นๆ ส่วนผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว มักไม่ชอบพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ และชอบอยู่ตามลำพัง จากนั้นจึงนำคะแนนที่ได้จากแบบวัดบุคลิกภาพ มาปรึกษากับผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษมศักดิ์ ภูมิศรีแก้ว อาจารย์คณะจิตวิทยา และเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพ อาจารย์ได้ให้ข้อพิจารณาว่าแบบทดสอบนี้ สามารถวัดลักษณะ Extroverts และ Introverts ได้

ในขั้นตอนต่อมา ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบบุคลิกภาพ The Maudsley Personality Inventory นี้มาผนวกรวมกับแบบสอบถามในส่วนอื่นๆ โดยการเรียงคำถามจะคำนึงถึงความสอดคล้องลำดับขั้นตอน และหลักทางจิตวิทยา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ โดยระหว่างการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ ได้ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาโดยตลอด และมีการดัดแปลงแก้ไขปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด จากนั้น จึงนำมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตจุฬาฯ ในสภาพการณ์ที่เป็นจริงจำนวน 20 ชุด เพื่อหาข้อผิดพลาดก่อนลงมือเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ จะทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามแบบเผชิญหน้าและอยู่บริเวณนั้นเพื่อตอบคำถามและชี้แนะวิธีการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งรื้อรับกลับคืนเพื่อป้องกันการสูญหาย ออกทำการเก็บข้อมูลจากนิสิตกลุ่มตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 9 กุมภาพันธ์ - 13 มีนาคม 2543 โดยที่แบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยถามเกี่ยวกับ เพศ คณะ ชั้น ปี จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามที่เป็นแบบทดสอบบุคลิกภาพ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและการกระทำในด้านที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยตัวและเก็บตัว (Extroverts/Introverts) โดยนำแบบทดสอบ MPI (The Maudsley Personality Inventory) ของ Hans Eysenck ซึ่งเป็นแบบทดสอบมาตรฐาน และมีคำตอบให้เลือกตอบว่า “ใช่” “ไม่ใช่” หรือ “ไม่แน่ใจ” ให้คะแนนโดยจัดเข้ากระทงตามข้อ โดยมีเกณฑ์ว่าถ้าตอบ “ใช่” ให้ 2 คะแนน “ไม่ใช่” ให้ 0 คะแนน “ไม่แน่ใจ” ให้ 1 คะแนน ทั้งหมดจำนวน 48 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการเปิดรับข่าวสาร จำนวน 19 ข้อ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยให้น้ำหนัก ตั้งแต่ 1-5 จากระดับน้อยที่สุดไปมากที่สุด

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับระดับความสนใจหรือความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสารที่เปิดรับจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยแบ่งประเภทของเนื้อหาครอบคลุมสิ่งที่อยู่ในความสนใจในยุคปัจจุบัน โดยให้น้ำหนัก ตั้งแต่ 1-5 จากระดับน้อยที่สุดไปมากที่สุด

ตอนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับประโยชน์และความพึงพอใจที่ตอบสนองความต้องการด้านข่าวสารในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยใช้การแบ่งกลุ่ม (Cluster) ตามประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร (Richard C. Vincent and Michael D. Basil, 1997) เป็นฐานข้อมูลสำหรับการจัดกลุ่ม และให้น้ำหนัก ตั้งแต่ 1-5 จากระดับน้อยที่สุดไปมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากนำแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มนิสิตจุฬาฯ ที่ตอบเรียบร้อยแล้ว มาตรวจคะแนนในส่วนของคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ ทั้งนี้เพื่อแบ่งกลุ่มคนออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มเปิดเผยตัว (Extroverts) และกลุ่มเก็บตัว (Introverts) และใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา พบว่าคะแนนจากแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพ สามารถแบ่งคนออกเป็น 2 กลุ่มๆละ 25% ได้กลุ่มละ 102 คน กลุ่มแรกที่ได้คะแนนสูงเรียกว่า Upper 25% กลุ่มหลังเรียกว่า Lower 25%

ในขั้นตอนต่อมา ได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความเรียบร้อยทุกแผ่น ทุกชุด และทำการลงรหัส (Coding) โดยปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติ เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดไปประมวลผล

ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistic Package for Social Science) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การเปรียบเทียบร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean, T-test, One Way-Anova)

การวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็น

1. พฤติกรรมการใช้สื่อและแบบแผนการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ของนิสิต ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
2. การทดสอบค่าความแตกต่างในเรื่องการให้ความสำคัญในการเปิดรับข่าวสาร และการมองเห็นคุณค่าของเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตาม เพศ สาขาวิชา และลักษณะทางบุคลิกภาพ
3. ระดับความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามเพศ สาขาวิชา และลักษณะทางบุคลิกภาพ
4. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเพื่อสนองต่อความต้องการข่าวสาร จำแนกตาม เพศ สาขาวิชา และลักษณะทางบุคลิกภาพ
5. ความแตกต่างของความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร ที่มีต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะนำเสนอในรูปแบบของการบรรยาย การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย และตารางประกอบ รวมถึงการอธิบายรายละเอียดที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องข้อมูล

ผู้วิจัยจะควบคุมให้เกิด Intercoder Reliability ในระหว่างสรทหส์คำตอบที่ได้รับจากแบบสอบถาม และคำถามในแบบสอบถามก็มีคุณสมบัติของ Internal Consistency เพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้รับว่าเป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ ประกอบกับมี Face Validity โดยมีสติในระหว่างดำเนินการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อสนองตอบความต้องการข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีรายละเอียดในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะของกลุ่มนิสิตที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วยนิสิตหญิง คิดเป็นจำนวน 242 คน (59.31%) นิสิตชายคิดเป็นจำนวน 166 คน (40.69%) และพบว่าเป็นนิสิตชั้นปีที่ 1 จำนวน 104 คน (25.49%) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 108 คน (26.47%) ชั้นปีที่ 3 จำนวน 85 คน (20.83%) ชั้นปีที่ 4 จำนวน 83 คน (20.83%) ชั้นปีที่ 5 จำนวน 20 คน (4.90%) และชั้นปีที่ 6 จำนวน 8 คน (1.96%) ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเมื่อนำมาแบ่งตามกลุ่มสาขาวิชาทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ สาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขามนุษยศาสตร์และสาขาสังคมศาสตร์ ซึ่งแต่ละสาขามีรายละเอียดดังนี้ สาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ ประกอบด้วย คณะแพทยศาสตร์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ และคณะสหเวชศาสตร์ รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 144 คน

สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประกอบด้วย คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จำนวนทั้งสิ้น 48 คน

สาขามนุษยศาสตร์ ประกอบด้วย คณะอักษรศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และคณะศิลปกรรมศาสตร์ จำนวนทั้งสิ้น 72 คน

สาขาสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย คณะรัฐศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี คณะเศรษฐศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะนิติศาสตร์ จำนวนทั้งสิ้น 144 คน

สำหรับตัวแปรลักษณะทางบุคลิกภาพ ผลการทดสอบ MPI (The Maudsley Personality Inventory) ของนิสิตกลุ่มตัวอย่างพบว่าได้คะแนนอยู่ในช่วงระหว่าง 8-46 กลุ่ม Upper 25% ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย คือผู้ที่ได้คะแนนตั้งแต่ 34-46 ส่วนกลุ่ม lower 25% ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว คือผู้ที่มีคะแนนตั้งแต่ 8-26 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนความถี่และร้อยละของคะแนนบุคลิกภาพ

ระดับคะแนน	ความถี่	ความถี่สะสม	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
8	1	1	0.25	0.25
12	1	2	0.25	0.49
14	1	3	0.25	0.74
16	5	8	1.23	1.96
17	3	11	0.74	2.70
18	13	24	3.19	5.88
19	2	26	0.49	6.37
20	6	32	1.47	7.84
21	9	41	2.21	10.05
22	12	53	2.94	12.99
23	5	58	1.23	14.22
24	24	82	5.88	20.10
25	13	95	3.19	23.28
26	20	115	4.90	28.19
27	13	128	3.19	31.37
28	29	157	7.11	38.48
29	15	172	3.68	42.16
30	34	206	8.33	50.49
31	14	220	3.43	53.92
32	41	261	10.05	63.97
33	15	276	3.68	67.65
34	35	311	8.58	76.23
35	15	326	3.68	79.90
36	29	355	7.11	87.01
37	5	360	1.23	88.24
38	16	376	3.92	92.16
39	5	381	1.23	93.38
40	16	397	3.92	97.30

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ระดับคะแนน	ความถี่	ความถี่สะสม	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
41	3	400	0.74	98.04
42	2	402	0.49	98.53
43	4	406	0.98	99.51
44	1	407	0.25	99.75
46	1	408	0.25	100.00
รวม	408		100.00	



สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. พฤติกรรมการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

2.1 ปริมาณเวลาของการรับฟังวิทยุในแต่ละวัน

จากผลการศึกษาพบว่า ปริมาณเวลาที่นิสิตผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเปิดรับฟังวิทยุโดยเฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง มีจำนวนร้อยละ 25.49 และฟังวิทยุโดยเฉลี่ยวันละ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นจำนวนร้อยละ 23.53 อย่างไรก็ตาม มีอยู่เพียงจำนวนร้อยละ 4.17 เท่านั้นที่ฟังวิทยุโดยเฉลี่ยวันละมากกว่า 6 ชั่วโมง สำหรับผู้ที่ไม่สามารถระบุปริมาณเวลาที่รับฟังวิทยุในแต่ละวันได้อย่างแน่ชัด มีจำนวนคิดเป็นร้อยละ 39.95

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของปริมาณเวลาในการรับฟังวิทยุในแต่ละวัน

ปริมาณเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 ชั่วโมง	104	25.49
3 - 4 ชั่วโมง	96	23.53
5 - 6 ชั่วโมง	27	6.62
มากกว่า 6 ชั่วโมง	17	4.17
ไม่สามารถระบุปริมาณเวลาได้อย่างแน่ชัด	163	39.95
ไม่ตอบ	1	0.25
รวม	408	100.00

สถาบันวิทยุบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.2 ลักษณะความสนใจในการเปิดรับฟังวิทยุ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่านิสิตผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจและความผูกพันกับรายการที่ตนเองชื่นชอบ โดยจะสื่อเฉพาะคลื่นที่ชอบฟังเป็นประจำไว้ มีถึงจำนวนร้อยละ 62.25 อีกจำนวนร้อยละ 26.72 มีลักษณะการเลือกฟังรายการที่ถูกรบกวนโดยกดเปลี่ยนสถานีไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะพบ และมีจำนวนร้อยละ 9.80 ไม่มีความสนใจในรายการใดรายการหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง โดยจะรับฟังไปเรื่อย ๆ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการรับฟังวิทยุที่ปฏิบัติเป็นประจำ

ลักษณะการฟังวิทยุที่ปฏิบัติเป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กดเปลี่ยนสถานีไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะพบรายการที่ถูกรบกวน	109	26.72
สื่อเฉพาะคลื่นที่ชอบฟังเป็นประจำ	254	62.25
ฟังไปเรื่อย ๆ ไม่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นสถานีหรือรายการใด	40	9.80
ไม่ตอบ	5	1.23
รวม	408	100.00

สถาบันวิทยุบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.3 สถานที่ในการฟังวิทยุ

สถานที่ที่นิสิตผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสะดวกในการฟังวิทยุในแต่ละวันคือที่บ้าน ในรถยนต์ขณะเดินทาง และเปิดรับฟังจากชาวอะเบาท์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ลำดับของปริมาณความถี่ของสถานที่ในการฟังวิทยุในแต่ละวัน

ลำดับ	สถานที่ในการฟังวิทยุแต่ละวัน	จำนวน (ความถี่)
1	ที่บ้าน	306
2	ในรถยนต์ขณะเดินทาง	225
3	ชาวอะเบาท์	99
	อื่น ๆ	4
	รวม	634

สถาบันวิทยุบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.4 ปริมาณเวลาของการชมวิทยุโทรทัศน์ในแต่ละวัน

จากการศึกษาพบว่า นิสิตผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการชมโทรทัศน์โดยเฉลี่ยวันละ 3-4 ชั่วโมง มีจำนวนร้อยละ 34.07 ส่วนปริมาณเวลาที่ใช้ในการชมโทรทัศน์เฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง มีจำนวนร้อยละ 22.06 สำหรับผู้ที่เปิดชมโทรทัศน์ โดยเฉลี่ยวันละ 5-6 ชั่วโมงและมากกว่า 6 ชั่วโมง นั้น มีอยู่เพียงจำนวนร้อยละ 3.92 และ 9.80 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ไม่สามารถระบุปริมาณเวลาที่แน่ชัดในการชมโทรทัศน์ในแต่ละวันได้นั้น มีอยู่จำนวนร้อยละ 28.92

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของปริมาณเวลาในการชมวิทยุโทรทัศน์ในแต่ละวัน

ปริมาณเวลาในการชมโทรทัศน์ในแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 ชั่วโมง	90	22.06
3 - 4 ชั่วโมง	139	34.07
5 - 6 ชั่วโมง	16	3.92
มากกว่า 6 ชั่วโมง	40	9.80
ไม่สามารถระบุปริมาณเวลาได้อย่างแน่ชัด	118	28.92
ไม่ตอบ	5	1.23
รวม	408	100.00

2.5 ลักษณะการเปิดรับชมวิทยุโทรทัศน์ที่ปฏิบัติเป็นประจำ

จากผลการศึกษาพบว่า นิสิตผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้มีความสนใจหรือความผูกพันกับรายการใดรายการหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง โดยมีรูปแบบการเปิดชมโทรทัศน์ที่ปฏิบัติเป็นประจำ คือ กดเปลี่ยนสถานีไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะพบรายการหรือเนื้อหาที่ถูกใจหรือชื่นชอบ ซึ่งมีอยู่จำนวนร้อยละ 54.41 และมีจำนวนร้อยละ 27.21 ที่เลือกติดตามเฉพาะรายการหรือสถานีที่ชมเป็นประจำ ส่วนผู้ที่ไม่ได้มีความสนใจในรายการใดหรือสถานีใดสถานีหนึ่ง โดยชมไปเรื่อย ๆ ในลักษณะที่ไม่เจาะจง มีจำนวนร้อยละ 17.16

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการรับชมวิทยุโทรทัศน์ที่ปฏิบัติเป็นประจำ

ลักษณะการชมโทรทัศน์ที่ปฏิบัติเป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กดเปลี่ยนสถานีไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะพบรายการที่ถูกใจ	222	54.41
ติดตามเฉพาะรายการหรือสถานีที่ดูเป็นประจำ	111	27.21
ดูไปเรื่อย ๆ ไม่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นสถานีหรือรายการใด	70	17.16
ไม่ตอบ	5	1.23
รวม	408	100.00

2.6 สถานที่ในการรับชมวิทยุโทรทัศน์

สถานที่ที่นิสิตผู้ตอบแบบสอบถามมีความสะดวกในการรับชมโทรทัศน์ในแต่ละวัน คือที่บ้าน ที่บ้านเพื่อนหรือหอพัก และที่มหาวิทยาลัย ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ลำดับของปริมาณความถี่ของสถานที่ในการชมวิทยุโทรทัศน์ในแต่ละวัน

ลำดับ	สถานที่ในการชมโทรทัศน์ในแต่ละวัน	จำนวน (ความถี่)
1	บ้าน	363
2	บ้านเพื่อนหรือหอพัก	69
3	มหาวิทยาลัย	19
	อื่น ๆ	4
	รวม	455

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. แบบแผนการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

3.1 ปริมาณเวลาของการรับฟังข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงในแต่ละวัน

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่านิสิตผู้ตอบแบบสอบถามให้เวลากับการรับฟังข่าวสารโดยเฉลี่ยวันละครึ่งชั่วโมง มีอยู่จำนวนร้อยละ 26.72 และอีกจำนวนร้อยละ 14.47 ที่ให้เวลากับการรับฟังข่าวสารในแต่ละวันมากกว่าครึ่งชั่วโมง ส่วนผู้ที่ไม่สามารถระบุปริมาณเวลาในแต่ละวันที่ให้กับการฟังข่าวสารจากสื่อวิทยุได้อย่างแน่ชัด มีอยู่จำนวนร้อยละ 58.58

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของปริมาณเวลาในการรับฟังข่าวสารทางวิทยุในแต่ละวัน

ปริมาณเวลาในการฟังข่าวสารทางวิทยุในแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประมาณ 1/2 ชั่วโมง	109	26.72
มากกว่าครึ่งชั่วโมง	59	14.47
ไม่สามารถระบุปริมาณเวลาที่แน่ชัด	239	58.58
ไม่ตอบ	1	0.25
รวม	408	100.00

3.2 ช่วงเวลาในการรับฟังรายการข่าวภาคบังคับจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

เนื่องจากรายการข่าวภาคบังคับที่ถ่ายทอดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยนั้น มีการเสนอในแต่ละวันโดยแบ่งเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงเช้า ช่วงเที่ยง และช่วงค่ำ ผลการศึกษาพบว่านิสิตผู้ตอบแบบสอบถามสะดวกที่จะเปิดรับฟังรายการข่าวภาคบังคับในช่วงเช้า (7.00-8.00น.) และช่วงค่ำ (19.00-20.00น.) และเป็นที่น่าสนใจว่านิสิตส่วนใหญ่ระบุว่าไม่เคยรับฟังเลย

ตารางที่ 9 ลำดับของปริมาณความถี่ของช่วงเวลาในการรับฟังรายการข่าวภาคบังคับจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

ลำดับ	ช่วงเวลาในการฟังข่าวสารที่ถ่ายทอดจากสถานีวิทยุกระจายเสียง	จำนวน (ความถี่)
1	เวลา 07.00 – 08.00 น.	120
2	เวลา 19.00 – 20.00 น.	117
3	เวลา 12.30 – 13.00 น.	33
	ไม่เคยรับฟัง	167
	รวม	437

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.3 ลักษณะการติดตามเนื้อหาข่าวสารจากรายการข่าวภาคบังคับจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

เนื่องจากเนื้อหาข่าวสารที่เสนอในรายการข่าวภาคบังคับจากสถานีวิทยุกระจายเสียง-แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย หัวข้อข่าวสำคัญประจำวัน การรายงานข่าวในประเทศ การรายงานข่าวต่างประเทศ และ การวิเคราะห์สถานการณ์ข่าว ผลการศึกษาพบว่า นิสิตผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการติดตามหรือเอาใจใส่ในเนื้อหาข่าวสารจากสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยรับฟังเฉพาะหัวข้อข่าวสำคัญประจำวัน และมีจำนวนความถี่มาเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนลำดับรองลงมาคือติดตามฟังเนื้อหาตลอดทั้งรายการ นอกเหนือจากนั้นยังพบว่าการติดตามช่วงของข่าวต่างประเทศและการวิเคราะห์ข่าว มีจำนวนความถี่มากกว่าช่วงของข่าวในประเทศ

ตารางที่ 10 ลำดับของปริมาณความถี่ในการติดตามเนื้อหาข่าวสารจากรายการข่าวภาคบังคับจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

ลำดับ	ลักษณะการติดตามฟังเนื้อหาข่าวสารในรายการข่าวภาคบังคับจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	จำนวน (ความถี่)
1	หัวข้อข่าวสำคัญประจำวัน	133
2	ฟังตลอดทั้งรายการตั้งแต่ต้นจนจบ	77
3	ช่วงข่าวต่างประเทศ	40
4	ช่วงวิเคราะห์ข่าว	38
5	ช่วงข่าวในประเทศ	23
	รวม	311

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.4 ลักษณะการติดตามเนื้อหาข่าวสารจากสถานีวิทยุประเภทรูปแบบเฉพาะด้าน (Format - Station)

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่านิสิตผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการติดตามเนื้อหาข่าวสารจากสถานีวิทยุประเภทรูปแบบเฉพาะด้าน (Format Station) คือสถานีรูปแบบข่าวและเพลง (News and Music Format Stations) โดยมีลำดับความนิยมและจำนวนความถี่สูงกว่าสถานีวิทยุรูปแบบข่าวเพียงอย่างเดียว (News Format Stations) กล่าวคือ สถานีกรีนเวฟ เรดิโอ โนฟล๊อบเบิ้ลเอ็ม เรดิโอโวลต์ แซทเทิลไลท์ ชาแนล วี เอฟ เอ็ม โมเดิร์น เลิฟ และแซท เจเนอเรชั่น สำหรับความนิยมในการติดตามข่าวสารจากสถานีประเภทข่าวเพียงอย่างเดียว ได้แก่ สถานีวิทยุทรินิตี้ วิทยุเนชั่น บิสซิเนส เรดิโอ และ จ.ส. 100 ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ลำดับของปริมาณความถี่ในการติดตามเนื้อหาข่าวสารจากสถานีวิทยุประเภทรูปแบบเฉพาะด้าน (Format Station)

ลำดับ	สถานีวิทยุที่มีรูปแบบเฉพาะด้าน	จำนวน (ความถี่)
สถานีข่าวและเพลง		
1	FM 106.5 กรีนเวฟ	184
2	FM 88.0 เรดิโอ โนฟล๊อบเบิ้ลเอ็ม	177
3	FM 93.5 เรดิโอ โวลต์ แซทเทิลไลท์	140
4	FM 104.5 ชาแนล วี เอฟ เอ็ม	96
5	FM 103.5 โมเดิร์น เลิฟ	75
6	FM 88.5 แซท เจเนอเรชั่น	30
7	FM 98.0 ชาร์ท เอฟ เอ็ม	19
สถานีข่าว		
8	FM 97.0 สถานีวิทยุทรินิตี้	22
9	FM 90.5 สถานีวิทยุเนชั่น	17
10	FM 96.5 บิสซิเนส เรดิโอ	16
11	FM 100.0 สถานีวิทยุ จ.ส. 100	13
12	FM 100.5 สถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท.	7
13	FM 101.0 สถานีวิทยุนิวส์แอนด์ทอล์ค	7
14	FM 96.0 สถานีวิทยุชุมชน	7

ตารางที่ 11(ต่อ)

อื่น ๆ	59
ไม่มีสถานีใดที่ฟังเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ	82
รวม	951

3.5 รายการวิเคราะห์ข่าวที่รับฟังเป็นประจำ

สำหรับการติดตามรายการวิเคราะห์เจาะลึกสถานการณ์ข่าว นิสิตผู้ตอบแบบสอบถามไม่เจาะจงเปิดรับฟังรายการใดรายการหนึ่งเป็นประจำแน่นอน แต่จะเลือกเปิดรับเมื่อพบเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจ ส่วนรายการที่ระบุว่ารับฟังเป็นประจำโดยมีจำนวนความถี่มาเป็นลำดับหนึ่ง ได้แก่ รายการเก็บตกจากเนชั่น ของเครือเนชั่น ตามมาด้วยรายการที่มีจำนวนความถี่ที่ใกล้เคียงกันคือ รายการเพื่อบ้านเพื่อเมือง ของอาจารย์เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง

ตารางที่ 12 ลำดับของปริมาณความถี่ในการติดตามรับฟังรายการวิเคราะห์เจาะลึกสถานการณ์ข่าว

ลำดับ	รายการวิเคราะห์เจาะลึกสถานการณ์ข่าว ที่ฟังเป็นประจำ	จำนวน (ความถี่)
1	รายการเก็บตกจากเนชั่น โดยกนกกรัตน์ วงศ์สกุลและยุทธนา กระจบวนแสง	20
2	รายการเพื่อบ้านเพื่อเมือง โดยอาจารย์เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง	19
3	รายการเจาะลึกทั่วไทย โดยสำราญ รอดเพชร	11
3	รายการคุยเฟื่องเรื่องเงิน โดยวีระ ธีรพัฒน์	11
4	รายการบันทึกสถานการณ์ โดย ฟองสนาม จามรจันทร์	10
5	รายการคุยกันหลังข่าว โดยวรรณรักษ์ ศรีสด	5
6	รายการทิศทางการลงทุน โดยวันเพ็ญ ศรีดีและวีรพงษ์ ต้องสุดใจธรรม	3

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ลำดับ	รายการวิเคราะห์เจาะลึกสถานการณ์ข่าว ที่ฟังเป็นประจำ	จำนวน (ความถี่)
	รายการนิวส์เทรนด์ โดยบัณฑิต ปิ่นมงคลกุล	1
	ไม่เจาะจงว่าเป็นรายการใด ถ้าเปิดพบเนื้อหาที่สนใจก็จะฟัง	382
	รวม	462

3.6 ปริมาณเวลาของการรับชมรายการข่าวจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ในแต่ละวัน

จากการศึกษาพบว่า นิสิตผู้ตอบแบบสอบถามให้เวลากับการรับชมรายการข่าวจากสื่อโทรทัศน์โดยเฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง มีอยู่จำนวนร้อยละ 29.17 และจำนวนร้อยละ 6.13 ระบุว่าให้เวลา
กับการรับชมรายการข่าวมากกว่า 2 ชั่วโมง ส่วนอีกจำนวนร้อยละ 39.95 นั้นไม่สามารถระบุปริมาณ
เวลาที่แน่นอนในการเปิดรับชมรายการข่าวในแต่ละวันได้

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของปริมาณเวลาในการรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์ในแต่ละวัน

ปริมาณเวลาในการรับชมรายการข่าว ทางโทรทัศน์ในแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประมาณ 1/2 ชั่วโมง	95	23.28
1 - 2 ชั่วโมง	144	29.17
มากกว่า 2 ชั่วโมง	25	6.13
ไม่สามารถระบุเวลาที่แน่ชัด	163	39.95
ไม่ตอบ	6	1.47
รวม	408	100.00

3.7 สถานีวิทยุและโทรทัศน์ที่ติดตามเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเป็นประจำ

ผลการศึกษาพบว่า นิสิตผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจและติดตามรับชมข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 โดยมีจำนวนความถี่มาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ตามลำดับ ที่เหลือเป็นสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 11

ตารางที่ 14 ลำดับของปริมาณความถี่ในการติดตามรับชมข่าวสารทางโทรทัศน์

ลำดับ	รายการข่าวที่ชมเป็นประจำทางสถานีโทรทัศน์	จำนวน (ความถี่)
1	ช่อง 3	228
2	ไอทีวี	160
3	ช่อง 7	116
4	ช่อง 9	40
5	ช่อง 5	26
6	ช่อง 11	16
รวม		586

4. การให้ความสำคัญและคุณค่าในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร

ผลของการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญและคุณค่าในการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งจำแนกตามคุณลักษณะด้าน เพศ สาขาวิชา และลักษณะทางบุคลิกภาพ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามเพศ

ผลการทดสอบความแตกต่างของน้ำหนักค่าเฉลี่ย (t-test) แสดงให้เห็นว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร กล่าวคือนิสิตทั้งหญิงและชาย มีความคิดเห็นว่าการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเป็นประจำทุกวันเป็นสิ่งจำเป็น และเห็นด้วยว่าการตัดสินใจเลือกเปิดรับควรกระทำด้วยตนเอง

นอกจากนี้นิสิตยังมองเห็นคุณค่าของเนื้อหาข่าวสารที่เปิดรับว่า มีผลต่อการขยายขอบเขตความเข้าใจ ส่วนการได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการนำข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการตัดสินใจ

อย่างไรก็ตามมีประเด็นที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เพียงประเด็นเดียวคือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการกำหนดทิศทางของโลกและสังคม

ตารางที่ 15 การทดสอบความแตกต่างของน้ำหนักค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ระหว่างนิสิตผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศ

ความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสาร	เพศ	N	Mean	S.D	t
1. การเปิดรับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นประจำทุกวันเป็นสิ่งจำเป็น	ชาย	166	4.08	0.68	-0.69
	หญิง	242	4.13	0.59	
2. การเปิดรับเนื้อหาข่าวสารทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ควรเป็นการตัดสินใจในเลือกด้วยตนเอง	ชาย	166	4.21	0.68	-0.69
	หญิง	242	4.18	0.55	
3. ในขณะที่ดูหรือฟังเนื้อหาข่าวด้านข่าวสาร ควรให้ความสนใจและตั้งใจติดตามในทุก ๆ ช่วงโดยตลอด ตั้งแต่ต้นจนจบ	ชาย	166	3.48	0.77	-0.67
	หญิง	242	3.47	0.77	
4. ทักษะมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับประเด็นข่าวที่นำเสนอโดยสื่อวิทยุและโทรทัศน์จะช่วยขยายขอบเขตความเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น	ชาย	166	4.04	0.72	0.06
	หญิง	242	4.08	0.58	
5. ในยุคสารสนเทศนี้ ข้อมูลข่าวสารกำลังมีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางของโลกและสังคม	ชาย	166	4.13	0.74	0.06*
	หญิง	242	4.28	0.59	
6. การได้รับข่าวสารที่รวดเร็วแม่นยำ จะทำให้เป็นผู้ได้เปรียบในการครอบครองทรัพยากรต่าง ๆ	ชาย	166	3.89	0.78	-2.25
	หญิง	242	3.99	0.69	
7. ข้อมูลข่าวสารกำลังกลายมาเป็นยุทธศาสตร์การต่อสู้แนวใหม่ โดยเฉพาะการพัฒนาไปสู่การค้าเสรีในยุคไร้พรมแดน	ชาย	166	4.02	0.76	-2.15
	หญิง	242	4.07	0.70	

* $p < .05$

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2 ความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามสาขาวิชา

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของน้ำหนักค่าเฉลี่ย (one-way ANOVA) ในเรื่องการให้ความสำคัญและคุณค่าในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร แสดงให้เห็นว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ระหว่างกลุ่มสาขาวิชาทั้ง 4 ได้แก่ สาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขามนุษยศาสตร์ และสาขาสังคมศาสตร์ และภายในกลุ่มสาขาวิชา คือคณะในแต่ละสาขาวิชา แสดงให้เห็นว่า กลุ่มสาขาวิชา และคณะวิชาไม่ได้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของน้ำหนักค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ระหว่างสาขาวิชา

ความคิดเห็นต่อความจำเป็น ในการเปิดรับข่าวสาร	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	f
1. การเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร จากสื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็น ประจำทุกวันเป็นสิ่งจำเป็น	ระหว่างกลุ่ม	3	1.37	0.46	1.15
	ภายในกลุ่ม	404	160.67	0.40	
	รวม	407	162.04		
2. การเปิดรับเนื้อหาข่าวสารทาง สื่อวิทยุและโทรทัศน์ ควรเป็น การตัดสินใจในเลือกด้วยตนเอง	ระหว่างกลุ่ม	3	1.05	0.35	0.95
	ภายในกลุ่ม	404	148.65	0.37	
	รวม	407	149.70		
3. ในขณะที่ดูหรือฟังเนื้อหาด้าน ข่าวสาร ควรให้ความสนใจและ ตั้งใจติดตามในทุก ๆ ช่วงโดย ตลอดตั้งแต่ต้นจนจบ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.00	1.33	2.26
	ภายในกลุ่ม	404	237.71	0.59	
	รวม	407	241.70		
4. ทักษะมุมมองที่หลากหลาย เกี่ยวกับประเด็นข่าวที่ นำเสนอ โดยสื่อวิทยุและโทรทัศน์จะช่วย ขยายขอบเขต ความเข้าใจได้ดี ยิ่งขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	3	1.20	0.40	0.97
	ภายในกลุ่ม	404	166.27	0.41	
	รวม	407	167.47		
5. ในยุคสารสนเทศนี้ ข้อมูลข่าว สารกำลังมีความสำคัญ ต่อการ กำหนดทิศทางของโลกและ สังคม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.23	0.74	1.73
	ภายในกลุ่ม	404	173.92	0.43	
	รวม	407	176.15		
6. การได้รับข่าวสารที่รวดเร็ว แม่นยำจะทำให้เป็นผู้ได้เปรียบ ในการครองครองทรัพยากรต่าง	ระหว่างกลุ่ม	3	1.66	0.55	1.04
	ภายในกลุ่ม	404	214.26	0.53	
	รวม	407	215.92		
7. ข้อมูลข่าวสารกำลังกลายมา เป็นยุทธศาสตร์การต่อสู้แนว ใหม่โดยเฉพาะการพัฒนาไปสู่ การค้าเสรีในยุคไร้พรมแดน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.51	0.50	0.96
	ภายในกลุ่ม	404	212.60	0.53	
	รวม	407	214.12		

* $p < .05$

4.3 ความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามลักษณะทางบุคลิกภาพ

ผลการทดสอบความแตกต่างของน้ำหนักค่าเฉลี่ย (t-test) แสดงให้เห็นว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร ระหว่างนิสิตที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extroverts) กับนิสิตที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introverts)

ตารางที่ 17 การทดสอบความแตกต่างของน้ำหนักค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่ม Extroverts และ Introverts

ความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการเปิดรับข่าวสาร	กลุ่ม	N	Mean	S.D	t
1. การเปิดรับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ เป็นประจำทุกวันเป็นสิ่งจำเป็น	Ex	102	4.23	0.64	1.79
	In	102	4.06	0.69	
2. การเปิดรับเนื้อหาข่าวสารทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ควรเป็นการตัดสินใจในเลือกด้วยตนเอง	Ex	102	4.27	0.60	1.12
	In	102	4.18	0.65	
3. ในขณะที่ดูหรือฟังเนื้อหาข่าวด้านข่าวสาร ควรให้ความสนใจและตั้งใจติดตามในทุก ๆ ช่วงโดยตลอด ตั้งแต่ต้นจนจบ	Ex	102	3.62	0.80	0.87
	In	102	3.52	0.82	
4. ทักษะมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับประเด็นข่าวที่นำเสนอโดยสื่อวิทยุและโทรทัศน์จะช่วยขยายขอบเขตความความเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น	Ex	102	4.13	0.66	0.53
	In	102	4.08	0.66	
5. ในยุคสารสนเทศนี้ ข้อมูลข่าวสารกำลังมีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางของโลกและสังคม	Ex	102	4.28	0.68	0.11
	In	102	4.27	0.65	
6. การได้รับข่าวสารที่รวดเร็วแม่นยำ จะทำให้เป็นผู้ได้เปรียบในการครอบครองทรัพยากรต่าง ๆ	Ex	102	3.92	0.71	-0.38
	In	102	3.96	0.74	
7. ข้อมูลข่าวสารกำลังกลายมาเป็นยุทธศาสตร์การต่อสู้แนวใหม่โดยเฉพาะการพัฒนาไปสู่การค้าเสรีในยุคไร้พรมแดน	Ex	102	4.05	0.76	-0.56
	In	102	4.11	0.74	

* p < .05

5. ความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสารที่เปิดรับจากสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

ผลการวิเคราะห์ระดับความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสารที่เปิดรับจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ จำแนกตามคุณลักษณะด้าน เพศ สาขาวิชา และลักษณะทางบุคลิกภาพ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 ระดับความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามเพศ

ผลค่าเฉลี่ยของน้ำหนักคะแนนความชื่นชอบที่มีต่อประเด็นเนื้อหาข่าวสาร พบว่า ค่าเฉลี่ยน้ำหนักสูงสุดของนิสิตชาย (4.09) คือประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาต่างประเทศ ส่วนค่าเฉลี่ยสูงสุดของนิสิตหญิง (4.00) คือประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับแวดวงบันเทิง ลำดับรองลงมา นิสิตชายให้ค่าเฉลี่ย (3.98) กับประเด็นผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ ส่วนนิสิตหญิงให้ค่าเฉลี่ย (3.93) กับประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบ ๆ โลก ประเด็นข่าวที่ให้ความชื่นชอบเป็นลำดับ 3 ของนิสิตชายคือ ความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาในประเทศ (3.96) สำหรับของนิสิตหญิงมีสองประเด็นที่มีน้ำหนักค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน (3.86) และแฟชั่นการแต่งกาย (3.86)

สถาบันวิทยุบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยของน้ำหนักคะแนนความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามเพศ

ประเภทเนื้อหาข่าวสาร	ชาย			หญิง		
	N	\bar{X}	SD.	N	\bar{X}	SD.
การจราจรบนถนน	166	2.92	0.96	242	2.85	0.84
สภาพอากาศและภัยธรรมชาติ	166	3.43	0.99	242	3.24	0.84
ผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์	166	3.98	0.77	242	3.72	0.87
ปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลภาวะ	166	3.84	0.82	242	3.72	0.76
ประเด็นปัญหาสังคมที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน	166	3.82	0.85	242	3.86	0.71
การพัฒนาความสามารถของเยาวชนไทย	166	3.59	0.79	242	3.55	0.75
เรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน	166	3.15	0.93	242	3.23	0.87
แนวทางการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม	166	3.53	0.87	242	3.64	0.75
การฉ้อโกงไม่ไว้วางใจในคณะรัฐบาล	166	2.96	1.17	242	2.93	1.00
แนวทางการแก้ไขความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศ	166	2.92	1.24	242	3.09	1.03
การล้อเลียนและเสียดสีทางการเมือง	166	3.28	1.12	242	3.17	1.03
แนวโน้มสถานการณ์ทางเศรษฐกิจภายในประเทศ	166	3.63	0.84	242	3.56	0.86
ปัญหาการว่างงานและอัตราการว่าง	166	3.28	0.87	242	3.25	0.87
วงการกีฬาในประเทศ	166	3.96	1.07	242	3.11	1.03
ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง	166	3.60	0.98	242	4.00	0.89
แฟชั่นการแต่งกาย	166	3.34	1.17	242	3.86	0.97
สภาพการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบ ๆ โลก	166	3.95	0.79	242	3.93	0.69
เหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศ	166	3.63	0.92	242	3.52	0.80
สถานการณ์ของระบบเศรษฐกิจโลก	166	3.66	0.86	242	3.56	0.84
ความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาดังประเทศ	166	4.09	1.08	242	3.19	1.13
วงการบันเทิงในต่างประเทศ	166	3.69	0.99	242	3.79	0.99

5.2 ระดับความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามสาขาวิชา

ผลค่าเฉลี่ยของน้ำหนักคะแนนความชื่นชอบที่จำแนกตามสาขาวิชาพบว่า นิสิตในทุกสาขาวิชาต่างให้ความชื่นชอบที่เหมือนกันในประเด็น สภาพการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบๆ โลก โดยมีค่าเฉลี่ยของน้ำหนักความชื่นชอบดังนี้ สาขาสังคมศาสตร์ 3.97 ส่วนอีก 3 สาขาที่เหลือให้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ คือ 3.92

นอกจากนี้ผลของการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ เน้นให้ความใส่ใจในประเด็นผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ คิดเป็นน้ำหนักค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และ 3.98 ตามลำดับ ส่วนสาขามนุษยศาสตร์เน้นให้ความสนใจในประเด็น ปัญหาสังคมที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นไทย ให้น้ำหนักค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาต่างประเทศและในประเทศ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.81 ตามลำดับ สาขาสังคมศาสตร์ ให้ความสนใจในประเด็นความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิงในประเทศ และแฟชั่นการแต่งกาย โดยให้น้ำหนักค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และ 3.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนนความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามสาขาวิชา

ประเภทเนื้อหาข่าวสาร	วิทยากร แพทย์		วิทยากร เทคโนโลยี		มนุษย์		สังคม	
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.
การจราจรบนถนน	2.9	0.88	2.9	0.9	2.7	0.9	2.8	0.8
	2		6	0	6	1	6	8
สภาพอากาศและภัยธรรมชาติ	3.4	0.87	3.3	0.9	3.2	0.9	3.2	0.9
	5		5	1	5	5	1	2
ผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์	4.0	0.73	4.1	0.6	3.7	1.1	3.5	0.7
	1		3	1	6	3	8	6
ปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลภาวะ	3.9	0.70	3.7	0.7	3.6	0.8	3.6	0.8
	8		9	4	8	2	0	2
ประเด็นปัญหาสังคมที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน	3.8	0.73	3.9	0.7	3.9	0.7	3.7	0.8
	8		6	4	0	2	4	3
การพัฒนาความสามารถของเยาวชนไทย	3.5	0.73	3.5	0.8	3.5	0.6	3.5	0.8
	9		8	7	3	7	6	1
เรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน	3.3	0.89	3.1	1.0	3.2	0.9	3.1	0.8
	0		3	8	2	4	0	2
แนวทางการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม	3.7	0.84	3.4	0.7	3.4	0.7	3.5	0.7
	5		0	1	9	9	6	7
การอภิปรายไม่ไว้วางใจคณะรัฐมนตรี	2.8	1.03	2.8	1.1	2.7	1.2	3.1	0.9
	7		1	8	1	2	7	5
แนวทางการแก้ไขความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศ	2.9	1.05	2.9	1.1	2.7	1.4	3.2	0.9
	8		4	9	9	7	1	2
การล้อเลียนและเสียดสีทางการเมือง	3.1	0.96	3.1	1.1	3.0	1.3	3.4	0.9
	0		7	2	7	5	1	6
แนวโน้มสถานการณ์ทางเศรษฐกิจภายในประเทศ	3.5	0.82	3.7	0.8	3.3	0.8	3.6	0.8
	9		3	2	6	4	5	9
ปัญหาการว่างงานและอัตราการว่าง	3.3	0.83	3.3	0.8	3.1	0.9	3.2	0.8
	1		5	1	4	4	6	9
วงการกีฬาในประเทศ	3.3	1.22	3.9	0.9	3.3	1.1	3.4	1.0
	8		8	6	5	2	2	4

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ประเภทเนื้อหาข่าวสาร	วิทย์การแพทย์		วิทย์เทคโนโลยี		มนุษย์		สังคม	
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.
ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง	3.8	0.95	3.5	0.7	3.8	0.9	3.9	1.0
	1		8	7	1	3	8	1
แฟชั่นการแต่งกาย	3.6	1.10	3.2	1.1	3.5	1.0	3.7	1.0
	9		5	4	6	9	8	2
สถานการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบ ๆ โลก	3.9	0.68	3.9	0.6	3.9	0.6	3.9	0.8
	2		2	1	2	2	7	6
เหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศ	3.6	0.77	3.5	0.6	3.4	0.8	3.5	0.9
	3		2	5	6	2	6	9
สถานการณ์ของระบบเศรษฐกิจโลก	3.6	0.79	3.7	0.7	3.4	0.8	3.6	0.9
	3		7	2	3	7	1	2
ความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาต่างประเทศ	3.4	1.25	4.2	0.9	3.5	1.1	3.4	1.1
	6		3	5	8	1	2	9
วงการบันเทิงในต่างประเทศ	3.6	1.08	3.6	0.8	3.8	0.9	3.8	0.9
	6		0	2	6	5	3	7

5.3 ระดับความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามลักษณะบุคลิกภาพ

ผลค่าเฉลี่ยน้ำหนักความสนใจที่มีต่อประเด็นข่าวสารของกลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extroverts) และกลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introverts) พบว่ามีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือให้ค่าน้ำหนักความชื่นชอบในประเด็นสถานการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบ ๆ โลก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.96 ตามลำดับ ประเด็นปัญหาวัยรุ่น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ 3.89 ตามลำดับ ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงในประเทศ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และ 4.00 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ผลของการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าทุกกลุ่มตัวแปร อันได้แก่ เพศ สาขาวิชา และลักษณะทางบุคลิกภาพ ระบุน้ำหนักค่าเฉลี่ยความชื่นชอบที่มีต่อประเด็นเนื้อหาข่าวสารในระดับที่ค่อนข้างน้อยเกี่ยวกับ การอภิปรายไม่ว่างใจคณะรัฐบาล การจลาจลบนท้องถนน และแนวทางการแก้ไขความขัดแย้งทางการเมือง ดังรายละเอียดตารางที่ 18-20

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยของน้ำหนักคะแนนความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร จำแนกตามลักษณะทางบุคลิกภาพ

ประเภทเนื้อหาข่าวสาร	Extroverts			Introverts		
	N	\bar{X}	SD.	N	\bar{X}	SD.
การจรรยาบรรณ	102	2.82	0.93	102	2.96	0.88
สภาพอากาศและภัยธรรมชาติ	102	3.33	0.72	102	3.33	0.88
ผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์	102	3.84	0.82	102	3.71	0.84
ปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลภาวะ	102	3.74	0.78	102	3.75	0.77
ประเด็นปัญหาสังคมที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน	102	3.78	0.80	102	3.89	0.82
การพัฒนาความสามารถของเยาวชนไทย	102	3.49	0.71	102	3.67	0.78
เรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน	102	3.25	0.81	102	3.22	0.90
แนวทางการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม	102	3.54	0.77	102	3.68	0.85
การอภิปรายไม่ไว้วางใจในคณะรัฐบาล	102	2.85	1.01	102	3.22	1.17
แนวทางการแก้ไขความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศ	102	2.96	1.07	102	3.33	1.27
การล้อเลียนและเสียดสีทางการเมือง	102	3.16	1.01	102	3.53	0.99
แนวโน้มสถานการณ์ทางเศรษฐกิจภายในประเทศ	102	3.49	0.88	102	3.73	0.85
ปัญหาการว่างงานและอัตราการว่าง	102	3.16	0.81	102	3.33	0.86
วงการกีฬาในประเทศ	102	3.49	1.13	102	3.42	1.12
ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง	102	3.76	0.96	102	4.00	0.77
แฟชั่นการแต่งกาย	102	3.45	1.17	102	3.81	0.96
สภาพการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบ ๆ โลก	102	3.86	0.63	102	3.96	0.81
เหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศ	102	3.38	0.81	102	3.68	0.90
สถานการณ์ของระบบเศรษฐกิจโลก	102	3.50	0.81	102	3.67	0.90
ความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาต่างประเทศ	102	3.63	1.27	102	3.42	1.13
วงการบันเทิงในต่างประเทศ	102	3.71	1.05	102	3.77	0.88

6. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของน้ำหนักในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการข่าวสารที่เปิดรับจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ จำแนกตามคุณลักษณะด้าน เพศ สาขาวิชา และลักษณะทางบุคลิกภาพ พบว่าทุกกลุ่มตัวแปรให้ค่าน้ำหนักในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เพื่อสนองต่อความต้องการด้านการตระหนักรู้ (Cognitive Needs) ในระดับสูงสุด ซึ่งหมายถึง การได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และรับทราบถึง เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสังคม รวมถึงการแสวงหา ข้อมูลข่าวสาร (Informations) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ ส่วนการให้ค่าน้ำหนักในลำดับถัดไป คือ การบริโภคเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง (Personal-Identity) หมายถึง ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ตนเองและเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุคคลอื่น ๆ และค้นหาแบบแผนทางพฤติกรรมสำหรับการพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับสถานภาพและบทบาททาง สังคม ส่วนประโยชน์ที่มองเห็นจากการบริโภคเนื้อหาข่าวสารอีกประการหนึ่ง คือ เพื่อสนองความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment) เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจและผ่อนคลายความตึงเครียดจากปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ดังรายละเอียดตารางที่ 21-23

อย่างไรก็ตาม พบข้อสังเกตว่า ตัวแปรด้านบุคลิกภาพมีผลต่อการมองเห็นประโยชน์จากการ เปิดรับข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการด้านการเข้ากลุ่มทางสังคมและมีกิจกรรมร่วมกับคนอื่น ๆ (Social Integrative needs) กล่าวคือ กลุ่มนิสิตที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introverts) ให้ค่าน้ำหนัก ในเรื่องที่ว่า ต้องการรับทราบข่าวสารก่อนใคร เพื่อนำไปเล่าต่อให้เพื่อนๆ ฟัง คิดเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ในขณะที่กลุ่มนิสิตที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extroverts) น้ำหนักค่าเฉลี่ยต่อประเด็นนี้ คิดเป็น 2.89 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มนิสิตที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว มีการพึ่งพาข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับที่ สูงกว่า ทั้งนี้เพราะต้องการนำเนื้อหาข่าวสารไปใช้ในการสนทนาและเข้ากลุ่มทางสังคม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยของน้ำหนักในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการข่าวสาร จำแนกตามเพศ

ประโยชน์และความพึงพอใจ	ชาย			หญิง		
	N	\bar{X}	SD.	N	\bar{X}	SD.
เพื่อรับทราบถึงเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสังคม	166	3.99	0.63	242	3.99	0.56
ช่วยให้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่มีอยู่ในบทเรียน	166	4.01	0.68	242	4.00	0.64
ใช้เป็นแนวทางชี้แนะการตัดสินใจ	166	3.68	0.75	242	3.67	0.69
นำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประกอบการเรียนหรือการทำงาน	166	3.30	0.96	242	3.48	0.90
ช่วยให้สามารถสอดส่องความผิดพลาดที่เกิดจากการทำงานของผู้บริหารประเทศ	166	3.12	0.94	242	3.14	0.80
ต้องการรับทราบข่าวสารก่อนใคร เพื่อนำไปเล่าต่อให้เพื่อน ๆ ฟัง	166	2.96	1.04	242	3.22	0.94
ท่านมักจะดูรายการข่าวหากไม่มีเพื่อนคุยด้วย	166	2.75	1.15	242	2.62	1.02
ช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงาเมื่อต้องอยู่คนเดียวในช่วงที่มีรายการข่าว	166	2.83	1.13	242	2.63	0.98
ทำให้รู้และเข้าใจปัญหาที่คนอื่น ๆ กำลังเผชิญอยู่	166	3.57	0.70	242	3.59	0.66
ช่วยให้รู้สึกว่าตนเองไม่ได้ด้อยไปกว่าคนอื่น	166	3.38	0.83	242	3.29	0.90
มีความรู้สึกปลอดภัย ภายหลังจากที่ได้ฟังหรือดูรายการข่าว	166	3.11	1.02	242	3.17	0.84
รู้สึกเพลิดเพลินทุกครั้งที่ได้ชมหรือฟังรายการข่าว	166	3.49	0.91	242	3.35	0.81
มีการชมหรือฟังรายการข่าวเป็นกิจวัตร-ประจำวันอยู่แล้ว	166	3.33	0.94	242	3.16	0.96
ชมหรือฟังรายการข่าว เมื่อไม่มีอะไรทำ	166	3.05	1.04	242	3.07	0.94
เปิดรายการข่าวทิ้งไว้ เนื่องจากไม่มีรายการอื่นที่ชื่นชอบ	166	2.75	1.02	242	2.71	1.02
ดูหรือฟังรายการข่าวเมื่อต้องการลืมปัญหาหรือเรื่องกังวลใจต่าง ๆ	166	2.57	1.13	242	2.33	1.03

ตารางที่ 21 (ต่อ)

ประโยชน์และความพึงพอใจ	ชาย			หญิง		
	N	\bar{X}	SD.	N	\bar{X}	SD.
ดูหรือฟังรายการข่าวเมื่อต้องการหยุดพักจากการทำการบ้านหรือดูหนังสือสอบ	166	2.90	1.19	242	2.51	1.09



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยของน้ำหนักในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการข่าวสาร จำแนกตามสาขาวิชา

ประโยชน์และความพึงพอใจ	วิทยการแพทย์		วิทยเทคโนโลยี		มนุษย์		สังคม	
	X	SD.	X	SD.	X	SD.	X	SD.
เพื่อรับทราบถึงเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสังคม	4.01	0.6	3.8	0.5	3.9	0.5	4.0	0.5
		3	5	5	9	7	1	8
ช่วยให้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่มีอยู่ในบทเรียน	4.01	0.6	3.8	0.6	4.1	0.5	3.9	0.6
		7	8	7	3	6	9	7
ใช้เป็นแนวทางชี้แนะการตัดสินใจ	3.77	0.6	3.5	0.6	3.7	0.7	3.6	0.7
		9	4	5	1	2	0	4
นำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประกอบการเรียนหรือการทำงาน	3.49	0.8	3.0	0.8	3.4	1.2	3.4	0.8
		7	0	3	6	0	3	2
ช่วยให้สามารถสอดส่องความผิดพลาดที่เกิดจากการทำงานของผู้บริหารประเทศ	3.22	0.7	3.1	0.8	2.8	0.9	3.1	0.8
		8	9	7	3	6	7	6
ต้องการรับทราบข่าวสารก่อนใคร เพื่อนำไปเล่าต่อให้เพื่อน ๆ ฟัง	3.24	1.0	2.8	0.9	2.9	1.0	3.1	0.9
		2	5	5	0	8	8	1
ท่านมักจะดูรายการข่าวหากไม่มีเพื่อนคุยด้วย	2.69	1.0	2.6	1.0	2.7	1.3	2.6	1.0
		1	3	4	4	3	3	2
ช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงาเมื่อต้องอยู่คนเดียวในช่วงที่มีรายการข่าว	2.85	0.9	2.7	1.0	2.5	1.2	2.6	1.0
		5	3	9	8	2	2	2
ทำให้รู้และเข้าใจปัญหาที่คนอื่น ๆ กำลังเผชิญอยู่	3.71	0.6	3.4	0.6	3.5	0.6	3.5	0.7
		5	0	4	6	5	3	1
ช่วยให้รู้สึกว่าคุณเองไม่ได้ด้อยไปกว่าคนอื่น ๆ	3.39	0.7	3.1	0.7	3.1	0.9	3.4	0.9
		6	3	9	7	8	0	4
มีความรู้สึกปลอดภัย ภายหลังจากที่ได้ฟังหรือดูรายการข่าว	3.30	0.8	3.0	0.7	2.8	1.0	3.1	0.9
		7	6	6	8	7	5	0
รู้สึกเพลิดเพลินทุกครั้งที่ได้ชมหรือฟังรายการข่าว	3.51	0.8	3.4	0.9	3.2	0.9	3.4	0.7
		4	0	2	4	7	0	6
มีการชมหรือฟังรายการข่าวเป็นกิจวัตรประจำวันอยู่แล้ว	3.22	1.0	3.2	0.9	3.1	1.1	3.2	0.8
		1	7	4	8	0	4	1
ชมหรือฟังรายการข่าว เมื่อไม่มีอะไรทำ	3.13	1.0	3.1	0.9	2.9	0.9	3.0	0.9
		2	0	7	9	7	2	6

ตารางที่ 22 (ต่อ)

ประโยชน์และความพึงพอใจ	วิทยากร แพทย์		วิทยากร เทคโนโลยี		มนุษย์		สังคม	
	X ;	SD.	X	SD.	X	SD.	X	SD.
เปิดรายการข่าวทิ้งไว้ เนื่องจากไม่มีรายการ อื่นที่ชื่นชอบ	2.77	1.0 0	2.5 6	0.9 4	2.7 4	1.1 0	2.7 3	1.0 2
ดูหรือฟังรายการข่าวเมื่อต้องการสืบปัญหา หรือเรื่องกังวลใจต่าง ๆ	2.58	1.0 5	2.3 8	1.0 8	2.2 8	1.1 7	2.3 8	1.0 4
ดูหรือฟังรายการข่าวเมื่อต้องการหยุดพักจาก การทำงานบ้านหรือดูหนังสือสอบ	2.85	1.1 4	2.7 3	1.1 8	2.2 9	1.1 9	2.6 6	1.0 9

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยของน้ำหนักในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการข่าวสาร จำแนกตามลักษณะทางบุคลิกภาพ

ประโยชน์และความพึงพอใจ	Extroverts			Introverts		
	N	X	SD.	N	X	SD.
เพื่อรับทราบถึงเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสังคม	102	4.01	0.59	102	4.05	0.59
ช่วยให้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่มีอยู่ในบทเรียน	102	4.02	0.69	102	4.04	0.63
ใช้เป็นแนวทางชี้แนะการตัดสินใจ	102	3.66	0.78	102	3.67	0.71
นำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประกอบการเรียนหรือการทำงาน	102	3.18	0.94	102	3.51	1.03
ช่วยให้สามารถสอดส่องความผิดพลาดที่เกิดจากการทำงานของผู้บริหารประเทศ	102	3.00	0.89	102	3.33	0.90
ต้องการรับทราบข่าวสารก่อนใคร เพื่อนำไปเล่าต่อให้เพื่อน ๆ ฟัง	102	2.89	1.01	102	3.35	0.95
ท่านมักจะดูรายการข่าวหากไม่มีเพื่อนคุยด้วย	102	2.49	1.01	102	2.79	1.18
ช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงาเมื่อต้องอยู่คนเดียวในช่วงที่มีรายการข่าว	102	2.61	1.06	102	2.74	1.15
ทำให้รู้และเข้าใจปัญหาที่คนอื่น ๆ กำลังเผชิญอยู่	102	3.52	0.75	102	3.63	0.60
ช่วยให้รู้สึกว่าตนเองไม่ได้ด้อยไปกว่าคนอื่น ๆ	102	3.26	0.83	102	3.48	0.85
มีความรู้สึกปลอดภัย ภายหลังจากที่ได้ฟังหรือดูรายการข่าว	102	3.06	0.97	102	3.16	0.99
รู้สึกเพลิดเพลินทุกครั้งที่ได้ชมหรือฟังรายการข่าว	102	3.43	0.90	102	3.37	0.86
มีการชมหรือฟังรายการข่าวเป็นกิจวัตรประจำวันอยู่แล้ว	102	3.21	0.99	102	3.33	0.94
ชมหรือฟังรายการข่าว เมื่อไม่มีอะไรทำ	102	3.04	1.10	102	3.12	0.95
เปิดรายการข่าวทิ้งไว้ เนื่องจากไม่มีรายการอื่นที่ชื่นชอบ	102	2.53	1.05	102	2.78	1.04
ดูหรือฟังรายการข่าวเมื่อต้องการลืมปัญหาหรือเรื่องกังวลใจต่าง ๆ	102	2.42	1.08	102	2.50	1.16

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ประโยชน์และความพึงพอใจ	Extroverts			Introverts		
	N	X	SD.	N	X	SD.
ดูหรือฟังรายการข่าวเมื่อต้องการหยุดพักจากการทำงานบ้านหรือดูหนังสือสอบ	102	2.72	1.12	102	2.82	1.22

7. ลักษณะความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสารกับการนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

จากข้อค้นพบเกี่ยวกับ การมองเห็นประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคเนื้อหาข่าวสารกับความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสารประเภทต่างๆ ดังที่กล่าวมาในข้างต้น สามารถนำมาอธิบายให้เห็นว่า กลุ่มนิสิตที่มองเห็นประโยชน์เพื่อสนองตอบความต้องการด้านการตระหนักรู้ (Cognitive Needs) เพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ หรือแม้แต่แสวงหาคำแนะนำจากการเปิดรับข่าวสารเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ คือกลุ่มนิสิตที่มีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสภาพการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบๆ โลก ผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ และอาจรวมถึง กลุ่มที่มีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวงการกีฬาและแวดวงบันเทิง หรือแม้แต่กลุ่มที่มีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาของวัยรุ่น และแฟชั่นการแต่งกาย

ส่วนกลุ่มนิสิตที่มองเห็นประโยชน์จากการบริโภคเนื้อหาข่าวสาร เพื่อสนองตอบความต้องการด้านการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง (Personal Identity) เพื่อค้นหาแบบแผนทางพฤติกรรมและพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับสถานภาพและบทบาททางสังคม พบว่าเป็นกลุ่มที่มีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารในประเด็นปัญหาวัยรุ่น และแฟชั่นการแต่งกาย และสามารถอธิบายได้อีกว่า กลุ่มนิสิตชายจะความนิยมชื่นชอบที่จะเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในวงการกีฬา ส่วนนิสิตหญิงจะมีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับแวดวงบันเทิง

นอกเหนือจากนี้ กลุ่มนิสิตที่มองเห็นประโยชน์จากการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร เพื่อสนองตอบความต้องการด้านการสร้างอัตลักษณ์ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน คือกลุ่มที่ศึกษาอยู่ในสาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ และสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คือกลุ่มที่มีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารในประเด็นของผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์

กลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มนิสิตที่มองเห็นประโยชน์เพื่อสนองตอบความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment) คือกลุ่มที่มีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับวงการกีฬาทั้งในและต่างประเทศ แวดวงบันเทิง และแฟชั่นการแต่งกาย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสนองตอบความต้องการข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อและแบบแผนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในเรื่องคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีต่อการให้ความสำคัญและความชื่นชอบต่อประเด็นเนื้อหาข่าวสาร
3. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในเรื่องคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร
4. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในเรื่องความสนใจและความชื่นชอบต่อประเด็นเนื้อหาข่าวสารที่มีต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

5.1 สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มาจากประชากรที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทั้งหมด 17,979 คน เมื่อคำนวณตามสัดส่วนที่มีอยู่ จะได้กลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 392 คน กำหนดให้มีจำนวนเท่า ๆ กัน คือ คณะละ 24 คน และมีการกระจายตัวในสาขาวิชา 4 กลุ่ม ได้แก่ สาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขามนุษยศาสตร์ และสาขาสังคมศาสตร์

สาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ ประกอบด้วย คณะแพทยศาสตร์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ และคณะสหเวชศาสตร์ รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 144 คน

สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประกอบด้วย คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จำนวนทั้งสิ้น 48 คน

สาขามนุษยศาสตร์ ประกอบด้วย คณะอักษรศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และคณะศิลปกรรมศาสตร์ จำนวนทั้งสิ้น 72 คน

สาขาสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย คณะรัฐศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี คณะครุศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะนิติศาสตร์ จำนวนทั้งสิ้น 144 คน

นิสิตกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วยนิสิตหญิง คิดเป็นจำนวน 242 คน (59.31%) นิสิตชายคิดเป็นจำนวน 166 คน (40.69%) และพบว่าเป็นนิสิตชั้นปีที่ 1 จำนวน 104 คน (25.49%) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 108 คน (26.47%) ชั้นปีที่ 3 จำนวน 85 คน (20.83%) ชั้นปีที่ 4 จำนวน 83 คน (20.83%) ชั้นปีที่ 5 จำนวน 20 คน (4.90%) และชั้นปีที่ 6 จำนวน 8 คน (1.96%) ตามลำดับ

สำหรับตัวแปรด้านบุคลิกภาพของนิสิตกลุ่มตัวอย่าง ได้ถูกแบ่งออกเป็นกลุ่ม Upper 25% ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย คือผู้ที่ได้คะแนนตั้งแต่ 34-46 และกลุ่ม Lower 25% เป็นกลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว คือผู้ที่ได้คะแนนตั้งแต่ 8-26 จำนวนกลุ่มละ 102 คน

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ของนิสิตกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปริมาณเวลาที่นิสิตใช้ในการฟังวิทยุในแต่ละวันเท่ากับ 1-2 ชั่วโมง ส่วนการชมโทรทัศน์คิดเฉลี่ยวันละ 3-4 ชั่วโมง พฤติกรรมการเลือกรับฟังวิทยุ พบว่า จะเป็นการลือคคสั่นที่ตนเองมีความชื่นชอบและผูกพันไว้ สำหรับการรับชมโทรทัศน์ พบว่ามีลักษณะการค้นหาเปลี่ยนสถานีไปเรื่อยๆจนกว่าจะพบรายการที่ถูกต้อง สถานที่ที่มีความสะดวกในการเปิดรับฟังวิทยุและชมโทรทัศน์คือ ที่บ้าน

แบบแผนการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารทางสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พบว่า ปริมาณเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการฟังข่าวจากวิทยุในแต่ละวัน เท่ากับครึ่งชั่วโมง ส่วนการชมข่าวทางโทรทัศน์ คิดเฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง และพบว่าความนิยมและความชื่นชอบในการฟังเนื้อหาข่าวสารจากสถานีรูปแบบข่าวและเพลง (News and Music Format Stations) มีมากกว่าสถานีรูปแบบข่าวเพียงอย่างเดียว (News Format Stations) โดยเฉพาะคลื่นที่นิยมฟังมากที่สุดคือ กรีนเวฟ เรดิโอโนฟลิบบเบิลิม และเรดิโอโวด แซทเทิลไลท์ สำหรับการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นรายการข่าวภาคบังคับ นิสิตโดยส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับฟังสำหรับผู้เปิดรับฟัง จะฟังในช่วงเช้า และช่วงค่ำ โดยเลือกติดตามเฉพาะการรายงานหัวข้อข่าวสำคัญประจำวัน สำหรับความนิยมและความชื่นชอบในการติดตามชมเนื้อหาข่าวสารทางโทรทัศน์ พบว่า ใน 3 อันดับแรกคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ไอทีวี และช่อง 7 ตามลำดับ

การให้ความสำคัญและการมองเห็นคุณค่าในการเปิดรับข่าวสาร พบว่า เมื่อพิจารณาคุณลักษณะของตัวแปรทางเพศ ไม่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีเพียงประเด็นเดียวที่ว่า ในยุคสารสนเทศนี้ ข้อมูลข่าวสารกำลังมีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางของโลกและสังคม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าสาขาวิชาและคณะวิชา ไม่ได้เป็นตัวแปรที่ก่อให้เกิดความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร พบว่านิสิตทั้งหญิงและชายต่างชื่นชอบที่จะเปิดรับเนื้อหาที่เป็นข่าวเบาๆ กล่าวคือ นิสิตชายมีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาต่างประเทศ ส่วนนิสิตหญิงมีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับแวดวงบันเทิง

นิสิตในทุกสาขาวิชาต่างชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบๆโลก หากพิจารณาเฉพาะด้าน พบว่ากลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์ ชอบเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความชื่นชอบที่จะเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาวัยรุ่น ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงและแฟชั่นการแต่งกาย

กลุ่มนิสิตที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extroverts) และกลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introverts) พบว่ามีความชื่นชอบที่จะเปิดรับเนื้อหาข่าวสารในประเด็นที่คล้ายคลึงกัน คือ ประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบๆโลก ปัญหาวัยรุ่น และความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง

อย่างไรก็ตาม ในทุกกลุ่มตัวแปร อันได้แก่เพศ สาขาวิชา และลักษณะทางบุคลิกภาพ มีระดับความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารภายในประเทศที่ค่อนข้างน้อย ตัวอย่างเช่น การอภิปรายไม่ไว้วางใจคณะรัฐบาล แนวทางการแก้ไขความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศ และการจราจรบนท้องถนน

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสาร พบว่าในทุกกลุ่มตัวแปรอันได้แก่ เพศ สาขาวิชาและ ลักษณะทางบุคลิกภาพต่างเน้นหนักในเรื่องการสนองตอบความต้องการด้านการตระหนักรู้ (Cognitive needs) ที่ได้รับจากการบริโภคเนื้อหาข่าวสาร ว่าช่วยให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคม (Social learning) ทำให้เป็นคนเท่าทันโลก เท่าทันเหตุการณ์ และนำข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับนั้น ไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ ลำดับรองลงมาคือ การมองเห็นประโยชน์จากการบริโภคเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองตอบความต้องการในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง (Personal identity) เพื่อค้นหาแบบแผนทางพฤติกรรม ทั้งนี้ช่วยในการเสริมสร้างบุคลิกภาพและการปรับตัวเพื่อเข้าสู่สังคม อีกทั้งพัฒนาดตนเองให้เหมาะสมกับสถานภาพและบทบาททางสังคม ส่วน

ประโยชน์ที่มองเห็นอีกประการหนึ่งก็คือ เพื่อสนองความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment) เพื่อเป็นการพักผ่อนและผ่อนคลายความตึงเครียดจากปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน

หากพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสารกับการนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พบว่ากลุ่มนิสิตที่มองเห็นประโยชน์เพื่อสนองตอบความต้องการด้านการตระหนักรู้ (Cognitive Needs) เพื่อให้เท่าทันโลก เท่าทันเหตุการณ์ นำข้อมูล (Informations) จากการเปิดรับข่าวสาร เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติหรือใช้ในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ คือกลุ่มที่มีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสภาพการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบๆโลก ผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ เป็นสำคัญ และอาจรวมไปถึงเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเด็นปัญหาของวัยรุ่น วงการกีฬาทั้งในและต่างประเทศ แวดวงบันเทิงและแฟชั่นการแต่งกาย ส่วนกลุ่มที่มองเห็นประโยชน์ของการบริโภคเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองตอบความต้องการด้านการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง (Personal Identity) โดยเฉพาะการพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับสถานภาพและบทบาททางสังคม คือกลุ่มที่มีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับ ประเด็นปัญหาวัยรุ่น แฟชั่นการแต่งกาย ผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ กลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มที่มองเห็นประโยชน์จากการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองตอบความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment) เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและผ่อนคลายความตึงเครียด ได้แก่กลุ่มนิสิตที่มีความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาทั้งในและต่างประเทศ และแวดวงบันเทิง

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากลักษณะการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสนองตอบความต้องการข่าวสาร ที่ค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ เป็นผลมาจากปัจจัยที่เกิดจากคุณลักษณะของผู้รับสาร และ การทำหน้าที่ของสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จะเห็นว่าในปัจจุบัน ทางเลือกในการเปิดรับสื่อมีมากขึ้นตามสภาพการปรับตัวของสื่อแต่ละประเภท เอื้ออำนวยให้ผู้รับสารมีช่องทางในการเลือกใช้สื่อมากมาย ประกอบกับกระแสแห่งโลกาภิวัตน์ ผลักดันให้สื่อต่างๆมีการเสนอข่าวสารมากขึ้นกว่าแต่ก่อน ที่เห็นอย่างชัดเจนคือ การเพิ่มความถี่และปริมาณการรายงานข่าวในแต่ละวัน ตัวอย่างเช่นการรายงานข่าวสั้นเป็นระยะ ๆ ตลอดทั้งวันในสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รวมถึงการหยิบยกประเด็นเนื้อหาที่อยู่ในกระแสความสนใจของมวลชน มาวิเคราะห์เจาะลึกเพื่อขยายขอบเขตความรู้ความเข้าใจ นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งเป็นผู้รับสารกลุ่มหนึ่งที่มีความต้องการในข้อมูลข่าวสาร โดยมีพฤติกรรมและแบบแผนของการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กล่าวคือนิสิตมีการเลือกรับฟังและรับชมเนื้อหาข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ที่ปฏิบัติเป็นประจำ คือมี

การเลือกฟังข่าวจากสถานีรูปแบบข่าวและเพลง (News and Music Format Station) ส่วนการรับชมข่าวทางสื่อโทรทัศน์ จะรับชมจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ไอทีวี และช่อง 7 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนิสิตมีความสนใจและความผูกพันต่อรายการหรือสถานีนั้น ดังที่ Heeter (1988) ได้อธิบายว่า ผู้รับสารนั้นจะอาศัยความคุ้นเคยและข้อมูลที่ได้สะสมไว้เกี่ยวกับสถานีหรือรายการใด ๆ (Channel- Familiarity and Channel- Repertoire) เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการเลือกครั้งต่อไป โดยหากได้รับความพึงพอใจจากการใช้สื่อ นั้น แนวโน้มในการเลือกสถานีหรือรายการนั้น ๆ ก็ จะเกิดขึ้นจนกลายเป็นสิ่งที่ปฏิบัติเป็นประจำ

สำหรับปริมาณเวลาที่นิสิตใช้ในการรับชมโทรทัศน์ คือวันละประมาณ 3-4 ชั่วโมง ซึ่งมากกว่าปริมาณเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุ คือวันละประมาณ 1-2 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ O'Keefe และ Spetnagel (1973) ที่พบว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีความชอบที่จะเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ในขณะที่เดียวกันนิสิตใช้เวลากับการฟังข่าวทางวิทยุ เฉลี่ยวันละครึ่งชั่วโมง และชมข่าวทางโทรทัศน์ คิดเฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง จะเห็นว่าปริมาณเวลาที่นิสิตให้กับการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์นั้น เป็นผลมาจากวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มนิสิตนักศึกษา ที่จะต้องใช้เวลาไปกับการเรียนหรือการทำกิจกรรมอื่น ๆ ในแต่ละวัน

การให้ความสำคัญในการเปิดรับข่าวสารและการมองเห็นคุณค่าของเนื้อหาข่าวสาร พบว่ากลุ่มนิสิต มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน และเป็นเช่นเดียวกับผลการศึกษาเรื่องการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกชมข่าวโทรทัศน์ ที่พบว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มองเห็นความจำเป็นที่ต้องใช้ข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์ในชีวิตประจำวัน (พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์, 2537)

ส่วนความชื่นชอบในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร พบว่านิสิตส่วนใหญ่มีความสนใจเปิดรับเรื่องใกล้ตัวมากกว่าเรื่องไกลตัว โดยเฉพาะประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพการณ์และปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบ ๆ โลกเพราะต้องการเป็นคนรอบรู้ เท่าทันเหตุการณ์โลก ก่อให้เกิดความเข้าใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือใช้ข้อมูล (Information) ที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ (School of Life) และนำไปใช้ในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ทั้งนี้เกิดจากการที่นิสิตมองเห็นความจำเป็นและคุณค่าของการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร ที่เห็นด้วยในเรื่อง การได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจในยุคไร้พรมแดน และสอดคล้องกับผลการศึกษา เรื่องการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อ ที่พบว่า กลุ่มผู้รับสารที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปจะมีการใช้สื่อเพราะต้องการรับรู้เรื่องราวความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสังคม (Kippax & Murray, 1980) และในการศึกษาเรื่องรูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุของกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่น พบว่ากลุ่มวัยรุ่นต้องการรับทราบสาระความรู้และข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการบินเท็ง (วลัยลักษณ์ เศษรฤทธิ, 2539) และจากการศึกษาของ Mark R. Levy ได้ศึกษาพบว่าข่าวโทรทัศน์ได้ถูกใช้และทำให้เกิดความพึงพอใจ ในเรื่องช่วยให้เกิดความมั่นใจในการรับรู้ข่าวสาร

(Surveillance-Reassurance) โดยผู้ตอบบอกว่า “ทีวีทำให้ฉันติดตามทันว่าจะเกิดอะไรขึ้น” และเป็นการหาความรู้ (Cognitive Orientation) โดยผู้ตอบบอกว่า “การดูทีวีทำให้ก้าวทันโลก”

อย่างไรก็ตามพบข้อสังเกตว่า ความแตกต่างของคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารในประเด็นที่ว่า ต้องการรับทราบข่าวสารก่อนใคร เพื่อนำไปเล่าต่อให้เพื่อน ๆ ฟัง พบว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introverts) ผู้ซึ่งไม่ชอบพบปะหรือมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคคลอื่น ๆ จำเป็นต้องพึ่งพาข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อสนองตอบความต้องการด้านการเข้ากลุ่มทางสังคมหรือมีกิจกรรมร่วมกับบุคคลอื่น ๆ (Social Integrative Needs) สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า ผู้ที่ชอบเก็บตัว (Introverts) มักพึ่งพาข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนมากกว่าจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคคลอื่น ซึ่งตรงกันข้ามกับ ผู้ที่มีความเปิดเผย (Extroverts) มักจะรับทราบหรือพึ่งพาข้อมูลข่าวสารจากการสนทนากับบุคคลอื่น มากกว่าจะรับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน (Eysenck, 1967)

จากองค์ประกอบหรือปัจจัยที่เกิดจากคุณลักษณะของผู้รับสารและลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ (Media Use) ดังนั้นหากเราสามารถเข้าใจถึงความต้องการข่าวสารที่มีอยู่ของผู้รับสาร แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ และในขณะเดียวกัน หากสื่อสามารถจัดหาประเภทหรือลักษณะเนื้อหาที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับสาร รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้รับสาร การใช้สื่อก็จะเกิดขึ้นในที่สุด

5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งยังไม่ครอบคลุมถึงนิสิตจากสถาบันอื่น ๆ เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องเวลาและงบประมาณ
2. แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีจำนวนข้อมากเกินไป ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความเบื่อหน่ายและไม่ค่อยเต็มใจที่จะตอบให้ จึงควรระมัดระวังในการกำหนดจำนวนข้อไม่ให้มากเกินไปและตั้งคำถามให้กระชับแต่ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการศึกษา
3. การเก็บข้อมูลจากเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว อาจส่งผลให้ได้มาซึ่งข้อมูลไม่ลึกเท่าที่ควร เนื่องจากคำถามเป็นคำถามปิดให้เลือกตอบจึงไม่สามารถขยายความกระจ่างของคำตอบไปมากกว่านี้ จึงควรใช้วิธีการสัมภาษณ์ประกอบ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายความคิดให้กว้างและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาจากหลาย ๆ สถาบัน เพื่อดูความหลากหลายและความแตกต่างของนักศึกษาในแต่ละแห่ง
2. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลควรใช้การสัมภาษณ์แบบ Focus Group เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และสามารถนำมาอธิบายได้มากขึ้น
3. ควรศึกษาถึงการใช้สื่ออื่น ๆ เช่นสื่ออินเทอร์เน็ตเนื่องจากสื่อนี้เข้ามามีบทบาทและได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน
4. ควรศึกษาถึงความต้องการในประเภทของเนื้อหาด้านอื่น ๆ ด้วย ไม่เพียงเฉพาะแต่เนื้อหาด้านข่าวสารเท่านั้น
5. ในการศึกษาครั้งนี้ ได้พิจารณาเฉพาะความแตกต่างของสาขาวิชา โดยไม่ได้แยกตามวิชาเอกของแต่ละคณะ ทั้งนี้ความแตกต่างของวิชาเอกอาจทำให้ความต้องการ และความสนใจในเนื้อหาแตกต่างกันออกไปก็เป็นได้
6. ควรมีการศึกษาถึงความชื่นชอบในประเด็นเนื้อหาข่าวสารที่มีต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และดูความสัมพันธ์ของการมองเห็นประโยชน์เพื่อสนองตอบความต้องการด้านข่าวสาร ว่าโดยแท้จริงเกิดจากความชื่นชอบในประเด็นข่าวสารประเภทใด ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview)
7. ควรมีการศึกษาว่าเพราะเหตุใด นิสิตจึงให้ความสนใจประเด็นข่าวในประเทศค่อนข้างน้อย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กัลยา วานิชย์บัญชา และมัลลิกา บุณนาค. การสำรวจการรับฟังรายการของสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

เกษมศักดิ์ ภูมิศรีแก้ว และไพฑูรย์ เทวรักษ์. ข้อมูลพื้นฐานทางจิตวิทยาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : เอดีเพลสการพิมพ์, 2542.

คณะกรรมการพัฒนาการศึกษาอบรมและดูแลเด็กวัยรุ่น. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาเด็กวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร, 2535.

จรรยา เศรษฐบุตร, อัญชลี วรางค์รัตน์ และจิรกิต บุญชัยวัฒนา. รายงานการสำรวจสภาวะเยาวชนคนไทย. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2541.

นิภา นิธยาชน. การปรับตัวและบุคลิกภาพ. กรุงเทพมหานคร : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน, 2520.

ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนภาพพิมพ์ จำกัด, 2541.

พรพิมล จันทร์พลับ. พัฒนาการวัยรุ่น. พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์วัฒนาพร, 2538.

พรพิมล เจียมนาครินทร์. พัฒนาการวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ต้นอ่อนแถมมี, 2539.

พีระ จิรโสภณ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์-สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

วรพล พรหมกบุตร. เรดิโอ 2000 ปฏิวัติคลื่นวิทยุ สื่อร้อนแห่งยุคสมัย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มติชน, 2538.

วลัยลักษณ์ เศรษฐธีร์. รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเฉพาะกลุ่มผู้รับสารที่เป็นเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

วสุ ชัยเวฬุ. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับชมข่าวสารการเมืองทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. นนทบุรี, 2537.

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

อรรรรณ วิจักขณะ. การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ภาษาอังกฤษ

Allport, Gordon W. Basic Considerations for a Psychology of Personality. New Haven & London : Yale university press, 1955.

Atkin, C.K. Anticipated Communication & Mass Media Information Seeking: Public opinion Vol. 36. , 1972.

Atkin, C.K. Instrumental Utilities and Information Seeking : New Model for Mass - Communication Research. Beverly Hill : Sage publication, 1973.

Brody E W. New Audiences, New Technologies, New Media : Communication Tomorrow: Praeger, 1990.

Defleur, Melvin. Theories of Mass Communication. New York : David Mckay, 1966.

- Hurlock, E.B. Developmental Psychology. 3rd ed. New York : McGraw Hill, 1973.
- Jung, C.G. The Development of Personality. London : Routledge, 1991.
- Katz, E., J.G. Blumler and M. Gurevitch. The Uses of Mass Communication. Beverly Hill: Sage Publication, 1974.
- Klapper Joseph. The Effect of Mass Communication. New York : Free Press, 1967.
- McQuail, D., J.G. Blumler & J.R. Brown. "The Television Audience : A Revised Perspective", Sociology of Mass Communication : Penquin, 1972.
- McQuail, Denis. Mass Communication Theory. An Introduction 3rd ed. : Sage Publication, 1994.
- Mitchell, A. The Nine American Lifestyle. New York : Warner, 1983.
- Morley, D. Television, Audiences and Cultural Studies : Routledge, 1992.
- Rosengren, Karl Erik. Uses and Gratifications : A Paradigm Outlined, The Uses of Mass Communication. Beverly Hill : Sage Publication, 1974.
- O' Keefe, G.J., & Spetnagel, H.T. Patterns of College Students' Use of Selected News Media. Journalism Quarterly Vol. 72. ,1973.
- Schramm, Wilbur. Men Message and Media. New York : Happer & Row Publishing, 1973.
- Stevenson N. Understand Media Cultures : Sage Publication, 1995.
- Voigt Melvin J. and Hanneman Genhard J. Progress in Communication Science, Vol. 1 : ABCEX Publishing Corporation, 1979.
- Wenner, Lawrence A. The Nature of News Gratifications : Media Gratifications Research. Beverly Hill : Sage Publication, 1985.

Whitbeck, L.B. et.al. Value Socialization and Peer Group Affiliation Among Early – Adolescents. Journal of Early Adolescence Vol. 9, 1989.

Wright, Charles R. Mass Communication : A Sociological Perspective. New York: Rancome House Inc., 1975.

Yamane, Tero. Statistic : An Introductory Analysis 3rd . Tokyo: Harber International Edition, 1973.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง : การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสนองตอบความต้องการข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ : เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ปริญญาโทระดับบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย v ลงในช่อง () หรือเติมข้อความให้สมบูรณ์ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1 () ชาย

2 () หญิง

2. คณะ _____ ชั้นปี _____

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการคิดเห็นและการกระทำของท่าน

3. คำถามต่อไปนี้ เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางที่ท่านรู้สึกและกระทำ ในแต่ละคำถามให้ตอบว่า "ใช่" "ไม่ใช่" หรือ "ไม่แน่ใจ"

จงพยายามและตัดสินใจว่า "ใช่" หรือ "ไม่ใช่" สำหรับสิ่งที่ท่านกระทำหรือรู้สึกตามปกติ และทำเครื่องหมาย (v) สำหรับ "ใช่" (x) สำหรับ "ไม่ใช่" ถ้าท่านรู้สึกสุดวิสัยที่จะตัดสินใจให้ทำเครื่องหมาย (-) สำหรับ "ไม่แน่ใจ" แต่พยายามอย่าใช้ (-) ให้มากนัก

ให้ทำโดยรวดเร็วสำหรับแต่ละคำถาม เราต้องการปฏิกิริยาอันแรกของท่าน ไม่ใช่คิดนานๆ จงตรวจดูให้แน่ใจว่าได้ตอบทุกคำถาม ไม่ได้เว้นคำถามใดเลย

ในการตอบครั้งนี้ไม่มีคำตอบ ใดถูกหรือผิดและนี่ไม่ใช่การทดสอบสติปัญญา หรือความสามารถ ใดๆ เป็นการวัดเกี่ยวกับวิธีที่ท่านปฏิบัติและรู้สึกเท่านั้น

1 () ท่านมีความสุขที่สุด เมื่อท่านมีส่วนร่วม ในงานที่ต้องทำอย่างรวดเร็ว

2 () บางครั้งท่านรู้สึกมีความสุขหรือเศร้าใจโดยปราศจากเหตุผลที่แน่ชัด

3 () ท่านคิดฟุ้งซ่านบ่อยๆ เมื่อท่านต้องการคิดอย่างมีสมาธิ

4 () โดยปกติท่านเป็นผู้ริเริ่มสร้างมิตรภาพ

5 () ท่านมีความมั่นใจที่จะทำอะไรอย่างรวดเร็ว และด้วยความมั่นใจ

6 () เมื่อท่านกำลังสนทนาอยู่ มีบ่อยครั้งที่ท่านไม่เอาใจใส่เรื่องที่กำลังพูดอยู่ แต่คิดถึงเรื่องอื่นแทน

7 () มีบ้างไหมที่บางครั้งท่านรู้สึกเต็มไปด้วยพลัง และในบางครั้งรู้สึกเมื่อยๆ

- 42 () ท่านมักจะมีความโน้มเอียงที่จะทำงานอย่างสบายๆ ไม่เอาจริงจัง โดยถือว่าเป็นงานในหน้าที่
- 43 () ท่านเป็นคนที่มีรู้สึกอ่อนไหวเป็นพิเศษกับเรื่องต่างๆ
- 44 () คนอื่น ๆ คิดว่าท่านเป็นคนที่ได้มไปด้วยชีวิตชีวา
- 45 () ท่านเป็นคนที่มีรู้สึกไม่พอใจอะไรบ่อยๆ
- 46 () ท่านคิดว่าท่านเป็นคนช่างพูด
- 47 () ท่านเคยรู้สึกกระสับกระส่ายจนนั่งไม่ติด
- 48 () ท่านชอบที่จะเล่นตลกกับคนอื่น

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการเปิดรับข่าวสาร

4. พฤติกรรมในการเลือกเปิดรับฟังวิทยุของท่านที่ปฏิบัติเป็นประจำ

- 1 () กดเปลี่ยนสถานีไปเรื่อยๆ จนกว่าจะพบรายการที่พอใจ
- 2 () ล็อกเฉพาะคลื่นที่ท่านชอบฟังเป็นประจำ
- 3 () ฟังไปเรื่อยๆ ไม่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นสถานีหรือรายการใด

5. ในแต่ละวัน ท่านฟังวิทยุจาก..... (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () ที่บ้าน
- 2 () ในรถยนต์ขณะเดินทาง
- 3 () ชาวอะเบาท์
- 4 () อื่นๆ.....

6. ท่านฟังวิทยุโดยเฉลี่ยวันละ

- 1 () 1-2 ชั่วโมง
- 2 () 3-4 ชั่วโมง
- 3 () 5-6 ชั่วโมง
- 4 () มากกว่า 6 ชั่วโมง
- 5 () ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส

7. ท่านฟังรายการข่าวและ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวทางสถานีวิทยุโดยเฉลี่ยวันละ

- 1 () ประมาณ 1/2 ชั่วโมง
- 2 () 1-2 ชั่วโมง
- 3 () 2-3 ชั่วโมง
- 4 () มากกว่า 3 ชั่วโมง
- 5 () ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส

8. รายการข่าวที่ถ่ายทอดจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยที่ท่านรับฟังคือช่วงเวลา.....

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () เวลา 7.00 - 8.00 น.
- 2 () เวลา 12.30 - 13.00 น.
- 3 () เวลา 19.00 - 20.00 น.
- 4 () ไม่เคยรับฟัง เข้าไปข้อ 10

9. เนื้อหาสาระของรายการข่าวที่ถ่ายทอดจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ที่ท่าน สนใจเลือก รับฟัง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () หัวข้อข่าวสำคัญประจำวัน 2 () ช่วงข่าวในประเทศ
3 () ช่วงข่าวต่างประเทศ 4 () ช่วงวิเคราะห์ข่าว
5 () ฟังตลอดทั้งรายการตั้งแต่ต้นจนจบ

10. นอกเหนือจากรายการข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยแล้ว ท่านได้ติดตามฟังรายการข่าวและ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ จากสถานีวิทยุ..... (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () FM 90.5 สถานีวิทยุเนชั่น 9 () FM 88.5 แพร่ เจนเนอเรชั่น
2 () FM 96.5 บีสสิเนส เรดิโอ 10 () FM 93.5 เรดิโอ วัต แพร่เทิลไลท์
3 () FM 97.0 สถานีวิทยุทรินิตี้ 11 () FM 98.0 ชาร์ท เอฟ เอ็ม
4 () FM 100.5 สถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. 12 () FM 104.5 ซาแนล วี เอฟ เอ็ม
5 () FM 101.0 สถานีนิวส์และทอล์ค 13 () FM 103.5 โมเดิร์น เลิฟ
6 () FM 96.0 สถานีวิทยุชุมชน (City radio) 14 () FM 106.5 กรีนเวฟ
7 () FM 100.0 สถานีวิทยุ จ.ส. 100 15 () อื่นๆ ระบุ _____
8 () FM 88.0 เรดิโอ โน ฟลิ๊อบแบลิม 16 () ไม่มีสถานีใดที่ฟังเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ

11. รายการวิเคราะห์เจาะลึกสถานการณ์ข่าว ที่ท่านชอบฟังเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และโปรดเรียงลำดับโดยเริ่มจาก 1.....)

- 1 () รายการเก็บตกจากเนชั่น โดยกนกวัฒน์ วงศ์สกุล และยุทธธนา กระบวนแสง
2 () รายการบันทึกสถานการณ์ โดย พยงสนาม จามรจันทร์
3 () รายการนิวส์เทรนด์ โดยบัณฑิต ปิ่นมงคลกุล
4 () รายการเจาะลึกทั่วไทย (อินไซด์ไทยแลนด์) โดยสำราญ รอดเพชร
5 () รายการเพื่อนบ้านเพื่อนเมือง โดย อาจารย์เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง
6 () รายการทิศทางนักลงทุน โดยวันเพ็ญ ศรีดี และวีรพงษ์ ต้องสุดใจธรรม
7 () รายการคุยกันหลังข่าว โดยวรรณรักษ์ ศรีสด
8 () รายการคุยเฟื่องเรื่องเงิน โดยวีระ ธีรพัฒน์
9 () ไม่เจาะจงว่าเป็นรายการใด ถ้าเปิดพบเนื้อหาที่สนใจก็จะฟัง

12. พฤติกรรมในการเลือกเปิดรับชมโทรทัศน์ของท่านที่ปฏิบัติเป็นประจำ

- 1 () กดเปลี่ยนสถานีไปเรื่อยๆ จนกว่าจะพบรายการที่ดูถูกใจ
2 () ติดตามเฉพาะรายการหรือสถานีที่ดูเป็นประจำ
3 () ดูไปเรื่อยๆ ไม่เจาะจงว่าเป็นสถานีหรือรายการใด

13. ในแต่ละวัน ท่านดูโทรทัศน์ที่..... (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () บ้าน
- 2 () มหาวิทยาลัย
- 3 () บ้านเพื่อนหรือหอพัก
- 4 () อื่นๆ.....

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. ท่านดูโทรทัศน์โดยเฉลี่ยวันละ

- 1 () 1-2 ชั่วโมง
- 2 () 3-4 ชั่วโมง
- 4 () 5-6 ชั่วโมง
- 3 () มากกว่า 6 ชั่วโมง
- 5 () ไม่นั่งนอนแล้วแต่โอกาส

15. ท่านดูรายการข่าวและ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวทางโทรทัศน์ โดยเฉลี่ยวันละ

- 1 () ประมาณ 1/2 ชั่วโมง
- 2 () 1-2 ชั่วโมง
- 3 () 2-3 ชั่วโมง
- 4 () มากกว่า 3 ชั่วโมง
- 5 () ไม่นั่งนอนแล้วแต่โอกาส

16. ท่านได้ติดตามดูรายการข่าว และ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ จาก สถานีโทรทัศน์.....

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () ช่อง 3 กรุณาไปทำข้อ 17
- 2 () ช่อง 5 กรุณาไปทำข้อ 18
- 3 () ช่อง 7 กรุณาไปทำข้อ 19
- 4 () ช่อง 9 กรุณาไปทำข้อ 20
- 5 () ช่อง 11 กรุณาไปทำข้อ 21
- 6 () ไอทีวี กรุณาไปทำข้อ 22

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. รายการข่าวและ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ที่ท่านติดตามดูเป็นประจำ คือรายการ.....

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () รายการข่าวภาคเช้า (8.00 น.- 9.00 น.)
- 2 () รายการสถานการณ์ข่าวประจำวัน (17.30 น.- 18.00 น.)
- 3 () รายการชีพจรข่าว (19.30 น.- 20.00 น.)
- 4 () รายการสี่สัปดาห์
- 5 () รายการหมู่บ้าน การเมือง
- 6 () รายการข่าวสั้นแทรกระหว่างรายการประจำวัน ได้แก่ 180 วินาทีข่าว มองโลก ทันเหตุการณ์ เป็นต้น

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. รายการข่าวและ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ที่ท่านติดตามดูเป็นประจำ คือรายการ.....

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () รายการข่าวภาคเช้า (05.00 น. - 06.00 น.)
- 2 () รายการข่าวภาคแรก (17.00 น. - 17.30 น.)
- 3 () รายการ อ.ก. บันเทิง (17.30 น. - 17.50 น.)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

- 4 () รายการข่าวประจำวัน (19.20 น. - 20.15 น.)
 5 () รายการข่าวภาคดึก Headline news (21.55 น. - 22.05 น.)

19. รายการข่าวและ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ที่ท่านติดตามดูเป็นประจำ คือรายการ.....
 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () รายการข่าวภาคเช้า (05.25 น. - 06.20 น.)
 2 () รายการข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1 (18.00 น. - 18.30 น.)
 3 () รายการข่าวภาคค่ำช่วงที่ 2 (19.00 น. - 20.20 น.)
 4 () รายการข่าวเด็ด 7 สี
 5 () รายการข่าวเด็ดภาคดึก เวลา 23.20 น.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

20. รายการข่าวและ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ที่ท่านติดตามดูเป็นประจำ คือรายการ.....
 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () รายการข่าว 4 โมงเย็น (16.00 น. - 16.30 น.)
 1 () รายการข่าวภาคค่ำ (19.00 น. - 20.30 น.)
 2 () รายการ Show time
 3 () รายการเนชั่น นิวส์ทอล์ค
 4 () รายการลานบ้านลานเมือง
 5 () รายการข่าวภาค 22.00 น.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

21. รายการข่าวและ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ที่ท่านติดตามดูเป็นประจำ คือรายการ.....
 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () รายการเปิดโลกข่าว จับตาสถานการณ์ (07.30 น. - 09.00 น.)
 2 () รายการข่าวประจำวัน (20.00 น. - 20.30 น.)
 3 () รายการกรงสถานการณ์ (20.30 น. - 21.30 น.)
 4 () รายการนิวส์ไลน์ (21.30 น. - 22.00 น.)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. รายการข่าวและ/หรือรายการวิเคราะห์ข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่ท่านติดตามดูเป็นประจำ คือรายการ.....
 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () รายการสายตรงไอทีวี (8.00 น. - 9.15 น.)
 2 () รายการข่าวภาคค่ำ (19.00 น. - 20.20 น.)
 3 () รายการวิเคราะห์ข่าวประจำวัน (20.20 น. - 20.30 น.)
 4 () รายการไอทีวี ทอล์ค (20.30 น. - 21.15 น.)
 5 () รายการชอตไลน์บันเทิง (22.00 น. - 22.30 น.)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. การได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว แม่นยำ จะทำให้เป็นผู้ได้เปรียบใน การครอบครองทรัพยากรต่างๆ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
7. ข้อมูลข่าวสารกำลังกลายเป็น ยุทธศาสตร์การต่อสู้แนวใหม่ โดย เฉพาะการพัฒนามุ่งไปสู่การค้าเสรี ในยุคโลกไร้พรมแดน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>

ตอนที่ 5 ระดับความสนใจในเนื้อหาของรายการข่าวและ/หรือรายการ-
วิเคราะห์ข่าวที่เปิดรับจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์

24. กรุณาทำเครื่องหมาย v ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความสนใจของท่านมากที่สุด

ระดับความสนใจที่มีต่อเนื้อหา ข่าวสาร	มากที่สุด	มาก	เฉยๆ	น้อย	น้อยที่สุด	<input type="checkbox"/>
1. การจากรบนท้องถนน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
2. สภาพอากาศและภัยธรรมชาติ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
3. ผลกระทบและปัญหาที่เกิดจาก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทาง- วิทยาศาสตร์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
4. ประเด็นปัญหาสังคมที่เกี่ยวข้อง กับวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
5. การพัฒนาความสามารถของ เยาวชนไทย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
6. เรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
7. ปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลภาวะ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>

8. ทำให้รู้และเข้าใจปัญหาที่คนอื่น ๆ กำลังเผชิญอยู่	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
9. ช่วยให้ผู้รู้สึกว่าตนเองไม่ได้ด้อยหรือ เลวร้ายไปกว่าคนอื่น ๆ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
10. รู้สึกสนุกและเพลิดเพลินทุกครั้งที่ได้ ชมหรือฟังรายการข่าว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
11. มีการชมหรือฟังรายการข่าวเป็น กิจกรรมประจำวันอยู่แล้ว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
12. ชมหรือฟังรายการข่าวเมื่อไม่มี อะไรทำ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
13. เปิดรายการข่าวทิ้งไว้เนื่องจาก- ไม่มีรายการอื่นที่ชื่นชอบ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
14. ท่านมักจะดูรายการข่าวหาก ไม่มีเพื่อนคุยด้วย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
15. ช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงาเมื่อต้อง อยู่คนเดียวในช่วงที่มีรายการข่าว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
16. ดูหรือฟังรายการข่าวเมื่อต้องการ ลืมปัญหาหรือเรื่องกังวลใจต่างๆ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
17. ดูหรือฟังรายการข่าวเมื่อต้องการ หยุดพักจากการทำการบ้านหรือดู- หนังสือสอบ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>

.....ขอขอบคุณในความร่วมมือเป็นอย่างสูง.....

ประวัติผู้เขียน

นางสาวรจนา ไชยนิรันดร์กุล เกิดวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2514 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต (BBA.) สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ จากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ในปีการศึกษา 2536 และเข้าศึกษาต่อที่ภาควิชา การสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ พ.ศ. 2541

