

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง"จินตภาพและสัมพันธภาพ ระหว่างนักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ในฐานะแหล่งข่าว ในการรายงานข่าวสารเศรษฐกิจ" มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาการรับรู้หรือการมีจินตภาพต่อกัน ในแง่สถานภาพทางวิชาชีพ บทบาทการทำหน้าที่ และจรรยาบรรณ ความรับผิดชอบของนักข่าวเศรษฐกิจกับนักประชาสัมพันธ์ในฐานะแหล่งข่าว

2. เพื่อศึกษาลักษณะสัมพันธภาพในการทำหน้าที่ร่วมกันระหว่างผู้สื่อข่าวกับแหล่งข่าวของนักข่าวเศรษฐกิจกับนักประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** นักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ต่างมีจินตภาพหรือแนวโน้มในการรับรู้ซึ่งกันและกัน ในทิศทางค่อนข้างลบมากกว่าทางบวก ทั้งในแง่ของสถานภาพทางวิชาชีพ คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ และการปฏิบัติวิชาชีพ

**สมมติฐานที่ 2** นักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ มีสัมพันธภาพต่อกันในลักษณะขึ้นต่อกันมากกว่าเป็นอิสระต่อกัน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประกอบด้วยนักข่าวเศรษฐกิจจำนวน 80 คน และนักประชาสัมพันธ์จำนวน 70 คน รวมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คน โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ (Frequency) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์จินตภาพที่มีต่อกันในแง่สถานภาพทางวิชาชีพ บุคลิกภาพ การปฏิบัติวิชาชีพ และการปฏิบัติต่อกันระหว่างนักข่าวเศรษฐกิจกับนักประชาสัมพันธ์

## สรุปผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักข่าวเศรษฐกิจ ที่ทำการสำรวจ จำนวน 80 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นหญิง 46 คน หรือ ร้อยละ 57.50 ในจำนวนนี้มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มากที่สุด คือร้อยละ 56.25 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 91.25 จากสาขาวิชานิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน มากที่สุด ร้อยละ 43.75 โดยมีตำแหน่งเป็นผู้สื่อข่าว มากที่สุด ร้อยละ 65.00 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 58.75 และรับผิดชอบข่าวเศรษฐกิจธุรกิจ ด้านสถาบันการเงิน หลักทรัพย์ การคลัง การธนาคาร มากที่สุด ร้อยละ 25.00

กลุ่มตัวอย่างนักประชาสัมพันธ์ ที่ทำการสำรวจ จำนวน 70 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.43 ในจำนวนนี้มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มากที่สุดร้อยละ 47.14 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าร้อยละ 54.29 จากสาขาวิชานิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน มากที่สุด ร้อยละ 68.60 โดยมีตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่าย/ส่วนประชาสัมพันธ์ มากที่สุด ร้อยละ 48.57 โดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 41.43

### ส่วนที่ 2

การวิเคราะห์จินตภาพหรือการรับรู้ต่อกันระหว่างนักข่าวเศรษฐกิจ กับนักประชาสัมพันธ์

#### 2.1 การประเมินสถานภาพทางวิชาชีพต่าง ๆ ในสังคม

นักข่าวเศรษฐกิจได้จัดอันดับของตน อยู่ในอันดับ 8 สูงกว่าอาชีพนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งถูกจัดให้อยู่ในอันดับ 10 ส่วนนักประชาสัมพันธ์ก็จัดให้สถานภาพของอาชีพนักข่าวอยู่ในอันดับ 9 ต่ำกว่าอาชีพนักประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในอันดับ 8 แสดงว่าทั้ง นักข่าวเศรษฐกิจ และนักประชาสัมพันธ์ต่างยอมรับว่าสถานภาพทางวิชาชีพของตนนั้นไม่เท่าเทียมกัน โดยมองว่าสถานภาพทางวิชาชีพของตนเองสูงกว่าอีกฝ่าย

#### 2.2 การวิเคราะห์จินตภาพที่มีต่อกันด้านบุคลิกภาพของนักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์

จากการวิจัยได้กำหนดคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพไว้ 15 ลักษณะ พบว่า นักข่าวเศรษฐกิจมีจินตภาพในเรื่องบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ค่อนข้างลบ 6 ลักษณะ คือ ไม่เป็นอิสระ (ค่าเฉลี่ย -0.64) ขาดความยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย -0.38) ไม่เป็นกลาง (ค่าเฉลี่ย -0.38) ไม่จริงใจ (ค่าเฉลี่ย -

0.29) เห็นแก่พรรคพวก/องค์กร (ค่าเฉลี่ย -0.44) มีอคติ (ค่าเฉลี่ย -0.09) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีจินตภาพต่อนักข่าวเศรษฐกิจก่อนไปในทิศทางลบ เพียง 2 ลักษณะ คือ มีอคติ (ค่าเฉลี่ย -0.14) และรับสินบน (ค่าเฉลี่ย -0.07)

### 2.3 การวิเคราะห์จินตภาพที่มีต่อกันในด้านการปฏิบัติวิชาชีพ

จินตภาพและการรับรู้ที่มีต่อนักประชาสัมพันธ์ ในสายตาของนักข่าวเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่าใน

#### ด้านคุณสมบัติ

คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์นั้น นักข่าวเศรษฐกิจ ค่อนข้างเห็นด้วยว่า นักประชาสัมพันธ์ควรเป็นนักข่าวมาก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.23) รวมทั้งค่อนข้างเห็นด้วยกับคำที่กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ความเข้าใจในงานหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ส่วนของนักข่าวเศรษฐกิจนั้น นักประชาสัมพันธ์ ค่อนข้างเห็นด้วยกับคำที่กล่าวว่า นักข่าวเศรษฐกิจขาดความรู้ความเข้าใจในงานด้านประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) รวมทั้งมีความคิดเห็นกลาง ๆ ว่า นักข่าวเศรษฐกิจควรประกอบอาชีพนักประชาสัมพันธ์มาก่อน (ค่าเฉลี่ย 2.41)

จากผลการวิจัยในประเด็นด้านคุณสมบัติ สรุปว่า ทั้งนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ ค่อนข้างเห็นด้วยว่า ต่างฝ่ายต่างขาดความรู้ความเข้าใจในงานของกันและกัน โดยนักข่าวมีความเห็นว่า นักประชาสัมพันธ์น่าจะประกอบอาชีพนักข่าวมาก่อน ส่วนนักประชาสัมพันธ์เห็นว่าการเป็นนักข่าวเศรษฐกิจนั้นจะเคยหรือไม่เคยประกอบอาชีพนักประชาสัมพันธ์มาก่อนได้

#### ด้านความสามารถด้านข่าว

ความสามารถด้านข่าวของนักประชาสัมพันธ์นั้น นักข่าวเศรษฐกิจ มีความเห็นค่อนข้างเห็นด้วย ในคำกล่าวที่ว่า ข่าวแจกจากนักประชาสัมพันธ์ มักไม่ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าว (ค่าเฉลี่ย 3.54) ในส่วนที่มีความคิดเห็นกลาง ๆ ประกอบด้วย คำกล่าวที่ว่า นักประชาสัมพันธ์มีความสามารถในการเขียนข่าวได้ดี (ค่าเฉลี่ย 2.75) ข่าวที่ได้รับจากนักประชาสัมพันธ์ มีคุณค่าของความเป็นข่าว (ค่าเฉลี่ย 2.69) และคำกล่าวที่ว่า นักประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งข่าวสารด้านเศรษฐกิจ-ธุรกิจที่สำคัญ (ค่าเฉลี่ย 2.46) ส่วนประเด็นที่นักข่าวเศรษฐกิจมีความเห็นค่อนข้างไม่เห็นด้วย คือ คำกล่าวที่ว่า ข่าวที่ได้รับจากนักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่สามารถนำเสนอได้โดยไม่ต้องปรับปรุงเพิ่มเติม (ค่าเฉลี่ย 1.94)

ความสามารถด้านข่าวของนักข่าวเศรษฐกิจนั้น นักประชาสัมพันธ์ ค่อนข้างเห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจของหนังสือพิมพ์ เป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสารเศรษฐกิจ-ธุรกิจ ที่สำคัญที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.80) และคำกล่าวที่ว่า ข่าวที่นักข่าวเศรษฐกิจนำเสนอ มักมีความสำคัญ และมีคุณค่า

ของความเป็นข่าวเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.33) สำหรับประเด็นที่มีความคิดเห็นกลาง ๆ คือ คำกล่าวที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจ มักจะทำการปรับแต่งแก้ไขข่าว ที่ได้รับจากนักประชาสัมพันธ์จนผิดข้อเท็จจริง (ค่าเฉลี่ย 2.86) รวมทั้งคำกล่าวที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจ มักมองว่าข่าวแจกจากนักประชาสัมพันธ์ ไม่ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าว (ค่าเฉลี่ย 2.73) และคำกล่าวที่ว่านักข่าวเศรษฐกิจ มีความสามารถในการเขียนข่าวได้ถูกต้อง ตรงข้อเท็จจริง (ค่าเฉลี่ย 2.73)

จากผลการวิจัยในประเด็นด้านความสามารถด้านข่าว สรุปว่า นักข่าวเศรษฐกิจมีจินตภาพต่อนักประชาสัมพันธ์ว่า มีความสามารถในการเขียนข่าวและเข้าใจในคุณค่าของข่าวอยู่บ้าง แต่นักประชาสัมพันธ์ไม่ใช่แหล่งข่าวสารด้านเศรษฐกิจ-ธุรกิจที่สำคัญเท่าไรนัก โดยมองว่าข่าวแจกที่ได้รับนั้นเป็นเพียงข้อมูลบางส่วนเท่านั้น ซึ่งยังไม่ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวนัก ดังนั้น จึงต้องมีการปรับปรุงเพิ่มเติมข่าวสารที่ได้รับก่อนการนำเสนอ ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีจินตภาพต่อนักข่าวว่า นักข่าวเศรษฐกิจนั้นมักมองว่าข่าวแจกที่ได้รับจากตนนั้น ไม่ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวเท่าไรนัก จึงมักทำการปรับแต่งแก้ไขข่าวที่ได้รับจากนักประชาสัมพันธ์ ทั้งที่นักข่าวเองนั้นมีความสามารถในการเขียนข่าวได้ถูกต้อง ตรงข้อเท็จจริงในระดับกลางๆเท่านั้น

#### ด้านจรรยาบรรณ

สำหรับจินตภาพด้านจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์นั้น นักข่าวเศรษฐกิจ มีความคิดเห็นค่อนข้างเห็นด้วยทุกประเด็นกับคำกล่าวที่ว่า นักประชาสัมพันธ์คำนึงถึงแต่ผลประโยชน์ขององค์กรของตนเองมากกว่าผลประโยชน์ของสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.75) อีกทั้งยังเห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า นักประชาสัมพันธ์มักฉวยโอกาส ใช้นักข่าวเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมสินค้าบริการ หรือกิจกรรมขององค์กรมากกว่าการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน (ค่าเฉลี่ย 3.64) และคำกล่าวที่ว่า นักประชาสัมพันธ์มักมองว่านักข่าวซื้อได้ หรือชักจูงได้ ด้วยผลประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ส่วนจินตภาพด้านจรรยาบรรณของนักข่าวเศรษฐกิจนั้น นักประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นค่อนข้างเห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจ คำนึงถึงแต่ผลประโยชน์ขององค์กรหนังสือพิมพ์ของตนเอง มากกว่าผลประโยชน์ของสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.08) นอกนั้นจะมีความคิดเห็นกลาง ๆ คือประเด็นที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจ มักมองว่านักประชาสัมพันธ์ชอบใช้ผลประโยชน์จูงใจ (ค่าเฉลี่ย 2.94) และนักข่าวเศรษฐกิจ มักฉวยโอกาสใช้เนื้อที่ข่าวเป็นเครื่องมือในการหาผลประโยชน์ให้ตนเอง มากกว่าการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน (ค่าเฉลี่ย 2.54)

จากผลการวิจัยในประเด็นด้านจรรยาบรรณ สรุปว่า นักข่าวเศรษฐกิจมีจินตภาพต่อนักประชาสัมพันธ์ โดยมองว่านักประชาสัมพันธ์มักจะคำนึงถึงแต่ผลประโยชน์ขององค์กรของตนเองมากกว่า

ว่าสาธารณะ และยังชอบขอยโอกาสให้นักข่าวเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ก็เพราะนักประชาสัมพันธ์มองว่านักข่าวสามารถซื้อหรือชักจูงใจได้ด้วยผลประโยชน์ ส่วนนักประชาสัมพันธ์มองว่านักข่าวเศรษฐกิจ ก็มักจะคำนึงถึงแต่ผลประโยชน์ขององค์กรหนังสือพิมพ์ของตนมากกว่า สาธารณะเช่นกัน รวมถึงยังมักขอยโอกาสใช้เนื้อหาข่าวเป็นเครื่องมือในการหาผลประโยชน์ให้ตนเองมากกว่าการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์

### จินตภาพ ในด้านอื่น ๆ

นักข่าวเศรษฐกิจ มีความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า ข่าวประชาสัมพันธ์มักมีแต่เรื่องดี ๆ ของหน่วยงาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) และคำกล่าวที่ว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ก็คือข่าวที่แฝงการโฆษณาองค์กรธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ส่วนประเด็นที่ค่อนข้างเห็นด้วย คือ คำกล่าวที่ว่า นักประชาสัมพันธ์มักหวังแต่ผลประโยชน์ของหน่วยงานของตน โดยไม่คำนึงถึงนโยบายของหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และคำกล่าวที่ว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มุ่งสร้างภาพลักษณ์ของตนเองมากกว่าจะให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ส่วนจินตภาพ ในด้านอื่น ๆ ของนักข่าวเศรษฐกิจนั้น นักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยอย่างยิ่งกับคำกล่าวที่ว่านักข่าวเศรษฐกิจ มีแนวโน้มจะมองว่าข่าวประชาสัมพันธ์มักมีแต่เรื่องดี ๆ ของหน่วยงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีความคิดเห็น ค่อนข้างเห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ก็คือข่าวที่แฝงการโฆษณาองค์กรธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.37) และคำกล่าวที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจ มักมองว่างานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มุ่งสร้างภาพลักษณ์ ของตนเองมากกว่าจะให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน (ค่าเฉลี่ย 3.08) ส่วนประเด็นที่มีความคิดเห็นกลาง ๆ คือ นักข่าวเศรษฐกิจ มักหวังแต่ผลประโยชน์ขององค์กรหนังสือพิมพ์ตน โดยไม่คำนึงถึงนโยบายขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.73)

จากผลการวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวกับจินตภาพด้านอื่น ๆ นั้น สรุปว่า นักข่าวเศรษฐกิจมองว่านักประชาสัมพันธ์มักจะเสนอข่าวที่มีแต่เรื่องดี ๆ และยังแฝงการโฆษณาองค์กรธุรกิจ โดยมองว่าเพราะนักประชาสัมพันธ์มักหวังแต่ผลประโยชน์ของหน่วยงานและมุ่งสร้างภาพลักษณ์ มากกว่าที่จะคำนึงนโยบายขององค์กรหนังสือพิมพ์ รวมทั้งการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน ส่วนนักประชาสัมพันธ์มองว่านักข่าวเศรษฐกิจนั้น มีจินตภาพต่อ ข่าวประชาสัมพันธ์ว่ามีแต่เรื่องดี ๆ ของหน่วยงาน และอาจจะแฝงการโฆษณาองค์กรธุรกิจอยู่บ้าง ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการที่จะสร้างภาพลักษณ์มากกว่าการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน แต่ก็อาจจะมีบ้างที่นักข่าวเศรษฐกิจจะคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรหนังสือพิมพ์ โดยไม่คำนึงถึงนโยบายขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ

### ส่วนที่ 3

#### วิเคราะห์ลักษณะสัมพันธภาพ และการปฏิบัติต่อกันระหว่างนักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์

##### 3.1 ด้านความเป็นอิสระในการรายงานข่าว

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของลักษณะสัมพันธภาพในด้านการรายงานข่าว ตามความคิดเห็นของนักข่าวเศรษฐกิจ และนักประชาสัมพันธ์ พบว่า อยู่ในระดับเป็นอิสระต่อกันค่อนข้างมาก คือมีค่าเฉลี่ย 4.42 และค่าเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ แสดงว่า ทั้งนักข่าวเศรษฐกิจ และนักประชาสัมพันธ์ ต่างเห็นว่า สัมพันธภาพในด้านการรายงานข่าวนั้น ค่อนข้างเป็นอิสระต่อกัน คือ มีความเป็นส่วนตัว หรือมีผลประโยชน์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นบางครั้ง แต่น้อยมาก โดยที่ต่างฝ่ายต่างทำหน้าที่ของตนโดยไม่มีการนำความคิดเห็นเข้าไปสอดแทรก ผู้รายงานข่าวจะต้องเสนอข่าวอย่างเป็นกลางไม่เอนเอียง ไม่เป็นเครื่องมือของแหล่งข่าวหรือแสวงหาประโยชน์จากแหล่งข่าว ขณะเดียวกันแหล่งข่าวก็ทำหน้าที่ของตนเอง โดยการให้ข่าวสารเฉพาะที่ควรจะเผยแพร่เท่านั้น ซึ่งจะเป็นการพึ่งพาอาศัยกันในการทำหน้าที่ร่วมกันด้านข่าวสารด้านเศรษฐกิจ

##### 3.2 ด้านระดับความสัมพันธ์ต่อกัน

จากการวิเคราะห์ลักษณะสัมพันธภาพที่ติดต่อกัน ระหว่างนักข่าวเศรษฐกิจกับนักประชาสัมพันธ์ในภาพรวม พบว่า การทำงานร่วมกันทางด้านการรายงานข่าวสารนั้นจะต้องมีการรักษาความสัมพันธ์และไม่ตรีจิตต่อกัน เพื่อการเข้าถึงแหล่งข่าวและการหาข้อมูลหรือรายละเอียดอย่างพอดี ซึ่งนักข่าวเศรษฐกิจกับนักประชาสัมพันธ์ มีความสนิทสนมในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.03 (ตามความเห็นของนักข่าว) และค่าเฉลี่ย 3.13 (ตามความเห็นนักประชาสัมพันธ์)

3.3 สัมพันธภาพและการปฏิบัติต่อกันที่เป็นจริง และควรจะเป็นตามความคิดเห็นของนักข่าวเศรษฐกิจ และนักประชาสัมพันธ์

#### ด้านการทำงานข่าว

ต่อข้อความที่ว่านักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ มักใช้วิธีการที่ซื่อสัตย์ ในการทำงาน/รายงานข่าว นั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าเป็นการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) แต่ในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้ใช้วิธีการที่ซื่อสัตย์ ในการทำงาน/รายงานข่าว ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่า ในการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) แต่

ในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้ใช้วิธีการที่ซื่อสัตย์ ในการทำงาน/รายงานข่าว ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ข้อความที่ว่านักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ มักมีความเป็นอิสระต่อกัน ไม่มีความผูกพัน หรือมีผลประโยชน์ส่วนตัวเกี่ยวข้องในการเสนอข่าวนั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) แต่ในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีความเป็นอิสระต่อกัน ไม่มีความผูกพัน หรือมีผลประโยชน์ส่วนตัวเกี่ยวข้องในการเสนอข่าว ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริง ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) แต่ในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีความเป็นอิสระต่อกัน ไม่มีความผูกพัน หรือมีผลประโยชน์ส่วนตัวเกี่ยวข้องในการเสนอข่าว ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ข้อความที่ว่านักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ มักรักษาความลับซึ่งกันและกันนั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) แต่ในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการรักษาความลับซึ่งกันและกัน ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) แต่ในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการรักษาความลับซึ่งกันและกัน ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 4.0)

ข้อความที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันในการเผยแพร่ข่าวและเผยแพร่ข่าวสารนั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) แต่ในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการพึ่งพาซึ่งกันและกันในการเผยแพร่ข่าวและเผยแพร่ข่าวสาร ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการพึ่งพาซึ่งกันและกันในการเผยแพร่ข่าวและเผยแพร่ข่าวสาร ในระดับมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.91) เช่นเดียวกัน

ส่วนข้อความที่ว่านักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ มักมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านข่าวนั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) และในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ก็มีความคิดเห็นใกล้เคียงกันว่า

ทั้งสองฝ่ายมักมีความแตกต่างกันในด้านข่าว ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) แต่ก็เป็นความคิดในเชิงที่ต้องการให้ความแตกต่างนั้นลดน้อยลง ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่า ในการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79) แต่ในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านข่าว ในระดับน้อยลงกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 2.37)

### ด้านผลประโยชน์

ต่อข้อความ ที่ว่านักข่าวเศรษฐกิจ เคยรับของขวัญหรือของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ จากนักประชาสัมพันธ์นั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าเป็นการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) และในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการรับของขวัญหรือของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ ในระดับน้อยลงกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 2.29) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่า ในการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) และในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการมอบของขวัญหรือของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.84) แต่ก็เป็นความคิดในเชิงที่ต้องการให้มีการมอบของขวัญหรือของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้น้อยลง

ข้อความที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจ เคยรับของขวัญ หรือของที่ระลึกที่มีค่าค่อนข้างมากจากนักประชาสัมพันธ์นั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าเป็นการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.98) และในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการรับของขวัญหรือของที่ระลึกที่มีค่า ในระดับน้อยลง (ค่าเฉลี่ย 1.54) เช่นเดียวกัน ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่า ในการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.13) และในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการมอบของขวัญหรือของที่ระลึกที่มีค่าค่อนข้างมาก ในระดับน้อยลง (ค่าเฉลี่ย = 1.83)

ข้อความที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจเคยรับสิ่งตอบแทนในการลงข่าวให้จากนักประชาสัมพันธ์นั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าเป็นการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.74) แต่ในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการรับสิ่งของตอบแทนในการลงข่าวให้ลดลงให้อยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.41) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่า ในการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.10) แต่ในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการมอบสิ่งของตอบแทนในการลงข่าวให้ ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 1.46)





ในการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) แต่ในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการติดต่อกับนักข่าวเศรษฐกิจทางโทรศัพท์บ่อย ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

### ด้านปฏิสัมพันธ์ต่อกัน

ต่อข้อความที่ว่า มักมีความสนิทสนมเป็นส่วนตัวกับนักประชาสัมพันธ์ นักข่าวเศรษฐกิจ มีความคิดเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) และในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการสนิทสนมเป็นส่วนตัว ในระดับปานกลางแต่น้อยลง (ค่าเฉลี่ย 3.03) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) แต่ในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการสนิทสนมเป็นส่วนตัว ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ข้อความที่ว่า มักมีความจริงใจต่อกัน กับนักประชาสัมพันธ์ นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) แต่ในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการจริงใจต่อกัน ในระดับมากขึ้นกว่านี้อีกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) แต่ในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการจริงใจต่อกัน ในระดับมากขึ้นกว่านี้อีกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ข้อความที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจ กับนักประชาสัมพันธ์ มักจะปรับตัวเข้าหากันนั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) แต่ในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการปรับตัวเข้าหากัน ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) แต่ในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้มีการปรับตัวเข้าหากัน ในระดับมากขึ้นกว่านี้ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ข้อความที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจมองว่านักประชาสัมพันธ์มักวางท่าเล่นตัวหรือไม่เพียงใดนั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.44) และในความคิดเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้นักประชาสัมพันธ์วางท่าเล่นตัว ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.80) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าการปฏิบัติที่เป็นอยู่

ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.44) และในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการเห็น นักประชาสัมพันธ์วางท่าเล่นตัว ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.60)

ข้อความที่ว่า นักข่าวเศรษฐกิจ เห็นว่า นักประชาสัมพันธ์มักหน้าไว้หลังหลอกหรือไม่นั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็นว่าเป็นการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.58) แต่ในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการเห็นนักประชาสัมพันธ์หน้าไว้หลังหลอก อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย = 1.50) ส่วนนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าเป็นการปฏิบัติที่เป็นอยู่ขณะนี้ ค่อนข้างเป็นจริงในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.27) และในความเห็นที่ควรจะเป็นนั้น ต้องการให้นักประชาสัมพันธ์หน้าไว้หลังหลอก ลดลงในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.57)

### พฤติกรรมในการรับ/การให้ผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ

จากผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการรับผลประโยชน์ของนักข่าวเศรษฐกิจ พบว่า เคยรับแจกของขวัญ ของชำร่วยที่ระลึกละเอียดๆ จากนักประชาสัมพันธ์ ในงานเซ็นสัญญา แลกของขวัญ ฯลฯ ค่อนข้างบ่อยถึงบ่อยมาก (ร้อยละ 38.00) แต่ไม่เคยรับผลประโยชน์ในรูปแบบของเงินหรือเงินเดือนประจำ (ร้อยละ 67.50) ส่วนพฤติกรรมการให้ผลประโยชน์ของนักประชาสัมพันธ์ พบว่า เคยให้ผลประโยชน์กับนักข่าวเศรษฐกิจ ในลักษณะการแจกของขวัญ ของชำร่วยในงานเซ็นสัญญา แลกของขวัญ ฯลฯ บ่อยมากที่สุด (ร้อยละ 38.57) แต่ไม่เคยแจกเงินหรือให้เป็นเงินเดือนประจำ (ร้อยละ 67.50) ซึ่งผลการวิจัยมีความสอดคล้องกันกับนักข่าวเศรษฐกิจ

### เหตุผลของการให้/รับผลประโยชน์

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับ เหตุผลของการให้/รับประโยชน์นั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความคิดเห็น ต่อการให้ผลประโยชน์ของนักประชาสัมพันธ์ ว่า เหตุผลของการให้ผลประโยชน์ นั้นก็เพื่อช่วยให้ข่าวประชาสัมพันธ์ได้รับการเผยแพร่ อันจะเกิดประโยชน์ต่อองค์กร (ร้อยละ 28.60 ) ส่วนนักประชาสัมพันธ์นั้น ให้เหตุผลของการให้ผลประโยชน์แก่นักข่าวเศรษฐกิจว่า ก็เพื่อมีส่วนมีสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ระหว่างกัน (ร้อยละ 26.73)

### การให้ผลประโยชน์กับผลในการตัดสินใจเผยแพร่ข่าวสาร

จากผลการวิจัย เกี่ยวกับความเห็นต่อการให้ผลประโยชน์ กับผลในการตัดสินใจเผยแพร่ข่าวสารนั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความเห็นว่าเป็นการให้ผลประโยชน์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจเผยแพร่ข่าวสาร

น้อย (ร้อยละ 36.25) แต่นักประชาสัมพันธ์กลับมีความเห็นว่าการให้ผลประโยชน์นั้นน่าจะมีผลต่อการตัดสินใจเผยแพร่ข่าวสารบ้างในระดับปานกลาง (ร้อยละ 45.71)

#### ส่วนที่ 4

#### วิเคราะห์การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการพิจารณานำเสนอและเผยแพร่ข่าว

จากผลการวิจัย พบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการพิจารณานำเสนอและเผยแพร่ข่าวสารตามทัศนคติของนักข่าวเศรษฐกิจนั้นได้ให้ความสำคัญในเรื่องความถูกต้องของข่าวมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.90) โดยที่ข่าวนั้นจะต้องมีความสดใหม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.58) และมีผลกระทบต่อสังคม (ค่าเฉลี่ย 4.53) ส่วนนักประชาสัมพันธ์นั้น ก็ให้ความสำคัญในเรื่องความถูกต้องของข่าวมากที่สุดเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 4.80) แต่ข่าวนั้นจะต้องมีประโยชน์ต่อผู้อ่านด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.66) โดยจะต้องมีความสดใหม่ ทันสมัย และความรวดเร็วของข่าว (ค่าเฉลี่ย 4.56)

#### อภิปรายผล

จากอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน นักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ มีความเกี่ยวข้องและมีความจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ในขอบเขตการทำงานด้านข่าวสารร่วมกัน นักข่าวเองก็ต้องอาศัยนักประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งข่าว เพื่อนำข่าวสารมาเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รับรู้ และเข้าใจ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ในขณะที่เดียวกัน นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องอาศัยนักข่าวเป็นสื่อหรือช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารของสถาบันของตน ดังนั้น การทำหน้าที่รายงานข่าวของสื่อมวลชน มักจะมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยหรือองค์ประกอบหลายประการ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสัมพันธ์ภาพที่มีกับแหล่งข่าว ซึ่งมีความจำเป็นต้องเกี่ยวข้องกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลการทดสอบสมมติฐาน และประเด็นการรับผลประโยชน์ ซึ่งจะนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1** นักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ต่างมีจินตภาพ และแนวโน้มในการรับรู้ซึ่งกันและกัน ในทิศทางค่อนข้างไปทางลบมากกว่าทางบวก ทั้งในแง่ของสถานภาพทางวิชาชีพ คุณสมบัตินด้านบุคลิกภาพและการปฏิบัติวิชาชีพ

## สถานภาพทางวิชาชีพ

จากการเปรียบเทียบจินตภาพด้านสถานภาพทางวิชาชีพในสังคมนั้น นักข่าวเศรษฐกิจ ประเมินสถานภาพทางวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในอันดับต่ำกว่านักข่าว โดยนักข่าวจัดอันดับวิชาชีพของตนเองอยู่ในอันดับ 8 และของนักประชาสัมพันธ์อยู่ในอันดับ 10 ซึ่งถือได้ว่า นักข่าวมองสถานภาพทางวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ค่อนข้างไปทางลบ หรือต่ำกว่าตน

ส่วนนักประชาสัมพันธ์ ประเมินสถานภาพทางวิชาชีพของนักข่าวในสังคมต่ำกว่าของตนเอง โดยนักประชาสัมพันธ์จัดอันดับวิชาชีพของตนเองอยู่ในอันดับ 8 ของนักข่าวอยู่ในอันดับ 9 ซึ่งถือได้ว่า นักประชาสัมพันธ์มองสถานภาพทางวิชาชีพของนักข่าวต่ำกว่า หรือค่อนข้างลบ

การที่นักข่าวมองตนเองสูงกว่านักประชาสัมพันธ์นั้น เพราะนักข่าวมองว่านักประชาสัมพันธ์ต้องพึ่งพานักข่าวในการเผยแพร่ข่าวสาร อีกทั้งยังมีการเอาอกเอาใจนักข่าวอย่างมากและนักข่าวก็มองว่าการทำงานของประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการทำเพื่อองค์กรของตน ไม่ใช่เพื่อสังคม ส่วนนักประชาสัมพันธ์ก็มองตนเองสูงกว่านักข่าวก็เพราะ นักประชาสัมพันธ์มองว่านักข่าวมักเห็นแก่ของกำนัลหรือผลประโยชน์ที่เสนอให้เพื่อช่วยในการเผยแพร่ข่าวสาร อีกทั้งยังต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารจากนักประชาสัมพันธ์ในการนำเสนอข่าว แต่จากการวิจัยปรากฏว่าทั้งสองอาชีพนี้กลับจัดอันดับสถานภาพทางวิชาชีพของตนเองไว้ท้ายสุดของวิชาชีพทางสังคม ทั้งที่อาชีพทั้งสองอาชีพนี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากของสังคม คือเป็นอาชีพที่มีลักษณะเป็นผู้ชี้นำสังคมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สังคม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสภาพโดยทั่วไปของสังคมนั้นให้ความสำคัญกับเกียรติยศ ชื่อเสียง ความมีหน้ามีตา ดังจะเห็นได้จากการวิจัยที่พบว่า อาชีพอื่นๆ เช่น ศิลปิน หนายความ สถาปนิก ฯลฯ นั้น ถูกจัดให้อยู่สูงกว่าอาชีพนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์

จากผลการวิจัยพบว่า ทั้งนักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ ต่างมองสถานภาพของตนเองสูงกว่าอีกฝ่ายเล็กน้อย ผลการวิจัยในส่วนที่นักข่าวเศรษฐกิจมองสถานภาพของตนเองสูงกว่านักประชาสัมพันธ์นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักขณา สตะเวทิน และคณะ (2530) ที่พบว่า ทั้งนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ได้จัดสถานภาพวิชาชีพสื่อมวลชนสูงกว่าวิชาชีพนักประชาสัมพันธ์

## ด้านบุคลิกภาพ

จากผลการวิจัย พบว่า นักข่าวเศรษฐกิจมีจินตภาพต่อนักประชาสัมพันธ์ด้านบุคลิกภาพ โดยเห็นว่า นักประชาสัมพันธ์มีบุคลิกภาพที่ไม่จริงจัง เห็นแก่พรรคพวก องค์กร ไม่เป็นอิสระ ขาดความยุติธรรม ไม่เป็นกลาง และมีอคติ การที่นักข่าวเศรษฐกิจมีจินตภาพต่อนักประชาสัมพันธ์เช่นนี้ เพราะว่าการที่นักข่าวเศรษฐกิจมีภาพลักษณ์ต่องานประชาสัมพันธ์ โดยมองว่า การประชาสัมพันธ์ คือ

การสร้างภาพพจน์ที่ดี (Image) เสริมสร้างความรู้สึกนึกคิดที่ดี โน้มน้าวจิตใจของปวงชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน การที่จะให้มวลชนมีทัศนคติที่ดีนั้นย่อมหมายถึง หน่วยงานที่พยายามส่งเสริม ให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ดี และมีพฤติกรรมให้การสนับสนุนหรือร่วมมือกับองค์กร และนักประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องใช้ความสามารถในการผลักดันให้ข่าวประชาสัมพันธ์ของตนได้รับการเผยแพร่ให้ได้มากที่สุด ซึ่งในการดำเนินการนั้นมีหลักสำคัญข้อหนึ่งคือ การสร้างภาพพจน์ที่ดีงามขององค์กร เพื่อชื่อเสียง เกียรติคุณ และความนิยมจากประชาชน จึงทำให้นักข่าวเศรษฐกิจมีจินตภาพต่อบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น

ส่วนนักประชาสัมพันธ์นั้น มีจินตภาพต่อนักข่าวด้านบุคลิกภาพในด้านลบคือ มือคด และรับสินบน เพราะว่า การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนนั้น นักข่าวจะต้องคัดเลือกข่าวที่มีคุณภาพ เพื่อนำเสนอต่อประชาชน ซึ่งชวรัตน์ เชิดชัย กล่าวถึงองค์ประกอบที่ทำให้ข่าวมีคุณภาพ คือ ความถูกต้อง ความสมดุล ความเที่ยงตรง ความกระชับรัด ความใหม่สด ทำให้นักข่าวที่นักประชาสัมพันธ์ส่งไปให้นักข่าวนั้นอาจไม่ได้รับการคัดเลือก เพราะนักข่าวมองว่า เป็นข่าวที่ไม่มีคุณภาพ มุ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรเพียงด้านเดียว ทำให้นักประชาสัมพันธ์มองว่า นักข่าวเศรษฐกิจเป็นผู้ที่มีมือคด ส่วนเรื่องนี้นักประชาสัมพันธ์มองว่านักข่าวเศรษฐกิจเป็นผู้ที่รับสินบน เพราะว่า ในการทำงานของนักประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องเอาอกเอาใจ และให้ผลประโยชน์กับนักข่าวเป็นประจำ จึงทำให้นักประชาสัมพันธ์มีจินตภาพต่อนักข่าวเศรษฐกิจว่ามักรับสินบน

### ด้านการปฏิบัติวิชาชีพ

ผลการวิจัยพบว่า จินตภาพหรือแนวโน้มนำการรับรู้ต่อกันของนักข่าวเศรษฐกิจกับนักประชาสัมพันธ์ในการปฏิบัติวิชาชีพนั้น นักข่าวมีจินตภาพเกี่ยวกับการปฏิบัติวิชาชีพในด้านต่าง ๆ ของนักประชาสัมพันธ์ เป็นไปในทางลบ เช่น นักประชาสัมพันธ์มักขวยโอกาสให้นักข่าวเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมสินค้า บริการ หรือกิจกรรมขององค์กรมากกว่าการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน หรือการที่นักข่าวเศรษฐกิจมองว่า นักประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งข่าวสารด้านเศรษฐกิจ-ธุรกิจ แหล่งหนึ่งเท่านั้น

ส่วนนักประชาสัมพันธ์นั้น มีจินตภาพเกี่ยวกับการปฏิบัติวิชาชีพในด้านต่าง ๆ ของนักข่าวเศรษฐกิจไปในทิศทางทั้งบวกและลบ โดยจินตภาพที่นักประชาสัมพันธ์ต่อนักข่าวเศรษฐกิจในด้านลบ เช่น นักข่าวเศรษฐกิจเขียนข่าวโดยไม่ถูกต้อง และไม่ตรงกับข้อเท็จจริงนัก และมองว่า นักข่าวเศรษฐกิจคำนึงถึงแต่ผลประโยชน์ขององค์กรหนังสือพิมพ์ของตนมากกว่าผลประโยชน์ของสาธารณะ

การที่นักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์มีจินตภาพในด้านการปฏิบัติวิชาชีพในทิศทางลบ เพราะว่า บทบาทหน้าที่ที่ต่างกัน คือ นักข่าวมีหน้าที่ในการนำเสนอข่าวแก่สาธารณชน ส่วนนักประชาสัมพันธ์นั้น หน้าที่หลัก คือ การสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรไปสู่ประชาชนโดยผ่านสื่อมวลชน ดังนั้นการที่นักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ต่างมีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกัน จึงนำไปสู่การมองที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ ประสบการณ์ จะเป็นตัวกำหนดให้มีทัศนคติและภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน ดังเช่น Dr.Claude Robinson และ Dr.Walter Barlow (อ้างถึงในพงษ์เทพ วรวิจิตรโคคาทร, 2537 : 79) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การสถานภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์โดยตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น ได้ประสบมาด้วยตัวเองหรือได้ยินได้ฟังจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ นานา เป็นต้น ซึ่งนักข่าวหรือนักประชาสัมพันธ์ ที่มีจินตภาพต่อกันในการปฏิบัติวิชาชีพ ส่วนหนึ่งก็มาจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของตนเอง

**สมมติฐานที่ 2** นักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ มีสัมพันธภาพต่อกัน ในลักษณะความร่วมมือใกล้ชิดมากกว่าเป็นอิสระต่อกัน

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะสัมพันธภาพในด้านการรายงานข่าว ตามความคิดเห็นของนักข่าวเศรษฐกิจ และนักประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับเป็นอิสระต่อกันค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ย 4.42 และค่าเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ แสดงว่า ทั้งนักข่าวเศรษฐกิจ และนักประชาสัมพันธ์ ต่างเห็นวามสัมพันธภาพในด้านการรายงานข่าวนั้น ค่อนข้างเป็นอิสระต่อกัน คือ มีความเป็นส่วนตัว หรือมีผลประโยชน์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นบางครั้ง แต่น้อยมาก ทั้งนี้นักข่าวจะมองว่าเป็นอิสระต่อกันมากกว่านักประชาสัมพันธ์เล็กน้อย (ผลการวิจัยจากตารางที่ 6) ทั้งนี้นักข่าว และนักประชาสัมพันธ์ มีสัมพันธภาพในลักษณะค่อนข้างจะเป็นอิสระต่อกัน มีความเป็นส่วนตัว หรือมีผลประโยชน์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นบางครั้ง แต่น้อยมาก จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

ผลการวิจัยมีความคล้ายคลึงกับแบบจำลองของกิเบอร์และจอห์นสัน (Gieber, and Johnson, 1996) ในแบบที่ 2 คือ โดยทั่วไปการทำงานของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ มีการพึ่งพาอาศัยกัน มีความสนิทสนมกันบางส่วน และในส่วนที่คาบเกี่ยวกันก็คือ สัมพันธภาพที่มีต่อกัน ต่อการทำหน้าที่ของตน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นทั้งสองฝ่ายต่างมีวัตถุประสงค์บางประการร่วมกัน คือ ฝ่ายหนึ่ง

ต้องการให้เรื่องราวบางอย่างปรากฏในสื่อ/บนหน้าหนังสือพิมพ์ ส่วนอีกฝ่ายหนึ่งต้องการให้ข่าวที่เสนอออกไปนั้นเป็นที่พอใจของบรรณาธิการของตน จึงทำให้ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน

### การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการนำเสนอและเผยแพร่ข่าว

ผลการวิจัย พบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการพิจารณานำเสนอและเผยแพร่ข่าวสารตามทัศนะของนักข่าวเศรษฐกิจนั้นได้ให้ความสำคัญในเรื่องความถูกต้องของข่าวมากที่สุด โดยที่ข่าวนั้นจะต้องมีความสดใหม่ ทันสมัยและมีผลกระทบต่อสังคม ส่วนนักประชาสัมพันธ์นั้น ก็ให้ความสำคัญในเรื่องความถูกต้องของข่าวมากที่สุดเช่นกัน แต่ข่าวนั้นจะต้องมีประโยชน์ต่อผู้อ่านด้วย โดยจะต้องมีความสดใหม่ ทันสมัย ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับหลักการของคุณภาพข่าวที่ดี คือ ต้องมีความถูกต้อง มีความสมดุล มีความเที่ยงตรง มีความกระชับ และมีความสดใหม่ (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2521)

### การให้และรับผลประโยชน์

ผลการวิจัยนี้ พบว่า การแจกของขวัญของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ เป็นรูปแบบผลประโยชน์ที่ได้รับค่านิยมมากที่สุด ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากการสอดคล้องกับวัฒนธรรมแบบไทยๆ ที่ต้องมีการแสดงน้ำใจหรือแสดงการขอบคุณผู้มาร่วมงาน โดยการมอบของที่ระลึกให้ ซึ่งยังสามารถให้ได้ในทุกโอกาส โดยจะพบเห็นได้จากงานแต่งงานหรืองานศพและมีการปฏิบัติกันมานานจนกลายเป็นธรรมเนียม ดังคำกล่าวของ มานิจ สุขสมจิต บรรณาธิการอาวุโส หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ที่กล่าวว่า "น้ำใจนะ ก็มีได้โดยธรรมเนียมไทยๆเรา แต่มีขอบเขต เช่นน้ำสั๊กแก้วหนึ่งหรืออาจจะไปถึงอาหารบางมื้อก็ได้ แต่ถ้ามากกว่านั้น เช่นเงินใส่ซอง บางคนอาจจะอ้างว่าไม่มีเวลาไปซื้อของ ให้ของเล็ก ๆ น้อย ๆ ไม่เป็นไร เช่นปากกา แต่ถ้ามากแล้วไม่ถูกต้อง หรือบางทีคงได้ยินคือการให้หุ้นในราคาพาร์ อันนี้เกินไปแล้ว การที่เราไปรับเงินรับของ รับผลประโยชน์ หรือว่าน้ำใจซึ่งมากมายเหลือเกิน ก็ทำให้จิตใจโอนเอียงได้ เพราะเราไม่ได้บรรลุโสดาบันกันทุกคน" (บุญเลิศ ช้างใหญ่, 2537:255)

ผลการวิจัยโดยรวมในเรื่องของผลประโยชน์นั้น นักข่าวเศรษฐกิจมีความเห็นว่าการให้ผลประโยชน์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจเผยแพร่ข่าวสารน้อยถึงน้อยมาก ส่วนนักประชาสัมพันธ์กลับเห็นว่าน่าจะมีผลต่อการตัดสินใจเผยแพร่ข่าวสารในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าในทางปฏิบัติเคยได้ผลมาแล้ว อย่างไรก็ตามก็ตีการให้ผลประโยชน์อาจจะมาจากเหตุผลอื่น เช่น เพื่อมีส่วนร่วมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน หรือเป็นแนวปฏิบัติที่ทำต่อเนื่องกันมา ดังนั้นในบางครั้งการให้ผลประโยชน์ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ก็อาจเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก จึงจำเป็นต้องพิจารณาเลือกรูปแบบการให้ผลประโยชน์ที่เหมาะสมกับโอกาส วัตถุประสงค์ และสถานการณ์ ซึ่งในองค์กรธุรกิจปัจจุบันการประชาสัมพันธ์



นับว่าเป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ นอกจากนั้นยังเป็นการแสดงน้ำใจที่มีต่อนักข่าว เช่นเดียวกัน นักข่าวเองก็ต้องมีจรรยาบรรณต่อเรื่องของการรับผลประโยชน์ ถึงแม้ว่าจรรยาบรรณเป็นสิ่งที่สังคมกำหนดขึ้นมาโดยไม่มีมาตรฐานวัดความถูกต้อง แต่ก็ขึ้นอยู่กับจริยธรรมของแต่ละคนด้วย ดังคำกล่าวของ สุทธิชัย หยุ่น บรรณาธิการอำนวยการหนังสือพิมพ์ในเครือเดอะเนชั่น ที่ว่า “สินบนคืออะไรก็ตามที่ทำให้นักสื่อสารมวลชน ไม่สามารถทำหน้าที่ของตนเอง ตามมาตรฐานที่สังคมคาดหวังเอาไว้ หรือสิ่งใดก็ตามที่ทำให้นักสื่อสารมวลชนกระทำการด้วยความเกรงใจ หรือเกรงกลัวแหล่งข่าวมากกว่าประชาชนผู้บริโภค ได้ยินข่าวคราวว่าเขาแจกหุ้นบ้าง โทศัพทมีมือถือบ้าง ออกเงินไปเที่ยวบ้าง หรือแม้แสดงความสนิทสนมส่วนตัวให้เกิดความเกรงอกเกรงใจกันตามวัฒนธรรมไทยๆ” (บุญเลิศ ช้างใหญ่,2537:256) ฉะนั้นการรับหรือไม่รับผลประโยชน์จึงเป็นสิทธิเสรีภาพของแต่ละบุคคล แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดในวิชาชีพนักข่าว ก็คือ ต้องรายงานข่าวอย่างเป็นกลาง (Objective Reporting) คือ ต้องรายงานข่าวที่เกิดขึ้นจริงทั้งด้านดีและด้านไม่ดี ไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกข่าวเพื่อเผยแพร่หรือการเขียนบทความ ก็ต้องยึดหลักความเป็นกลางอย่างแท้จริง ดังคำกล่าวของ จริยา แสงสี นักข่าวจาก สำนักข่าวไทย องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ที่กล่าวว่า “ทุกสิ่งทุกอย่างอยู่ที่ตัวเรา จะเรียกว่าสินบน สินน้ำใจนั้นพูดยากต้องดูว่าตัวเราจะตกเป็นเครื่องมือของเขาหรือเปล่า อยู่ที่เจตนาของคนให้และคนรับด้วย ถ้าให้มองว่าเป็นสินบน ก็ต้องอยู่ที่ว่า เราจะทำตามเขาหรือไม่ การให้นั้นอาจเป็นลักษณะชอบพอสสนิทสนม” (บุญเลิศ ช้างใหญ่,2537:254)

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จากผลการวิจัยที่ปรากฏว่า นักข่าวเศรษฐกิจมีจินตภาพด้านบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ในด้านลบ คือ ไม่จริงจัง เห็นแก่พรรคพวก/องค์กร ไม่เป็นอิสระ ขาดความยุติธรรม ไม่เป็นกลาง มีอคติ นั้น นักประชาสัมพันธ์ จึงควรทำหน้าที่โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณและความรับผิดชอบของตนเอง และควรศึกษาถึงจรรยาบรรณของนักข่าวบ้าง เพื่อที่จะได้ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์องค์กรโดยไม่ขัดกับจรรยาบรรณของนักข่าว และเพื่อจะทราบถึงเหตุผลที่นักข่าวไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้เท่าที่ควรนัก ในด้านของนักข่าวนั้น การที่นักประชาสัมพันธ์มองว่านักข่าวมีบุคลิกภาพ โดยเป็นผู้มีอคติ และรับสินบน ดังนั้น การทำงานของนักข่าวจึงต้องยึดถือจรรยาบรรณอย่างเคร่งครัดเช่นเดียวกัน รวมทั้งต้องปรับทัศนคติของตนเอง ที่มีต่องานประชาสัมพันธ์ พยายามทำความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ และพยายามรักษาความเป็นกลางให้มากที่สุด ไม่มองว่าข่าวประชาสัมพันธ์เป็นเพียงข่าวที่สร้างภาพลักษณ์เท่านั้น เพราะในบางครั้งข่าวประชาสัมพันธ์บางข่าวก็ให้ความรู้ และประโยชน์ต่อประชาชนเหมือนกัน สำหรับเรื่อง

การรับสินบนนั้น นักข่าวต้องไม่รับสินบนจากนักประชาสัมพันธ์อย่างเด็ดขาด ไม่ว่าจะกรณีใด ๆ ก็ตาม ซึ่งจะส่งผลให้นักประชาสัมพันธ์มีทัศนคติที่ดีต่อนักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ก็ต่อเมื่อระดับที่จะเสนอสินบนให้กับนักข่าว ซึ่งจะทำให้เรื่องการรับและการให้สินบนหมดไป

2. จากผลการวิจัยที่ปรากฏเกี่ยวกับสัมพันธภาพและการปฏิบัติต่อกันที่เป็นจริงและที่ควรจะเป็น ผลการวิจัยนี้ นักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางตัว เพื่อให้สัมพันธภาพระหว่างกันเป็นไปในระดับที่เหมาะสม และไม่ใช่อุปสรรคต่อการนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง เทียบตรง เป็นประโยชน์กับประชาชนตามหน้าที่ของสื่อมวลชน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. กลุ่มตัวอย่างการวิจัยอาจเปลี่ยนเป็นนักประชาสัมพันธ์ในกลุ่มอื่น ๆ เช่น นักประชาสัมพันธ์ในกลุ่มการตลาด ประชาสัมพันธ์โรงแรม ส่วนนักข่าวเศรษฐกิจหรือผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจของสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ราย 3 วัน รายสัปดาห์ รายเดือน เพราะการรายงานข่าวสารของสื่อประเภทดังกล่าวนี้ มีลักษณะการเจาะลึกเบื้องหลัง มีการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ซึ่งต้องใช้สัมพันธภาพที่อาจจะแตกต่างไปจากสื่อสิ่งพิมพ์รายวัน

2. ควรจะศึกษาปัญหาเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการรับประโยชน์ และความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าว ว่ารูปแบบในการรับประโยชน์ หรือความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนนั้น มีมากน้อยเพียงใด