

ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ :
การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์รายวันประเภทแห่งชาติภาพ,
ประเภทประชานิยม และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม



นางสาว รัศมี อิทธีวรรณพงศ์

ศูนย์วิทยุทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาการสื่อสารมวลชน

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2531

ISBN 974-568-688-3

ลิขสิทธิ์บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

014195

FACTORS IN THE SELECTION OF NEWS RELEASES :

A COMPARATIVE STUDY BETWEEN SELECTED QUALITY NEWSPAPERS, POPULAR
NEWSPAPERS AND NEWSPAPERS WHICH REPRESENT BOTH QUALITY AND POPULARITY



MISS RASSAME ITTIVANNAPONG

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS

FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS

DEPARTMENT OF PUBLIC RELATIONS

GRADUATE SCHOOL

CHULALONGKORN UNIVERSITY

1988


หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ : การศึกษา
เปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์รายวันประเภทแฟงคุณภาพ, ประเภท
ประชานิยม และ ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม

โดย นางสาว รัศมี อธิธรรณพงศ์

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

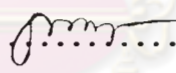
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวิทย์ บุญลือ

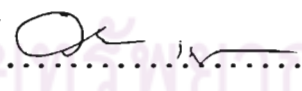
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรมหาบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร. ถาวร วัชรากัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ครุณี หิรัญรักษ์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวิทย์ บุญลือ)


..... กรรมการ
(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ชื่อ อธิววรรณพงศ์ : ปรัชญาที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ :
การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์รายวันประเภทเพ่งคุณภาพ, ประเภทประชาชนนิยม
และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยม (FACTORS IN THE SELECTION OF NEWS
RELEASES : A COMPARATIVE STUDY BETWEEN SELECTED QUALITY NEWSPAPERS,
POPULAR NEWSPAPERS AND NEWSPAPERS WHICH REPRESENT BOTH QUALITY AND
POPULARITY) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ธนวัติ บุญสื่อ, 251 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงปัจจัยการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ
หนังสือพิมพ์ เพื่อที่นักประชาสัมพันธ์จะได้ดำเนินการผลิตข่าวได้ตรงตามความต้องการของหนังสือพิมพ์โดยนำ
ไปประสานกับนโยบายของหน่วยงาน เพื่อให้ข่าวประชาสัมพันธ์ได้รับการตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์

ผลการวิจัยพบว่า ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าว
ประชาสัมพันธ์โดยรวม ๆ ดังนี้คือ 1.ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน 2.เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์
3.ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ 4.หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ 5.วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
6.เวลาปิดต้นฉบับ 7.หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ 8.ความสัมพันธ์ส่วนญาติมิตร โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง
3 ประเภทจัดลำดับได้ใกล้เคียงกันมาก

ปริมาณการรับข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทเหมือนกันเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม
ก็ตามปริมาณบทความล้าราธาลุ่ยแตกต่างกัน ปริมาณเอกสารประเภทวารสารภายในและแผ่นพับแตกต่างกัน
นอกจากนี้ปริมาณการใช้วิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ถึงตัวสื่อมวลชนโดยตรงก็แตกต่างกัน

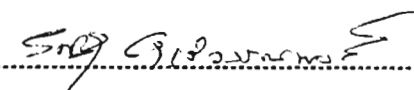
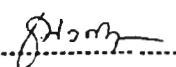
สำหรับความต้องการด้านข่าวล้าราธาลุ่ยของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท พบ
ว่ามีความต้องการไม่แตกต่างกัน

เนื้อที่ที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทยินดีให้ตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์มีเนื้อที่พอ ๆ กัน โดยให้ตีพิมพ์
มากที่สุดที่บ้านเชิง รองลงมาคือ หน้าการศึกษา ข่าวในประเทศ เศรษฐกิจ สังคม กีฬา สตรี ตามลำดับ
และมีน้อยมากที่สุดที่ตีพิมพ์หน้า 1 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข่าวของทางราชการ รองลงมาเป็นข่าวของหน่วยงาน
หนังสือพิมพ์ และ ข่าวแปลกประหลาด

สำหรับเนื้อที่ภาพข่าวที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทยินดีให้ตีพิมพ์เผยแพร่ พบว่ามี
ปริมาณพื้นที่ใกล้เคียงกันมาก คือ ให้พื้นที่เผยแพร่ภาพข่าวมากในหน้าสังคม รองลงมาคือ หน้าเศรษฐกิจ
การศึกษา สตรี บ้านเชิง ข่าวในประเทศ ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ขงเนวณรร
ปีการศึกษา 2530.....

ลายมือชื่อนิสิต 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

RASSAME ITTIVANNAPONG : FACTORS IN THE SELECTION OF NEWS RELEASES :
A COMPARATIVE STUDY BETWEEN SELECTED QUALITY NEWSPAPERS, POPULAR
NEWSPAPERS AND NEWSPAPERS WHICH REPRESENT BOTH QUALITY AND POPULARITY.
THESIS ADVISER : ASSO. PROF. THANAVADEE BOONLUE, Ph.D. 251 PP.

The purpose of this study is to determine factors in the selection of news releases by newspaper editors in order that the public relations personnel could arrange the news presentation in compliance with the need of newspapers editorial staff. When such identified factors were intergrated with the policy of agency, it would be easier for the news releases to be published in the newspapers.

The findings revealed that factors affecting the selection of news releases are: 1) readers' social benefit; 2) the content of news releases; 3) the benefit to the newspapers staff; 4) the agency which delivered the news releases; 5) the format applied in producing news releases; 6) the deadline; 7) the press relations; and 8) the intimate relationship.

The space allowed news releases allotted by the three types of newspapers was similar. However, there were differences in some aspects, namely, the quantity of the articles on public health, amount of documentary house journals in comparison with folders sent to the editors and the amount of news releases delivered directly to the press.

The findings of the need of news releases expressed by all editors revealed no difference.

The space equally allowed for press releases mostly fell on entertainment page. The lesser space allotted was on educational, local news, economic, social, sports, and woman pages consecutively. The least space was allotted to PR news on the front page which was kept for presenting official news, press agencies news, and strange events consecutively.

Regarding the space for photo releases, it was found that equal space were allotted by the editors of the three types of newspapers. The photo releases appeared mostly on social page. The rest appeared on the economic, educational, woman, entertainment, and local news pages consecutively.

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2530

ลายมือชื่อนิสิต *Rassame Ittivannapong*

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *Thanavadee Boonlue*

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ก็ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้มีพระคุณ
หลายท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษาที่
กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์ขึ้น รองศาสตราจารย์
ดร. ครุณี หิรัญรักษ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำในเรื่องแบบสอบถาม และดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ให้
คำแนะนำในเรื่องสถิติ และเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์นี้

ขอขอบคุณ คุณสุทัศน์ อธิวัตรรณพงศ์ นิสิตปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่ให้ความช่วยเหลือในการเขียนโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ คุณวรรณิภา นิยมไทย
และคุณอุลลิษา ชุคนุญธรรม นิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้กรุณา
ช่วยในการลงรหัสข้อมูลหาความเที่ยงตรงของการวิเคราะห์เนื้อหา

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือจากพี่ ๆ เพื่อน ๆ
นักหนังสือพิมพ์ในการตอบแบบสอบถามและให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์นี้ จึงใคร่ขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย และ
ทุกคนในครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ ทำให้งานวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จ
ลุล่วงด้วยดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รัศมี อธิวัตรรณพงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ด
บทที่	
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	5
ปัญหาในการวิจัย	5
สมมุติฐาน	6
ข้อตกลงเบื้องต้น	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
ข้อจำกัดของการวิจัย	8
นิยามศัพท์	8
ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย	9
2. ทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์	11
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการหนังสือพิมพ์	29
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่าง นักประชาสัมพันธ์กับนักหนังสือพิมพ์	43

3. ระเบียบวิธีวิจัย	55
1. การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม	55
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	55
การเก็บข้อมูล	56
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	57
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	57
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	58
2. การศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหา	60
ประชากร	60
กลุ่มตัวอย่าง	61
การเก็บรวบรวมข้อมูล	61
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	61
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	63
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	64
สรุป	65
4. ผลการวิจัย	67
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
ตอนที่ 2 ปัจจัยและเกณฑ์การพิจารณาเผยแพร่	
ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์	
3 ประเภท	77
การทดสอบสมมุติฐานที่ 1	86
ตอนที่ 3 การรับและการตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ...	94
ตอนที่ 4 สภาพปัจจุบันและความต้องการของ	
บรรณาธิการในด้านข่าวสารเพื่อการ	
ประชาสัมพันธ์	113

1. การวิเคราะห์สภาพการรับข้าว ประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ 3 ประเภท	113
การทดสอบสมมุติฐานที่ 2	120
2. การวิเคราะห์ความต้องการด้าน ข่าวสารของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	128
การทดสอบสมมุติฐานที่ 3	135
พื้นที่ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์แต่ละประเภท ยินดีให้ตีพิมพ์ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	140
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	144
สรุปผลการวิจัย	145
อภิปรายผล	155
สรุปลักษณะพิเศษของผลการวิจัย	162
ข้อเสนอแนะ	163
บรรณานุกรม	166
ภาคผนวก	175
ก. ประวัติหนังสือพิมพ์	176
ข. การดำเนินงานของหนังสือพิมพ์	191
ค. ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์และภาพข่าว	198
ง. ชีวิตหลังบ้านพิมพ์ของคนเขียนข่าวสังคม	214
จ. แบบสอบถาม	223
ฉ. ตารางพื้นที่	234
ช. อัตรานิเทศน์	239
ซ. ตาราง F	246
ฅ. ตารางการทดสอบ Scheffé	247
ประวัติผู้เขียน	251

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	67
2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	68
3	แสดงระดับการศึกษาของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	68
4	แสดงประสบการณ์การทำงานของบรรณาธิการจำแนกตามประเภท ของหนังสือพิมพ์	69
5	แสดงรายได้ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	70
6	แสดงประสบการณ์การทำงานด้านสื่อมวลชนของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	71
7	แสดงประสบการณ์การทำงานด้านสื่อมวลชนของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	72
8	แสดงประสบการณ์ในสายงานที่กำลังทำอยู่ของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	73
9	แสดงประสบการณ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ก่อนจะทำงานที่สังกัดในปัจจุบัน	74
10	แสดงเวลาปิดต้นฉบับของหน้าที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทรับผิดชอบ	75
11	แสดงเวลาปิดต้นฉบับของหนังสือพิมพ์ที่บรรณาธิการทั้ง 3 ประเภท สังกัด	76
12	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อบัจจัย การพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในด้านการให้ความสำคัญ ต่อหน่วยงาน จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	77

ตารางที่

13	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อการให้ความสำคัญ ประชาชนผู้อ่าน จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	78
14	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท ในด้านประโยชน์ของหนังสือพิมพ์	79
15	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อลักษณะประเภท เนื้อหาข่าว จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	80
16	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ต่อวิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	81
17	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อความสำคัญ ของการหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ ในการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	82
18	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อความสัมพันธ์ ส่วนตัวฉันท์ญาติ มิตร	82
19	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อการพิจารณา คุณภาพของภาพข่าว	82
20	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ต่อวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์	84
21	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทต่อปัจจัยการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์	85
22	ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อหน่วยงาน ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท โดยวิธีวิเคราะห์ ความแปรปรวน	86
23	ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อประชาชน ผู้อ่าน ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท โดยวิธี วิเคราะห์ความแปรปรวน	87

ตารางที่ ๔

24	ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ ของหนังสือพิมพ์ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน	88
25	ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อลักษณะ เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ต่างประเภทกัน โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน	89
26	ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อวิธีการ เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ทั้ง 3 ประเภท โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน	90
27	ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อกิจกรรม หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน	90
28	การเปรียบเทียบความแปรปรวนการให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ ส่วนตัวฉันท์ญาติ มิตร ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภท ของหนังสือพิมพ์	91
29	การเปรียบเทียบความแปรปรวนการให้ความสำคัญต่อคุณภาพของ ภาพข่าวของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	91
30	ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อวิธีการ รับข่าว ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน	92
31	ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย การพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์ โดยวิธีการวิเคราะห์ความ แปรปรวน	93

ตารางที่	หน้า
32	แสดงปริมาณข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ทั้ง 3 ประเภทได้รับในแต่ละวัน 94
33	แสดงปริมาณข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการตีพิมพ์เผยแพร่ใน แต่ละวัน 95
34	แสดงปริมาณข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทต้องเขียนแก้ไข 96
35	แสดงการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ 98
36	แสดงการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม 98
37	แสดงการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม 99
38	แสดงการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ของ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท เพื่อหาลำดับสาเหตุ โดยรวม 99
39	แสดงการเปรียบเทียบการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าว ประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ประเภท 100
40	แสดงปริมาณวันที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าว ประชาสัมพันธ์มากที่สุด 101
41	แสดงพฤติกรรมกรรมการอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท 102
42	แสดงพฤติกรรมกรรมการเก็บข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท 103
43	แสดงการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ ในปัจจุบันของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ 104

ตารางที่ ๕

44	แสดงการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ เผยแพร่ ในปัจจุบันของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทพระชาานิยม	104
45	แสดงการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ เผยแพร่ ในปัจจุบันของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพ กิ่งพระชาานิยม	105
46	แสดงการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ เผยแพร่ ในปัจจุบันของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	105
47	แสดงการเปรียบเทียบการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับการ ตีพิมพ์ เผยแพร่ในปัจจุบัน ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	106
48	ลำดับปัจจัยการ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพ	108
49	แสดงการจัดลำดับปัจจัยการ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทพระชาานิยม	109
50	แสดงการจัดลำดับปัจจัยการ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งพระชาานิยม	110
51	แสดงการจัดลำดับปัจจัยการ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	111
52	แสดงการเปรียบเทียบการจัดลำดับปัจจัยการ เผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท	112
53	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อการรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน	113
54	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อเนื้อหา ข่าวประชาสัมพันธ์	114
55	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อการได้รับ บทความและสารคดี	115

ตารางที่ ๑

56	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อประเภทของเอกสารที่ได้รับ	116
57	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทต่อวิธีการได้รับเอกสาร	117
58	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	118
59	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อหน่วยงานที่มักจะส่งข่าวข่าวให้กับคอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์	119
60	เปรียบเทียบความแปรปรวนปริมาณรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการได้รับ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	121
61	เปรียบเทียบความแปรปรวนปริมาณเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการได้รับ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	122
62	เปรียบเทียบความแปรปรวนของปริมาณบทความและสารคดีประเภทต่าง ๆ ที่บรรณาธิการได้รับ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	123
63	การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปริมาณเอกสารประเภทต่าง ๆ ที่บรรณาธิการได้รับ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	124
64	เปรียบเทียบความแปรปรวนของปริมาณเอกสารที่บรรณาธิการได้รับ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	125
65	เปรียบเทียบความแปรปรวนของปริมาณการรับข่าวประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการต่าง ๆ ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	126
66	เปรียบเทียบความแปรปรวนสภาพปัจจุบันของบรรณาธิการแต่ละหน้าที่ ได้รับข่าวเดียวกันจากหน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์และ	

ตารางที่

	ลงให้ซ้ำกัน จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	127
67	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อการรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน จำแนกตามประเภทของ หนังสือพิมพ์	128
68	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อเนื้อหา ข่าวประชาสัมพันธ์	129
69	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อประเภทของ บทความและสารคดี จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	130
70	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อประเภท ของเอกสารที่ได้รับ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	131
71	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อวิธีการได้รับ เอกสาร	132
72	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อวิธีการรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	133
73	ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อหน่วยงานที่ มักส่งข่าวเดียวกันให้กับคอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์	134
74	เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการรูปแบบข่าว ประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของ หนังสือพิมพ์	136
75	เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการเนื้อหาข่าว ประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของ หนังสือพิมพ์	136
76	เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการประเภทของบทความ และสารคดีของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของ หนังสือพิมพ์	137

ตารางที่

77	เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการเอกสาร ประเภทต่าง ๆ ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของ หนังสือพิมพ์	137
78	เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการวิธีการรับเอกสาร ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์	138
79	เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการวิธีการรับข่าว ประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของ หนังสือพิมพ์	138
80	เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการต่อหน่วยงานที่มักจะ ส่งข่าวเดียวกันให้กับคอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ จำแนกตาม ประเภทของหนังสือพิมพ์	139
81	แสดงพื้นที่ที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ยินดีให้ตีพิมพ์เผยแพร่ ข่าวประชาสัมพันธ์	142
82	แสดงพื้นที่และร้อยละของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ที่ยินดีให้ตีพิมพ์ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	143
83	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบ ความแปรปรวน จากตารางที่ 23	247
84	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบ ความแปรปรวน จากตารางที่ 24	248
85	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบ ความแปรปรวน จากตารางที่ 30	248
86	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบ ความแปรปรวน จากตารางที่ 60	248
87	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบ ความแปรปรวน จากตารางที่ 62	249

ตารางที่		หน้า
88	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบ ความแปรปรวน จากตารางที่ 63	249
89	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบ ความแปรปรวน จากตารางที่ 63	249
90	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบ ความแปรปรวน จากตารางที่ 65	250



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

รูปที่		หน้า
1	แบบจำลองการสื่อสารระหว่างบุคคล	17
2	แบบจำลองการสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคล	17
3	แผนภูมิแนวความคิดในด้านการค้าแบบเดิม	20
4	แผนภูมิแนวความคิดในการณรงค์ประชาสัมพันธ์ทางการค้าแบบใหม่...	20
5	แบบจำลองเปรียบเทียบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขาย	21
6	แผนภูมิโครงสร้างทั่วไปของหนังสือพิมพ์	38
7	แบบจำลองผู้เฝ้าประตูของ ดี เอ็ม ไวท์ (1950)	43
8	แบบจำลองกระบวนการส่งข่าวประชาสัมพันธ์	44
9	แบบจำลองการรวบรวมข่าวและกระบวนการจัดทำข่าว เป็นส่วนที่แยกจากกันของการผลิตข่าว	44
10	แบบจำลองบทบาทที่แยกจากกันระหว่างแหล่งข่าว กับผู้รายงานข่าว	45
11	แบบจำลองบทบาทที่กลมกลืนกันบางส่วนระหว่าง แหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว	46
12	แบบจำลองบทบาทที่กลมกลืนกันสนิทระหว่างแหล่งข่าว กับผู้รายงานข่าว	46
13	แบบจำลองการสื่อสารเชิงลู่เข้า	49
14	แบบจำลองการเฝ้าประตูโดยเลือกสรรของกาลตุงและรูจ	50
15	แผนภูมิกระบวนการส่งผ่านข่าวประชาสัมพันธ์และการตัดสินใจ เลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	52
16	ขนาดย่อคัมมีหนังสือพิมพ์ 1 หน้า	66



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์นั้นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะกิจกรรมและความสลับซับซ้อนต่าง ๆ ในสังคมเริ่มมีมากขึ้น รวมถึงจำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกันและกัน โดยปกติทั่วไปที่เห็นได้ชัดได้มี การใช้การประชาสัมพันธ์ในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ 4 ลักษณะใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ ด้านภาคอุตสาหกรรมและการเงิน ด้านการค้า สถาบันองค์การสาธารณสุขหรือองค์การที่ไม่แสวงหากำไร ด้านทางภาครัฐบาลและโครงการพัฒนาประเทศ (วิรัช ลภีรัตนกุล 2526 : 9)

โดยการประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องมีทัศนคติต่อหน่วยงาน องค์การ บริษัท ในทางที่ดีมีศรัทธา และให้การสนับสนุนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นนโยบายโครงการของหน่วยงาน องค์การ หรือบริษัท ทำให้การดำเนินงานของหน่วยงาน องค์การ บริษัท เจริญก้าวหน้าไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของสังคม และเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของระบบสังคมที่การกระทำทุกอย่างของหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่ออันสังคมและขณะเดียวกันทัศนคติ และพฤติกรรมของสังคมก็จะมีผลต่อการทำงานของหน่วยงาน องค์การ บริษัท ฯลฯ จึงมีผลต่อความเจริญของระบบสังคมโดยรวม อันเป็นการซัดขั้บเป้าความขัดแย้ง ความรู้สึกไม่เป็นที่พอใจที่เป็นอุปสรรคขัดขวางการทำงานของแต่ละหน่วยงาน องค์การ บริษัทอันเป็นองค์ประกอบของระบบสังคม ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงแต่เป็นการสร้างความก้าวหน้าให้กับหน่วยงาน องค์การ บริษัทใด บริษัทหนึ่ง โดยเฉพาะเท่านั้น แต่ยังเป็นการช่วยเสริมสร้างความเจริญของสังคมโดยทางอ้อมอีกส่วนหนึ่งด้วย

นอกจากนั้น การประชาสัมพันธ์ยังมีส่วนในการพัฒนาประเทศโดยตรง คือเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่งในการทำให้บรรลุเป้าหมายในการรณรงค์โครงการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้เพราะการพัฒนาประเทศหมายถึงกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นทั้งทาง เศรษฐกิจ และสังคม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนในสังคมนั้น ๆ ให้มีระดับ

คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การประชาสัมพันธ์ช่วยให้ประชาชนเข้าใจถึงการพัฒนา ผลประโยชน์ที่จะได้รับ และให้ความร่วมมือในอันที่จะทำให้โครงการพัฒนาต่าง ๆ บรรลุเป้าหมายด้วยดี ซึ่งการประชาสัมพันธ์ ยังใช้เกี่ยวข้องกับผู้บริหาร ผู้วางแผน ผู้ปฏิบัติ ให้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์

การประชาสัมพันธ์ยังช่วยให้ประหยัดเงิน ทรัพยากรธรรมชาติ และส่งเสริมให้เกิด ประโยชน์สูงสุด แต่การประชาสัมพันธ์จะบรรลุวัตถุประสงค์และเผยแพร่ถึงประชาชนได้อย่าง รวดเร็ว จำเป็นต้องใช้สื่อมวลชนเข้ามาช่วย

เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถส่งข่าวสารไปสู่ประชาชนจำนวนมากที่อยู่กันคนละทิศทาง อยู่กันคนละสถานที่ ในเวลาพร้อม ๆ กัน เราอาจแบ่งสื่อมวลชนได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ (Publications) เช่น หนังสือพิมพ์ (Newspaper) วิทยุ (Radio) โทรทัศน์ (Television) ภาพยนตร์ (Film)

แต่สื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์และประชาชนทั่วไปนิยมใช้คือ หนังสือพิมพ์ เพราะ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อประชาชนทุกชนชั้น และยังมีคุณสมบัติของข่าวสารเป็นหลักฐาน อ้างอิง แก้ไขได้ อ่านเมื่อไรก็ได้ และข่าวสารในหนังสือพิมพ์ยังให้รายละเอียดมากกว่าสื่อมวลชน ประเภทอื่น ๆ และติดตามข่าวได้เสมอ ราคาถูกซื้อหาง่าย

จากการวิจัยของ อนงศ์วรรณ ยั่งยืน (2527 : 16) ได้ศึกษาถึงสถานภาพ ความ ต้องการและการใช้โสตทัศนูปกรณ์ในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าใช้ โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุดคือ ข่าว ภาพถ่าย และมีการเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์ และงานวิจัยของสุดคนึง เรือนใจมัน (2517 : 27-31) ได้ทำการวิจัยเรื่องการใช้โสตทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพฯ พบว่าใช้สื่อหนังสือพิมพ์ในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์มากที่สุด

นอกจากนี้ยังมีการวิจัยพบว่าประชาชนนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ เช่นการวิจัยของ ผศ. มนต์ชัย นินนาทนนท์ (2527 : ช-ช) "บทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่" พบว่านักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน ๆ ละประมาณ 2 ฉบับ

นพพร ปรีปถณะ (2509 : 99) ได้ศึกษาความสนใจของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยใน พระนครต่อเรื่องต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์รายวัน พบว่า นิสิต นักศึกษาส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน

เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น โดยอ่านวันละประมาณ 15 นาที

สำหรับนักเรียนอาชีวศึกษาพบว่านักเรียนอาชีวศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ไม่ต่างกัน อ่านทุกวันวันละประมาณ 10-20 นาที (วิทยานิพนธ์ของประคอง นาควานิช "การอ่านหนังสือพิมพ์รายวันของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดพระนครและธนบุรี" 2513 : ง)

แม้แต่ในต่างประเทศเองก็ยอมรับว่าหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งจำเป็น ประชาชนส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ จากวิทยานิพนธ์ของจาร์เนใน แกลโกศล (2512 : 16) "การวิเคราะห์เนื้อหาด้้นการศึกษาของหนังสือพิมพ์รายวันของไทย" ใ้คอ้างถึงงานวิจัยในอเมริกาพบว่ามีคนอเมริกันประมาณ 95% อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำทุกวัน สวีเดนมีจำนวนหนังสือพิมพ์จำหน่ายถึง 3.2 ล้านฉบับต่อประชากร 6.9 ล้านคน และคนสวีเดนส่วนมากอ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ และอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า 1 ฉบับต่อวัน

เหตุผลอีกประการหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์มักจะใช้หนังสือพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์ คือ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่เปิดโอกาสให้ประชาชน บริษัท ห้างร้าน และหน่วยราชการ ฯลฯ แสดงความคิดเห็นและส่งข่าวสารมาลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการตีพิมพ์ ในขณะที่สื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แม้ว่าโดยตัวมันเองจะมีคุณสมบัติในการสื่อสารที่ดีกว่า แต่ก็มีข้อจำกัดในด้านการให้บริการเสนอข่าวสารของประชาชนที่ส่งเข้ามา นอกจากนั้นการขอซื้อเวลาเพื่อใช้ในการเผยแพร่ก็เป็นไปไ้ยากและราคาค่อนข้างสูงมาก

เมื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่เอื้ออำนวยแก่การบริการการกระจายข่าวสารแก่ประชาชน จึงสมควรทราบถึงปัจจัยการพิจารณาเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ เพราะบุคคลที่มีอำนาจและมีส่วนรับผิดชอบในการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์เป็นผู้พิจารณาข่าวว่าควรที่จะเผยแพร่หรือไม่ และเผยแพร่อย่างน้อยเพียงไร

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้วิจัยมีความสนใจใคร่จะสำรวจวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์ในเขตกรุงเทพฯ เนื่องจากประเทศไทยมีลักษณะการปกครอง และการเผยแพร่ทางวัฒนธรรม สังคม การศึกษา จากส่วนกลางสู่ส่วนท้องถิ่น และยังพบว่านักศึกษา และประชาชนส่วนใหญ่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดอ่านหนังสือพิมพ์ที่ผลิตจากส่วนกลางมากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นดังงานวิจัยของ ผศ. มนต์ชัย นินนาทนนท์

(2527 : ช-ช) "บทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่" พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด หนังสือพิมพ์เคลนิวิส หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน ตามลำดับ สำหรับหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ อ่านบางกอกโพสต์ และยังพบว่า นักศึกษาชอบอ่านหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางมากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพราะหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางมีแหล่งข่าวมากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและเชื่อถือได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์จากส่วนกลางเสนอข่าวได้รวดเร็วกว่า น่าสนใจกว่า มีคอลัมน์มากกว่าและมีเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์มากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน ๆ ละประมาณ 2 ฉบับ

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ได้ผลการวิจัยออกมาใกล้เคียงกัน คือ รมัย อุประมัย (2511 : 75-78) "การศึกษาความสนใจของอาจารย์มหาวิทยาลัยที่มีต่อหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษและภาษาไทยในกรุงเทพฯ" และงานวิจัยของ โสภภาพรรณ นามวงศ์ (2513 : 46-55, 97) "การให้หนังสือพิมพ์รายวันเป็นอุปกรณ์การสอนของครูสังคม ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดพระนคร และธนบุรี"

และจากการสำรวจของนิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ (2529 : 63-65) ในรายงานการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ พบว่าประชาชนจังหวัดชัยภูมิรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์รายวันจากส่วนกลางมากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คือ รับหนังสือพิมพ์รายวันจากส่วนกลางทั้งหมดวันละ 3,688 ฉบับ ได้แก่ไทยรัฐ 1,500 ฉบับ เคลนิวิส 1,500 ฉบับ แนวหน้า 300 ฉบับ มติชน 80 ฉบับ สยามรัฐ 50 ฉบับ คาวสยาม 40 ฉบับ เคลมิเรอร์ 10 ฉบับ บางกอกโพสต์ 5 ฉบับ เดอะเนชั่น 3 ฉบับ ส่วนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมี 3 ฉบับ มีข่าวชัยภูมิ 1,800 ฉบับ พญาแล 700 ฉบับ เสียงชัยภูมิ 1,000 ฉบับ รวม 3,500 ฉบับ

จากรายงานการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร ของนิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ (2528 : 146) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าประชาชนในจังหวัดกำแพงเพชรส่วนใหญ่จะรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง สื่อมวลชนส่วนกลาง และสื่อในจังหวัดใกล้เคียง และมีหนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่นเพียง 2 ฉบับ คือ แผ่นดินสยาม และเพชรสยาม

สรุป จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญกับ บริษัท ห้างร้าน องค์การ สถาบันการศึกษา และหน่วยราชการ ตลอดจนโครงการพัฒนาประเทศ และการประชาสัมพันธ์จะดำเนินการเผยแพร่ความรู้ ข่าวสาร และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนในระยะยาว โดยการใช้สื่อเข้ามาช่วยในการเผยแพร่ ซึ่งสื่อที่ช่วยใน

การเผยแพร่ นั้น สื่อมวลชนเป็นสื่อที่นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถจะควบคุมได้ ขึ้นอยู่กับสื่อมวลชนนั้น ๆ พิจารณาและหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่แพร่หลาย ราคาถูก เปิดโอกาสและเอื้ออำนวยในการประชาสัมพันธ์มากที่สุด

จึงมีความสำคัญที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องทราบถึงเกณฑ์การพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ เพื่อจะได้ดำเนินการผลิตข่าวได้ตรงกับความต้องการของหนังสือพิมพ์ โดยประสานกับนโยบายของหน่วยงาน เพื่อประโยชน์ในการบรรลุวัตถุประสงค์ อันจะเป็นทางนำไปสู่การพัฒนาหน่วยงานและประเทศชาติในที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบถึงปัจจัย และ เกณฑ์การพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละประเภท
2. เพื่อทราบสภาพการรับข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละประเภท
3. เพื่อทราบถึงรูปแบบต่าง ๆ ของข่าวประชาสัมพันธ์ที่หนังสือพิมพ์รายวันแต่ละประเภทต้องการ
4. เพื่อทราบจำนวนเนื้อที่ที่หนังสือพิมพ์รายวันยอมให้สำหรับการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภท

ปัญหาการวิจัย

1. หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม มีปัจจัยการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์แตกต่างกันหรือไม่
2. ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวประชาสัมพันธ์มากน้อยแตกต่างกันหรือไม่
3. หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการข่าวประชาสัมพันธ์มากน้อยแตกต่างกันหรือไม่
4. หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท มีการแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงไร
5. หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ มากน้อยเพียงไร
6. หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงไร
7. หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท มีเนื้อที่ในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงไร

สมมติฐานการวิจัย

1. หนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม มีองค์ประกอบในการพิจารณาสิ่งพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการรับข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทแตกต่างกัน
3. ความต้องการด้านข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทแตกต่างกัน

ข้อตกลงเบื้องต้น

คำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม ถือว่าเป็นคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงและความนึกคิดของผู้ตอบแบบสอบถามโดยไม่มีอคติ

การวิเคราะห์ข่าวประชาสัมพันธ์จะไม่คำนึงถึงวิธีการได้มาของหนังสือพิมพ์

เนื้อหาที่วัดหมายถึง เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับ รวมทั้งตัวหนังสือ ภาพและช่องว่าง

ขอบเขตการวิจัย

1. วิจัยเปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม
2. กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ทำการศึกษา เป็นบรรณาธิการฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งรับผิดชอบและเป็นผู้พิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ โดยการแบ่งหนังสือพิมพ์รายวันออกเป็น 3 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ หนังสือพิมพ์ประชานิยม และหนังสือพิมพ์กึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม โดยเลือกศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์ภาษาไทย ที่ผลิตในกรุงเทพฯ เท่านั้น

เหตุที่เลือกศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาไทย เพราะไม่ต้องการให้ตัวแปรด้านภาษาเข้ามาเกี่ยวข้อง และแนวโน้มหนังสือพิมพ์ภาษาจีนจะมียอดการผลิตน้อยและเลิกกิจการไปในที่สุด อันมีผลมาจากนโยบายการผลิตหนังสือพิมพ์จีนเป็นหนังสือพิมพ์ระคับชุมชน ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นคนจีนที่อพยพมาจากประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ซึ่งนับวันจะมีอายุมากขึ้นและล้มหายตายจาก ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลมีผลทำให้เกิดความกลมกลืนคนจีนในประเทศไทย (วิภา อุตมจันทร์, นฤมิตร สอดสุข, ปนัศดา เลิศล้ำอำไพ 2528 : 108)

สำหรับการเลือกหนังสือพิมพ์รายวันที่ผลิตในกรุงเทพฯ เนื่องจากหนังสือพิมพ์รายวันที่ผลิตในกรุงเทพฯ มียอดจำหน่ายสูง และมีจำหน่ายทั่วประเทศ นอกจากนั้นประชาชนยังนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ที่ผลิตที่กรุงเทพฯ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ มนต์ชัย นินนาทนนท์ (2527 : ช-ช) เรื่องบทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยส่งแบบสอบถามให้นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 12 คณะ จำนวน 1,349 คน พบว่านักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน ตามลำดับ และนักศึกษาชอบอ่านหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางมากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพราะหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางมีแหล่งข่าวมากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและเชื่อถือได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ส่วนกลางเสนอข่าวได้รวดเร็วกว่าน่าสนใจกว่า มีคอลัมน์มากกว่าและมีเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์มากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน ๆ ละประมาณ 2 ฉบับ

จากรายงานการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรของนิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (พ.ศ.2528 : 146) พบว่าประชาชนในจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนใหญ่จะรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง และมีหนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่น 2 ฉบับ คือ แผ่นดินสยาม และ เพชรสยาม

และจากการสำรวจของนิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2529 : 63-65) ในรายงานการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ พบว่าประชาชนจังหวัดชัยภูมิรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์รายวันจากส่วนกลางมากกว่าหนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่น คือ รับหนังสือพิมพ์รายวันจากส่วนกลางทั้งหมดวันละ 3,688 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ 1,500 ฉบับ เดลินิวส์ 1,500 ฉบับ แนวหน้า 300 ฉบับ บ้านเมือง 200 ฉบับ มติชน 80 ฉบับ สยามรัฐ 50 ฉบับ คาวสยาม 40 ฉบับ เครี่มิเรอร์ 10 ฉบับ บางกอกโพสต์ 5 ฉบับ เดอะเนชั่น 3 ฉบับ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมี 3 ฉบับ มีข่าวชัยภูมิ 1,800 ฉบับ พญาแล 700 ฉบับ เสียงชัยภูมิ 1,000 ฉบับ รวม 3,500 ฉบับ

3. หนังสือพิมพ์ที่ใช้วิเคราะห์ 6 ชื่อฉบับ ได้แก่ มติชน สยามรัฐ ไทยรัฐ เดลินิวส์ บ้านเมือง แนวหน้า

4. วิเคราะห์ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์รายวัน โดยไม่คำนึงถึงวิธีการได้มาซึ่งข่าวประชาสัมพันธ์และเนื้อหาว่าตรงตามความจริงหรือไม่

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้กระทำเฉพาะการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์รายวันในกรุงเทพฯ ซึ่งยังมีหนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่น และสื่อมวลชนอื่น ๆ อีกที่ยังไม่ได้ศึกษา ดังนั้นการวิจัยนี้จึงไม่สามารถเป็นคำตอบทั้งหมดของการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ
2. การวิจัยครั้งนี้จะกระทำเฉพาะบรรณาธิการฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งเป็นผู้พิจารณาขั้นสุดท้ายในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งในความเป็นจริงอาจจะต้องผ่านการพิจารณาของนักข่าวก่อนจะผ่านมาถึงบรรณาธิการฝ่ายต่าง ๆ
3. เนื่องจากปัญหาด้านทุนทรัพย์ เวลา กำลังคน และระยะทาง การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง คือหนังสือพิมพ์ที่ผลิตในกรุงเทพฯ ไม่ได้ศึกษาหนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่น

นิยามศัพท์

ข่าวประชาสัมพันธ์	หมายถึง	ข่าวสาร ภาพ ข้อมูลทุกชนิด ที่หน่วยงาน องค์กร สถาบันจัดทำหรือตระเตรียมจัดส่งแจกจ่ายแก่หนังสือพิมพ์ เพื่อทำการเผยแพร่ข้อมูล
หนังสือพิมพ์รายวัน	หมายถึง	สิ่งพิมพ์ที่ไม่เย็บปก มีชื่อจำหน่ายที่มีลักษณะเป็นกระดาษใหญ่ มีจำนวนหลายแผ่นพับได้ ออกจำหน่ายเป็นรายวันติดต่อกันไปและลงพิมพ์ข่าวเป็นสำคัญ
หนังสือพิมพ์รายวัน-ประเภทแห่งคุณภาพ	หมายถึง	หนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่สนองตอบความพอใจด้านความรู้ความคิดของผู้อ่านในระยะยาว (delayed rewards) หรือที่เรียกว่าข่าวหนัก (hard news) เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม การจัดหน้าเรียบ ๆ มีภาพประกอบไม่มาก ไม่ใส่สีสรร ได้แก่ มติชน สยามรัฐ ฯลฯ
หนังสือพิมพ์รายวัน-ประเภทประชานิยม	หมายถึง	หนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่สนองตอบความพอใจด้านอารมณ์ของผู้อ่านได้ทันที (immediated rewards) หรือที่เรียกว่าข่าวเบาสมอง (soft news) เช่น

		<p>ข่าวคืนคืนเร้าอารมณ์ ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิง ข่าวการเมืองที่ไม่หนักเกินไป ข่าวเกี่ยวกับความสนใจ ของมนุษย์ (human interest) ได้แก่ ไทยรัฐ เคลลิวส์ คาวสยาม ฯลฯ</p>
หนังสือพิมพ์รายวัน- ประเภทที่มุ่งคุณภาพ- ที่ประชาชนนิยม	หมายถึง	<p>หนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาผสมผสานกันระหว่างหนังสือพิมพ์ ประเภทที่มุ่งคุณภาพและประชาชนนิยม (สนองตอบความ พอใจด้านความรู้ ความคิด และสนองตอบความพอใจ ด้านอารมณ์ของผู้อ่านในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน) ได้แก่ บ้านเมือง แนวหน้า (บุญเลิศ ศุภคติก 2527 : 83)</p>
เนื้อที่	หมายถึง	<p>ขนาดเนื้อที่ในหนังสือพิมพ์รายวันที่มีการตีพิมพ์เนื้อหาต่าง ๆ วัตถุประสงค์ฉบับนี้</p>
คอลัมน์/นิ้ว	หมายถึง	<p>หน่วยมาตรฐานที่ใช้วัดเนื้อที่ในหน้าหนังสือพิมพ์รายวัน มีค่าเท่ากับความยาวเป็นนิ้วคูณด้วยขนาดคอลัมน์ตาม มาตรฐาน (ประมาณ 1 นิ้ว 2 กระเบียด)</p>
การวิเคราะห์เนื้อหา	หมายถึง	<p>การจำแนกและจัดระเบียบเนื้อหาให้เห็นเป็นประจักษ์ และการสำรวจเนื้อหาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (วรรณช เลิศจรรรยารักษ์ 2524 : 16)</p>

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงปริมาณเนื้อที่ในการยืมคลังข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท
 ซึ่งจะเป็ประโยชน์แก่นักประชาสัมพันธ์ในการพิจารณาเลือกส่งข่าวประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับ
 เนื้อที่อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทราบถึงความต้องการของบรรณาธิการในด้านเนื้อหาของข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่ง
 จะเป็ประโยชน์แก่นักประชาสัมพันธ์ในการวางแผน และจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์สนองความต้องการ
 ของหนังสือพิมพ์เพื่อให้มีโอกาสตีพิมพ์เผยแพร่ในหน้าหนังสือพิมพ์มากขึ้น
3. ทราบถึงพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของบรรณาธิการฝ่ายต่าง ๆ กับนักประชาสัมพันธ์
4. ทราบถึงปัจจัยในการเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ อันเป็นแนวทาง
 ในการปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์

ทราบถึงสภาพปัจจุบันว่ามีปริมาณข้าวประชาสัมพันธ์ประเภทใดมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่นักประชาสัมพันธ์ในการประเมินผลการนำข้าวประชาสัมพันธ์ และทราบถึงความก้าวหน้าหรือจังหวะก้าวของหน่วยงานต่าง ๆ

6. เป็นการเพิ่มพูนงานวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการ



ศูนย์วิทยพัธพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้ศึกษาการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ในบทนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงการประชาสัมพันธ์ การหนังสือพิมพ์และความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน จึงเสนอทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการหนังสือพิมพ์
3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างนักประชาสัมพันธ์กับนัก

หนังสือพิมพ์

1. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

มนุษย์รู้จักวิธีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบง่าย ๆ มานานแล้ว เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม มีความสัมพันธ์อยู่ร่วมกันในสังคม มีการติดต่อสื่อสารเพื่อความเข้าใจและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ในสังคม และจำเป็นต้องมีกฎระเบียบเพื่อความ เป็นระเบียบเรียบร้อยในสังคมและเป็นบรรทัดฐาน ในการตัดสินใจขัดแย้งต่าง ๆ ดังนั้นผู้นำในกลุ่มมีความจำเป็นต้องให้สมาชิกเชื่อฟังและปฏิบัติตาม เพื่อความเป็นสุขของสังคมนั้น ๆ และเพื่อธำรงรักษาสถาบันความเป็นหัวหน้าหรือผู้นำของตนไว้ จึงได้มีการใช้วิธีการต่าง ๆ ที่จะสร้างให้เกิดความเชื่อถือ ความเลื่อมใส ความเข้าใจอันดีและ ปฏิบัติร่วมกัน ด้วยการแสดงความเก่งกาจกล้าหาญ ความสามารถในการปกป้องสมาชิกในสังคม

ในอดีตประเทศไทยสมัยที่เริ่มก่อตั้งเพื่อรวมความเป็นปึกแผ่นของคนไทย นับแต่อพยพ จากอาณาจักรเมืองมาตั้งกรุงสุโขทัย และในสมัยต่อ ๆ มา ก็มีการใช้คำพูดปลุกใจ การประชุม ป่าวร้อง การใช้เพลงปลุกใจและสรรเสริญวีรกรรมของบรรพบุรุษ เปิดโอกาสให้ประชาชนร้องทุกข์ ร้องเรียนได้ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชนและโน้มน้าวประชาชนให้เห็นด้วยกับการ ดำเนินงานของผู้ปกครอง (รัฐบาล)

พ.ศ. 2410 สมัยรัชกาลที่ 4 ของกรุงรัตนโกสินทร์ ได้มีหนังสือพิมพ์หรือวารสารประชาสัมพันธ์ของทางราชการฉบับแรก คือ หนังสือราชกิจจานุเบกษา ซึ่งไม่มีกำหนดระยะเวลาออกและออกอยู่ได้หนึ่งปี ต่อมาในรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงปรับปรุงออกเป็นรายสัปดาห์ เริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2419 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันเป็นวารสารประชาสัมพันธ์ของทางราชการเริ่มแรกและยั่งยืนที่สุด ลงข่าวเกี่ยวกับราชสำนักประกาศกฎหมายและเรื่องสำคัญอื่น ๆ ของทางราชการ

การประชาสัมพันธ์เริ่มพัฒนาใช้สื่ออื่นเช่น วิทยุ ในปี พ.ศ. 2473 และ พ.ศ. 2474 ประเทศไทยก็มีการตั้งบริษัทหนังโดยฝีมือของคนไทยผลิตภาพยนตร์เสียงในฟิล์มเรื่องแรกชื่อ "หลงทาง" มีวารสารรายเดือน "ยุทธโกษา" "แถลงการณ์คณะสงฆ์" "สมุทรสาร" "เสนาศึกษาและวิทยาศาสตร์" "ข่าวอำเภอ" "ทหารปืนใหญ่และทหารราบ" ฯลฯ

ใน พ.ศ. 2476 ถือได้ว่าการประชาสัมพันธ์ของไทยมีวิวัฒนาการอย่างค่อนข้างเป็นทางการ เมื่อรัฐบาลได้ก่อตั้ง "กองโฆษณาการ" (ปัจจุบันคือกรมประชาสัมพันธ์) เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย และเพื่อเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของทางราชการให้ประชาชนได้ทราบบทบาทของการประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันนี้กรมประชาสัมพันธ์เป็นเสมือนหน่วยงานกลางดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้รัฐบาล เผยแพร่ข่าวสารความรู้ของทางราชการสู่ประชาชนโดยผ่านหนังสือพิมพ์และวิทยุกระจายเสียง และสื่อประเภทอื่น ๆ (สะอาด ตันสุภผล 2527 : 45-47)

มีการตั้งโรงเรียนการประชาสัมพันธ์เพื่อสอนและอบรมให้มีบุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถในงานด้านนี้ไปรับใช้สังคมมากขึ้น มีการเปิดสอนระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาประชาสัมพันธ์ เช่น คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะวารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

การสอนการประชาสัมพันธ์ได้แพร่ขยายไปถึงระดับอาชีวศึกษาชั้นสูง (ปวช.) ได้มีการเปิดสอนวิชาหลักการประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2526 (ระเด่น ทักษิณา 2526 : 35)

จะเห็นได้ว่าวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์วิวัฒนาการไปตามการวิวัฒนาการของสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ภาวะทางการเมือง ทางด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมชนบทนิยมและความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาการสมัยใหม่ โดยการใช้สื่อที่พัฒนามาช่วยในการสร้าง

ภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน ดังเช่นในสมัยการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย เมื่อ 24 มิถุนายน 2475 ที่จัดตั้งกองการโฆษณา เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของทางราชการ และ ความรู้ความเข้าใจในระบอบการปกครองใหม่เพื่อความสงบเรียบร้อยในประเทศและความเข้าใจ อันดีในระบอบการปกครองใหม่ที่คาดว่าจะดีกว่าในอดีตและจะนำประเทศให้ก้าวหน้าต่อไป ตลอดจน รายงานกิจกรรมและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของหน่วยงานให้แก่ประชาชนทราบ ในขณะเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ก็เปรียบเสมือนประตูที่เปิดรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานนั้น ๆ

งานทางด้านการประชาสัมพันธ์ได้รับความยอมรับให้มีการจัดตั้งในหลาย ๆ หน่วยงาน ทั้งในภาครัฐบาล ธุรกิจเอกชน และเริ่มมีในสถาบันการศึกษาของเอกชนเมื่อไม่นานมานี้ ในลักษณะ ที่ค่อนข้างแพร่หลาย

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นคำค่อนข้างใหม่และเป็นแนวความคิดใหม่ ซึ่งปัจจุบันคำนี้เป็นที่นิยม ใช้กันแพร่หลายมากในหลายหน่วยงาน องค์กรและสถาบันประเภทต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตามการ ประชาสัมพันธ์ก็มักจะถูกมองในความหมายที่ผิด ๆ อยู่เสมอ หลายคนเรียกเจ้าหน้าที่ผู้ซึ่งนั่งต้อนรับแขก ความสถานที่ทำงานซึ่งมีป้ายตั้งอยู่ข้างหน้า "ติดต่อสอบถาม" นั้นว่า "เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์" แต่ ในความเป็นจริงนั้น คำว่า "การประชาสัมพันธ์" มีความหมายกว้างขวางมาก

คำว่า "การประชาสัมพันธ์" ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations ถ้าจะ พิจารณาคุณศัพท์ระหว่างภาษาไทย และภาษาอังกฤษแล้วจะเห็นว่ากลมกลืนกันและเหมาะสมคือ

Public = ประชา = หมู่มคน = กลุ่มคน
 Relations = สัมพันธ์ = การผูกพัน = เกี่ยวข้องผูกพัน
 ซึ่งเมื่อรวมกันแล้ว "การประชาสัมพันธ์" คือ การเกี่ยวข้องผูกพันกับกลุ่มคน

วิชาการประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิชาที่ว่าด้วยการเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่มคน หรือความสัมพันธ์ ระหว่างหน่วยงานสถาบันกลุ่มประชาชนนั่นเอง

มีผู้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

พจนานุกรม Webster's New Collegiate "การประชาสัมพันธ์ คือ ธุรกิจที่ช่วย ชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบ (goodwill) ต่อบุคคลหรือหน่วยงาน สถาบันนั้น"

พจนานุกรม World Book Dictionary อธิบายคำว่า "การประชาสัมพันธ์" คือ

1. กิจกรรมของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน หรือบุคคลที่ปฏิบัติเพื่อชนะใจประชาชนทั่วไป รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าใจถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการแพร่กระจายข่าวสารทางเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น
2. หัสนคติของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน
3. การดำเนินการธุรกิจและอาชีพทางด้านนี้

พจนานุกรม The American Heritage Dictionary ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์คือ

1. กิจกรรมและวิธีการที่องค์กรสถาบันปฏิบัติเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดี (favorable relationship) กับประชาชน
2. ระดับชั้น (degree) ของความสำเร็จที่ได้รับจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
3. ศิลปะและศาสตร์ที่ว่าด้วยวิชาการทางด้านนี้

Dr. Rex F. Harlow แห่งสถาบันการวิจัยและการศึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์ ได้อธิบายถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า

"การประชาสัมพันธ์ คือภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และธำรงรักษาสายงานการติดต่อสื่อสารร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่าง ๆ ในทางการบริหาร ช่วยให้ฝ่ายบริหารคำนึงถึงประชาชาติ และการบอกกล่าวข่าวสารให้แก่ประชาชนทราบ เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของประชาชน รวมทั้งการช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถใช้การวิจัยและใช้เทคนิคการติดต่อสื่อสารที่มีจริยธรรม (ethical communication) เป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร (อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล 2527 : 5, 16)

พจนานุกรม G. and C. Meriam Webster's International Dictionary ฉบับพิมพ์เมื่อปี ค.ศ. 1950 ให้ความหมายประชาสัมพันธ์ว่า

1. คือการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม สหพันธ์ บริษัท ธุรกิจ รัฐบาลและสถาบันในอันที่จะสร้างและยังให้เกิดความสัมพันธ์ในเชิงก่อ (productive) และมั่นคง

(strong) กับกลุ่มประชาชนอันได้แก่ ลูกค้า คนงาน ข้าราชการ ผู้ถือหุ้น ประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยการปรับสถาบันให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและประชาชนกลุ่มต่างมีเสียงสนับสนุนที่อบอุ่นมั่นคง

2. คือสถานะหรือระดับแห่งความสำเร็จเพื่อเพิ่มพูนความเข้าใจในการปรับปรุงด้าน เศรษฐกิจและสังคมของสถาบันกับกลุ่มประชาชน

3. เป็นวิชาชีพที่ใช้ศิลปะในการบริหารหรือพัฒนาสถาบัน (อ้างถึงใน ประสานจิตต์ ลิม โภคา 2526 : 10-11)

สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย (The Institute of Public Relations) เป็นสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งเดียวในประเทศไทยให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ ในแง่ปฏิบัติไว้ว่าคือการจัดทำอย่างสุ่มรอบคอบและอย่างมีแผนตลอดจนด้วยความอดทนอย่างไม่ ลดละ เพื่อที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชน ที่เกี่ยวข้อง

Edward L. Berneys คนสำคัญในวงการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกาให้ความหมาย เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ว่า

1. เผยแพร่ข่าวสารความรู้ไปให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมสนับสนุนและเห็นชอบกับความมุ่งหมาย และการดำเนินงาน ของสถาบัน
3. ช่วยทำแนวความคิดเห็นของประชาชนและสถาบันมีส่วนร่วมประสานสอดคล้องด้วยกัน

อาจารย์สะอาค ศัลยกุลผล ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์คือวิธีการของสถาบัน อันมีแผนการและกระทำที่ต่อเนื่องกันไปในอนาคตที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่ม ประชาชนเพื่อให้สถาบันกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและให้การสนับสนุนร่วมมือ ซึ่งกันและกันอันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติ เป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญ (สะอาค ศัลยกุลผล 2527 : 54)

อาจารย์เสรี วงษ์มณฑา (อ้างถึงใน พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร 2528 : 2) ให้ความหมาย "การประชาสัมพันธ์" ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพล เหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้องโดยกระทำสิ่งที่ดี ที่มีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชน เหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดี เกี่ยวกับ หน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจาก

สาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ

ส่วนคุณสุพิน บัญญามาก อธิบายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์คือความพยายามที่มีแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน

จากการสัมมนาทางวิชาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ครั้งที่ 1 ณ กรมประชาสัมพันธ์ของสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย ระหว่างวันที่ 18-20 สิงหาคม 2514 ที่ประชุมพิจารณา วางขอบเขตและความมุ่งหมายทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ว่า คือการดำเนินงานของหน่วยงาน โดยวิธีโฆษณา เผยแพร่และชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายและงาน ตลอดจนโดยวิธีอื่นใดที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงานนั้นไปสู่ประชาชน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือและความนิยมจากประชาชนฝ่ายต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จแก่งานใด ๆ ของหน่วยงานนั้น (สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย 2514 : 354)

จะเห็นได้ว่าจากคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างกว้างขวางมาก โดยนัยแห่งคำนิยามความหมายที่ไต่ถามมากล่านั้น พอจะสรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์ คือการวางแผนและกระทำตามแผนนั้นอย่างต่อเนื่อง โดยสร้างความสัมพันธ์ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มประชาชนและสถาบัน เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนในระยะยาว โดยการใช้สื่อเข้ามาช่วยในการแพร่ถึงประชาชน

การติดต่อสื่อสาร หรือ การปฏิบัติงาน (Communication or Action)

หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์คือ การทำการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เป็นประโยชน์แก่หน่วยงาน การติดต่อสื่อสารของนักประชาสัมพันธ์อาศัยแนวความคิดหลักทางการสื่อสาร หรือรูปแบบพื้นฐานในการสื่อสารเป็นที่ตั้ง

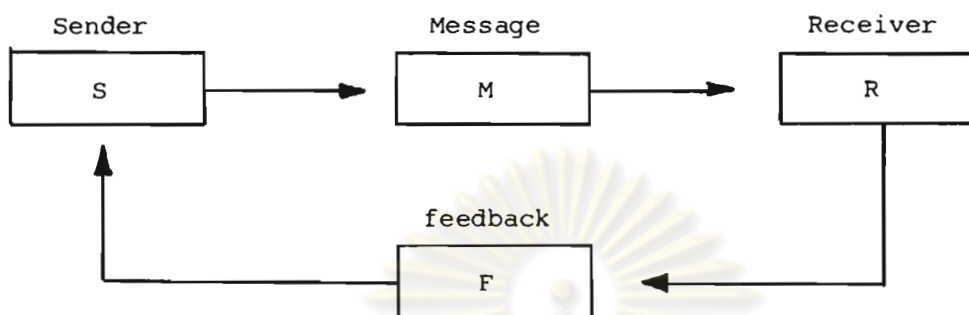
วัตถุประสงค์หลักในการสื่อสารมีอยู่ 3 ประการด้วยกันคือ

1. เพื่อให้ข่าวสาร (To inform) หรือเพื่อให้ความรู้ (To educate)
2. เพื่อจูงใจ (To persuade)
3. เพื่อการบันเทิง (To entertain)

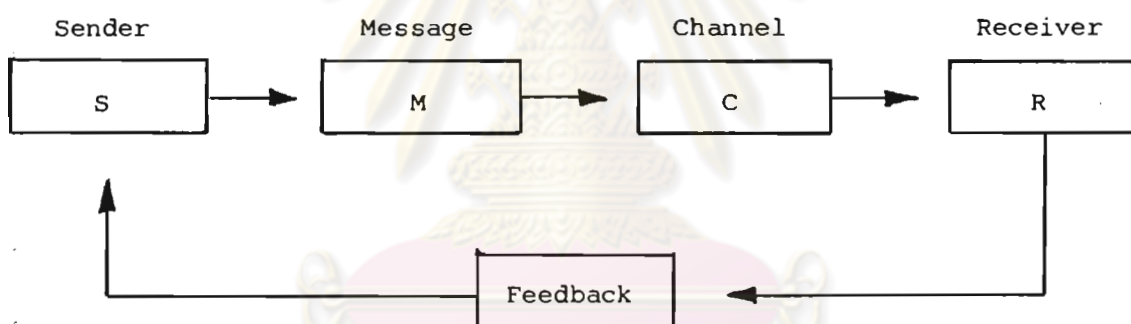
รูปแบบจำลองในการสื่อสาร

ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งคนกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็ก มีแบบจำลองที่ใช้กันมากที่สุดอยู่ 2 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล



2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่ต้องอาศัยสื่อกลางในการติดต่อกัน



S. = Sender หรือผู้ส่งสาร ซึ่ง Berlo ได้กำหนดคุณลักษณะของผู้ส่งสารไว้ 4 ประการคือ

1. ทักษะจิต ของผู้ส่งสารอันได้แก่ ทักษะจิตที่มีต่อตนเอง ต่อสาร ต่อสื่อ และต่อผู้รับสาร ตลอดจนต่อสถานการณ์ในการสื่อสาร เป็นต้น

2. ความรู้ อันได้แก่ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อ วิธีการใช้สื่อ ความรู้เกี่ยวกับผู้รับสาร ตลอดจนสถานการณ์และเงื่อนไขต่าง ๆ ในการสื่อสาร เป็นต้น

3. ทักษะในการสื่อสาร อันได้แก่ทักษะในการฟัง พูด อ่าน เขียน และเข้าใจ เป็นต้น

4. สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ภูมิหลังด้านอาชีพ วัฒนธรรม และ รายได้ หรือข่าวสาร แบ่งออกได้เป็น

1. รหัส (Code) คือสัญลักษณ์ของภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่นอักษรภาษาอังกฤษ อักษรภาษาไทย สัญลักษณ์ต่าง ๆ รหัสต่าง ๆ เป็นต้น

2. เนื้อหา (Content) คือความหมายต่าง ๆ ของข่าวสารนั้น

3. วิธีการนำเสนอ (Treatment) คือสไตล์หรือรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาขึ้น
เช่นในรูปของข่าว บทความ บทวิจารณ์ เป็นต้น

C. = Channel หรือช่องทางของข่าวสารหรือสื่อ

ช่องทางของข่าวสารนี้อาจเป็นประสาธสัมผัส ในกรณีของการสื่อสารภายในตัวบุคคล
หรือ อาจเป็นสื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์) ในกรณีของการสื่อสารมวลชน
หรือการติดต่อกับคนกลุ่มใหญ่ที่เราไม่สามารถบ่งบอกลักษณะของผู้รับสารได้อย่างชัดเจน และผู้รับสาร
อยู่ในสถานที่และสภาพแวดล้อมต่างกัน หรืออาจเป็นสื่อเฉพาะกิจในกรณีของสื่อที่ใช้ในงาน
ประชาสัมพันธ์

R. = Receiver หรือผู้รับสารมีองค์ประกอบเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร (จาระไน แกลโกศล 2528 :
13-14)

บทบาทและความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์ที่มีต่อสังคม

นักประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อ เชื่อมโยงหรือสร้างความสัมพันธ์ให้
เกิดความเข้าใจถูกต้องระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชน นักประชาสัมพันธ์จึงทำหน้าที่
ประนีประนอมหรือประสานผลประโยชน์ระหว่างสถาบันกับสังคม เพื่อให้เกิดความราบรื่น และ
สันติสุขร่วมกัน นักประชาสัมพันธ์มีบทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้

1. นักประชาสัมพันธ์ต้องคอยติดตามความเคลื่อนไหวในด้านการเปลี่ยนแปลงของสังคม
(social change) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสังคมมีผลกระทบทั้งทางด้านดีและด้านร้ายต่อสถาบัน
ได้ นอกจากนี้นักประชาสัมพันธ์ยังต้องสามารถคาดหวังก่อนหน้าถึงแนวโน้มต่าง ๆ ในอนาคต
ได้อีกด้วย
2. นักประชาสัมพันธ์จะต้องกำหนดและวางนโยบายให้สอดคล้องกับแนวโน้มแห่งการ
เปลี่ยนแปลงของสังคม นั่นคือ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีวิจรรย์ญาณที่เฉียบแหลมรอบคอบรู้จักกำหนด
นโยบาย และตอบสนองต่อความต้องการของสังคมด้วย
3. นักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นผู้สื่อสารนโยบาย ข่าวสารขององค์การให้แพร่กระจาย
ไปสู่ประชาชนภายในและภายนอก ให้เข้าใจ
4. ตรวจสอบโครงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่องค์การได้ดำเนินการว่า
สอดคล้องกับความคาดหวังของประชาชนและสังคมหรือไม่ หากตรวจสอบแล้วพบว่าโครงการขัดแย้ง

กับความร้องการของประชาชนและสังคมจะต้องแก้ไขเสียใหม่

5. จะต้องมีการจริยธรรมหรือจรรยาบรรณและความรับผิดชอบ จะต้องคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนและสังคมส่วนรวม ไม่กระทำตนเป็นนักหลอกลวงประชาชนหรือนักโฆษณาชวนเชื่อปลุกระดม หรือบิดเบือนข่าวต่าง ๆ ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในหมู่ประชาชน

นักประชาสัมพันธ์หน้าหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ของประชาชน โดยจะต้องทำความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของความรู้สึกนึกคิดหรือความต้องการของประชาชน (Bernays อ้างใน อ. วิรัช ลภีรัตนกุล 2526 : 136-137)

Childs แห่งมหาวิทยาลัยพรินซ์ตันเป็นอีกผู้หนึ่งที่ให้ทัศนะไว้ว่า การประชาสัมพันธ์คือพฤติกรรมของบุคคลและองค์การ ซึ่งคำนึงถึงความสำคัญของสังคมส่วนรวมมากกว่าคำนึงถึงความสำคัญส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว (วิรัช ลภีรัตนกุล 2526 : 136)

บทบาทของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์การและหน่วยงานต่าง ๆ ในสังคม

เนื่องจากสังคมมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น มีประชากรเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับจึงมีความจำเป็นในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจอันถูกต้องต่อกันและกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันในอันที่จะอยู่ร่วมกันอย่างเป็นปกติสุข และให้ความสนับสนุนซึ่งกันและกัน การประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน โดยปกติทั่วไปมีการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์ด้านการศึกษา การประชาสัมพันธ์ 4 ลักษณะใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ การปฏิบัติการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ทางภาคอุตสาหกรรมและการเงิน การปฏิบัติการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ทางการค้า การปฏิบัติการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สถาบันและการปฏิบัติการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ทางภาครัฐบาล

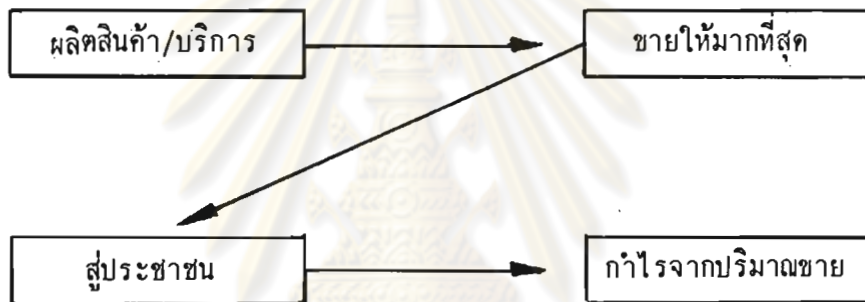
การปฏิบัติการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ทางภาคอุตสาหกรรมและการเงิน

(industrial & financial) ซึ่งหมายถึงความพยายามทั้งหลายที่จะสร้างสรรค์แนวความคิดที่ดีต่อประชาชน ให้กลุ่มประชาชนมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน องค์การธุรกิจ กลุ่มประชาชนที่จะต้องประชาสัมพันธ์คือ กลุ่มประชาชนทั่วไป ชุมชนในแวดวงทางด้านธนาคารและธุรกิจการเงิน กลุ่มผู้ถือหุ้นและผู้ที่เราคาดว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นในอนาคต กลุ่มผู้ใช้สินค้าและบริการ กลุ่มพนักงานลูกจ้าง กลุ่มผู้ที่คาดว่าจะพนักงานลูกจ้างของหน่วยงานในอนาคต และชุมชนในละแวกใกล้เคียงที่สำนักงานตั้งอยู่ในย่านนั้น (วิรัช ลภีรัตนกุล 2526 : 9-10)

การปฏิบัติการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ทางการค้า (commercial)

เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการยอมรับของประชาชน (public acceptance) ที่ยอมรับในตัวองค์การสถาบันรวมทั้ง ผลิตภัณฑ์และบริการ โดยใช้การประชาสัมพันธ์มาช่วยในการสร้างให้เกิดความพอใจ... ความพอใจซึ่งเกิดจากการโน้มน้าวใจ และเกิดจากการวินิจฉัยของประชาชนเอง ซึ่งต่างจากแนวความคิดของธุรกิจแบบเดิมโดย

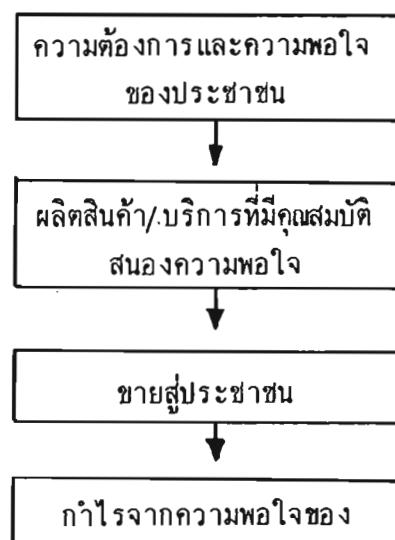
แต่เดิมธุรกิจเป็นแบบมีเป้าหมายว่า ความก้าวหน้าในกิจการโดยมีผลกำไรจากการประกอบธุรกิจมากที่สุด เป็นระบบผลิตจำหน่ายแต่ผู้เดียว ประชาชนไม่มีโอกาสเลือกกำไรจากการขาย (ไม่สนใจอย่างอื่น ขอให้ขายได้อย่างเดียว-ผู้เขียน) ไม่สนใจว่าลูกค้าจะมีความผูกพันกับบริษัทหรือไม่



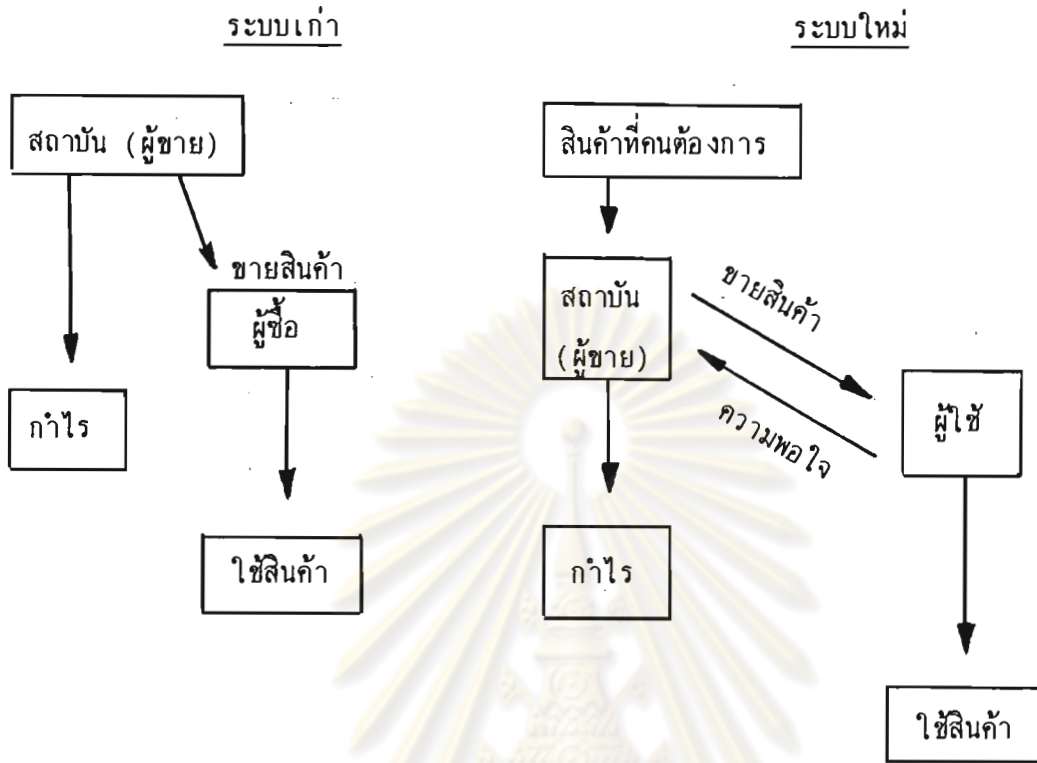
แผนภูมิแนวความคิดแบบเดิม

ปัจจุบัน ธุรกิจมีเป้าหมายว่า ความก้าวหน้าของกิจการมีผลกำไรจากความพึงพอใจของประชาชน เป็นระบบผลิตจำนวนมาก ทั้งปริมาณและการแข่งขัน ประชาชนมีโอกาสเลือกมาก กำไรจากความพอใจของผู้บริโภค คำนึงถึงความต้องการของประชาชนพร้อมกับความพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการ ลูกค้ามีความผูกพันกับบริษัท พร้อมจะสนับสนุนกิจการ

แผนภูมิแนวความคิดแบบใหม่



วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (เสนีย์ แดงวัง 2522 :1 - 2)



การปฏิบัติการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สถาบัน (instititunal public relations)

และการศึกษา ซึ่งเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ขององค์การสาธารณกุศล หรือองค์การที่ไม่แสวงหากำไร (nonprofit organization) เช่นสถาบันการศึกษา ซึ่งองค์การเหล่านี้จะดำรงอยู่ได้ (subsistence) ก็โดยอาศัยเงินอุดหนุนบำรุงจากประชาชน (public subvention) โดยผ่านการรณรงค์หาทุน (fund raising) ขององค์การ หน่วยงานเหล่านี้จึงพยายามประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจ ยอมรับและสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานทั้งทางด้านการบริจาคสมทบทุนและอาสาสมัครเข้าร่วมทำงานด้วย

การปฏิบัติการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ทางภาครัฐบาล

เพื่อการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชน ให้เข้าใจและยอมรับในอันที่จะปฏิบัติได้ถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบกฎของสังคม ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับข้าราชการ ข้าราชการกับประชาชน รัฐบาลกับประชาชน เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการความสะดวกด้านการขนส่งมวลชน ฯลฯ เป็นต้น (วิรัช ลภีรัตนกุล 2526 : 9-10)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จะเห็นได้ว่าการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์นั้นเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนภายในองค์กรและภายนอกองค์กร คือประชาชนทั่วไป ดังนั้นการดำเนินการประชาสัมพันธ์จึงแบ่งเป็น สองประเภทคือ

การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations)

หมายถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง "หน่วย" กับคนของหน่วย (องค์กร) ใน การบำรุงขวัญและสร้างกำลังใจให้กับพนักงานในหน่วยงานให้มีความรัก ความภูมิใจ รักงานและ หน้าที่ มีความรับผิดชอบและยึดนโยบายหลักของหน่วยงาน ซึ่งทำได้โดยการกระจายข่าวสารให้ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ให้พนักงาน หรือ คนในหน่วยงานทราบ โดยการออกจดหมายเวียน การประชุม หนังสือข่าวภายใน เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations)

หมายถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีและสร้างความเข้าใจกับประชาชนทั้งที่เกี่ยวข้อง โดยตรง (It's Public) ประชาชนเพื่อนบ้าน (Community Public) ประชาชนทั่วไป (General Public) ให้มีความเข้าใจในหน่วยงานขององค์กร บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ ให้ถูกต้อง ยินดีให้ความร่วมมือด้วยดี (เส็นีย์ แดงวัง 2522 : 1-2)

การประชาสัมพันธ์ให้ข่าวสารถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็ว เป็นจำนวนมากโดยอยู่คนละแห่งในเวลาพร้อม ๆ กันได้โดยการใช้สื่อมวลชนเข้ามาช่วย สื่อมวลชนแบ่งได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ภาพยนตร์ แต่สื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์นิยมใช้คือ หนังสือพิมพ์

เนื่องจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อประชาชนทุกชนชั้น ผู้รับสารสามารถกำหนดการเปิดรับสารได้ในเวลาที่ผู้รับสารต้องการ เป็นหลักฐานอ้างอิง หากไม่เข้าใจหรือลืมก็สามารถนำมาอ่านซ้ำได้ และให้รายละเอียดมากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ราคาถูกหาซื้อง่าย ประชาชนนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ เช่นงานวิจัยของ ผศ.มนต์ชัย นินนาทนนท์ (2527 : ช-ช) "บทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่" พบว่านักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน ๆ ละประมาณ 2 ฉบับ

นพพร ปริญญา (2509 : 99) ได้ศึกษาความสนใจของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยใน

พระนครต่อเรื่องต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์รายวัน พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น โดยอ่านวันละประมาณ 15 นาที และซื้อหนังสือพิมพ์รายวันอ่านเอง

ประคอง นาควานิช (2513 : ง) ศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดพระนครและธนบุรี พบว่า นักเรียนอาชีวศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์เหมือนกัน เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น โดยอ่านวันละ 10-20 นาที

จาระไน แกลโกศล (2512 : 16) ศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาด้านการศึกษาของหนังสือพิมพ์รายวันของไทย อ้างถึงงานวิจัยในอเมริกาว่า คนอเมริกัน 95% อ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน สวีเดนมีหนังสือพิมพ์จำหน่าย 3.2 ล้านฉบับต่อประชากร 6.9 ล้านคน และ คนสวีเดนส่วนมากอ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ และอ่านมากกว่า 1 ฉบับต่อวัน

นอกจากนั้นหนังสือพิมพ์ยังเปิดโอกาสให้ประชาชน บริษัท ห้างร้าน สถาบัน องค์กร และหน่วยราชการ ฯลฯ แสดงความคิดเห็นและส่งข่าวสารมาตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการตีพิมพ์ ในขณะที่สื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิทยุ แม้ว่าโดยตัวสื่อเองจะมีคุณสมบัติในการสื่อสารที่ดีกว่า แต่ก็มีข้อจำกัดในด้านการให้บริการเสนอข่าวสารในแง่เป็นตัวแทนของประชาชน นอกจากนั้นการขอซื้อเวลาเพื่อใช้ในการเผยแพร่ก็เป็นไปได้ยากและราคาค่อนข้างสูงมาก เช่น

ปี 2524 อัตราโฆษณาในรายการ นาทีละ 11,000-32,000 บาท สำหรับรายการชุดของโทรทัศน์ ช่อง 7 (2524 : 1)

ปี 2524 โทรทัศน์ ช่อง 5 (2524 : 1) อัตราค่าโฆษณาในภาพยนตร์ชุดนาทีละ 5,200 ถึง 15,000 บาท และบางรายการจะต้องซื้อพ่วงรายการอื่นด้วย

ปัจจุบันอัตราค่าโฆษณาขึ้นไปอีก สำหรับอัตราค่าโฆษณาข่าวธุรกิจ ซึ่งเริ่มมีในปี 2528 นั้น นาทีละ 10,000 บาท (เจ.เอส.แอล.2528 : 1)

ปี 2527 อัตราค่า spot โฆษณาของไนท์สปอต โปรดักชั่นส์ (2527 : 1) 30 วินาที 150 บาท ค่าทำ spot 1,500 บาท

และปัจจุบันปี 2531 โทรทัศน์ช่อง 5 กำหนดอัตราค่าเช่าเวลาดังนี้ เวลา 16.00-17.00 น. ราคา 30,000 บาท ต่อชั่วโมง 17.00-17.30 น. ราคา 15,000 บาท ต่อครึ่งชั่วโมง

17.30-18.00 น. ราคา 17,500 บาท ต่อครึ่งชั่วโมง 18.00-18.30 น. ราคา 18,200 บาท
 ต่อครึ่งชั่วโมง 20.45-22.45 น. ราคา 70,000 บาท ต่อชั่วโมง และ 22.45-23.45 น.
 ราคา 43,000 บาท ต่อชั่วโมง ส่วนวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ 08.00-10.00 น. ราคา 20,000 บาท
 ต่อครึ่งชั่วโมง 10.00-18.30 น. ราคา 30,000 บาท ต่อครึ่งชั่วโมง วันหยุดพิเศษ 08.00-
 10.00 น. ราคา 15,000 บาท ต่อครึ่งชั่วโมง 10.00-12.00 น. ราคา 20,000 บาท ต่อ
 ครึ่งชั่วโมง และ 12.00-16.00 น. ราคา 25,000 บาท ต่อครึ่งชั่วโมง (มติชน 2530 : 9)
 คำนวณอัตราค่าโฆษณาจะเพิ่มขึ้นไปอีก

หนังสือพิมพ์จึงเป็นสื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์จะเห็นได้จาก
 หนังสือพิมพ์ทั่วไป และงานวิจัยของ อนงค์วรรณ ยั่งยืน (2527 : ง-ช, 75-78) ได้ศึกษาสถานภาพ
 ความต้องการและการใช้สื่อทัศนูปกรณ์ในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โดยสำรวจ
 จากหัวหน้าประชาสัมพันธ์และผู้รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์ 72 คน และผู้เกี่ยวข้องกับงาน
 สื่อทัศนูปกรณ์ 3 คน พบว่าสื่อทัศนูปกรณ์ที่รัฐวิสาหกิจใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุดคือ ช่าง
 ภาพถ่าย และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์มากที่สุด

สุคนธ์ เรือนใจมัน (2517 : 27-31) ทำวิจัยเรื่องการใช้สื่อทัศนูปกรณ์เพื่อการ
 ประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพฯ พบว่าใช้สื่อหนังสือพิมพ์ในการเผยแพร่การประชาสัมพันธ์
 มากที่สุด โดยเสนอในรูปแบบของช่าง ภาพถ่าย บทความ

ชัยยงค์ พรหมวงศ์และคณะ (2518) ทำวิจัยเรื่องสถานภาพการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์
 ในกรุงเทพฯ พบว่าสื่อที่นิยมใช้คือสื่อสิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ

โรงเรียนการประชาสัมพันธ์ (2519) ทำการวิจัย สถานภาพงานประชาสัมพันธ์ ส่วน
 ราชการ องค์การ รัฐวิสาหกิจ พบว่า นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ใช้สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
 แต่ใช้หนังสือพิมพ์มากกว่าสื่ออื่นในการประชาสัมพันธ์

วรรณิ ลีลาเวชบุตร ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์ บริษัทเพรสโก้ ให้ความเห็นเกี่ยวกับการ
 การใช้สื่อว่า ทางบริษัทเพรสโก้เน้นหนักในการใช้สื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึง
 กลุ่มประชาชนได้มาก นอกจากนี้ยังไม่ต้องเสียค่าบริการหน้ากระดาษอีกด้วย ดังนั้นบริษัทเพรสโก้จึง
 ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อหนังสือพิมพ์อย่างมาก ถึงกับต้องมีการสร้างความสัมพันธ์กับหนังสือพิมพ์
 อย่างแน่นแฟ้น (วรรณิ ลีลาเวชบุตร อ้างถึงใน สุจิต นวสิทธิโสภณ 2523 : 35-36) ซึ่งข่าวที่

ออกทั้งหมดได้รับการตีพิมพ์ราวร้อยละ 70-80 ซึ่งเป็นข่าวที่ทำให้ลูกค้าได้รับความพอใจ และ ประสพผลสำเร็จจากการใช้สื่อหนังสือพิมพ์ (วรรณี ลีลาเวชบุตร อ่างถึงใน สุกี นวลสิทธิโสภณ 2523 : 56)

เพ็ญพรรณ วนิชย์เชษฐพงศ์ (2526 : 45) ได้กล่าวถึงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่ หนาอาคารกรุงไทย จำกัด ส่งให้กับหนังสือพิมพ์มากที่สุด คือ ข่าวแจก ภาพข่าว บทความ สารคดี เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจและขจัดความเคลือบแคลงสงสัย ตลอดจนสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ที่ ระหว่างอาคารกรุงไทยกับประชาชน ข่าวกิจกรรมที่ส่งส่วนใหญ่จะเป็นข่าวการมอบทุนต่าง ๆ การ แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ระดับสูง โอกาสที่อาคารกรุงไทยจะมีการเปิดหรือย้ายที่ทำการสาขาต่าง ๆ กิจกรรมที่อาคารกรุงไทยได้กระทำร่วมกับสถาบันอื่น หรือดำเนินการเอง ซึ่งเป็นกิจกรรมเพื่อ สาธารณกุศล สาธารณประโยชน์

ศิริพร สัจจวัฒนกุล (2526 : 26-27) กล่าวถึงรูปแบบการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ของ บริษัทหิมาเมจมีเคีย มีการเซ็นสัญญา การแต่งตั้ง สาธารณประโยชน์ การแถลงผลงาน การขยาย กิจกรรมของบริษัท ปฏิทินข่าว

วิไล กำธรบริบูรณ์กุล (2530 : 25, 32-37) กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ของโรงแรม สยามอินเตอร์คอนติเนนตัล ว่าใช้สื่อหนังสือพิมพ์ในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุด เนื่องจาก สื่อนี้เสียค่าใช้จ่ายน้อย และได้ผลเป็นที่น่าพอใจมากกว่า สำหรับสื่อประเภทอื่น เช่น วิทยุ โทรทัศน์ น้อยมาก หรือเกือบไม่มีเลย ในด้านข่าวและภาพข่าว ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรมจะบริการ สำหรับผู้มาจัดงานในโรงแรม โดยจัดส่งให้กับหนังสือพิมพ์ นอกจากนั้นก็มีการเกี่ยวกับกิจกรรมของ โรงแรม กิจกรรม นโยบาย และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม ซึ่งข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ขึ้นอยู่กับ ความสำคัญของข่าว และความสนิทสนมกับหนังสือพิมพ์ ทางโรงแรมจึงได้มีการสร้างความสัมพันธ์กับ หนังสือพิมพ์ในโอกาสสำคัญ เช่น ครบรอบวันเกิดของหนังสือพิมพ์และนักหนังสือพิมพ์ วันปีใหม่ จัดเลี้ยง หนังสือพิมพ์ปีละ 2 ครั้ง

นายไพรัช ธนาชัยแสง (2530 : 26,37) กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ของธนาคาร กสิกรไทย ว่าใช้สื่อหนังสือพิมพ์เป็นหลักในการเผยแพร่ข่าวถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เนื่องจาก สามารถให้ความกระจ่างในคำอธิบายและเนื้อหาชัดเจน เป็นสื่อที่สามารถเก็บรักษาไว้เป็นหลักฐาน สำหรับให้ประเมินประมวผลข่าวสาร และเสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ถูก ข่าวและภาพที่ ประชาสัมพันธ์จะเป็น กิจกรรมส่งเสริมสาธารณ ทุนการศึกษา โครงการแนะนำให้รู้จักธนาคาร

ประกวดบทความ และตอบข้อซักถาม

สุกัญญา ชีมินกุล ผู้ช่วยประชาสัมพันธ์ โรงแรมแข่งกรี-ลา กล่าวถึงเหตุผลที่ใช้การประชาสัมพันธ์ทางสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด เพราะลูกค้าและบริษัทที่มาจัดงานมีความต้องการให้ข่าวของตนปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ทางโรงแรมจึงมีบริการส่งข่าวและภาพแก่หนังสือพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่ลูกค้าที่มาจัดงานในโรงแรมของเรา เพราะแขกที่มาจัดงานต้องการภาพพจน์ของแขกที่มาจัดงาน ซึ่งก็เป็นการสร้างภาพพจน์ให้กับทางโรงแรมไปในตัวด้วย บริษัทใหญ่ ๆ ที่มาจัดงานในโรงแรมแสดงว่า บริษัทนั้นยอมรับในการกระจายข่าวและประชาสัมพันธ์ของโรงแรม และยังคงแสดงถึงโรงแรมของเราเป็นธุรกิจที่ไว้ใจได้ (สุกัญญา ชีมินกุล อ้างถึงใน อภิชาติ ลักษณะสิริศักดิ์ และคณะ 2530 : 8)

สายเพชร สนธิรักษ์ (2530 : 25) กล่าวถึงการส่งข่าวของฝ่ายประชาสัมพันธ์ โรงแรมโอเรียนเต็ลว่า จะทำการคัดเลือกภาพ จดนำข่าวส่งให้หนังสือพิมพ์ทุกวัน ทุกฉบับทั้งไทยและอังกฤษ โดยจัดส่งให้เสร็จก่อน 11.00 น.

ซึ่งการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์ทั้ง ข่าว ภาพ และข้อมูล ทุกชนิดที่นักประชาสัมพันธ์ส่งไปให้หนังสือพิมพ์ โดยมีวัตถุประสงค์ในค่าน

- เพื่ออธิบายชี้แจง (explanation) เพื่อให้ประชาชนทราบเรื่อง (ประสานจิตต์ ลิ้มโกคา 2526 : 20-21)

- เพื่อเป็นการบอกกล่าว (to inform) เพื่อเป็นการแถลงข่าว

- เพื่อเผยแพร่แจ้งความ (publicity) ประกาศ (declaration) เผยแพร่แจ้งความได้แก่ การประกาศ เผยแพร่ แจ้งความข่าวสารความจริง ความรู้ให้ประชาชนทราบ เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และมีความเข้าใจต่อข่าวสารของสถาบัน ซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียว

ประกาศ ได้แก่ การบอกกล่าว กระจายข่าวโดยตีพิมพ์ประกาศ (อารีวรรณ อัครรุ่ง นรินทร์ และดวงตา พิริยานนท์ 2526 : 21-22)

- เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ (knowledge) เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ฯลฯ

- เพื่อให้เกิดความเข้าใจ (understanding) ในเรื่องที่ประชาชนยังเคลือบแคลงสงสัย ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ฯลฯ เพื่อเป็นสื่อสัมพันธ์

- เพื่อเป็นการให้การศึกษา (to educate) ให้การศึกษาให้ประชาชนเกิดความเฉลียวฉลาดเพื่อเป็นการยกระดับความรู้ ความเข้าใจสูงขึ้น

- เพื่อการชักจูงใจ (to persuade) เพื่อการเกลี้ยกล่อมชักจูงใจให้สนับสนุนการดำเนินงาน
- เพื่อให้หน่วยงานให้บริการ (to service) ตระหนักในภาระหน้าที่และความถูกต้อง บริการแก่สังคมได้ถูกต้องเหมาะสมตามความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของหน่วยงานตามความต้องการของสังคมและประชาชน และอยู่ในจริยธรรม คุณธรรม กฎหมาย ประเพณี ฯลฯ
- เพื่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ (to belief) เพื่อขจัดความเคลือบแคลง สงสัยไม่รู้เพื่อให้เกิดความราบรื่นของการดำเนินงานของหน่วยงาน
- เพื่อให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธา เชื่อถือ ในสถาบันในเรื่องจริยธรรม ศีลธรรม ความถูกต้อง ไม่หลอกลวง ไม่ฉวยโอกาส ฯลฯ

ซึ่งการดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว เผยแพร่ในเรื่องของ

- ก. นโยบาย
- ข. วัตถุประสงค์
- ค. วิธีการดำเนินงาน
- ง. ความประพฤติกของหน่วยงาน
- จ. ผลงานและบริการต่าง ๆ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ การปฏิบัติ

ซึ่งพอสรุปลักษณะเนื้อหาที่เผยแพร่ได้ 3 ลักษณะ คือ

1. ข่าวกิจกรรมของหน่วยงาน เช่น การเปิดร้านใหม่, แนะนำสินค้า, เปิดบริการใหม่, เช่นสัญญา
2. ข่าวสาธารณประโยชน์และข่าวการกุศล เช่น มอบจักรยานยนต์ให้ตำรวจ, มอบทุนการศึกษา, จัดละครการกุศล ฯลฯ
3. ข่าวเพื่อการให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือการปรับความเข้าใจ ภาพพจน์

รูปแบบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Releases)

เป็นข่าวที่มีเรื่องราวเนื้อหา เกี่ยวกับนโยบาย โครงการ หรือกิจกรรม การดำเนินงาน และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ และผลงานขององค์การ หน่วยงาน ฯลฯ

วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ใช้ 2 แบบ คือ

1. เขียนตามหลักการเขียนทั่วไป 5w, 1h คือ เนื้อหาเกี่ยวข้องกับใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม อย่างไร เขียนลักษณะปรัามิค
2. เขียนตามความนิยม 5w, 1h แล้วจะต้องสั้น เขียนตามสไตล์ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ (จาระไน แกลโกศล 2527 : 7)

ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ (Photo Releases)

ปัจจุบันภาพข่าวประชาสัมพันธ์ถือเป็นข่าวสารที่สำคัญมาก นักประชาสัมพันธ์เชื่อในความสามารถของภาพว่าจะสามารถอธิบายเรื่องราวได้ดีกว่าตัวหนังสือและสามารถสร้างจุดสนใจได้ดีกว่าด้วย ภาพที่ใช้จะต้องมีความคมชัด (จาระไน แกลโกศล 2527 : 23)

บทความ

เป็นข้อเขียนความเรียงประเภทหนึ่ง เพื่อแสดงทัศนะความคิดเห็นในเรื่องนั้นแก่ผู้อ่าน บทความประกอบด้วยเรื่องราวรายละเอียด ข้อมูลที่เป็นจริง ผสมผสานกับข้อคิดเห็นของผู้เขียน

ประเภทของบทความมี

- บทความวิชาการ
- บทความกึ่งวิชาการ
- บทความประเภทที่เป็นเรื่องปัญหาโต้แย้งหรือถกเถียงกันในสังคม (วิรัช ลภีรัตนกุล 2526 : 42-44) ฯลฯ

เอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

คือสิ่งพิมพ์ที่สถาบันจัดทำนำออกแจกจ่าย เผยแพร่แก่กลุ่มประชาชนภายนอกแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

- เอกสารประชาสัมพันธ์สถาบัน ได้แก่ เอกสารที่สถาบันจัดทำขึ้นเพื่อฉายจินตนาภาพของสถาบันให้ประชาชนทราบและบังเกิดความเลื่อมใสศรัทธาโดยตรง เช่น รายงานประจำปี เป็นต้น
- เอกสารเสริมการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เอกสารให้ความรู้อันเป็นคุณประโยชน์ต่าง ๆ แก่ประชาชนทั่วไป โดยไม่เผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมใด ๆ ของสถาบันนั้น ๆ เลย แต่เอกสารเพื่อ

ประชาสัมพันธ์ชนิดนี้ก็ได้ผลดีต่อสถาบันนั้น ๆ ในด้านเสริมสร้างจินตนาภาพของสถาบันได้ทางอ้อม เอกสารชนิดนี้ได้แก่ วารสารรายงานภาวะเศรษฐกิจต่าง ๆ ซึ่งทางสถาบันหลาย ๆ แห่งจัดทำ เช่น วารสารรายงานเศรษฐกิจของธนาคารกรุงเทพ จำกัด เป็นต้น

- หนังสือพิมพ์ภาคผนวก (Supplement) เป็นเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์จัดทำ แทรกในภาคผนวก ในหนังสือพิมพ์รายวัน เป็นต้น (ประจวบ อินอ็อค 2522 : 80)

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการหนังสือพิมพ์

วิวัฒนาการของหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

กิจการหนังสือพิมพ์ของไทยได้เริ่มเกิดขึ้นในปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อนายแพทย์ แคน บีช บรัคเคิลีย์ (Rev. Dan Beach Bradley, M.D.) มิชชันนารีชาวอเมริกัน ได้นำเครื่องพิมพ์จากสิงคโปร์เข้ามายังกรุงเทพฯ และได้ออกหนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับแรก คือ บางกอกเรคคอร์ดเดอร์ (Bangkok Recorder) เมื่อปี พ.ศ. 2387 นับเป็นหนังสือพิมพ์รายักษ์ แดลงข่าวฉบับแรกของประเทศไทย ซึ่งพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยมีชาวตะวันตกเป็นผู้ บุกเบิก และวางรากฐานงานหนังสือพิมพ์ให้กับคนไทย (พรภิรมย์ เอี่ยมธรรม 2520 : 6)

สำหรับหนังสือพิมพ์ภาษาไทยที่ดำเนินการโดยคนไทย ได้มีขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2417 ชื่อ "ครุโณวาท" ซึ่งเป็นจดหมายเหตุรายสัปดาห์ เจ้าของและบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ คือ พระองค์เจ้าเกษมสันต์ โสภาคย์ ส่วนคณะผู้จัดทำเป็นพวกเจ้านายและข้าราชการ ในราชสำนักทั้งสิ้น

"ครุโณวาท" เป็นหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวราชการและข่าวทั่วไป ทั้งในพระนครและหัวเมือง รวมทั้งข่าวต่างประเทศ สุภาษิตสอนใจ บทละคร กวี นิยาย และโฆษณาร้านค้าต่าง ๆ "ครุโณวาท" ออกมาได้ 1 ปีก็ต้องหยุด เนื่องจากขาดทุนและคณะผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอที่จะดำเนินการต่อไป

หลังจากนั้นประมาณ 1 ปี หนังสือพิมพ์รายวันฉบับแรกของไทยก็เกิดขึ้น มีชื่อว่า "คอร์ท" (COURT) เริ่มพิมพ์ออกจำหน่ายเมื่อวันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2418 ซึ่งตรงกับรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีสมเด็จเจ้าฟ้าฯ กรมพระยาภาณุพันธุวงศ์วรเดช เป็นเจ้าของและ บรรณาธิการ "คอร์ท" เสนอเนื้อหาที่เป็นข่าวราชการทั้งสิ้น มิได้เสนอข่าวทั่ว ๆ ไป แต่อย่างไรก็ตาม และในที่สุดก็ต้องเลิกไป ต่อมาในปี พ.ศ. 2427 ก็มีหนังสือพิมพ์ "วชิรญาณ" รายเดือนออกจำหน่าย และหลังจากนั้น 2 ปี ก็มีหนังสือพิมพ์ "วชิรญาณพิเศษ" ออกตามมา เนื้อหาการเสนอข่าวจะ ทั้ง

2 ฉบับ คล้ายคลึงกัน คือ มีสารคดี โคลง กลอน อย่างไรก็ตาม ทั้ง "วชิรญาณ" และ "วชิรญาณพิเศษ" ก็ต้องหยุดจำหน่ายในปี พ.ศ. 2437 เพราะไม่ได้รับความนิยมจากประชาชนเท่าที่ควร

พ.ศ. 2440-2441 ก.ศ.ร. กุหลาบ ได้ออกหนังสือพิมพ์ "สยามประเพณีสุนทโรวาทพิเศษ" เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือน เสนอข่าวสารความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี และเสนอแนวความคิดเพื่อยกระดับสังคม ซึ่งนับเป็นการเบนเนื้อหาไปสู่ประชาชนทั่ว ๆ ไป หนังสือพิมพ์ประเภทเดียวกันนี้ได้ออกตามมาอีก คือ "ตุลยวิภาคพจนกิจ" ออกระหว่าง พ.ศ. 2443-2449 และ "ศิริพจนภาค" ออกระหว่าง พ.ศ. 2450-2451 ซึ่งหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับดังกล่าว มี เทียนวรรณ หรือ ต.ว.ส. วรรณภาโก เป็นเจ้าของและบรรณาธิการ โดยเสนอเนื้อหาที่มุ่งจะให้ประชาชนได้รับรู้การปฏิบัติงานของรัฐบาล และได้เสนอแนะรัฐบาลให้ปรับปรุงประเทศให้เจริญ

ในปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว คือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2450 มีการออกหนังสือพิมพ์รายวันเพิ่มขึ้นอีกหลายฉบับ เช่น "หนังสือพิมพ์สาราราชฎร" "หนังสือพิมพ์ไทย" "กรุงเทพเคลิเมลล์" และ "จีนโนสยามวารศัพท์" พอถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) กิจการด้านหนังสือพิมพ์ก็เจริญขึ้นอย่างรวดเร็ว จำนวนหนังสือพิมพ์ที่ออกเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายทศ รายปักษ์ รายเดือน ทั้งภาษาไทย จีน อังกฤษเพิ่มมากขึ้น

มีหนังสือพิมพ์ "สยามสมัย" "ดุสิตสมัย" "สยามราชฎร" "ประชาโลกา" "สยามลักชี" "ยามาโต" "บางกอกการเมือง" "ข่าวสด" "สารนคร" และ "มอร์นิ่งโพสต์"

รูปเล่มและเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ในยุคที่สามัญชนเป็นผู้จัดทำมีลักษณะต่างจากยุคที่ดำเนินการโดยเจ้านายในราชวงศ์ กล่าวคือ ได้เปลี่ยนจากขนาด 8 หน้ายกเดิมมาเป็น 4 หน้ายก (ขนาดของหนังสือพิมพ์ปัจจุบัน) โดยมีจำนวนตั้งแต่ 1-16 หน้า มีการแบ่งคอลัมน์ มีการลงโฆษณาแจ้งความ มีการพาดหัวข่าวให้น่าสนใจ และมีการแข่งขันกันระหว่างผู้จัดทำหนังสือพิมพ์ด้วย ส่วนเนื้อหาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองความต้องการของประชาชนทั่ว ๆ ไปเป็นหลัก

พ.ศ. 2468-2475 มีหนังสือพิมพ์ออกใหม่มากมาย เนื้อหาสาระก็ได้รับการพัฒนาโดยการเพิ่มความสนใจในเรื่องเศรษฐกิจและการเมืองมากขึ้น หนังสือพิมพ์เด่น ๆ ในช่วงนี้ก็มี "บางกอกการเมือง" "10 ธันวาคม" "เกาะเหล็ก" "ไทยใหม่" "หลักเมือง" "ไทยหนุ่ม" และ "ศรีกรุง" เนื้อหาของหนังสือพิมพ์เหล่านี้เป็นข่าวสารในทางที่จะยกยกระดับสภาพสังคมขณะนั้นทั้งสิ้น

สมัยจอมพลถนอม กิตติขจร สภาพแวดล้อมทางการเมืองเริ่มเปลี่ยนแปลงไป รัฐบาลไม่มี

นโยบายที่แน่นอนเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์จึงเริ่มเติบโตขึ้นมาในลักษณะที่แข็งแกร่งกว่า จนถึงขนาดรุกเข้าประชิดอย่างได้ผล รัฐบาลตกเป็นเป้าที่ไม่น่าไว้วางใจต่อประชาชน มีการใช้สิทธิ์ของการเป็นคนหนังสือพิมพ์ทำมาหากิน หาผลประโยชน์ให้ตนเอง นักคอลัมนิสต์ประเภทข่าวสังคมยกย่องเทิดทูนคนมีเงิน ชาวเริ่มเป็นประเภทไร้สาระและคละเคล้าโลกีย์ มีการถืออภิสิทธิ์ของการเป็นนักข่าว เรียกได้ว่าวงการหนังสือพิมพ์และเทะมากระยะนั้น จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์ 14 ตุลา หนังสือพิมพ์หลายฉบับถูกสั่งปิด การถืออภิสิทธิ์และการใช้ปากกาหาผลประโยชน์ก็ลดลง (สุกัญญา ตีรวนิช 2526 : อ้างถึงใน สฤณา วารุณกุล 2527 : 1)

เมื่อเหตุการณ์ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 ผ่านพ้นไปแล้ว เสรีภาพของหนังสือพิมพ์ได้ขยายขอบเขตกว้างขวางขึ้น ศาสตราจารย์ สฤณา ธรรมศักดิ์ นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้นได้ยินยอมให้มีหนังสือพิมพ์ออกใหม่หลายฉบับ เช่น "ประชาชาติ" "ไทยเคส์" "ดาวสยาม" "เสียงปวงชน" "อติปัตย์" "รายวันบันเทิง" เป็นต้น ฝ่ายประชาชนก็มีความตื่นตัวในข่าวสารบ้านเมืองมากขึ้น โดยเริ่มพิจารณาเนื้อหาของข่าวที่หนังสือพิมพ์นำมาเสนอ และเริ่มมีปฏิกริยากับหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวบิดเบือนไปจากความจริง นอกจากนี้ ในช่วงนี้หนังสือพิมพ์เองก็พากันให้ความสนใจในเหตุการณ์ที่กระทบกระเทือนต่อผลประโยชน์ของประชาชนมากขึ้น อาทิ เช่น ข่าวกรณีบ้านนาทราย ข่าวจลาจลที่พลับพลาไชย ข่าวกรรมกรประท้วง และข่าวการเรียกร้องของประชาชน ชาวไร่ ชาวนา เป็นต้น

ความหมายของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ คือ สิ่งพิมพ์ที่ออกตามระยะเวลาที่กำหนดติดต่อกันไปเป็นลำดับ มีลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่ จำนวนหลายแผ่นพับได้ มีจุดมุ่งหมายในการเสนอข่าวสารและสิ่งที่น่าสนใจทั่วไป (Carter 1956 : 637)

หนังสือพิมพ์รายวัน คือ หนังสือพิมพ์ที่ออกจำหน่ายสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน มักจะพิมพ์ในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่ ๆ ลงข่าวทุกชนิด เช่น ข่าวธุรกิจ ข่าวในประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง เป็นต้น โดยข่าวที่นำมาลงต้องเป็นข่าวสด ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันนั้นหรืออย่างช้าไม่เกิน 2-3 วัน (Adams 1959 : 29)

ตาม พ.ร.บ. การพิมพ์พุทธศักราช 2484 มาตรา 4 ได้ให้คำจำกัดความของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า "หนังสือพิมพ์" หมายถึงสิ่งพิมพ์ซึ่งมีชื่อจำหน่ายเช่นเดียวกันและออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไป มีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม มีข้อความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม (สุรัตน์ นุ่มนนท์ 2523 : 1)

วัตถุประสงค์ของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ

1. เพื่อให้ข่าวสาร (to inform) วัตถุประสงค์นี้นับได้ว่าเป็นวัตถุประสงค์ขั้นมูลฐานของหนังสือพิมพ์ หน้านี้เป็นหน้าที่หลักจะสังเกตได้จากชื่อที่ใช้อยู่ คือเมื่อก่อนเราเรียกหนังสือพิมพ์ว่า "หนังสือข่าว" ซึ่งแปลมาตรง ๆ จากคำว่า newspaper
2. เพื่อให้ความบันเทิง (to entertain) นับได้ว่าวัตถุประสงค์นี้เป็นวัตถุประสงค์รองที่ต้องสอดคล้องกับความบันเทิงไว้ด้วยเพราะหนังสือพิมพ์ต้องการผ่อนคลายสมองของผู้อ่านที่เครียดกับการรับข่าวสารมาแล้ว
3. ให้ข้อคิดเห็น (to give opinions) ผู้อ่านต้องการฟังความคิดเห็นของผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับข่าวสารมากกว่าตน คือ หนังสือพิมพ์ โดยถือว่าความคิดเห็นของบรรณาธิการ ความเห็นในคอลัมน์เป็นเสมือนแนวทาง (opinion to hold) ซึ่งผู้อ่านอาจจะเห็นด้วยกับหนังสือพิมพ์ หรืออาจจะเห็นแตกต่างไปอย่างอื่น เมื่อเขาได้ข้อเท็จจริงมาเพิ่มเติมแล้ว (ประชัน วัลลิโก 2523 : 16-17)

หน้าที่ของหนังสือพิมพ์

Edmund C. Arnold (1956 : 1) เสนอว่าหน้าที่ของหนังสือพิมพ์คือการกระจายข่าวสารให้แก่ประชาชน สิ่งที่หนังสือพิมพ์ควรปฏิบัติคือ

1. ให้ข่าว
2. แปลความหมายของข่าว
3. ชักชวนผู้อ่าน
4. บริการบันเทิง

ซึ่ง Edgar Dale (1941 : 19-28) มีความเห็นสอดคล้องกับ Edmund C. Arnold ว่าหนังสือพิมพ์ควรจะปฏิบัติดังนี้

1. หนังสือพิมพ์จะต้องรายงานข่าวอย่างถูกต้องตามความเป็นจริง และเป็นข่าวที่น่าสนใจ มีความสมบูรณ์ในเนื้อหา ให้ข่าวสารตรงกับเนื้อหา และไม่สั้นจนไม่รู้เรื่อง
2. หนังสือพิมพ์จะต้องทำหน้าที่แปลความหมายของข่าว เช่น การลงข่าวว่าสหรัฐอเมริกา

ยกเลิกมาตรฐานทองคำใน ค.ศ. 1933 (พ.ศ. 2476) หนังสือพิมพ์ต้องให้ความหมายหรืออธิบายให้ผู้อ่านทราบว่า มาตรฐานทองคำ คืออะไร และมีความเป็นมาอย่างไร

3. หนังสือพิมพ์จะต้องเสนอความคิดเห็นที่เชื่อถือได้ มีเหตุผล มีหลักฐาน และมีความเป็นกลาง เพื่อประกอบ

4. หนังสือพิมพ์ต้องช่วยชุมชนให้สามารถดำเนินธุรกิจได้โดยสะดวก เช่น การโฆษณาต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนทราบว่าซื้ออะไรได้ที่ไหน และหนังสือพิมพ์จะต้องพิจารณาด้วยว่าโฆษณาใดควรจะโฆษณาหรือไม่ และบทความใดไม่ควรโฆษณา หนังสือพิมพ์ไม่ควรเห็นแก่รายได้เพียงอย่างเดียว

5. หนังสือพิมพ์ช่วยผู้อ่านในด้านธุรกิจ การงาน การสนทนา การครอบครัว และปัญหาอื่น เช่น คอลัมน์สุขภาพอนามัย การวิจารณ์ละคร ภาพยนตร์ เป็นต้น

6. หนังสือพิมพ์ให้ความบันเทิงเพื่อให้อ่านได้พักผ่อนอารมณ์ เช่น การ์ตูนต่าง ๆ เรื่องขบขัน เรื่องสั้น นวนิยาย เป็นต้น

Seymour-Ure (1968 : 15-19) กล่าวถึงหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ว่า

1. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางการติดต่อระหว่างรัฐบาลและประชาชน มีหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารและความคิดเห็นสู่กันและกัน ชี้ให้ผู้อ่านเห็นว่ามิอะไรเกิดขึ้นบ้างในสังคม และรัฐบาลสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ในกรณีใดบ้าง

2. หนังสือพิมพ์มีหน้าที่รักษา (Guardian) ผลประโยชน์ของประชาชนโดยการตรวจสอบพฤติกรรมของนักการเมืองให้กระทำหน้าที่ส่วนรวมอย่างแท้จริง

3. หนังสือพิมพ์มีหน้าที่สร้างประชาชาติ โดยการแสดงข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศ มีความเห็นเป็นของตนเองและมุ่งความสนใจไปยังเรื่องที่เหมาะสม

Frank w. Rucher (1968 : 5-6) กล่าวว่า หนังสือพิมพ์มีบทบาทต่อสังคม คือ

1. ทำหน้าที่แถลงการณ์โดยเสนอข้อเท็จจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน
2. ให้สาระสำคัญของข่าวสาร โดยอาจมีภาพประกอบความเข้าใจได้
3. สร้างประชาชาติโดยการกระตุ้นให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นลงในหนังสือพิมพ์
4. เผยแพร่ชุมชนของคนต่อโลกภายนอกและชี้ให้เห็นข้อบกพร่องและข้อควรแก้ไขของชุมชน
5. ป้องกันและเหนี่ยวรั้งการกระทำที่ผิดจากวิถีทางประชาธิปไตย
6. ให้การศึกษาแก่ผู้อ่านด้วยการให้ความรู้ในด้านต่าง

เธออดอร์ ทีเตอร์สัน ได้กล่าวถึงความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ตามทฤษฎีอิสรภาพนิยมว่าหนังสือพิมพ์มีภาระ 6 ประการคือ

1. สนับสนุนระบบการเมืองด้วยการเสนอข่าวสาร การอภิปราย และโต้แย้งเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของส่วนรวม
2. เพื่อพูนสติปัญญาของสาธารณชนเพื่อให้มีความสามารถปกครองตนเอง
3. ปกป้องสิทธิต่าง ๆ ของปัจเจกชนด้วยการทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมรัฐบาล
4. สนับสนุนระบบเศรษฐกิจ สำหรับข้อนี้หน้าที่ที่สำคัญที่สุดของหนังสือพิมพ์ก็คือการจัดให้ผู้อ่านและผู้ขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้มาพบกันด้วยการใช้สื่อในการโฆษณา
5. ให้ความบันเทิง
6. รักษาฐานะในทางการเงินของตนเองให้มั่นคงพอที่จะได้เป็นเสรีจากความคิดค้นต่าง ๆ ของบรรดากลุ่มผลประโยชน์ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ (ทีเตอร์สัน อ้างใน เกษม ศิริสัมพันธ์ 2513 : 58)

ลักษณะของหนังสือพิมพ์

1. หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ (The Quality Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่สนองตอบความพอใจด้านความรู้ ความคิดของผู้อ่านในระยะยาว เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง การปกครอง สังคม เศรษฐกิจ ในด้านข่าว บทความ ความคิดเห็น ตั้งอยู่บนความเป็นจริง ข้อเท็จจริง การอธิบายเบื้องหลังข่าว ประเด็นข่าว เขียนถูกต้องตามหลักวิชาการ การจัดวางรูปแบบไม่เน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นพวกปัญญาชน และเป็นนักวิชาชีพที่สนใจการเมืองการปกครอง การบริหารบ้านเมืองของรัฐบาล

2. หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งปริมาณ (The Quantity Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่สนองตอบความต้องการความผ่อนคลายอารมณ์ของผู้อ่านทันที เนื้อหาข่าวเกี่ยวกับความสนใจของมนุษย์ (human interest) ข่าวบันเทิง ข่าวอาชญากรรม ข่าวคินเคินเร้าอารมณ์ ข่าวการเมืองที่ไม่หนักเกินไป การจัดวางรูปแบบเน้นให้สะดุดตาคนอ่าน การพาดหัวข่าวเร้าความสนใจ ด้วยตัวอักษรใหญ่ ๆ สารส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับมนุษย์ ผู้อ่านเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศและผู้ประกอบอาชีพพวกช่าง (Seymour 1968 : 308)

สำหรับประเทศไทยมีหนังสือพิมพ์รายวันจำหน่ายทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่น ๆ อยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ไทยรัฐ เคลินิวส์ สยามรัฐ มติชน บ้านเมือง เคลิมิเรอร์ คาวสยาม

แนวหน้า ข่าวพาณิชย์ ข่าวสด สยามกลาง มาตุภูมิ ซึ่งอาจแบ่งหนังสือพิมพ์ออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. หนังสือพิมพ์รายวันประเภทคุณภาพ ((Quality Newspapers) (สุกัญญา ตีระวนิช 2526 : 30) เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่ประกอบด้วยข่าวและบทความประเภทหนักสมองหรือประเภทที่ผู้อ่านได้รับความพอใจช้า (hard news หรือ delay-reward news) ได้แก่ ข่าวหรือบทความที่ต้องใช้ความอดทนความเข้าใจมากพอสมควร และมีผลให้ความรู้ความคิดแก่ผู้อ่านในระยะยาว เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวธุรกิจ เป็นต้น หนังสือพิมพ์ที่จัดเข้าเป็นประเภทคุณภาพได้แก่ สยามรัฐ มติชน (สุกัญญา 2526 : 43) มาตุภูมิ (รจิตลักษณ์ แสงอุไร 2525 : 129)
2. หนังสือพิมพ์รายวันประเภทประชานิยม หรือประเภทเชิงปริมาณ (Popular Newspapers) (สุกัญญา ตีระวนิช 2526 : 31) เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่ประกอบด้วยข่าวหรือบทความประเภทเบาสมองหรือประเภทที่ผู้อ่านได้รับความพอใจทันที (soft news หรือ immediate-reward news) ซึ่งได้แก่ ข่าวที่สนองความพอใจทางอารมณ์แก่ผู้อ่านในขณะที่อ่าน เช่น ข่าวที่ก่อให้เกิดความตื่นเต้น หวาดเสียว สนุกสนาน ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวสังคม ข่าวอาชญากรรม เป็นต้น หนังสือพิมพ์ประเภทนี้มีผู้นิยมอ่านมาก ยอดจำหน่ายสูง มีนโยบายให้อ่านเพื่อผ่อนคลาย และก่อให้เกิดความรู้สึกทางอารมณ์ได้มา หนังสือพิมพ์ที่จัดเข้าเป็นประเภทนี้ได้แก่ ไทยรัฐ คาวสยาม (สุกัญญา ตีระวนิช 2526 : 43) เดลินิวส์ (รจิตลักษณ์ 2525 : 131)
3. หนังสือพิมพ์รายวันประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีลักษณะเนื้อหาผสมผสานกันระหว่างหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพและหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม ได้แก่ บ้านเมือง แนวหน้า (บุญเลิศ ศุภคิลก 2527 : 83)

การดำเนินงานหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นองค์การธุรกิจอย่างหนึ่ง การดำเนินงานทั่วไปประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ฝ่าย คือ

1. ฝ่ายจัดการ
2. ฝ่ายการพิมพ์
3. ฝ่ายบรรณาธิการ

ส่วนของการดำเนินงานนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของหนังสือพิมพ์ สำหรับหนังสือพิมพ์ขนาดเล็กมีจำนวนเจ้าหน้าที่น้อย อย่างหนังสือพิมพ์ส่วนภูมิภาค ส่วนมากจะแบ่งงานออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่าย

บรรณาธิการและฝ่ายพิมพ์ โดยมีผู้รับผิดชอบงานทั้งสองฝ่ายเป็นบุคคลเดียวกัน ถ้าเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ การแบ่งงานอาจจะต้องประกอบด้วยส่วนใหญ่ทั้งสามส่วนเลยทีเดียว

ฝ่ายจัดการ

ฝ่ายจัดการมีผู้จัดการรับผิดชอบงานทั้งหมด หน้าที่สำคัญของฝ่ายจัดการของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ด้านการจัดจำหน่ายการโฆษณา การบัญชี การบริหารงานบุคคล สถานที่ การจัดการและการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์

ฝ่ายการพิมพ์

ฝ่ายการพิมพ์ มีหน้าที่ดำเนินการทุกชนิดเกี่ยวกับการพิมพ์หนังสือพิมพ์ เช่น หน่วยจัดทำวัสดุและจัดการโรงพิมพ์ การเรียงพิมพ์ ทำแม่พิมพ์ ภาพ และหน้าพิมพ์แทนพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

ฝ่ายบรรณาธิการ

ฝ่ายบรรณาธิการหรือฝ่ายข่าว (Editorial หรือ News) มีหน้าที่รับผิดชอบในฝ่ายบรรณาธิการมีหลายตำแหน่งและอาจเรียกชื่อต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับเป็นสำคัญ (พ.ร.บ.การพิมพ์ 2484 อ้างถึงใน สุรัตน์ นุ่มนนท์ 2523 : 2)

- บรรณาธิการใหญ่ (Editor บางครั้งเรียกว่า Editor in Chief) เป็นผู้รับผิดชอบหนังสือพิมพ์ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ หนังสือพิมพ์บางฉบับมีบรรณาธิการเจ้าของผู้พิมพ์ ผู้โฆษณาเป็นบุคคลเดียวกัน บรรณาธิการมีหน้าที่ทั่วไปในการควบคุมการออกหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น 'และมีหน้าที่เฉพาะในการควบคุมหน้าบรรณาธิการ เขียนบทบรรณาธิการ เป็นผู้แทนหนังสือพิมพ์ในงานต่าง ๆ เป็นต้น

- บรรณาธิการบริหาร (Managing editor) หัวหน้ากองบรรณาธิการ บรรณาธิการมีหน้าที่มอบหมายงานประจำวันของฝ่ายบรรณาธิการ เช่น ข่าว บทความ โดยทำหน้าที่ควบคุมบรรณาธิการฝ่ายต่าง ๆ

หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับอาจจะแบ่งย่อยฝ่ายต่าง ๆ เป็น

1. บรรณาธิการข่าวท้องถิ่น
2. บรรณาธิการข่าวกีฬา

3. บรรณาธิการข่าวต่างประเทศ
4. บรรณาธิการข่าวสังคมธุรกิจ
5. บรรณาธิการจัดหน้า
6. บรรณาธิการภาพ
7. บรรณาธิการฝ่ายศิลป์
8. บรรณาธิการตรวจแก้ต้นฉบับ
9. บรรณาธิการพิสูจน์อักษร
10. บรรณาธิการข่าวภูมิภาค
11. บรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ (ชวรัตน์ เชิดชัย 2521 : 11-13)

ตาม พ.ร.บ. การพิมพ์พุทธศักราช 2484 มาตรา 4 ได้ให้คำจำกัดความของบรรณาธิการไว้ว่า "บรรณาธิการ" หมายถึง บุคคลซึ่งรับผิดชอบในการจัดทำ ตรวจแก้ คัดเลือก หรือควบคุมบทประพันธ์หรือสิ่งอื่นในหนังสือพิมพ์

จะเห็นได้ว่าบุคคลประเภทนี้ (บรรณาธิการฝ่ายต่าง ๆ หรือผู้ควบคุมหน้าต่าง ๆ โดยเฉพาะบรรณาธิการข่าวท้องถิ่น ข่าวกีฬา ข่าวสังคม ข่าวการศึกษา ข่าวธุรกิจ) เป็นบุคคลที่มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับนักประชาสัมพันธ์ เพราะว่าเป็นผู้ที่พิจารณาคัดเลือกว่า ภาพใด ข่าวใด ควรจะพิมพ์หรือไม่พิมพ์เผยแพร่ โดยพิจารณาจากความสำคัญของข่าว หรือข่าวที่ได้จัดทำมาอย่างถูกต้องได้มาตรฐาน

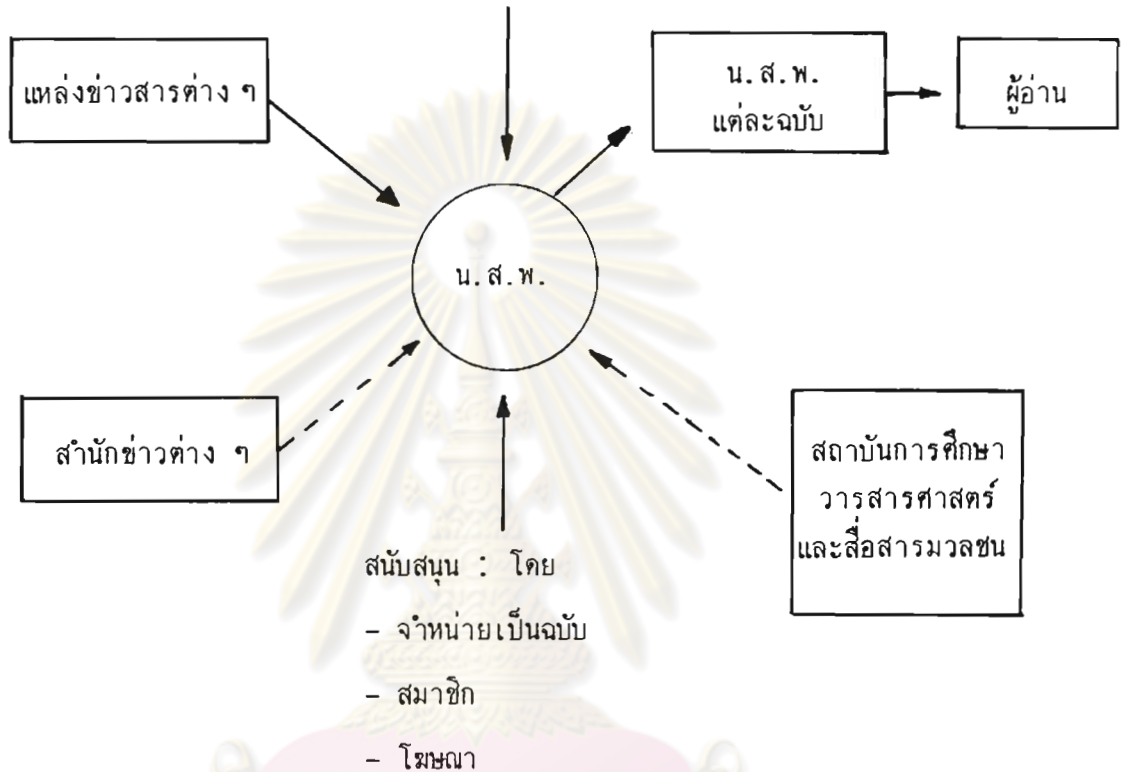
ผู้สื่อข่าว หรือนักข่าว

ผู้สื่อข่าว หรือนักข่าว เป็นสมาชิกในกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ มีหน้าที่ทำและเขียนข่าวจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ประจำวันในหนังสือพิมพ์ นักข่าวอาจจะเป็นนักข่าวประจำท้องถิ่นต่าง ๆ หรือเป็นนักข่าวที่สำนักงานกลางส่งออกไปก็ได้

โครงสร้างทั่วไปของหนังสือพิมพ์ (ชวรัตน์ เขิกชัย 2527 : 109)

ควบคุม : โดย

- พ.ร.บ.การพิมพ์ 2484
- ปร.42
- เจ้าพนักงานการพิมพ์
- จรรยาบรรณวิชาชีพ



เนื้อหาในหนังสือพิมพ์

โดยทั่วไป เนื้อหาของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยสำคัญอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างประกอบกัน คือ

1. ความรับผิดชอบในวิชาชีพของหนังสือพิมพ์ ได้แก่ความตระหนักในภาระหน้าที่ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชน โดยมีหน้าที่จะให้ความรู้ ความบันเทิง การศึกษา และข่าวสารแก่ผู้อ่าน
 2. จุดประสงค์ ความต้องการ ความสนใจที่ผู้อ่านต้องการจากหนังสือพิมพ์
 3. ผู้พิมพ์โฆษณา เจ้าของหรือนายทุนซึ่งตั้งหนังสือพิมพ์ขึ้นมาเพื่อเหตุผลทางด้านธุรกิจ
- คือ การแสวงหาผลกำไร (ชวรัตน์ เขิกชัย 2527 : 123)

เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ประกอบด้วย

1. ข่าว (News) เป็นเนื้อหามูลฐานของหนังสือพิมพ์ มีความสำคัญต่อหนังสือพิมพ์มาก สมัยก่อนหนังสือพิมพ์มีการแข่งขันกันน้อย มักจะเสนอเนื้อหาข่าวสารส่วนใหญ่เกี่ยวกับ การเมือง อาชญากรรม เป็นต้น แต่ปัจจุบันหนังสือพิมพ์แข่งขันกันมาก จึงมีการเน้นเนื้อหาด้านสารบันเทิง เพื่อให้สามารถแข่งกับสื่อมวลชนอื่น ซึ่งช่วยให้หนังสือพิมพ์มียอดขายที่สูงขึ้นและมีความหนามากขึ้น

ข่าว

ก. ความหมายของข่าว

"ข่าว คือ การรายงานเหตุการณ์ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อเร็ว ๆ นี้" (Webster-Merriam Dictionary, N.Y. : Pocket Books, 1974)

"ข่าว หมายถึง ความสัมพันธ์ต่าง ๆ ระหว่างมนุษย์และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยมิได้คาดหมายมาก่อน อันทำให้เป็นที่น่าตื่นเต็น" (Crump, Spencer : หน้า 55)

"ข่าว คือ การรายงานอย่างทันทั่วที่ เกี่ยวกับทุกสิ่งทุกอย่าง ซึ่งมนุษย์สนใจ และข่าวที่ดีที่สุดคือข่าวซึ่งผู้อ่านส่วนใหญ่สนใจ" (Bond, F.Fraser : หน้า 79)

สรุปความหมายของข่าว คือ การรายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวอันเป็นที่น่าสนใจของประชาชน

นอกจากนั้น มีผู้ให้ความหมายของข่าวแตกต่างจากที่กล่าวมานี้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดของความเป็นข่าวควรมีอย่างน้อย 2 ประการ คือ

1. เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง หมายถึงข่าวจะต้องมาจากสถานการณ์ ข้อเท็จจริง สิ่งของ หรือความคิดเห็นที่เกิดขึ้นจริง ๆ แต่ข้อเท็จจริงทุกอย่างอาจจะไม่เป็นที่สนใจเสมอไป

2. ข่าวจะต้องน่าสนใจ ความน่าสนใจของข่าวจะมีปริมาณไม่เท่ากัน และจะแตกต่างกันไปตามชนิดของเรื่อง นอกจากนั้น ข้อเท็จจริงทุกอย่างก็อาจจะไม่เป็นที่สนใจเสมอไป เช่นเดียวกัน องค์ประกอบสำคัญ ๆ ซึ่งทำให้คนสนใจในข่าว มีหลายประการดังต่อไปนี้

- ความใหม่สด
- ความใกล้ชิด
- ผลกระทบจากข่าว
- ความเด่น (บุคคล สถานที่ สิ่งของ ฯลฯ)

- ความผิดปกติ
- ความขัดแย้ง
- เรื่องเกี่ยวกับเพศ
- เรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ หรือสัญชาตญาณของมนุษย์และสัตว์
- ความก้าวหน้า
- การค้นพบและการประดิษฐ์สิ่งใหม่

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นอีก ได้แก่

- นโยบายของหนังสือพิมพ์ นโยบายจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความสำคัญของข่าวของหนังสือพิมพ์ แนวความคิดทางการเมือง ความเชื่อถือทางศาสนา ทัศนคติของเจ้าของหรือบรรณาธิการเกี่ยวกับเรื่อง ก็มีส่วนทำให้คุณค่าของข่าวเปลี่ยนไป
- ชนิกของผู้อ่าน ผู้อ่านส่วนใหญ่ซึ่งอ่านหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ มีอิทธิพลต่อการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์นั้น ๆ
- ความรวดเร็ว การเสนอข่าวอย่างทันท่วงที่ทำให้ข่าวมีคุณค่าของข่าวมากขึ้น ข่าวทุกข่าวที่ได้มาขณะนั้น จะต้องเสนอโดยพิจารณาถึงการแข่งขันกับหนังสือพิมพ์อื่นด้วย
- ปริมาณเนื้อที่ที่หนังสือพิมพ์ใช้สำหรับลงข่าว
- การลงพิมพ์ข่าว ข่าวและข้อเท็จจริงซึ่งลงพิมพ์ไปบ้างแล้ว คุณค่าของข่าวย่อมจะค่อย ๆ ลดลงตามลำดับ
- การตรวจข่าวก่อนพิมพ์ การตรวจข่าวซึ่งกระทำโดยเจ้าพนักงานการพิมพ์ หรือคณะบุคคลอื่นได้ผู้มีอำนาจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามสงครามหรือสถานการณ์อื่นที่จำเป็น ต้องกำหนดให้มีการตรวจข่าวหรือเนื้อเรื่องอื่นใดก่อนลงพิมพ์ มีอิทธิพลต่อการเสนอข่าวข้อเท็จจริงและความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์นั้น

ข. ระดับของข่าว

ข่าวมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกัน ตามหลักวิชาการสื่อข่าวให้ระดับของข่าวเป็น 2 ระดับคือ ข่าวหนัก (Hard news) และ ข่าวเบา (Soft news)

ข่าวประเภทหนัก (Hard news) หรือข่าวคุณภาพเป็นข่าวที่มุ่งให้เนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ในการเรียนรู้เหตุการณ์เรื่องราวต่าง ๆ ต่อผู้อ่าน ซึ่งไม่มีผลกระทบกระเทือนในการ

เรื่องเร้าอารมณ์ของผู้อ่าน เช่น

- ข่าวการเมือง การบริหารของรัฐบาล หมายถึงข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริหารประเทศ เรื่องราวบุคคลสำคัญทางการเมือง ตลอดจนการเคลื่อนไหวทางการเมือง
- ข่าวเศรษฐกิจ หมายถึง ข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจการค้าและการพาณิชย์ต่าง ๆ
- ข่าวการศึกษา วัฒนธรรม และศาสนา หมายถึง ข่าวสารเกี่ยวกับกิจการทางการศึกษา และความเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมและศาสนา

ข่าวประเภทข่าวเบา (Soft news) หรือข่าวประเภทปริมาณ จะเน้นข่าวอาชญากรรม และข่าวบันเทิง และเป็นข่าวที่เน้นการเร้าอารมณ์หรือความรู้สึกให้คล้อยตาม เช่น

- ข่าวอาชญากรรม หมายถึง ข่าวการทำความผิดทางกฎหมาย เช่น ลักทรัพย์ ปล้นฆ่า ช่มชู้ ฯลฯ
- ข่าวกีฬา หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับกิจกรรมการเคลื่อนไหวในวงการกีฬา
- ข่าวบันเทิง หมายถึง ข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมการเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง

(ชวรัตน์ เชิดชัย 2521 : 1-3)

ก. คุณภาพของข่าว

การรายงานข่าวที่มีคุณภาพต้องมียุทธศาสตร์ประกอบดังนี้

- ความถูกต้อง ข้อเท็จจริงในข่าวจะต้องมีความถูกต้อง เช่น ชื่อ วัน เดือน ปี อายุ หรือที่อยู่ และรายละเอียดอื่น ๆ ของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น
- ความสมดุลย์ หมายถึง การเลือกและการจัดรวบรวมข้อเท็จจริงเข้าด้วยกันอย่างสมบูรณ์ เพื่อให้ข่าวมีความพอดีในแง่ของการนำเสนอและรวมทั้งการให้ความสำคัญต่อเนื้อหาของข่าวทั้งหมด
- ความเที่ยงตรง การรายงานข่าวจะต้องกระทำด้วยความเที่ยงธรรมเสมอ ไม่ควรรายงานข่าวตามทัศนะของบุคคลที่มีอคติ แต่ต้องเป็นการรายงานข่าวตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง
- ความกระชับรัด การเขียนข่าวควรให้สั้นกระชับรัด และมีความชัดเจนใช้คำและภาษาง่าย ๆ เป็นที่เข้าใจได้โดยทั่วไป
- ความใหม่สด เวลาเป็นเรื่องสำคัญของการเสนอข่าว ผู้อ่านย่อมอ่านข่าวที่ตนเองมีความสนใจและข่าวนั้นหันต่อเหตุการณ์ (ชวรัตน์ เชิดชัย 2521 : 9-10)

2. บทบรรณาธิการ และคอลัมน์

เป็นความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับสถานการณ์ หรือ เรื่องที่เป็นข่าวขณะนั้น บทบรรณาธิการเป็นเสมือน "เสียง" ของหนังสือพิมพ์นั้น ๆ สามารถดำเนินลีลาของคนได้อย่างอิสระ และวิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างกว้างขวาง ไม่มีนามปกกาของผู้เขียน

ส่วนคอลัมน์ คือ บทความหรือข้อเขียนเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ลงพิมพ์เป็นประจำในหนังสือพิมพ์ มักใส่นามปกกาไว้ด้วย และผู้วิจารณ์จะต้องใส่ท่าที และความคิดเห็นของเขาลงในคอลัมน์นั้น ๆ ด้วย (วัฒนา พุทธาณูรางนนท์ 2521 : 41-42)

3. บทความและสารคดี บันเทิงคดี

บทความ สารคดี และบันเทิงคดี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเนื้อหาหนังสือพิมพ์ เนื้อหาประเภทนี้จะลงกละไปกับข่าวตลอดทั้งฉบับ เป็นการเพิ่มเติมเนื้อหาให้ผู้อ่านนอกเหนือจากข่าว เนื้อหาประเภทนี้จะมีน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ ประเภทและนโยบายของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ เป็นสำคัญ (มนต์ชัย นินนาทนนท์ 2527 : 41)

เนื้อที่หนังสือพิมพ์ (รจิตลักษณ์ แสงอุไร 2525 : 127)

หนังสือพิมพ์รายวันส่วนใหญ่มีจำนวนหน้า 16 หน้า ขนาดของหน้ากระดาษ คือ 13" × 21" โดยทั่วไป มีการจัดแบ่งเนื้อหาต่าง ๆ ดังนี้

ในประเทศ/ทั่วไป	3 หน้า
ต่างประเทศ	1 หน้า
การศึกษา/วิทยาศาสตร์	1 หน้า
ต่างจังหวัด	1 หน้า
กีฬา	2 หน้า
สังคม	1 หน้า
บันเทิง/ภาพยนตร์	1 หน้า
ธุรกิจ/เศรษฐกิจ	2 หน้า
สตรี/แฟชั่น	1 หน้า
โฆษณา	3 หน้า
รวม	16 หน้า

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างนักประชาสัมพันธ์กับ นักหนังสือพิมพ์

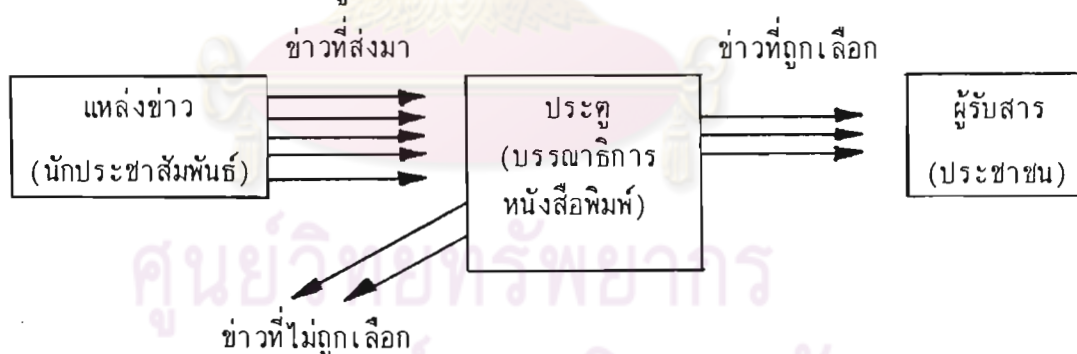
ทฤษฎีที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงกระบวนการส่งสารจากนักประชาสัมพันธ์ไปยังหนังสือพิมพ์ และหนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่ในการพิจารณาคัดเลือกข่าวที่จะพิมพ์ เผยแพร่ประชาชน โดยอาศัยหลักความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสาร

แบบจำลองผู้เฝ้าประตู (พีระ จิโรโสภณ 2529 : 624-625)

แนวความคิดนี้มาจากข้อเขียนของ เค เลวิน (1947) ว่าข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อันประกอบด้วยบริเวณประตูซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้หรือวินิจฉัยโดยผู้เฝ้าประตูว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปได้อย่างไรบ้าง

ดี เอ็ม ไวท์ (White, D.M., 1950) ใช้แนวผู้เฝ้าประตูในการศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกันฉบับหนึ่ง ซึ่งกิจกรรมการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู

ซึ่งจากแบบจำลองผู้เฝ้าประตูสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารของนักประชาสัมพันธ์ไปยังหนังสือพิมพ์สู่ประชาชนได้ดังนี้



แบบจำลองผู้เฝ้าประตูของ ดี เอ็ม ไวท์ (1950)

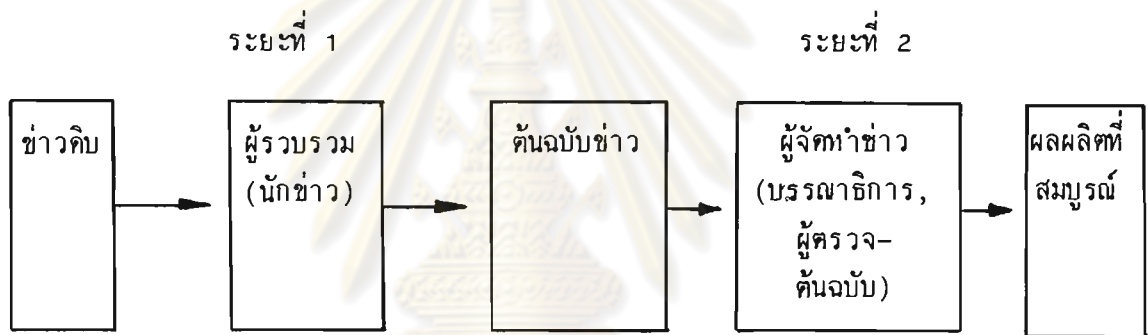
แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่าจากแหล่งข่าว (นักประชาสัมพันธ์) จะส่งข่าวสารมากมายหลายชิ้นมายังหนังสือพิมพ์ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์ ส่วนอีกหลายชิ้นก็อาจถูกโยนทิ้งตะกร้า ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้อาจจะถูกคัดแต่งให้เหมาะกับเวลา เนื้อที่หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังประชาชนผู้อ่าน

แต่ในสภาพความเป็นจริงจะมีลักษณะที่ซับซ้อนกว่า เช่น ข่าวที่ส่งมานั้นถูกกลั่นกรองคัดเลือกมาจากนักข่าว เป็นหนึ่งขั้นตอนก่อน หลังจากนั้นก็ผ่านการคัดเลือกจากบรรณาธิการอีกขั้นตอนก่อนจะมีการพิมพ์ถึงประชาชน ซึ่งเป็นการกระทำสองขั้นตอน

นักประชาสัมพันธ์ → นักข่าว → บรรณาธิการ → ผู้รับสาร (ประชาชน)

แบบจำลอง "การกระทำสองครั้ง" (สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล 2528 : 204-205)

เป็นแบบจำลองที่ แมส (1969) ปรับปรุงมาจากแบบจำลองผู้เฝ้าประตู โดยแสดงถึงกระบวนการเคลื่อนไหวของข่าวสารที่เกิดขึ้นในองค์กรข่าว และชี้ให้เห็นว่ากระบวนการนั้นแบ่งได้เป็น 2 ระยะ คือระยะรวบรวมข่าว และกระบวนการจัดทำข่าว ดังแผนภูมिนี้



การรวบรวมข่าวและกระบวนการจัดทำข่าวเป็นส่วนที่แยกจากกันของการผลิตข่าว

ขั้นตอนแรกผู้รวบรวมข่าว (นักข่าว) จะทำ "ข่าวดิบ" (อันได้แก่เหตุการณ์สุนทรพจน์ และการประชุมแถลงข่าวที่นักประชาสัมพันธ์จัดขึ้น) ให้เป็น "ต้นฉบับข่าว" หรือเรื่องราวที่เป็นข่าวต่าง ๆ ขั้นตอนที่สองเกิดขึ้นเมื่อผู้จัดทำข่าว (บรรณาธิการ) ปรับเปลี่ยนและรวบรวมเรื่องราวที่เป็นข่าวต่าง ๆ มาคัดเลือกจะลงพิมพ์ข่าวได้บ้าง จัดออกมาในรูป "ผลผลิตที่สมบูรณ์" อันได้แก่หนังสือพิมพ์

การแบ่งการทำงานออกเป็นสองส่วนนี้ทำให้เข้าใจถึงความใกล้ชิดของ นักข่าว แหล่งข่าว บรรณาธิการ ในกระบวนการผ่านการคัดเลือกข่าวเป็นลำดับก่อนที่เนื้อหาจะถึงประชาชนผู้อ่าน

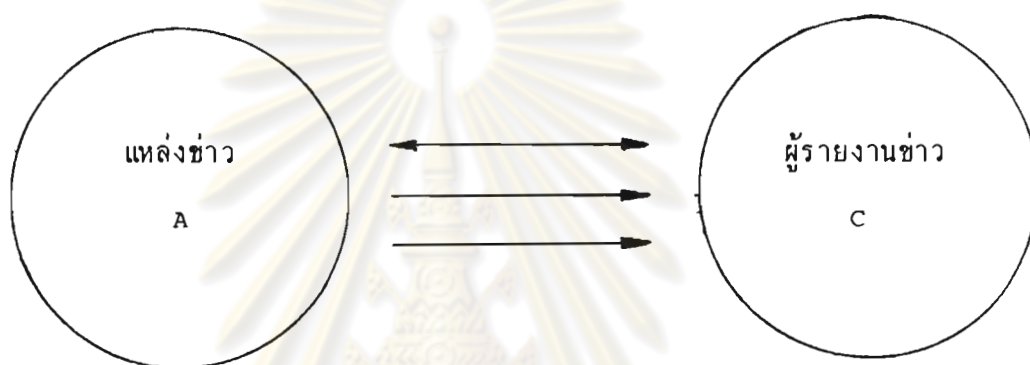
แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว

แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าวนี้เกิดจากงานวิจัยเชิงประจักษ์ของกิเบอร์และจอห์นสัน (Gieber W. and Johnson, 1961 อ้างถึงใน พีระ จิโรโสภณ 2529 :

626-628) ที่ศึกษาบทบาทของผู้รายงานข่าวและแหล่งข่าวในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองระดับท้องถิ่นของชุมชนแถบชานเมืองแคลิฟอร์เนีย

ซึ่งแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าวของกิเบอร์และจอห์นสันสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างนักประชาสัมพันธ์กับนักข่าว บรรณาธิการ 3 แบบที่มีผลต่อการเสนอข่าว

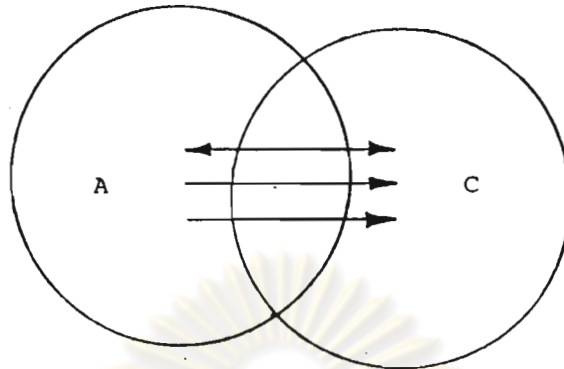
แบบจำลองแบบที่ 1 บทบาทที่แยกจากกันระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว



ในแบบจำลองนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว (นักประชาสัมพันธ์กับนักข่าว) ว่าต่างคนต่างเป็นสมาชิกอยู่ในระบบสังคมของตัวเองที่ไม่เหมือนกันและไม่เกี่ยวข้องกัน ทั้งคู่มีกรอบของการอ้างอิง (frame of reference) ต่างกัน เพราะมีบทบาท ภาระหน้าที่ การรับรู้ และค่านิยมภายในองค์กรของตนไม่เหมือนกัน ข่าวสารต่าง ๆ จะถ่ายทอดจากแหล่งข่าวไปสู่ผู้รายงาน หรือนักประชาสัมพันธ์ไปสู่ักข่าว (ลูกศรทางเดียว) ในลักษณะเป็นทางการเสมอ เช่น การแถลงข่าว หรือการแจกข่าวสื่อมวลชนอย่างเป็นทางการ การสื่อสารระหว่างกัน (ลูกศร 2 ทาง) ในเรื่องทีนอกเหนือจากข่าวสารที่ต้องการถ่ายทอดจะมีน้อย ถึงแม้ก็เป็นในลักษณะทางการ เช่นการซักถามเพิ่มเติมในระหว่างกรแถลงข่าว เป็นต้น

สัมพันธ์ภาพในแบบนี้แสดงให้เห็นถึงความ เป็นอิสระต่อกันของแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว ซึ่งตามหลักการหนังสือพิมพ์แล้ว ผู้รายงานข่าวจะต้องเสนอข่าวอย่างเป็นทางการไม่เอนเอียง ไม่เป็นเครื่องมือของแหล่งข่าว ขณะเดียวกันแหล่งข่าว (นักประชาสัมพันธ์) เองก็มีบทบาทเพื่อองค์กรหรือสถาบันของตนเอง โดยไม่คำนึงถึงหน้าที่หรือบทบาทของสื่อมวลชนในการเสนอข่าวสาร แหล่งข่าวจะให้ข่าวสารเฉพาะที่เห็นว่าควรจะถ่ายทอดเท่านั้น จะเห็นได้ว่าทั้งสองฝ่ายต่างรับรู้บทบาทของตัวเองเป็นอิสระต่อกันไม่เกี่ยวข้องกัน

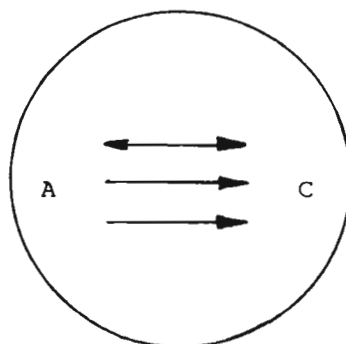
แบบจำลองแบบที่ 2 บทบาทที่กลมกลืนกัน บางส่วนระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว



ในแบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่าทั้งแหล่งข่าวและผู้รายงานข่าว แม้จะอยู่คนละองค์กรกัน แต่ก็มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอยู่ในระดับหนึ่ง ทั้งคู่มีบทบาทหน้าที่และรับรู้ในการเสนอข่าวสารที่คล้ายคลึงกันส่วนหนึ่ง การถ่ายทอดข่าวสาร (ลูกศรทางเดียว) ก่อนข้างไม่เป็นทางการ การสื่อสารหรือการพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการในเรื่องอื่น ๆ (ลูกศร 2 ทาง) เกิดขึ้นได้อย่างเป็นอิสระต่อกันไม่มีข้อจำกัดมากนัก

สัมพันธ์ภาพลักษณะนี้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงในสังคมมาก ทั้งสองฝ่ายมีวัตถุประสงค์บางประการร่วมกัน คือ นักข่าวจะต้องมีความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว (นักประชาสัมพันธ์) เป็นการส่วนตัวอยู่บ้างเพื่อจะได้ข่าวพิเศษล้ำลึกกว่าปกติทั่วไป ขณะเดียวกันแหล่งข่าว (นักประชาสัมพันธ์) เองก็ต้องมีความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวกับนักข่าวบ้างเพื่อประโยชน์กับหน่วยงานของตน เช่น ให้ช่วยเผยแพร่ข่าวสารหรือชี้แจงข้อเท็จจริงบางประการ ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้นักข่าวจะสูญเสียความเป็นเอกเทศบ้าง (เกิดความลำเอียง) ทั้งสองฝ่ายต่างก็เข้าไปจับบทบาทและหน้าที่ซึ่งกันและกัน และต่างก็สงวนท่าทีที่จะไม่เป็นเครื่องมือของอีกฝ่ายหนึ่งโดยสมบูรณ์ ก็ยังคงความเป็นอิสระต่อกันในระดับหนึ่ง

แบบจำลองแบบที่ 3 บทบาทที่กลมกลืนกันสนิทระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว



แบบจำลองที่ 3 นี้ แสดงให้เห็นว่าทั้งนักข่าวและแหล่งข่าวต่างร่วมมือกัน เพื่อวัตถุประสงค์บางอย่างในการเสนอข่าวสารไปยังประชาชน ทั้งคู่ต่างไม่เป็นอิสระต่อกัน นักข่าวจะเป็นเครื่องมือของแหล่งข่าว (นักประชาสัมพันธ์) หรือแหล่งข่าวอาจจะรับใช้นักข่าว การสื่อสารซึ่งกันและกันโดยวิธีการที่ไม่เป็นทางการ (ลูกศร 2 ทาง) จะมีบทบาทสำคัญกว่าการถ่ายทอดข่าวสารในลักษณะที่เป็นทางการ (ลูกศรทางเดียว)

ลักษณะความสัมพันธ์แบบนี้พบในกรณีนักข่าวกับแหล่งข่าวมีเป้าหมายหรือผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น องค์กรทั้งสองฝ่ายอยู่ภายใต้เจ้าของเดียวกัน มีข้อตกลงให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน หรือตกลงในเรื่องผลประโยชน์ร่วมกัน หรืออาจได้รับผลประโยชน์จากการลงโฆษณา

ลักษณะความสัมพันธ์แบบนี้แหล่งข่าวและนักข่าวอาจจะเป็นบุคคลเดียวกันก็ได้ ดังเช่นในสมัยก่อนมีการจ้างนักข่าวทำงานเป็นนักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจไปช่วยในตัว

นอกจากนี้โรเจอร์ (Rogers 1971 : 528-529) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความคล้ายคลึงกันของคู่สื่อสารในกระบวนการสื่อสารไว้ว่า กฎพื้นฐานที่สุดในการสื่อสารของมนุษย์ก็คือ การสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนสารสนเทศกันนั้น มักจะเกิดขึ้นบ่อยครั้งที่สุดในคู่สื่อสารที่มีความคล้ายคลึงกันและยิ่งบุคคลที่มีสถานภาพใกล้เคียงกันหรือมีความคล้ายคลึงกันมากขึ้นเท่าใดก็จะมี การติดต่อสื่อสารระหว่างกันมากขึ้นเท่านั้น

แบบจำลองการสื่อสารเชิงลู่เข้า (The Convergence Model of Communication)

แบบจำลองการสื่อสารเชิงลู่เข้าได้อธิบายความหมายของการสื่อสารว่า หมายถึงกระบวนการซึ่งบุคคลสองคนหรือมากกว่าหรือกลุ่มคน ใช้สารสนเทศร่วมกันเพื่อให้เกิดการเข้าใจตรงกันระหว่างแต่ละบุคคลหรือแต่ละกลุ่มเหล่านั้น

องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของแบบจำลองการสื่อสารเชิงลู่เข้า ได้แก่ สารสนเทศ (Information) และความเข้าใจร่วมกัน (Mutual understanding) เมื่อสารสนเทศถูกใช้ร่วมกันระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร 2 คน หรือมากกว่านั้น กระบวนการสื่อสารนั้นจะนำไปสู่ความเข้าใจร่วมกัน (Mutual understanding) ความเห็นพ้องต้องกัน (Mutual agreement) และนำไปสู่การกระทำร่วมกัน (Collective action) ในท้ายสุด ซึ่งเป็นสภาวะของการลู่เข้า (Converge) หากความเข้าใจร่วมกัน ขณะเดียวกันกระบวนการของการสื่อสารก็อาจนำไปสู่สภาวะของการลู่ออก (Diverge) จากความเข้าใจร่วมกันก็ได้ เนื่องจากความเข้าใจร่วมกันนี้เกิดจากการที่บุคคล

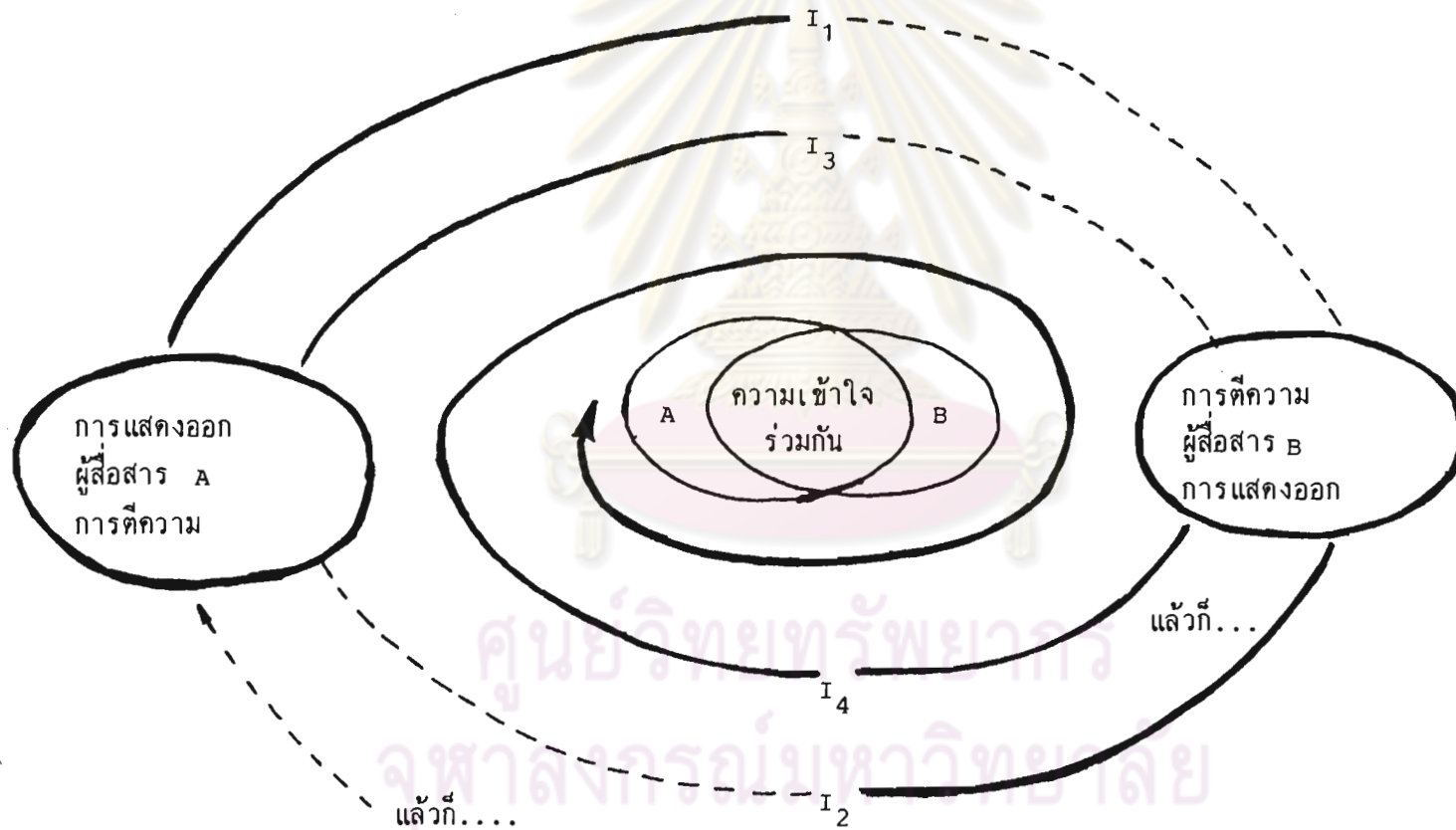
แปลความหมายข่าวสารของฝ่ายตรงข้าม ดังนั้น ความเข้าใจร่วมกันจึงเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อการแปลความหมายข่าวสารของบุคคลทั้งสองที่กำลังสื่อสารนั้นสอดคล้องกัน ซึ่งไม่อาจเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์เลย เพราะความเข้าใจของคนเรานั้นเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ซึ่งไม่มีใครที่จะมีประสบการณ์เหมือนกันทุกประการ ดังนั้น ระบบความคิดของบุคคลที่ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน จึงเป็นเพียงลักษณะใกล้เคียงกันในระดับหนึ่งที่บุคคลสามารถยอมรับซึ่งกันและกันได้เท่านั้น (ศิริชัย ศิริกายะ และจางันค์ วิบูลย์ศรี 2526 : 68-71) ดังแผนภาพที่ 1 แสดงถึงแบบจำลองการสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นธรรมชาติของการรู้เข้าที่ทำให้เกิดการเข้าใจร่วมกัน รวมทั้งลักษณะของการแลกเปลี่ยนสารสนเทศในแต่ละรอบดังนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 1

แบบจำลองการสื่อสารเชิงลู่เข้า¹



แบบจำลองการเฝ้าประตูโดยเลือกสรรของกาลตุงและรุจ (อ้างถึงใน สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล 2528 : 206-207)

แบบจำลองนี้ชี้ให้เห็นถึงเกณฑ์การพิจารณาซึ่งนำมาใช้ในการตัดสินใจว่า "จะเลือกหรือไม่เลือกข่าวสารนั้น"

กาลตุงและรุจ ศึกษาปัญหาโดยใช้ชื่อและพรรณนาถึงลักษณะสำคัญ ๆ ของเหตุการณ์ที่เป็นข่าวตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อโอกาสที่จะถูกเลือกนำไปเสนอตั้งแต่ต้นและมีอิทธิพลต่อการผ่านประตูต่าง ๆ ไปได้ อันเป็นไปตามแบบจำลองของแมคเนลล์



แสดงถึงกระบวนการซึ่งเหตุการณ์โลกถูกเปลี่ยนไปโดยองค์การสื่อมวลชนให้เป็น "จินตภาพของสื่อมวลชน" หรือภาพของโลกซึ่งถูกแพร่กระจายไปยังผู้รับสาร การนำแบบจำลองไปใช้แก้ปัญหาการอธิบายให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และการทำนายล่วงหน้าก็เกี่ยวข้องกับปัจจัยของข่าวอย่างเคียวหรือปัจจัยอื่น ๆ อีกก็ได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จาร์เน ไกลโกศล (2527 : 1) กล่าวในเอกสารประกอบคำบรรยายเรื่องข่าวประชาสัมพันธ์ว่า การที่ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ได้รับการตีพิมพ์อาจเนื่องมาจาก ข่าวนั้นไม่มีคุณค่าเพียงพอ การเขียนไม่มีประสิทธิภาพ ข่าวส่งมาล่าช้ากว่ากำหนด หน้าหนังสือพิมพ์เต็ม

ศรีสุล คอลัมน์นิสต์ของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ กล่าวถึงการรับของข่าว เพื่อเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ว่ามีบางคน ซึ่งทำให้ภาพพจน์ของคนทำหนังสือพิมพ์เสียหาย (อ้างถึงใน สุภาวดี ยอดอารีย์ 2523 : ภาคผนวก ไม่ปรากฏเลขหน้า)

สุคี นวลสิทธิโสภณ (2523 : 51) กล่าวถึงประสบการณ์การฝึกงานพบว่าปัญหาที่นักหนังสือพิมพ์ (บรรณาธิการ) ไม่ลงข่าวไว้ เพราะไม่เห็นความสำคัญ และหนังสือพิมพ์ไม่เคียดคร้อน เพราะไม่ได้รับผลตอบแทนเหมือนกับการลงโฆษณา และหากเกิดหมางใจกับนักหนังสือพิมพ์หรือหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ไม่ดีแล้ว โอกาสที่จะได้ลงข่าวจะมีน้อยหรือแทบไม่มีเลย

เพ็ญพรรณ วนิชย์เชษฐพงศ์ (2526 : 49) กล่าวถึงข่าวประชาสัมพันธ์ที่จะได้รับการตีพิมพ์อยู่ที่ข่าวว่ามีความน่าสนใจหรือไม่ และนักประชาสัมพันธ์มีความคุ้นเคยสนิทสนมกับนักหนังสือพิมพ์นั้น ๆ มากน้อยเพียงไร

สุการ์ตน์ เสียมไหม (2528) กล่าวถึงประสบการณ์ที่ฝึกงานประชาสัมพันธ์กับธนาคารทหารไทย จำกัด พบว่าข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ได้รับการตีพิมพ์เนื่องจาก คุณภาพของข่าว การจัดส่งข่าว และหนังสือพิมพ์สัมพันธ์

ศิริพร สัจจวัฒนกุล (2526 : 26-27) พบว่าปัญหาที่ไม่ได้รับการตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ เนื่องจากความบกพร่องของผู้ส่งข่าว การส่งข่าวล่าช้า ส่งไม่ถึงผู้รับ หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ได้ไม่ถี่ เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไป สอดแทรกโฆษณาสินค้าในข่าว เนื้อหาข่าวไม่สมบูรณ์ ใช้สำนวนนักประพันธ์ การส่งข่าวบ่อยเกินไป และบรรณาธิการได้รับข่าวมากในวันนั้น

ทิวาพร เลิศสมบูรณ์ (2523 : 39-43) ศึกษาหลักเกณฑ์ในการพิจารณาข่าว โดยการสอบถามความคิดเห็นของบรรณาธิการพบว่า ปัญหาที่ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ได้รับการตีพิมพ์เนื่องจาก เนื้อหาข่าวไม่สมบูรณ์ เนื้อหาข่าวยาวเกินไป ข่าวไม่มีความสำคัญ ความล่าช้าในการส่งข่าว การส่งข่าวโดยไม่คำนึงถึงเวลา การส่งข่าวบ่อยหรือส่งข่าวจำนวนมากเกินไป การขาดความสัมพันธ์กับนักหนังสือพิมพ์

วิไล กำธรบริบูรณ์กุล (2530 : 37) ได้สรุปปัญหาที่ทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ได้รับการตีพิมพ์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ถือว่าควรส่งถึงด้วยตนเองมากกว่าการที่จะส่งทางไปรษณีย์ จึงทำให้ไม่ได้รับการพิจารณาข่าว และการส่งทางไปรษณีย์นั้นล่าช้า อีกเหตุผลหนึ่งคือ นักประชาสัมพันธ์ไม่รู้จักสนิทสนมกับนักหนังสือพิมพ์

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2526 : 51-52) ได้ศึกษาวิจัยการพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของนักหนังสือพิมพ์ พบว่า นักหนังสือพิมพ์มีแนวโน้มให้ความสำคัญในการคัดเลือกข่าวจากผู้ส่งข่าวที่ตนรู้จักมากกว่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่ตนไม่รู้จักผู้ส่งข่าว และข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งมา

จะต้องเขียนได้สั้นกระชับ มีรายละเอียดครบถ้วน เนื้อหาข่าวและมีภาพประกอบ นอกจากนี้ในเรื่องการรับของข่าวว่ามีส่วนในการพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์นั้นนักหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างยอมรับว่าเคยได้ยิน แต่ไม่เคยประสบด้วยตนเอง (พรทิพย์ วรกิจโกศาท 2526 : 63)

บุษบา ท่าพระจันทร์ (2522 : 132) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของนักหนังสือพิมพ์ และเกี่ยวกับของข่าวในหนังสือ "นักข่าว" ว่า

ผม คือ นักข่าว
 ชื่อ ฉาว ลือก้อง ชร้องหล้า
 มีทั้งทรัพย์สิน ปรินญา
 ปากกา คมเจียบ เปรียบธนู.....

... เริ่มจากคนหาข่าวโรงพัก	งานหนักเพียงไหนไม่บ่นชาน
จนท่าข่าวหน้าสี่มีชื่อนาน	คนแทบคลานมาฟังทั้งเมือง
นั่งรับของ ของขวัญกันสนุก	กินข้าวคลุกเสียงเพลงบรรเลงเพื่อง
กินร้านนั้นไปร้านโน้นเงินไม่เปลือง	หาเรื่อง เขียนสังคมชมสักนิด

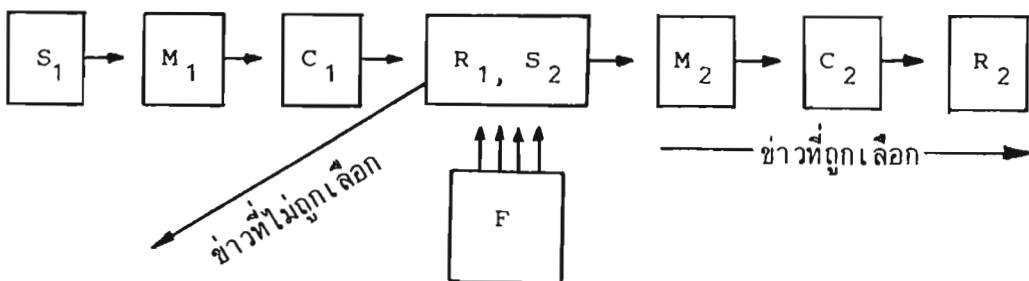
.....

"ชีวิตผมทรูทรากว่าวันวาน ใช้ปากกาบงการทุกสิ่ง"

สรุป

จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ การหนังสือพิมพ์ และความสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์และนักหนังสือพิมพ์ สามารถสรุปกระบวนการส่งผ่านข่าวประชาสัมพันธ์จากนักประชาสัมพันธ์ผ่านบรรณาธิการสู่ประชาชน ตลอดจนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการได้ดังนี้

แผนภูมิกระบวนการส่งผ่านข่าวประชาสัมพันธ์และการตัดสินใจเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์



- S_1 หมายถึง นักประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่
- ธนาคาร
 - โรงแรม
 - ธุรกิจการค้า
 - องค์การสาธารณกุศล
 - หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ
 - บุคคลทั่วไป
- M_1 หมายถึง รูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย
- ข่าว
 - ภาพ
 - บทความ
 - เอกสารต่าง ๆ เช่น รายงานประจำปี วารสารภายนอกและภายใน
จดหมายข่าว แผ่นพับ ข้อมูลภูมิหลังของผู้บริหาร ฯลฯ
- C_1 หมายถึง ช่องทางการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ ได้แก่
- ส่งถึงตัวโดยตรง
 - ส่งทางไปรษณีย์
 - ส่งทางโทรศัพท์
 - ส่งที่ตู้กรมประชาสัมพันธ์
- $R_1(S_2)$ หมายถึง บรรณาธิการฝ่ายต่าง ๆ ได้แก่
- บรรณาธิการข่าวกรุงเทพมหานคร
 - บรรณาธิการข่าวต่างจังหวัด
 - บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจ
 - บรรณาธิการข่าวในประเทศ
 - บรรณาธิการข่าวบันเทิง
 - บรรณาธิการข่าวสังคม
 - บรรณาธิการข่าวสตรี
 - บรรณาธิการข่าวการศึกษาและวัฒนธรรม
 - บรรณาธิการข่าวกีฬา
 - คอลัมน์นิสต์

M ₂	หมายถึง	ข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการ เลือกเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - ข่าว - ภาพ - บทความ - เอกสารข้อมูล
C ₂	หมายถึง	เนื้อหาในหนังสือพิมพ์
R ₂	หมายถึง	ประชาชนที่อ่านหนังสือพิมพ์
F	หมายถึง	สิ่งที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ <ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ - ประโยชน์ของประชาชน ซึ่งเป็นหน้าที่ของสื่อมวลชน - ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ เนื่องจากการลงทุนของเจ้าของทุนเพียงด้านเดียวไม่เพียงพอ จำเป็นที่หนังสือพิมพ์จะต้องมีการระดมทุนเข้ามาจากการขายเนื้อที่โฆษณา คั้งนั้นเพื่อเป็นการสนับสนุนให้หนังสือพิมพ์ขายเนื้อที่โฆษณาได้มากและเป็นการผูกใจลูกค้าด้วยการบริการลงข่าวประชาสัมพันธ์ให้แก่ลูกค้าเมื่อลูกค้าและฝ่ายโฆษณาขอมา - วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ - เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ - ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตร เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นส่วนบุคคล - หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากหน้าที่การงาน การต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันทางด้านข่าวสาร - เวลาปิดต้นฉบับ ข้อจำกัดในด้านการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ - ความบ่อยครั้งในการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ - วิธีการส่ง ซึ่งมีผลในด้านการถึงมือบรรณาธิการได้รวดเร็วมากน้อยเพียงไร - ช่องข่าว ซึ่งทั้งนักประชาสัมพันธ์และนักหนังสือพิมพ์ได้มีการกล่าวถึง

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ศึกษานี้มากำหนดแนวทางในการออกแบบสอบถาม และให้บรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นผู้พิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ตอบ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการดำเนินการวิจัยในชั้นต่าง ๆ ตั้งแต่การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างจนถึงการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษา 2 ลักษณะ คือ

1. การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์เนื้อหา

1. การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยที่พิมพ์จำหน่ายทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างเลือกสุ่มจากประชากร คือ บรรณาธิการหน้าต่าง ๆ ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์จากนักประชาสัมพันธ์และเป็นผู้ที่พิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ได้แก่

- บรรณาธิการข่าวในประเทศ
- บรรณาธิการข่าว กทม.
- บรรณาธิการข่าวต่างจังหวัด (ภูธร)
- บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจ
- บรรณาธิการข่าวบันเทิง
- บรรณาธิการข่าวสังคม
- บรรณาธิการข่าวสตรี
- บรรณาธิการข่าวกีฬา
- บรรณาธิการข่าวการศึกษาและวัฒนธรรม
- คอลัมน์นิสต์

ซึ่งบรรณาธิการเหล่านี้สังกัดหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย 3 ประเภท โดยเลือกฉบับที่มียอดจำหน่ายสูงสุด 2 ฉบับในแต่ละประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ (Quality newspapers) ได้แก่ มติชน สยามรัฐ
2. หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม (Popular newspapers) ได้แก่ ไทยรัฐ เคลลิวส์
3. หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม (Newspapers which represent both quality and popularity) ได้แก่ บ้านเมือง แนวหน้า

สำหรับเหตุผลที่เลือกศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาไทย ที่ผลิตในกรุงเทพได้กล่าวแล้วในหัวข้อ ขอบเขตของการวิจัย หน้า 6-7

การเก็บข้อมูล

1. ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง ในแบบสอบถามจะมีเนื้อหาการแนะนำตัวของผู้วิจัย และชี้แจงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย พร้อมทั้งขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างและตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถามในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามได้ไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมเพื่อให้สมบูรณ์
2. สืบหาความคิดเห็นของบรรณาธิการฝ่ายต่าง ๆ โดยใช้การสัมภาษณ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยอาศัยแนวความคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้และสัมภาษณ์บรรณาธิการบางท่าน มาเป็นหลักฐานสำคัญในการจัดทำแบบสอบถาม ซึ่งสรุปวิธีการดำเนินการสร้างได้ดังนี้

1. ศึกษาเนื้อหา แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากตำรา เอกสารต่าง ๆ งานวิจัยของ ดร.พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร และจากการสัมภาษณ์บรรณาธิการบางท่าน แล้ว กำหนดขอบข่ายเนื้อหาที่สร้างแบบสอบถาม

2. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามจากตำรา หนังสือ เพื่อเป็นแนวทาง

3. สร้างแบบสอบถามตามเนื้อหา และหลักเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อนำไปทดสอบ

(Tryout) ให้ได้ความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับประวัติและภูมิหลังของบรรณาธิการ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าว

ประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันในการรับและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

ของผู้ตอบและลำดับการให้ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

ข้อ 1-8 เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันในการรับและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ โดยคัดแปลงมาจากแบบสอบถามของ ดร.พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร

ข้อ 9 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและความต้องการของบรรณาธิการในด้านข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

การทดสอบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านนี้และทำการทดสอบโดยให้นักหนังสือพิมพ์ลองตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 คน แล้วนำข้อบกพร่องมาแก้ไขทันทีเพื่อให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวัด

ได้ในสิ่งต้องการวัด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Method) จะใช้ ตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) คำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบาย ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง (ประกอบ กรรณสูต 69-70)

ในการจัดลำดับ ข้อ 4, 8, 9 ตอนที่ 3 กระทำโดยการแปลงค่า การจัดลำดับ เป็นค่าคะแนนดังต่อไปนี้

	ข้อ 4	ข้อ 8	ข้อ 9	
อันดับที่ 1	5	4	8	คะแนน
อันดับที่ 2	4	3	7	คะแนน
อันดับที่ 3	3	2	6	คะแนน
อันดับที่ 4	2	1	5	คะแนน
อันดับที่ 5	1		4	คะแนน
อันดับที่ 6			3	คะแนน
อันดับที่ 7			2	คะแนน
อันดับที่ 8			1	คะแนน

จากนั้นรวมค่าคะแนนของแต่ละกลุ่ม แล้วนำมาจัดลำดับใหม่โดยให้ค่าคะแนนที่สูงสุดเป็นอันดับที่ 1 และค่าคะแนนรองลงไปเป็นอันดับต่อ ๆ ไปตามลำดับ เพื่อเปรียบเทียบการจัดลำดับของ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

ในกรณีที่แบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า สเกลที่ใช้จะเป็น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย ไม่มี โดยกำหนดคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ จากนั้นเสนอให้นำหาค่าตอบ ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายข้อ ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$$

$$S_x = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx}{N}\right)^2}$$

- เมื่อ \bar{x} ค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบ
 x ค่าคะแนนที่กำหนดตามสเกลจะเป็น 5, 4, 3, 2, 1
 f จำนวนผู้ตอบแต่ละสเกล
 N จำนวนผู้ตอบทั้งหมด
 และให้ความหมายกำกับน้ำหนักเฉลี่ยแต่ละข้อไว้ในตาราง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดความหมายตามขอบเขตค่าเฉลี่ยไว้ดังนี้

ค่าน้ำหนัก (ทศนิยม 2 ตำแหน่ง)	ความหมาย
4.50-5.00	มากที่สุด
3.50-4.49	มาก
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	น้อย
1.00-1.49	ไม่มี

ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ซึ่งมีสูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2527 : 249-251)

Source of variation	df	Sum of square (SS)	Mean square (MS)	F
Between groups	$k-1$	$SS_B = \sum_{j=1}^k \left(\frac{T_j^2}{n_j} \right) - \frac{T^2}{N}$	$MS_B = \frac{SS_B}{k-1}$	$F = \frac{MS_B}{MS_W}$
Within groups	$N-k$	$SS_W = SS_T - SS_B$	$MS_W = \frac{SS_W}{N-k}$	
Total	$N-1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{N}$		

- เมื่อ $T_j =$ ผลรวมของคะแนน n ค่าในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 =$ ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสองทุก ๆ ค่าในทุกกลุ่มตัวอย่าง
 $n_j =$ จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง
 $k =$ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned}
 N &= \text{จำนวนคะแนนทั้งหมด} \\
 T &= \text{ผลรวมของคะแนนทั้งหมด} \\
 T^2 &= \text{ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง}
 \end{aligned}$$

ในกรณีที่พบว่าต่างกัน ก็จะทำการศึกษาทดสอบหาว่ากลุ่มที่ต่างกันโดยวิธีการของ Scheff'e โดยทำการจับคู่เพื่อเปรียบเทียบ (คู่อี วังศรีคณะ 2527 : 263-264)

สูตรหาจำนวนคู่ที่เปรียบเทียบ

$$\begin{aligned}
 {}^n C_2 &= \frac{n(n-1)}{2} \\
 {}^n C_2 &= \text{จำนวนคู่ทั้งหมด} \\
 n &= \text{จำนวนค่าเฉลี่ยทั้งหมด} \\
 {}^n C_2 &= \frac{3(3-1)}{2} = \frac{3 \times 2}{2} = 3 \text{ คู่}
 \end{aligned}$$

สูตรวิธีการทดสอบแบบ Scheff'e

$$CV_d = \sqrt{(k-1) (F^*) (MS_{\text{within}}) \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ

k	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
F*	ค่า F ที่เปิดจากตาราง (Critical value)
MS _{within}	ค่า Mean square within - groups ที่คำนวณไว้แล้วในการวิเคราะห์ความแปรปรวน
n _i และ n _j	จำนวนหน่วยตัวอย่างในกลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ

ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 ค่าใด ๆ จะมีนัยสำคัญทางสถิติก็ต่อเมื่อค่าความแตกต่างนี้มีค่าเท่ากับหรือมากกว่า CV_d

สำหรับการคำนวณทางสถิติ ในกรณีที่มีข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะตัดข้อมูลชุดนั้นทิ้ง ได้แก่ ตอนที่ 3 ข้อ 4 ตารางที่ 35 - 37, ข้อ 8 ตารางที่ 43 - 44, ข้อ 9 ตารางที่ 48 - 50

2. การศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหา

ประชากร

หนังสือพิมพ์ 3 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ ได้แก่ มติชน สยามรัฐ ฯลฯ
2. หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม ได้แก่ ไทยรัฐ เคลิวิวิล ฯลฯ
3. หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม ได้แก่ บ้านเมือง แนวหน้า

กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ 3 ประเภทเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์แต่ละประเภทยินยอมให้ใช้เนื้อที่ในการลงข่าวประชาสัมพันธ์ในแต่ละหน้าโดยเฉลี่ยเป็นจำนวนเท่าใด โดยแบ่งเป็นเนื้อหาแต่ละประเภท และในการศึกษานี้ได้ใช้หนังสือพิมพ์ 6 ชื่อฉบับ คือ มติชน สยามรัฐ ไทยรัฐ เคลิวิวิล บ้านเมือง แนวหน้า รวม 120 ฉบับ ตั้งแต่ฉบับวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2530 ถึง 27 กุมภาพันธ์ 2530 เฉพาะวันจันทร์ - วันศุกร์ รวม 20 วัน

การเลือกเดือนที่ใช้ในการศึกษาเลือกโดยวิธีจับฉลาก โดยให้ทุกหน่วยมีโอกาสได้รับเลือกเท่า ๆ กัน และได้เดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเหมาะสมเนื่องจากไม่มีเทศกาล ซึ่งเป็นวันหยุด ซึ่งอาจจะมีผลทำให้มีข่าวประชาสัมพันธ์มากผิดปกติหรือเพิ่มหน้าพิเศษขึ้นจากปกติ

เหตุที่เลือกศึกษาเฉพาะวันจันทร์ - วันศุกร์ เนื่องจากในวันหยุด หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ มีเนื้อหาผิดไปจากวันธรรมดา เช่น มีการเพิ่มหน้า มีคอลัมน์พิเศษเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ข้อมูลที่วิเคราะห์ออกมาคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

ในการวิเคราะห์ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์รายวันจะไม่คำนึงถึงวิธีการได้มาซึ่งข่าวประชาสัมพันธ์ของนักหนังสือพิมพ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากหนังสือพิมพ์รายวัน 6 ชื่อฉบับ ถึงปริมาณเนื้อที่ที่หนังสือพิมพ์ยินยอมพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ โดยศึกษาทั้งฉบับ ใช้หน่วยวิเคราะห์เป็นคอลัมน์นิ้ว แล้วนำมาเปรียบเทียบกับจำนวนเนื้อที่แต่ละเนื้อหาของฉบับ เทียบกับจำนวนที่วัดได้ออกเป็นร้อยละของแต่ละฉบับ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาใช้ตารางเก็บตัวเลขปริมาณเนื้อหาแต่ละหน้าของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภท 6 ชื่อฉบับ คือ มติชน สยามรัฐ ไทยรัฐ เคลินิวส์ บ้านเมือง แนวหน้า เพื่อศึกษาสัดส่วนในการยินยอมเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภท หน่วยในการวิเคราะห์เป็นคอลัมน์นิ้ว

ซึ่งการวิเคราะห์นี้อาศัยแนวความคิดจากทฤษฎี ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ส่งให้นักหนังสือพิมพ์ ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่หนังสือพิมพ์ตีพิมพ์ การสัมภาษณ์นักหนังสือพิมพ์ บรรณาธิการและประสบการณ์ในการพิจารณาคัดเลือกและเรียบเรียงข่าวใหม่เพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ ขณะฝึกงานที่หนังสือพิมพ์บ้านเมือง สยามรัฐ ซึ่งสรุปเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อวิเคราะห์ว่าเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้

1. คอลัมน์ที่เป็นเนื้อหาสำหรับข่าวประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ เช่น

หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ

มติชน : ข่าวคนคนคน ปฏิทิน 2530 สังคมคนเมือง คุณคือข่าว ก้าวธุรกิจ บริการ แวดวงการศึกษา ชุมทางครู โทรทัศน์ ปลีกบันเทิง

สยามรัฐ : สังคมสยามรัฐ รอบ ๆ กรุง แฟ้มสังคม บุคคล หางานทำ บริการธุรกิจ ที่วีชอบสนาม

หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม

ไทยรัฐ : บุคคลในข่าว จากวันนั้นถึงวันนี้ คัทลียา ขวดย่อย ขาวน่ารู้ ตลาคนัคครู หนังสือน่าอ่าน เรียนมหา'ลัยทางทีวี งานคือเงิน สายตรงจากอเมริกา สังคมรอบกรุง จราจรวันนี้ เวทีชาวบ้าน สายธารแห่งศรัทธา ทีวีโกลด์ สโมสรนักร้อง

เคลินิวส์ : ศรีศุล สังคมหน้า 3 นันทน์ธนาพาที ภูกระดิ่ง เบิกหูเปิดตา ข่าวผู้หญิง 05 นาที สวัสดิ์คุณครู ตู้บันเทิง นักทอยแก่น รีมคอร์ท มุมที่ 5

หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม

บ้านเมือง : ใครใคร การ์ดเค็ดหน้า 13 ข่าวการศึกษา ภาษาไทยวันละคำ รายการทีวีคนสู้คน

แนวหน้า : บุคคลแนวหน้า คุณเด่น บอกเล่า ระเบียบหน้าสตรี ความเคลื่อนไหว วงจรจอกแก้ว อินไซด์ช่อง 3

2. ข่าวที่ระบุแหล่งที่มาของข่าวและคำที่แสดงลักษณะว่าเป็นข่าวประชาสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์ส่งมา เช่น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ชื่อหน่วยงาน... แดงว่า แจ้งว่า ชี้แจงว่า เบิกเผยว่า

เปิดเผยความลับหน้า ฝ่ายประชาสัมพันธ์ออกมาว่า ประกาศ ให้สัมภาษณ์ เปิดเผยถึงการประชุม
ชื่อหน่วยงานรายงาน ผู้สนใจติดต่อขอรายละเอียดได้ที่ ได้เปิดให้สัมภาษณ์

3. ลักษณะของข่าว เช่น การแต่งตั้งโยกย้าย ข่าวที่มีลักษณะในด้านที่ตี (บวก)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในด้านการวิเคราะห์เนื้อหา จากตารางลงรหัส (Coding Sheet) ซึ่งมีการแบ่ง
ประเภทของเนื้อหาจากการวิเคราะห์มาแล้ว จึงมีการทดสอบเครื่อง ดังนี้

1. ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการสุ่มตัวอย่างจากหนังสือพิมพ์ 3
ประเภทที่ทำการศึกษานี้ เพื่อหาปริมาณเนื้อหาที่ รายเรื่อง (items) แนวคิดหนัก (Themes)
จากหนังสือพิมพ์ 6 ชื่อฉบับ คือ มติชน สยามรัฐ ไทยรัฐ เคลวินส์ บ้านเมือง แนวหน้า โดยสุ่มศึกษา
1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 30 ฉบับ โดยผู้วิจัยเป็นผู้ลงรหัสเอง และมีผู้ร่วมลงรหัสอีก
2 คน คือ นางสาววรรณิภา นิยมไทย และนางสาวอุลลิสชา ชุตบุญธรรม นิสิตปริญญาโท ภาควิชา
การประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ลงรหัส
ทั้ง 3 คน จะอ่านหนังสือพิมพ์ที่กำหนดแล้วพิจารณาว่ามีความเห็นเหมือนกันกี่ครั้ง โดยถือว่าวิเคราะห์
เหมือนกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปถือว่าเหมือนกัน แล้วนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่น

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ทดสอบโดยอาศัยหลักการคำนวณของ
Holsti (Budd, Throp and Donohew 1967 : 68) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad R = \frac{3 (C_1, 2, 3)}{C_1 + C_2 + C_3}$$

เมื่อ $C_1, 2, 3$ = จำนวนครั้งที่ผู้ลงรหัสตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีความเห็นตรงกัน

$C_1 + C_2 + C_3$ = จำนวนครั้งรวมกันทั้งหมดที่ผู้ลงรหัสทั้ง 3 คนพิจารณา

ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวนครั้งที่ผู้ลงรหัสตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีความเห็นตรงกัน คือ 701
ครั้ง และจำนวนครั้งที่ผู้ลงรหัส 3 คนพิจารณาคือ คนละ 725 ครั้ง ดังนั้นจะแทนค่าลงในสูตรได้
ดังนี้คือ

$$C_1, 2, 3 = 701$$

$$C_1 + C_2 + C_3 = 725 + 725 + 725$$

$$\text{สูตร} \quad R = \frac{3 (701)}{725 + 725 + 725}$$

$$= \frac{2103}{2175}$$

$$= 0.966$$

ในการคำนวณด้วยสูตรนี้ ค่าที่คำนวณได้ไม่ควรต่ำกว่า 0.75 จึงจะถือว่ามีความเชื่อมั่นได้ (Goldsen and Kaolan อ้างใน Budd, Throp and Donohew 1967 : 68) เมื่อค่าคำนวณครั้งนี้ ผู้ลงรหัสตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีความเห็นตรงกัน 0.966 จึงทดสอบได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้มีความเชื่อมั่นได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงพรรณนา (Descriptive method) และใช้ตารางเก็บปริมาณเนื้อหาของหนังสือพิมพ์แต่ละหน้ามาคำนวณเฉลี่ยโดยวิธีมัธยฐาน (Median) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับยินยอมให้ลง โดยใช้สูตร

$$P = \frac{x}{n} \times 100$$

- เมื่อ P = ค่าร้อยละ
 x = จำนวนเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์
 n = จำนวนเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของหนังสือพิมพ์ในแต่ละฉบับ

พื้นที่ข่าวแต่ละประเภทของหนังสือพิมพ์ 6 ฉบับมีดังนี้

หน้า	น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		น.ส.พ. ประชานิยม		น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		หน่วย
	มติชน	สยามรัฐ	ไทยรัฐ	เคลนิวิล์	บ้านเมือง	แนวหน้า	
การศึกษา	240 (1)	210 (1)	240 (1)	240 (1)	240 (1)	240 (1)	คอลัมน์นี้
สังคม	240	210	240	240	240	240	คอลัมน์นี้
สตรี	-	210	240	240	-	240	คอลัมน์นี้
บันเทิง	240	210	240	360 (1 $\frac{1}{2}$)	240	240	คอลัมน์นี้
กีฬา	240	210	240	400 (1 $\frac{2}{3}$)	360 (1 $\frac{1}{2}$)	240	คอลัมน์นี้
เศรษฐกิจ	480 (2)	210	240	240	240	960 (4)	คอลัมน์นี้
แรกและต่อ	480 (2)	420 (2)	1,200 (5)	720 (3)	600 (2 $\frac{1}{2}$)	480 (2)	คอลัมน์นี้
ข่าวใน- ประเทศ	240	210	480 (2)	480 (2)	240	480 (2)	คอลัมน์นี้

หมายเหตุ () จำนวนหน้า

สรุป

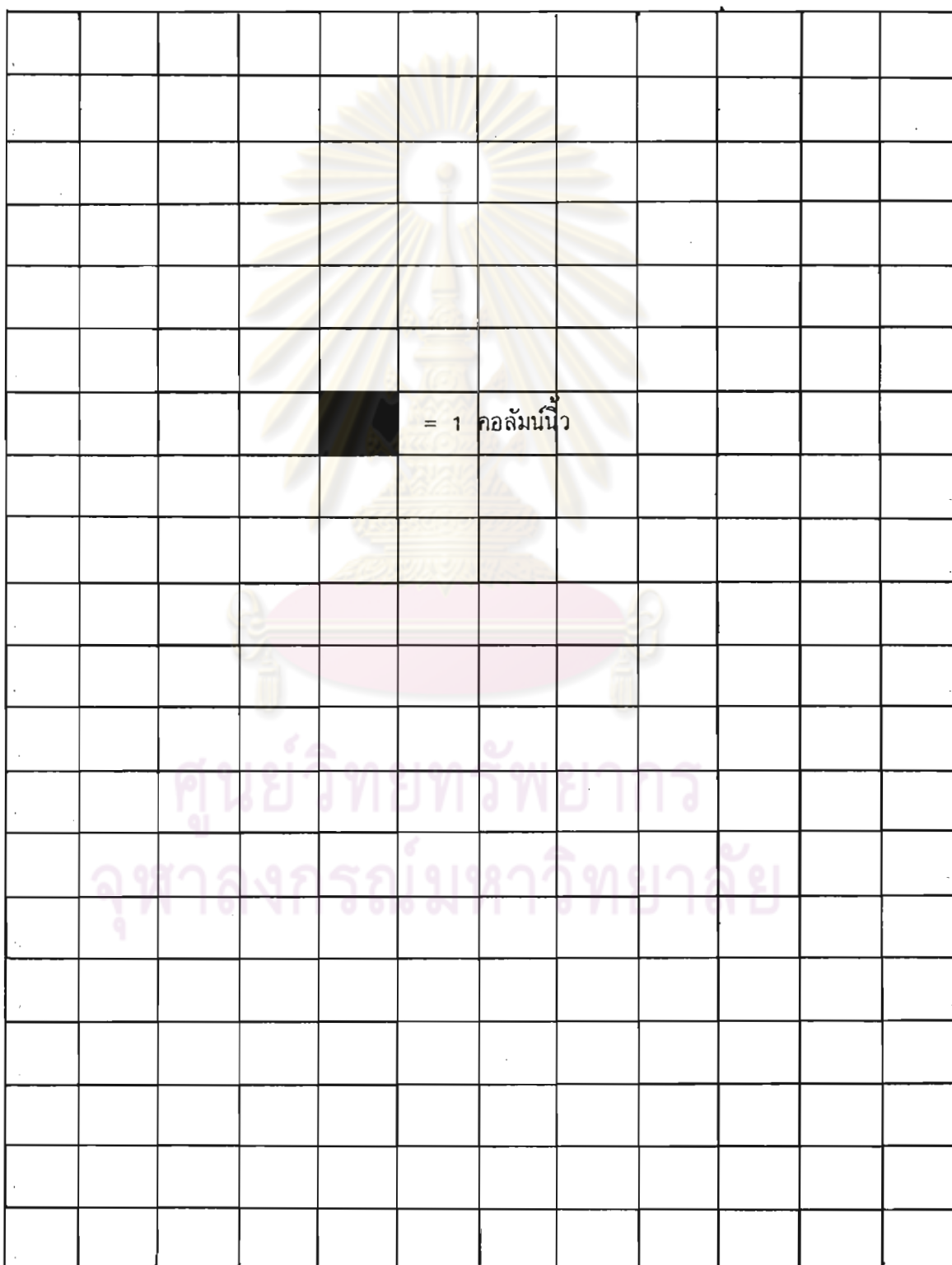
วิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นการศึกษาประเภทที่สำรวจและถึงคุณภาพ ถึงปัจจัยในการเลือก
เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นสำคัญ และศึกษาในเชิงวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนของพื้นที่หนังสือพิมพ์
ยินยอมให้เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1 กอลัมนนิ้ว =

ขนาดย่อคัมมีหนังสือพิมพ์ 1 หน้า



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัย เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์รายวันประเภทเพ่งคุณภาพ ประเภทประชานิยม และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม" จะเสนอโดยแบ่งหัวข้อที่ทำการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของบรรณาธิการ
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์
3. สภาพการรับข่าวประชาสัมพันธ์
4. ความต้องการของบรรณาธิการ
5. พื้นที่ข่าวประชาสัมพันธ์บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ยินยอมตีพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานอันเป็นคุณลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	บรรณาธิการของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชาานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	15	75.0	14	87.5	16	80.0	45	80.4
หญิง	5	25.0	2	12.5	4	20.0	11	19.6
รวม	20	100.0	16	100.0	20	100.0	56	100.0

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท คือประเภทเพ่งคุณภาพ ประชาานิยม และกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม มีบรรณาธิการชายมากกว่าบรรณาธิการหญิงคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 3-4 ต่อ 1 โดยเฉลี่ย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 30 ปี	9	45.0	1	6.3	3	15.0	13	23.2
31 - 40 ปี	9	45.0	7	43.8	12	60.0	28	50.0
มากกว่า 40 ปี	2	10.0	8	50.0	5	25.0	15	26.8
รวม	20	100.0	16	100.0	20	100.0	56	100.0

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ลำดับรองลงมาจะมีอายุมากกว่า 40 ปี และอายุ 20 - 30 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 3 แสดงระดับการศึกษาของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

ระดับการศึกษา	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	-		-		1	5.0	1	1.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย	2	10.0	3	20.0	5	25.0	10	18.2
อนุปริญญา	2	10.0	2	13.3	2	10.0	6	10.9
ปริญญาตรีในสาขาอื่น ๆ	8	40.0	3	20.0	2	10.0	13	23.6
ปริญญาตรีสาขาอื่น ๆ	8	40.0	7	46.7	10	50.0	25	45.5
รวม	20	100.0	15	100.0	20	100.0	55	100.0

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ และเป็นปริญญาตรีทางด้านนิเทศศาสตร์ ลำดับรองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และอนุปริญญา ตามลำดับ มีบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม 1 คน ที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

ตารางที่ 4 แสดงประสบการณ์การทำงานของบรรณาธิการจำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

อายุการทำงาน	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
0 - 5 ปี	12	60.0	1	6.3	8	40.0	21	37.5
6 - 10 ปี	4	20.0	7	43.8	6	30.0	17	30.4
11 - 20 ปี	4	20.0	6	37.5	6	30.0	16	28.6
มากกว่า 20 ปี	-	-	2	12.5	-	-	2	3.6
รวม	20	100.0	16	100.0	20	100.0	56	100.0

ทั้งหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมมีบรรณาธิการที่มีอายุการทำงานคล้ายคลึงกัน คือ ส่วนใหญ่มีอายุการทำงานระหว่าง 0 - 5 ปี และรองลงมา มีอายุการทำงานระหว่าง 6 - 10 ปี และ 11 - 20 ปี ในจำนวนที่เท่ากัน

ส่วนบรรณาธิการประเภทประชานิยมส่วนใหญ่มีอายุการทำงานกับหน่วยงานที่ตนสังกัดระหว่าง 6 - 10 ปี รองลงมาคือ ระหว่าง 11 - 20 ปี, มากกว่า 20 ปี เป็นลำดับ

ที่ 3

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 แสดงรายได้ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

รายได้	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3,000 ถึง 6,000 บาท	14	70.0	6	37.5	6	30.0	26	46.4
6,001 ถึง 9,000 บาท	4	20.0	7	43.8	7	35.0	18	32.2
มากกว่า 9,000 บาท	2	10.0	3	18.8	7	35.0	12	21.4
รวม	20	100.0	16	100.0	20	100.0	56	100.0

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภท
กิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระหว่าง 6,001 - 9,000 บาท

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม ร้อยละ 35 มี
รายได้ระหว่าง 6,001 - 9,000 บาท และอีกร้อยละ 35 มีรายได้มากกว่า 9,000 บาท ที่
เหลืออีกร้อยละ 30 มีรายได้ระหว่าง 3,000 - 6,000 บาท

ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 3,000 ถึง
6,000 บาท รองลงมาคือ 6,001 - 9,000 บาท และที่มีรายได้มากกว่า 9,000 บาทมีเพียง
ร้อยละ 10

ตารางที่ 6 แสดงประสพการณ์การทำงานด้านสื่อมวลชนของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

ประสพการณ์	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชาานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	12	60.0	13	81.2	17	85.0	42	75.0
ไม่เคย	8	40.0	3	18.8	3	15.0	14	25.0
รวม	20	100.0	16	100.0	20	100.0	56	100.0

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทส่วนใหญ่มีประสพการณ์ในการทำงานด้านสื่อมวลชนอื่น ๆ ถึงร้อยละ 60 - 81.3 นอกจากบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพซึ่งมีจำนวนผู้ที่ไม่ประสพการณ์ใกล้เคียงกัน จำนวนผู้ที่มีประสพการณ์มากกว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทอื่น ๆ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 แสดงประสพการณ์การทำงานด้านสื่อมวลชนของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

ประสพการณ์ ด้านสื่อมวลชน	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น. ส. พ. คุณภาพ	4	36.36	5	38.46	5	31.25	14	35
น. ส. พ. ประชานิยม	2	18.18	2	15.39	2	12.5	6	15
น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ	-	-	-	-	2	12.5	2	5
น. ส. พ. คุณภาพ- และประชานิยม	-	-	1	7.69	-	-	1	2.5
น. ส. พ. คุณภาพ- และกิ่งฯ	1	9.1	-	-	-	-	1	2.5
น. ส. พ. ประชานิยม และกิ่งคุณภาพ	-	-	4	30.77	4	25	8	20
อื่น ๆ	4	36.36	1	7.69	3	18.75	8	20
รวม	11	100	13	100	16	100	40	100

ก่อนที่จะมาทำงานในสังกัดปัจจุบัน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทส่วนใหญ่มีประสพการณ์ในการทำงานกับหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพมากที่สุด ที่เหลือมีประสพการณ์การทำงานทั้งกับหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมและประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมรองลงมา

นอกจากนี้ยังมีบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม 1 คน ทำงานสื่อมวลชนด้านวิทยุกระจายเสียง ที่เหลืออีก 7 คน ทำงานด้านนิตยสาร

ตารางที่ 8 แสดงประสบการณ์ในสายงานที่กำลังทำอยู่ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

ประสบการณ์ ในสายงาน	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดิม	11	100	8	61.54	12	75	31	77.5
ต่าง	-	-	3	23.08	3	18.75	6	15
สายงานเดิม, ต่าง	-	-	2	15.38	1	6.25	3	7.5
รวม	11	100	13	100	16	100	40	100

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในสายงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน รองลงมาคือบรรณาธิการที่มีประสบการณ์ในสายงานอื่น และสุดท้ายคือบรรณาธิการที่มีประสบการณ์ทั้งในสายงานที่ทำอยู่และต่างสายงาน คือ หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมมีบรรณาธิการบันเทิงเคยทำงานด้านสตรีและบันเทิง บรรณาธิการข่าว กทม. เคยทำงานด้านข่าวอาชญากรรมและข่าวกีฬามาก่อน ส่วนที่ต่างออกไปคือบรรณาธิการข่าวการศึกษาและบรรณาธิการข่าวสังคมมีประสบการณ์ในการทำนิตยสาร บรรณาธิการข่าวภูธรมีประสบการณ์ในด้านการถ่ายภาพ

ส่วนบรรณาธิการข่าวบันเทิงของหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมมีประสบการณ์ทั้งด้านข่าวบันเทิงและด้านข่าวอาชญากรรม ส่วนที่มีประสบการณ์ต่างออกไป คือ มีบรรณาธิการข่าว กทม. มีประสบการณ์ในค่านิยมมวลชนวิทยุกระจายเสียง บรรณาธิการข่าวสังคมและบรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจ มีประสบการณ์ในการทำข่าวการเมือง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดงประสบการณ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทก่อนจะทำงาน
ที่สังกัดในปัจจุบัน

เวลา	บก. ของ น. ส. พ. คุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น. ส. พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชาชนนิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
0 - 5 ปี	8	66.67	6	46.16	10	58.82	24	57.14
6 - 10 ปี	2	16.67	4	30.77	4	23.53	10	23.81
11 - 20 ปี	-	-	2	15.38	2	11.76	4	9.52
มากกว่า 20 ปี	-	-	-	-	1	5.89	1	2.39
จำไม่ได้	2	16.67	1	7.69	-	-	3	7.14
รวม	12	100	13	100	17	100	42	100

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีประสบการณ์การทำงานก่อนที่จะเข้าสังกัดที่
ทำงานในปัจจุบัน 0 - 5 ปีเป็นส่วนใหญ่ รองลงมา 6 - 10 ปี หนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม
และกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยม มีบรรณาธิการที่มีประสบการณ์มากกว่า 11 ปีขึ้นไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 แสดงเวลาปิดต้นฉบับของหน้าที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทรับผิดชอบ

เวลาปิดต้นฉบับ	บก. ของ น. ส. พ. คุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น. ส. พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชาชนนิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8.00 น. ถึง 11.00 น.	3	15	1	6.25	1	5	5	8.92
12.00 น. ถึง 15.00 น.	1	5	4	25	7	35	12	21.43
16.00 น. ถึง 18.00 น.	5	25	-	-	6	30	11	19.64
18.00 น. ถึง 20.00 น.	4	20	3	18.75	1	5	8	14.29
20.00 น. ถึง 22.00 น.	3	15	5	31.25	2	10	10	17.86
22.00 น. ถึง 24.00 น.	4	20	3	18.75	3	15	10	17.86
รวม	20	100	16	100	20	100	56	100

ช่วงเวลาการปิดต้นฉบับของหน้าที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทรับผิดชอบส่วนใหญ่
ปิดเวลาไม่ตรงกัน คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพปิดเวลา 16.00 - 18.00 น.
มากที่สุด สำหรับเวลา 18.00 - 12.00 น. และ 22.00 - 24.00 น. มีบรรณาธิการจำนวน
4 คนเท่ากันที่ปิดเวลาดังกล่าว

สำหรับบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมส่วนใหญ่ปิดต้นฉบับเวลา 20.00 -
22.00 น. รองลงมาคือเวลา 12.00 - 15.00 น. และมีเท่ากันสองช่วงคือ เวลา 18.00 -
20.00 น. และ 22.00 - 24.00 น. ที่เป็นเวลาปิดช้ามากเป็นลำดับที่ 3

บรรณาธิการส่วนใหญ่ของหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยม ปิดต้นฉบับเวลา
12.00 - 15.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือ เวลา 16.00 - 18.00 น.

ตารางที่ 11 แสดงเวลาปิดต้นฉบับของหนังสือพิมพ์ที่บรรณาธิการทั้ง 3 ประเภทสังกัด

เวลาปิดต้นฉบับ	หนังสือพิมพ์ แห่งคุณภาพ		หนังสือพิมพ์ ประชาชนนิยม		หนังสือพิมพ์ กึ่งคุณภาพ กึ่งประชาชนนิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20.00 น. ถึง 22.00 น.	7	35	2	12.5	4	20	13	23.21
22.30 น. ถึง 24.00 น.	12	60	11	68.75	16	80	39	69.65
อื่น ๆ	1	5	3	18.75	-	-	4	7.14
รวม	20	100	16	100	20	100	56	100

หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีเวลาปิดต้นฉบับหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับเหมือนกัน โดยปิดเวลา 22.30 - 24.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือปิดเวลา 20.00 - 22.00 น. และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ 1 คน ตอบว่าปิดต้นฉบับของหนังสือพิมพ์เวลา 15.00 น. ส่วนหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมมีบรรณาธิการตอบว่าปิดต้นฉบับเวลา 22.00 - 23.00 น. , 24.30 น. และ 2.00 น.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 ปัจจัยและเกณฑ์การพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์

3 ประเภท

เป็นการวิเคราะห์และเปรียบเทียบว่า บรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญกับปัจจัยและองค์ประกอบของปัจจัยการพิจารณาเผยแพร่ข่าวแตกต่างกันหรือไม่และอย่างไร ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อปัจจัยการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในด้านการให้ความสำคัญต่อหน่วยงานจำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

หน่วยงาน	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
ธนาคาร	3.000	0.918	3.188	0.834	3.100	0.852	3.089	0.859
โรงแรม	2.800	1.056	2.688	0.704	2.900	0.968	2.804	0.923
ธุรกิจเอกชน	2.950	0.945	3.063	0.998	3.250	1.020	3.089	0.978
องค์กร- สาธารณกุศล	3.900	1.021	4.188	0.750	4.150	0.875	4.071	0.892
ราชการ	3.850	0.933	3.937	0.680	3.800	1.056	3.857	0.903
บุคคล	1.900	0.788	2.375	1.088	2.300	0.923	2.179	0.936

โดยเฉลี่ยแล้ว บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ ประเภทประชานิยม และประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมมีความเห็นเหมือนกัน คือ ให้ความสำคัญมากกับหน่วยงาน สาธารณกุศล และราชการ ให้ความสำคัญปานกลางกับหน่วยงานธนาคาร โรงแรม ธุรกิจเอกชน และให้ความสำคัญน้อยกับบุคคลที่ไม่สังกัดหน่วยงาน

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อการให้ความสำคัญประชาชนผู้อ่าน
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ลักษณะข่าว	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ข่าวแจกที่ให้ ความรู้	3.600	1.095	3.063	0.929	3.050	1.050	3.250	1.049
ข่าวแจกที่มี ประโยชน์	4.100	0.718	4.000	0.730	4.000	0.858	4.036	0.762
ประชาชนสนใจ	3.950	0.826	3.687	1.138	3.100	0.852	3.571	0.988
ประชาชนควร รู้	4.300	0.571	4.313	0.602	4.000	1.124	4.196	0.818
มีคุณค่าทาง สังคม	3.900	1.071	4.063	0.680	3.800	0.951	3.911	0.920

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภท
ประชานิยม และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมให้ความสำคัญกับประชาชน
โดยคำนึงถึงประโยชน์ของข่าวที่มีต่อประชาชน คำนึงถึงสิ่งที่ประชาชนควรรู้ และมีคุณค่าทางสังคม

ส่วนที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความเห็นไม่ตรงกัน คือ ข่าวประชาสัมพันธ์
ที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมเห็นว่า สำคัญปานกลาง แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ประเภทเพ่งคุณภาพเห็นว่ามีค่าความสำคัญมาก

สำหรับข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจ เช่น ข่าวการรับสมัคร การสัมมนานั้น บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพและประเภทประชานิยมให้ความสำคัญมาก แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์
กิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมให้ความสำคัญค่านี้น้อยปานกลาง

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท
ในด้านประโยชน์ของหนังสือพิมพ์

สาเหตุ	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น.ส.พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
ข่าวของลูกค้า	2.800	0.768	2.437	0.964	3.300	1.081	2.875	0.992
ข่าวของหน่วย- งานและ- บุคคลที่รู้จัก	2.800	0.696	2.750	0.683	2.850	0.933	2.804	0.773
ไม่เป็นข่าว- กึ่งโฆษณา	3.500	1.100	3.625	0.957	3.100	1.210	3.393	1.107
แสดงภาพพจน์- ของ น.ส.พ.	4.450	0.510	4.438	0.629	4.450	1.050	4.446	0.761

โดยเฉลี่ยแล้ว บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทคำนึงถึงประโยชน์ของหนังสือพิมพ์
เหมือนกัน คือ ให้ความสำคัญมากกับข่าวประชาสัมพันธ์ที่แสดงภาพพจน์ของหนังสือพิมพ์ และให้ความ
สำคัญปานกลางกับข่าวประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือบุคคลที่รู้จัก

ในส่วนที่ทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญไม่ตรงกัน คือ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เป็นข่าวของผู้ประกอบการ
ลูกค้า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้ความสำคัญ
ปานกลาง แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมให้ความสำคัญน้อย

และข่าวประชาสัมพันธ์จะต้องไม่เป็นข่าวประชาสัมพันธ์กึ่งโฆษณานั้น มีบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และเพ่งคุณภาพคำนึงถึงเรื่องนี้มาก แต่บรรณาธิการประเภทกึ่งคุณภาพ
กึ่งประชานิยมคำนึงถึงปานกลาง

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อลักษณะประเภทเนื้อหาข่าว
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ลักษณะข่าว	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
แนะนำผลิตภัณฑ์- และบริการ	2.600	0.883	2.438	0.727	2.500	1.051	2.518	0.894
กิจกรรมของ- หน่วยงาน	2.900	1.021	3.000	0.632	2.650	1.089	2.839	0.949
ความสำคัญของ- บุคคล	3.150	0.988	3.375	0.500	3.200	1.005	3.232	0.874
ความคิดเห็น- ต่อชุมชน	3.800	0.768	3.813	0.655	3.850	0.933	3.821	0.789
กิจกรรม- สาธารณ- ประโยชน์	3.500	0.889	3.688	0.873	3.500	1.100	3.554	0.952

การให้ความสำคัญต่อประเภทของเนื้อหาข่าวโดยเฉลี่ยของบรรณาธิการทั้ง 3 ประเภทเหมือนกันทั้งหมด ยกเว้นข่าวลักษณะแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญมากแก่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาแสดงความคิดเห็นต่อชุมชน และกิจกรรมสาธารณประโยชน์ และให้ความสำคัญปานกลางกับเนื้อหาข่าวกิจกรรมของหน่วยงาน และความสำคัญของบุคคล ยกเว้นข่าวแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมให้ความสำคัญปานกลาง ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมให้ความสำคัญเรื่องนี้น้อย

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ต่อ
วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

วิธีการเขียน ข่าวประชาสัมพันธ์	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
เนื้อหา- ครบหลักการ- เขียนข่าว	4.500	0.607	4.250	0.931	4.550	0.686	4.446	0.737
สั้นกระ- ทัดรัดชัดเจน	4.250	0.639	4.563	0.512	4.300	0.733	4.357	0.645
สำนวน- เข้าใจง่าย	4.400	0.503	4.563	0.512	4.400	0.681	4.446	0.570
ไม่ใช่ศัพท์- ทางเทคนิค	4.250	0.639	4.313	0.873	4.250	1.020	4.268	0.842

โดยเฉลี่ยแล้ว บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญพอ ๆ กันในเรื่อง
ดังต่อไปนี้

1. เนื้อหาครบหลักการเขียนข่าว
2. สั้นกระชับรัดชัดเจน
3. สำนวนเข้าใจง่าย

อย่างไรก็ตาม บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมให้ความสำคัญมากพอประมาณในด้านวิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
ว่าควรสั้นกระชับรัดชัดเจน และใช้สำนวนที่เข้าใจง่าย แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม
ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อวิธีการเขียนข่าวว่าควรสั้นกระชับรัดชัดเจน และใช้สำนวนที่เข้าใจง่าย

วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์จะต้องมีเนื้อหาครบหลักการเขียนข่าว คือ ใครทำอะไร
ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และประเภทกิ่งคุณภาพกิ่ง
ประชานิยมให้ความสำคัญมากที่สุด ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมให้ความสำคัญมาก

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อความสำคัญของการ
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ ในการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ จำแนก
ตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ปัจจัย	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
หนังสือพิมพ์- สัมพันธ์	3.650	0.875	3.875	1.088	4.150	0.745	3.893	0.908

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความเห็นเหมือนกันคือ เห็นว่าหนังสือพิมพ์สัมพันธ์
เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งมาจากหน่วยงานต่าง ๆ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อความสัมพันธ์ส่วนตัวฉันทญาณ มิตร

ปัจจัย	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
การรู้จักส่วนตัว	3.200	0.696	3.125	0.885	3.500	0.889	3.286	0.825

โดยเฉลี่ยแล้วบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มีความเห็นเหมือนกัน 2 กลุ่ม คือ บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และประเภทประชานิยม ให้ความสำคัญปานกลางต่อปัจจัยในด้าน
การรู้จักเป็นส่วนตัว แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้ความสำคัญมากกว่า
สองกลุ่มแรก

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อการพิจารณาคุณภาพของภาพข่าว

คุณภาพของ ภาพข่าว	บก. ของ น. ส. พ. แห่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น. ส. พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชาชนนิยม		รวม	
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
ขนาดของภาพ- ควรเป็น 5"×7"	3.050	1.146	3.313	1.138	2.600	1.095	2.964	1.144
ภาพและคำ- บรรยายมี- ความหมาย- ตรงกัน	4.350	0.489	4.375	0.619	4.200	0.616	4.304	0.570
ข้อความ- บรรยายภาพ- สั้นได้ใจความ	4.200	0.523	4.500	0.632	4.250	0.716	4.304	0.630
มีความคมชัด	4.200	0.523	4.438	0.512	4.250	0.786	4.286	0.624
สามารถดึงดูด- ความสนใจ	4.150	0.587	4.375	0.619	4.250	0.786	4.250	0.667

โดยเฉลี่ยของบรรณาธิการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเหมือนกันคือ ให้ความสำคัญมากในเรื่องภาพและคำบรรยายมีความหมายตรงกัน ภาพมีลักษณะคมชัดเหมาะสำหรับการตีพิมพ์, ภาพที่สามารถดึงดูดความสนใจ แต่ให้ความสำคัญปานกลางในเรื่องขนาดภาพ

สำหรับเรื่องข้อความบรรยายภาพควรสั้นได้ใจความ โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยมให้ความสำคัญมาก แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากที่สุด

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทต่อวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์

วิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์	บก. ของ น. ส. พ. แห่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ส่งถึงตัวโดยตรง	3.750	1.070	4.500	0.816	4.000	0.973	4.054	0.999
ส่งทางไปรษณีย์	3.500	0.889	3.875	0.619	2.950	0.945	3.411	0.910
ทางโทรศัพท์	3.150	0.988	3.125	0.885	2.900	1.071	3.054	0.980
คู่มือประชาสัมพันธ์	2.750	1.020	2.625	0.719	2.550	0.945	2.643	0.903

ในการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ บรรณาธิการให้ความสำคัญต่อวิธีการส่งข่าวของนักประชาสัมพันธ์ หรือการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ และจากคู่มือประชาสัมพันธ์ปานกลาง

สำหรับวิธีการส่งถึงตัว และส่งทางไปรษณีย์มีต่างกันบ้าง คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญมากต่อวิธีการส่งถึงตัวโดยตรงมากกว่าวิธีอื่น ๆ

ในเรื่องวิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ทางไปรษณีย์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ และประเภทประชานิยมให้ความสำคัญมาก แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้ความสำคัญปานกลาง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทต่อ
ปัจจัยการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์

ปัจจัย	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
การส่งข่าว- บ่อย ๆ	3.150	0.745	3.133	0.352	2.900	0.912	3.055	0.731
เวลาปิด- ต้นฉบับ	4.000	0.725	4.188	0.911	3.800	1.240	4.982	0.981
ของข่าว	3.200	1.152	2.688	1.014	2.850	1.182	2.929	1.126

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความเห็นเหมือนกัน คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ ประเภทประชานิยม และประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมให้ความสำคัญในการพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในเรื่องการส่งข่าวบ่อยครั้งปานกลาง และให้ความสำคัญมากสำหรับเวลาการปิดต้นฉบับ

สำหรับกรณี "ของข่าว" ในวงการหนังสือพิมพ์ว่ามีผลต่อการพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงไรนั้น พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทเห็นว่ามีผลในระดับปานกลาง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมุติฐานที่ 1 หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม หนังสือพิมพ์ประเภท
กึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม มีองค์ประกอบในการพิจารณาถึงพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์
แตกต่างกัน

ทำการทดสอบสมมุติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-
Way Analysis of Variance) โดยทดสอบ F-test แล้วจึงทดสอบหาความแตกต่างของกลุ่ม
โดยวิธีการของ Scheffé ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 22 - 31

ตารางที่ 22 ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อหน่วยงานระหว่างบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ 3 ประเภท โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน

หน่วยงาน	F.Ratio
ธนาคาร	.2082
โรงแรม	.2293
ธุรกิจการค้า บริษัท ห้างร้าน	.4701
องค์การสาธารณกุศล สถาบันการศึกษา	.4634
หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ	.1006
บุคคล	1.4274

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท คือ บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม กับการให้ความสำคัญต่อหน่วยงาน ธนาคาร โรงแรม ธุรกิจเอกชน
องค์การสาธารณกุศล หน่วยงานราชการ บุคคล ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ในการพิจารณาเผยแพร่
ข่าวประชาสัมพันธ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหน่วยงานต่าง ๆ
ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ตารางที่ 23 ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อประชาชนผู้อ่าน ระหว่าง
บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน

ลักษณะข่าว	F.Ratio
ข่าวที่ให้ความรู้	1.7822
มีประโยชน์	.1071
ประชาชนสนใจ	4.3185*
ประชาชนควรรู้	.8936
มีคุณค่าทางสังคม	.3554
หมายเหตุ * ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05	

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับการให้ความสำคัญต่อประชาชนผู้อ่าน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ในการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญกับปัจจัยเกี่ยวกับประชาชน หรือผู้อ่านโดยให้ค่าหนึ่งว่า ข่าวประชาสัมพันธ์จะต้องให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงาน มีประโยชน์กับประชาชน ผู้อ่าน ข่าวที่ประชาชนควรรู้ และมีคุณค่าทางสังคมในการช่วยผู้ประสบสาธารณภัย การทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรมของไทย ไม่ต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนสนใจนั้น บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยวิธีการของ Scheffé แล้วพบว่าจากการแบ่ง บรรณาธิการหนังสือพิมพ์เป็น 3 กลุ่ม กลุ่มที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญคือ กลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ประเภทเพ่งคุณภาพ กับกลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทถึงคุณภาพถึงประชาชนนิยม โดยที่กลุ่ม บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประชาชนผู้อ่านโดย ต้องเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจมากกว่ากลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทถึงคุณภาพถึงประชาชนนิยม (ดูรายละเอียดในตารางที่ 13, หน้า 78, ตารางที่ 83 หน้า 247)

ตารางที่ 24 ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของหนังสือพิมพ์
ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน

ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์	F.Ratio
ข่าวของลูกค้า	3.7997*
ข่าวของหน่วยงานและบุคคลที่รู้จัก	.0722
ไม่เป็นข่าวกึ่งโฆษณา	1.1524
แสดงภาพพจน์ของหนังสือพิมพ์	.0015

หมายเหตุ * ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับการให้ความสำคัญในด้านผลประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ คือ ผลประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ในด้านข่าวต้องเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน, และบุคคลที่รู้จัก ไม่เป็นข่าวกึ่งประชาสัมพันธ์กึ่งโฆษณา แสดงถึงภาพพจน์ของหนังสือพิมพ์ ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ในด้านข่าวประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นข่าวของผู้ปกกระ ลูกค้าของหนังสือพิมพ์ที่สังกัด พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ให้ความสำคัญในเรื่องนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffé แล้วพบว่าจากการแบ่งบรรณาธิการหนังสือพิมพ์เป็น 3 กลุ่ม กลุ่มที่แตกต่างกันมีเพียงคู่เดียวคือ กลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม กับ กลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยม โดยที่กลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยมให้ความสำคัญกับปัจจัยผลประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ คือ ต้องเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ของลูกค้ามากกว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยมให้ความสำคัญในเรื่องนี้ในระดับปานกลาง ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมให้ความสำคัญในเรื่องนี้น้อย (ดูรายละเอียดในตารางที่ 14 หน้า 79, ตารางที่ 84 หน้า 248)

ตารางที่ 25 ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อลักษณะเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ต่างประเภทกัน โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ลักษณะข่าวประชาสัมพันธ์	F.Ratio
แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ	.1482
กิจกรรมของหน่วยงาน	.6597
ความสำคัญของบุคคล	.3079
ความคิดเห็นต่อชุมชน	.0208
กิจกรรมสาธารณประโยชน์	.2154

การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับการให้ความสำคัญต่อประเภทเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ในการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญต่อประเภทของเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อวิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน

วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	F.Ratio
เนื้อหาครบหลักการเขียนข่าว	.8140
สั้นกระชับ ชัดเจน	1.1740
สำนวนเข้าใจง่าย	.4560
ไม่ใช่ศัพท์ทางเทคนิคมากเกินไป	.0304

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ต่างประเภทกัน กับการให้ความสำคัญต่อวิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ในการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 โดยให้ความสำคัญต่อบัจจัยวิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์พ้องกันในเรื่องเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ครบหลักการเขียนข่าว สั้นกระชับ ชัดเจน สำนวนเข้าใจง่ายและไม่ใช้ศัพท์ทางเทคนิคมากเกินไป

ตารางที่ 27 ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อกิจกรรมหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ปัจจัย	F.Ratio
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	1.5505

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับการให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์อันเกิดจากหน้าที่การงาน การให้ความร่วมมือกัน พบว่า ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบความแปรปรวนการให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ส่วนตัวฉันทัด
มิตร ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ปัจจัย	F.Ratio
การรู้จักส่วนตัว ฉันทัด มิตร	1.0899

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ต่างประเภท กับความสัมพันธ์ส่วนตัว ฉันทัด มิตร มีผลต่อการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อมั่นได้ร้อยละ 95

ตารางที่ 29 การเปรียบเทียบความแปรปรวนการให้ความสำคัญต่อคุณภาพของภาพข่าวของ
บรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

คุณภาพของภาพข่าว	F.Ratio
ขนาดของภาพควรเป็น 5" x 7"	1.8700
ภาพและคำบรรยายมีความหมายตรงกัน	.5138
ข้อความบรรยายภาพสั้นได้ใจความ	1.1249
ภาพมีความคมชัดเหมาะสำหรับการตีพิมพ์	.6865
ภาพที่สามารถดึงดูดความสนใจ	.4958

จากการทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท กับคุณภาพของภาพข่าว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อมั่นได้ร้อยละ 95

ตารางที่ 30 ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อวิธีการรับข่าว ระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน

วิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์	F.Ratio
ส่งถึงตัวโดยตรงด้วยตนเอง	2.7109
ส่งทางไปรษณีย์	5.5204 **
ทางโทรศัพท์	.3760
ตู้ที่กรมประชาสัมพันธ์	.2427
หมายเหตุ ** ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01	

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับการให้ความสำคัญต่อวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 พบว่า ในการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญต่อวิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ ด้วยวิธีส่งถึงตัวโดยตรง ทางโทรศัพท์ จากตู้ที่กรมประชาสัมพันธ์นั้น ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 99

สำหรับวิธีการส่งข่าวทางไปรษณีย์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ให้ความสำคัญต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 99

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งกลุ่มเป็น 3 กลุ่มที่แตกต่างกันมีเพียงคู่เดียว คือ กลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม ให้ความสำคัญต่อวิธีการส่งข่าวทางไปรษณีย์ของนักประชาสัมพันธ์มากกว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยม (ดูรายละเอียดในตารางที่ 20 หน้า 84, ตารางที่ 85 หน้า 248)

ตารางที่ 31 ผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการพิจารณาตีพิมพ์
 ชาวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์ โดยวิธี
 การวิเคราะห์ความแปรปรวน

ปัจจัย	F.Ratio
การส่งข่าวบ่อย ๆ	.6972
เวลาปิดต้นฉบับ	.6901
ช่องข่าว	.9966

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท กับปัจจัยการ
 พิจารณาเลือกตีพิมพ์ชาวประชาสัมพันธ์ ในเรื่อง การส่งข่าวบ่อย ๆ (ความถี่ของการส่งข่าว)
 เวลาปิดต้นฉบับ และ กรณีช่องข่าวในวงการหนังสือพิมพ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ไม่แตกต่าง
 กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 การรับและการตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

เป็นการศึกษาถึงปริมาณข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการได้รับ ปริมาณการตีพิมพ์ การแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ ลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ และลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ อันจะทำให้ทราบถึงข้อจำกัด และโอกาสของการได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเสนอในรูปตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 32 แสดงปริมาณข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ได้รับในแต่ละวัน

ปริมาณข่าว ประชาสัมพันธ์	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ชิ้น	3	15.0	4	25.0	2	10.0	9	16.1
10 - 20 ชิ้น	10	50.0	5	31.25	9	45.0	24	42.9
21 - 30 ชิ้น	2	10.0	5	31.25	7	35.0	14	25.0
31 - 40 ชิ้น	2	10.0	-	-	2	10.0	4	7.1
มากกว่า 40 ชิ้น	3	15.0	2	12.5	-	-	5	8.9
รวม	20	100.0	16	100.0	20	100.0	56	100.0

หมายเหตุ ข่าวที่ได้รับในแต่ละวัน หมายถึง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการแต่ละท่านได้รับในแต่ละวัน ไม่ใช่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ได้รับในแต่ละวัน

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทส่วนใหญ่จะได้รับข่าวประชาสัมพันธ์เฉลี่ยประมาณวันละ 10 - 20 ชิ้น จำนวนมากลำดับที่ 2 จะได้รับเฉลี่ยวันละ 21 - 30 ชิ้น ลำดับที่ 3 จะได้รับน้อยกว่า 10 ชิ้น ลำดับที่ 4 จะได้รับมากกว่า 40 ชิ้น และระหว่าง 31 - 40 ชิ้น มาเป็นลำดับสุดท้ายตามลำดับ โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทได้รับจำนวนชิ้นข่าวประชาสัมพันธ์ในทำนองที่คล้ายกัน

ตารางที่ 33 แสดงปริมาณข้าวประชาสัมพันธ์บรรณาธิการตีพิมพ์ เผยแพร่ในแต่ละวัน

ปริมาณข่าว	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชาชนนิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ชิ้น	16	80.0	9	56.25	14	70.0	39	69.6
10 - 20 ชิ้น	3	15.0	7	43.75	5	25.0	15	26.8
21 - 30 ชิ้น	1	5.0	-	-	-	-	1	1.8
อื่น ๆ	-	-	-	-	1	5.0	1	1.8
รวม	20	100.0	16	100.0	20	100.0	56	100.0

หมายเหตุ ข้าวประชาสัมพันธ์ตีพิมพ์ หมายถึงข่าวที่บรรณาธิการแต่ละท่าน พิจารณาตีพิมพ์ในแต่ละวัน
ไม่ใช่ข่าวที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับตีพิมพ์

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในแต่ละวัน มีปริมาณที่คล้ายคลึงกัน คือน้อยกว่า 10 ชิ้น ลำดับที่ 2 จะตีพิมพ์ประมาณ 10 - 20 ชิ้น และ 21 - 30 ชิ้น มาเป็นลำดับที่ 3 ตามลำดับ มีบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชาชนนิยม 1 คน ตอบว่าขึ้นอยู่กับข่าวที่แจกมาและเนื้อที่ซึ่งไม่แน่นอนในแต่ละวัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 แสดงปริมาณข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทต้องเขียนแก้ไข

การแก้ไข	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า- ร้อยละ 20	-	-	3	18.8	3	15.0	6	10.7
ร้อยละ 21 - 40	3	15.0	2	12.5	1	5.0	6	10.7
ร้อยละ 41 - 60	8	40.0	5	31.2	4	20.0	17	30.4
ร้อยละ 61 - 80	4	20.0	4	25.0	6	30.0	14	25.0
มากกว่า- ร้อยละ 80	5	25.0	2	12.5	6	30.0	13	23.2
รวม	20	100.0	16	100.0	20	100.0	56	100.0

บรรณาธิการส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 30 ถึง 40 ของหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และ
ประชานิยมต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งเข้ามาใหม่ประมาณร้อยละ 41 - 60 ของชิ้นข่าว
ที่ส่งมา ส่วนบรรณาธิการจากหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม ร้อยละ 30 เป็นจำนวน
สองกลุ่มต้องแก้ไขหรือเขียนข่าวใหม่เกือบทั้งหมด คือแก้ไขระหว่าง ร้อยละ 41 - 60 และ 61 - 80
ของจำนวนชิ้นข่าวที่ส่งมา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 -39 แสดงการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ โดยแยกตามประเภทของหนังสือพิมพ์ และตารางรวม ดังนี้

ตารางที่ 35 แสดงการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ

ตารางที่ 36 แสดงการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม

ตารางที่ 37 แสดงการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม

ตารางที่ 38 แสดงการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท เพื่อหาลำดับสาเหตุโดยรวม

ตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบการจัดลำดับสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ ทั้ง 3 ประเภท

เนื่องจากตารางที่ 35 - 38 เป็นตารางที่แสดงตัวเลขการจัดลำดับสาเหตุการแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์แต่ละประเภท ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลของลำดับสาเหตุการแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมาแสดงเปรียบเทียบไว้ในตารางที่ 39 จึงใคร่เสนออธิบายเพียงตารางเดียวคือ ตารางที่ 39 ซึ่งเป็นตารางที่แสดงผลการวิจัยของตารางที่ 35 - 38

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 แสดงสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ประเภทแห่งชาติภาพ

สาเหตุ		อันดับที่					รวม	อันดับที่
		1	2	3	4	5		
ข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไป	ความถี่	5	6	2	3	1	17	2
	คะแนน	25	24	6	6	1	62	
เขียนลักษณะโฆษณามากเกินไป	ความถี่	10	1	4	1	1	17	1
	คะแนน	50	4	12	2	1	69	
ปัญหาด้านภาษา	ความถี่	2	3	5	4	3	17	3
	คะแนน	10	12	15	8	3	48	
เนื้อหาไม่สมบูรณ์	ความถี่	1	4	2	6	4	17	4
	คะแนน	5	16	6	12	4	43	
เนื้อหาการเขียนดี แต่เนื้อที่ หนังสือพิมพ์จำกัด	ความถี่	1	2	4	3	7	17	5
	คะแนน	5	8	12	6	7	38	

ตารางที่ 36 แสดงสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ประเภทประชานิยม

สาเหตุ		อันดับที่					รวม	อันดับที่
		1	2	3	4	5		
ข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไป	ความถี่	8	4	1	2	-	15	1
	คะแนน	40	16	3	4	-	63	
เขียนลักษณะโฆษณามากเกินไป	ความถี่	7	2	2	1	3	15	2
	คะแนน	35	8	6	2	3	54	
ปัญหาด้านภาษา	ความถี่	4	2	3	4	2	15	4
	คะแนน	20	8	9	8	2	47	
เนื้อหาไม่สมบูรณ์	ความถี่	6	3	1	3	2	15	3
	คะแนน	30	12	3	6	2	53	
เนื้อหา, การเขียนดี แต่เนื้อที่ หนังสือพิมพ์จำกัด	ความถี่	3	1	4	1	6	15	5
	คะแนน	15	4	12	2	6	39	

ตารางที่ 37 แสดงสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม

สาเหตุ		อันดับที่					รวม	อันดับที่
		1	2	3	4	5		
ข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไป	ความถี่	7	3	2	2	-	14	1
	คะแนน	35	12	6	4	-	57	
เขียนลักษณะโฆษณามากเกินไป	ความถี่	3	5	3	1	2	14	2
	คะแนน	15	20	9	2	2	48	
ปัญหาด้านภาษา	ความถี่	-	3	3	6	2	14	4
	คะแนน	-	12	9	12	2	35	
เนื้อหาไม่สมบูรณ์	ความถี่	2	1	7	2	2	14	3
	คะแนน	10	4	21	4	2	41	
เนื้อหา, การเขียนดี แต่เนื้อที่ หนังสือพิมพ์จำกัด	ความถี่	1	3	-	2	8	14	5
	คะแนน	5	12	-	4	8	29	

ตารางที่ 38 แสดงสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ทั้ง 3 ประเภท

สาเหตุ		อันดับที่					รวม	อันดับที่
		1	2	3	4	5		
ข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไป	ความถี่	20	13	5	7	1	46	1
	คะแนน	100	52	15	14	1	182	
เขียนลักษณะโฆษณามากเกินไป	ความถี่	20	8	9	3	6	46	2
	คะแนน	100	32	27	6	6	171	
ปัญหาด้านภาษา	ความถี่	6	8	11	14	7	46	4
	คะแนน	30	32	33	28	7	130	
เนื้อหาไม่สมบูรณ์	ความถี่	9	8	10	11	8	46	3
	คะแนน	45	32	30	22	8	137	
เนื้อหา, การเขียนดี แต่เนื้อที่ หนังสือพิมพ์จำกัด	ความถี่	5	6	8	6	21	46	5
	คะแนน	25	24	24	12	21	106	

ตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบสาเหตุที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

สาเหตุ	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ	บก. ของ น. ส. พ. ประชาชนนิยม	บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชาชนนิยม	รวม
ข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไป	2	1	1	1
เขียนในลักษณะโฆษณามากเกินไป	1	2	2	2
ปัญหาด้านภาษา	3	4	4	4
เนื้อหาไม่สมบูรณ์	4	3	3	3
เนื้อหา, การเขียนดี แต่เนื้อที่ หนังสือพิมพ์จำกัด	5	5	5	5

จากตารางที่ 39 จะเห็นว่าสาเหตุหลักที่บรรณาธิการต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์
เรียงตามลำดับที่ระบุจากมากไปน้อย ดังนี้

1. ข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไป
2. เขียนในลักษณะโฆษณามากเกินไป
3. เนื้อหาไม่สมบูรณ์ (บางครั้งต้องมีการตรวจสอบและเพิ่มเติมข้อมูล)
4. ปัญหาทางด้านภาษา
5. เนื้อหาและลีลาการเขียนดี แต่ต้องปรับเพื่อให้เหมาะกับเนื้อที่เนื่องจากเนื้อที่

หนังสือพิมพ์มีจำกัด

ส่วนสาเหตุที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์
ต่างกันเล็กน้อยในด้านการจัดลำดับ โดยเรียงลำดับที่ระบุจากมากไปน้อย ดังนี้

1. เขียนในลักษณะโฆษณามากเกินไป
2. ข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไป
3. ปัญหาทางด้านภาษา
4. เนื้อหาไม่สมบูรณ์
5. เนื้อหาและลีลาการเขียนดีแต่ต้องปรับเพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อที่เนื่องจากเนื้อที่

หนังสือพิมพ์มีจำกัด

ตารางที่ 40 แสดงปริมาณวันที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุด

วัน	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	12	52.3	6	18.2	11	34.4	29	33
อังคาร	1	4.3	8	24.2	4	12.5	13	14.8
พุธ	1	4.3	6	18.2	2	6.2	9	10.2
พฤหัสบดี	2	8.7	4	12.1	6	18.8	12	13.6
ศุกร์	4	17.4	4	12.1	7	21.9	15	17
เสาร์, อาทิตย์	1	4.3	3	9.1	1	3.1	5	5.7
อื่น ๆ	2	8.7	2	6.1	1	3.1	5	5.7
รวม	23	100	33	100	32	100	88	100

หมายเหตุ จำนวนรวมทั้งหมดมี 88 จากจำนวนคน 56 คน เนื่องจากข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการได้รับในหนึ่งสัปดาห์มีวันที่ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุดมากกว่า 1 วัน

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุดในวันจันทร์ รองลงมาเป็นวันศุกร์, อังคาร, พฤหัสบดี, พุธ และเสาร์, อาทิตย์ ตามลำดับ

ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมแตกต่างกันเล็กน้อย คือได้รับข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุดในวันอังคาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 41 แสดงพฤติกรรมการอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

พฤติกรรม	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชาชนนิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อ่านทุกข่าว	12	60.0	12	75.0	17	85.0	41	73.2
อ่านบางข่าว	8	40.0	4	25.0	3	15.0	15	26.8
รวม	20	100.0	16	100.0	20	100.0	56	100.0

พฤติกรรมการอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท เหมือนกัน คืออ่านข่าวประชาสัมพันธ์ทุกข่าวที่ได้รับ และอ่านข่าวประชาสัมพันธ์บางข่าว ตามลำดับ และมีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 42 แสดงพฤติกรรมการเก็บข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

พฤติกรรม	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชาชนนิยม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เก็บไว้อ่าน	18	90	13	81.25	16	80	47	83.93
ไม่เก็บไว้อ่าน	2	10	3	18.75	4	20	9	16.07
รวม	20	100	16	100	20	100	56	100

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท เหมือนกันคือ ส่วนใหญ่จะเก็บข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับในแต่ละวันไว้ก่อน และมีน้อยมากที่ไม่เก็บไว้ก่อน เมื่อผ่านพ้นวันที่รับข่าวแจกนั้น กล่าวคือจะไม่เก็บข่าวประชาสัมพันธ์นั้นไว้ แต่ทิ้งไปเนื่องจากของใหม่กำลังจะเข้ามา

ตารางที่ 43 - 47 จะเป็นการเสนอการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์
เผยแพร่ในปัจจุบัน ซึ่งมีความแตกต่างกัน คือ

- ตารางที่ 43 แสดงการจัดลำดับของบรรณาธิการประเภทแห่งคุณภาพ
- ตารางที่ 44 แสดงการจัดลำดับของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม
- ตารางที่ 45 แสดงการจัดลำดับของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทถึงคุณภาพถึงประชาชนนิยม
- ตารางที่ 46 แสดงการจัดลำดับของบรรณาธิการทั้ง 3 ประเภท
- ตารางที่ 47 แสดงการเปรียบเทียบการจัดลำดับของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 43 แสดงการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในปัจจุบันของบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ

ปัจจัย		อันดับที่				รวม	อันดับที่
		1	2	3	4		
คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่ (n)	18	-	-	-	18	1
	คะแนน	72	-	-	-	72	
ตามคำขอร้องของฝ่ายโฆษณา	ความถี่ (n)	1	10	4	3	18	2
	คะแนน	4	30	8	3	45	
ตามคำขอร้องของญาติมิตร	ความถี่ (n)	-	1	2	15	18	4
	คะแนน	-	3	4	15	22	
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	ความถี่ (n)	-	5	11	2	18	3
	คะแนน	-	15	22	2	39	

ตารางที่ 44 แสดงการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในปัจจุบันของบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม

ปัจจัย		อันดับที่				รวม	อันดับที่
		1	2	3	4		
คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	14	-	-	-	14	1
	คะแนน	56	-	-	-	56	
ตามคำขอร้องของฝ่ายโฆษณา	ความถี่	-	2	6	6	14	3
	คะแนน	-	6	12	6	24	
ตามคำขอร้องของญาติมิตร	ความถี่	-	1	7	6	14	4
	คะแนน	-	3	14	6	23	
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	ความถี่	-	9	4	1	14	2
	คะแนน	-	27	8	1	36	

ตารางที่ 45 แสดงการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในปัจจุบัน
ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม

ปัจจัย		อันดับที่				รวม	อันดับที่
		1	2	3	4		
คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	20	-	-	-	20	1
	คะแนน	80	-	-	-	80	
ตามคำขอร้องของฝ่ายโฆษณา	ความถี่	-	9	9	2	20	2
	คะแนน	-	27	18	2	47	
ตามคำขอร้องของญาติมิตร	ความถี่	-	5	6	9	20	4
	คะแนน	-	15	12	9	36	
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	ความถี่	-	7	6	7	20	3
	คะแนน	-	21	12	7	40	

ตารางที่ 46 แสดงการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในปัจจุบัน
ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

ปัจจัย		อันดับที่				รวม	อันดับที่
		1	2	3	4		
คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	52	-	-	-	52	1
	คะแนน	208	-	-	-	208	
ตามคำขอร้องของฝ่ายโฆษณา	ความถี่	1	21	19	11	52	2
	คะแนน	4	63	38	11	116	
ตามคำขอร้องของญาติมิตร	ความถี่	-	7	15	30	52	4
	คะแนน	-	21	30	30	81	
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	ความถี่	-	21	21	10	52	3
	คะแนน	-	63	42	10	115	

ตารางที่ 47 แสดงการเปรียบเทียบการจัดลำดับข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่

ในปัจจุบัน ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

ปัจจัย	ประเภทของหนังสือพิมพ์			น.ส.พ.ทั้ง 3 ประเภท
	เพ่งคุณภาพ	ประชานิยม	กึ่งคุณภาพ กึ่งประชานิยม	
คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์	1	1	1	1
ตามคำขอร้องของฝ่ายโฆษณา	2	3	2	2
ตามคำขอร้องของญาติมิตร	4	4	4	4
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	3	2	3	3

ในปัจจุบันข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นอันดับที่ 1 คือพิจารณาจากคุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์ สำหรับอันดับที่ 2 เผยแพร่ตามคำขอร้องของฝ่ายโฆษณา อันดับที่ 3 เนื่องจากหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ และตามคำขอร้องของญาติมิตรมาเป็นอันดับสุดท้าย ยกเว้นบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมซึ่งเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ และตามคำขอร้องของฝ่ายโฆษณา เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 48 - 52 แสดงการจัดลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ
บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ โดยแยกตามประเภทของหนังสือพิมพ์ และตารางรวม ดังนี้

ตารางที่ 48 แสดงการจัดลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ

ตารางที่ 49 แสดงการจัดลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม

ตารางที่ 50 แสดงการจัดลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม

ตารางที่ 51 แสดงการจัดลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท เพื่อหาลำดับปัจจัยรวม

ตารางที่ 52 แสดงการเปรียบเทียบการจัดลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์
ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทจัดลำดับปัจจัยเหมือน มีลำดับที่ 1, 2, 7, 8
คือ ประโยชน์ของผู้อ่าน เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ และความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตร

สำหรับในส่วนที่ต่างกันนั้น บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพและบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม จัดลำดับปัจจัยเหมือนกัน 2 ใน 4 ของปัจจัยที่จัดลำดับต่างกัน คือ
ลำดับที่ 3 เรื่องประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ ลำดับที่ 5 คือ เรื่องเวลาปิดต้นฉบับ

ในส่วนของลำดับที่ต่างกันไม่มากคือ ห่างกัน 1, 2 และห่างมากที่สุด 3 คือ ในเรื่อง
หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์มีผลต่อการพิจารณาข่าวประชาสัมพันธ์ โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ประเภทเพ่งคุณภาพให้เป็นลำดับที่ 6 ในขณะที่ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และ
กึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้เป็นลำดับที่ 3

ตารางที่ 48 ลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ

ปัจจัย		อันดับที่									
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม	อันดับที่
ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน	ความถี่	17	1	-	-	-	-	-	-	18	
	คะแนน	136	7	*	*	*	*	*	*	143	1
ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์	ความถี่	-	5	4	6	2	1	-	-	18	
	คะแนน	-	35	24	30	8	3	-	-	100	3
หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	-	-	2	4	5	5	-	2	18	
	คะแนน	-	-	12	20	20	15	-	2	69	6
เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	-	9	6	2	1	-	-	-	18	
	คะแนน	-	63	36	10	4	-	-	-	113	2
วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	-	-	5	4	4	-	3	2	18	
	คะแนน	-	-	30	20	16	-	6	2	74	4
ความสัมพันธ์อันดีญาติมิตรกับผู้อ่าน	ความถี่	-	-	-	1	3	5	3	6	18	
	คะแนน	-	-	-	5	12	15	6	6	44	8
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	ความถี่	-	-	-	2	2	3	8	3	18	
	คะแนน	-	-	-	10	8	9	16	3	46	7
เวลาปีคั่นฉบับ	ความถี่	3	1	2	1	2	2	2	5	18	
	คะแนน	24	7	12	5	8	6	4	5	71	5

ตารางที่ 49 แสดงการจัดลำดับกับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม

ปัจจัย		อันดับที่									อันดับที่
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม	
ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน	ความถี่	14	-	1	-	-	-	-	-	15	
	คะแนน	112	-	6	-	-	-	-	-	118	1
ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์	ความถี่	-	6	2	2	-	2	-	3	15	
	คะแนน	-	42	12	10	-	6	-	3	73	3
หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	-	1	6	4	1	1	1	1	15	
	คะแนน	-	7	36	20	4	3	2	1	73	3
เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	2	3	3	4	3	-	-	-	15	
	คะแนน	16	21	18	20	12	-	-	-	87	2
วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	-	-	-	4	4	4	3	-	15	
	คะแนน	-	-	-	20	16	12	6	-	54	6
ความสัมพันธ์กับญาติมิตรกับผู้ใช้ข่าว	ความถี่	-	-	-	-	4	3	2	6	15	
	คะแนน	-	-	-	-	16	9	4	6	35	8
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	ความถี่	-	-	1	-	2	2	8	2	15	
	คะแนน	-	-	6	-	8	6	16	2	38	7
เวลาปิดต้นฉบับ	ความถี่	1	4	1	-	-	1	2	6	15	
	คะแนน	8	28	6	-	-	3	4	6	55	5

ตารางที่ 50 แสดงการจําลองค่าปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพที่ประชาชนนิยม

ปัจจัย		อันดับที่									อันดับที่
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม	
ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน	ความถี่	13	4	-	-	1	-	-	-	18	
	คะแนน	104	28	-	-	4	-	-	-	136	1
ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์	ความถี่	-	5	2	1	4	1	1	4	18	
	คะแนน	-	35	12	5	16	3	2	4	77	4
หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	-	2	4	4	3	2	2	1	18	
	คะแนน	-	14	24	20	12	6	4	1	81	3
เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	3	5	4	4	2	-	-	-	18	
	คะแนน	24	35	24	20	8	-	-	-	111	2
วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	-	-	3	7	3	3	1	1	18	
	คะแนน	-	-	18	35	12	9	2	1	77	4
ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตรกับผู้อ่าน	ความถี่	-	-	-	1	2	8	2	5	18	
	คะแนน	-	-	-	5	8	24	4	5	46	8
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	ความถี่	-	-	2	1	2	2	11	-	18	
	คะแนน	-	-	12	5	8	6	22	-	53	7
เวลาปิดต้นฉบับ	ความถี่	2	2	3	-	4	1	1	5	18	
	คะแนน	16	14	18	-	16	3	2	5	74	6

ตารางที่ 51 แสดงการจัดลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

ปัจจัย		อันดับที่									
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม	อันดับที่
ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน	ความถี่	44	5	1	-	1	-	-	-	51	
	คะแนน	352	35	6	-	4	-	-	-	397	1
ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์	ความถี่	-	16	8	9	6	4	1	7	51	
	คะแนน	-	112	48	45	24	12	2	7	250	3
หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	-	3	32	12	9	8	3	4	51	
	คะแนน	-	21	192	60	36	24	6	4	223	4
เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	5	17	13	10	6	-	-	-	51	
	คะแนน	40	119	78	50	24	-	-	-	311	2
วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	ความถี่	-	-	8	15	11	7	7	3	51	
	คะแนน	-	-	48	75	44	21	14	3	205	5
ความสัมพันธ์อันดีญาติมิตรกับผู้อ่าน	ความถี่	-	-	-	2	9	16	7	17	51	
	คะแนน	-	-	-	10	36	48	14	17	125	8
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	ความถี่	-	-	3	3	6	7	27	5	51	
	คะแนน	-	-	18	15	24	21	54	5	137	7
เวลาปิดต้นฉบับ	ความถี่	6	7	6	1	6	4	5	16	51	
	คะแนน	48	49	36	5	24	12	10	16	200	6

ตารางที่ 52 แสดงการเปรียบเทียบการจัดลำดับปัจจัยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

ปัจจัย	บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ เพ่งคุณภาพ	บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ ประชานิยม	บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ กึ่งคุณภาพ กึ่งประชานิยม	บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ ทั้ง 3 ประเภท
ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน	1	1	1	1
ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์	3	3	4	3
หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์	6	3	3	4
เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์	2	2	2	2
วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	4	6	4	5
ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตรกับผู้อยู่ข่าว	8	8	8	8
หนังสือพิมพ์สัมพันธ์	7	7	7	7
เวลาปิดต้นฉบับ	5	5	6	6

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 สภาพปัจจุบันและความต้องการของบรรณาธิการในด้านข่าวสารเพื่อการ

ประชาสัมพันธ์

เป็นการวิเคราะห์ 2 ส่วน คือ

1. สภาพปัจจุบันของบรรณาธิการในการได้รับและตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์
2. สภาพความต้องการของบรรณาธิการในด้านข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท ในการรับและตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 53 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อการรับข่าวประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

ข่าว ประชาสัมพันธ์	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
ข่าว	4.350	0.587	4.375	0.719	4.200	0.951	4.304	0.761
ภาพข่าว	3.900	0.718	4.188	0.834	4.100	0.852	4.054	0.796
บทความ	2.850	0.933	1.875	0.619	2.550	0.826	2.464	0.894
เอกสารต่าง ๆ	2.850	0.745	3.188	1.047	2.850	1.226	2.946	1.017

โดยเฉลี่ยแล้ว บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์เหมือนกันเป็นส่วนใหญ่ คือ ได้รับข่าวและภาพข่าวเป็นจำนวนมาก ได้รับเอกสารต่าง ๆ ในระดับปานกลาง

สำหรับบทความนั้น บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมได้รับปริมาณปานกลาง ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมได้รับน้อย

ตารางที่ 54 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์

เนื้อหา	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ข่าวที่มีประโยชน์ ต่อประชาชน	3.700	1.129	3.938	1.181	3.650	1.089	3.750	1.116
ข่าวที่ประชาชน ควรรู้	3.650	0.875	3.563	0.814	3.100	1.021	3.429	0.931
ข่าวที่ประชาชน สนใจ	3.400	0.754	3.250	0.775	3.350	1.137	3.339	0.900
ข่าวที่ให้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ หน่วยงาน	3.400	0.940	3.000	0.632	2.950	0.887	3.125	0.854
ข่าวที่ทำให้ ประชาชนเกิด ความเชื่อถือ หนังสือพิมพ์	3.300	0.795	3.687	1.014	3.350	1.226	3.321	1.046

โดยเฉลี่ย ในปัจจุบันบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์
ในปริมาณใกล้เคียงกัน คือได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีประโยชน์ต่อประชาชนในปริมาณที่มากขึ้น และ
ได้รับปริมาณปานกลางสำหรับข่าวที่ประชาชนสนใจ และข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงาน

ส่วนข่าวที่ประชาชนควรรู้นั้น บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพและประเภท
ประชานิยมได้รับเป็นจำนวนมาก สำหรับบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม
ได้รับจำนวนปานกลาง

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม ได้รับ
ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือหนังสือพิมพ์มีปริมาณปานกลาง ในขณะที่
บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมได้รับเป็นจำนวนมาก



ต้นฉบับไม่มีหน้า
NO THIS PAGE IN ORIGINAL

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อประเภทของเอกสารที่ได้รับ

ประเภทเอกสาร	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
รายงานประจำปี	3.250	1.251	3.188	0.911	2.600	1.314	3.000	1.206
วารสารภายนอก	3.450	0.887	3.250	0.931	2.900	1.294	3.196	1.069
วารสารภายใน	3.550	0.759	3.000	0.816	2.550	1.099	3.036	0.990
แผ่นพับ, เอกสาร แนะนำประกอบ, คู่มือ	3.450	0.826	2.937	0.772	2.500	1.147	2.964	1.008
ข้อมูลภูมิหลังผู้บริหาร	3.250	1.070	3.000	1.155	2.450	1.146	2.893	1.155

ปัจจุบัน โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับเอกสารรายงานประจำปีวารสารภายนอก แผ่นพับ, เอกสารแนะนำประกอบ คู่มือในระดับปานกลาง

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม ได้รับวารสารภายใน, จดหมายข่าวในระดับปานกลาง แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพได้รับในระดับมาก

สำหรับเอกสารประเภทข้อมูลภูมิหลังและรายละเอียดของผู้บริหารและบุคคลสำคัญขององค์การหน่วยงานนั้น บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมได้รับปานกลาง ขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมได้รับน้อย

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทต่อ
วิธีการได้รับเอกสาร

วิธีการ	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
เป็นประจำ	3.750	1.118	3.500	0.966	3.450	1.395	3.571	1.173
เมื่อขอไป	2.700	0.979	2.750	1.000	2.300	1.218	2.571	1.073
ให้ น. ส. พ. ก่อน แจกในหน่วย งาน	2.800	0.951	3.000	0.894	2.650	1.309	2.804	1.069
พร้อม ๆ กับ หน่วยงาน	2.947	1.026	2.750	0.856	2.550	1.099	2.745	1.004

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับเอกสารต่าง ๆ ก่อนทำการ
แจกจ่ายภายในหน่วยงาน และแจกพร้อม ๆ กับหน่วยงานในระดับปานกลาง

ในส่วนที่ต่างกันคือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และประเภทประชานิยม
ได้รับเอกสารเป็นประจำ และได้รับเมื่อหนังสือพิมพ์ขอไปในระดับมากและ ปานกลางตามลำดับ
ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมได้รับในระดับ ปานกลาง และน้อย
ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 58 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

วิธีการ	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น. ส. พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชาชนนิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ส่งถึงตัว โดยตรง	3.500	1.000	4.188	0.655	3.350	1.137	3.643	1.017
ส่งทาง ไปรษณีย์	4.200	0.616	3.750	0.577	3.600	1.142	3.857	0.862
ทางโทรศัพท์	2.950	0.759	3.250	0.931	2.800	1.105	2.982	0.944
ตุ๊กกรมประ- ชาสัมพันธ์	2.700	0.979	2.437	0.727	2.200	1.196	2.446	1.008

โดยเฉลี่ยของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการ
ส่งทางไปรษณีย์มาก และได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ปานกลาง

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพและประเภทประชาชนนิยม ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์
ด้วยวิธีส่งถึงตัวโดยตรงมาก ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยมได้รับด้วยวิธีนี้
ปานกลาง

สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งที่ตุ๊กกรมประชาสัมพันธ์นั้น บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภท
ประชาชนนิยม และ ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยมได้รับน้อย และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภท
เพ่งคุณภาพได้รับปานกลาง

ตารางที่ 59 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของบรรณาธิการต่อหน่วยงานที่มักจะส่งข่าวซ้ำให้กับคอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์

หน่วยงาน	บก. ของ น. ส. พ. เฟื่องคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
ธนาคาร	3.450	1.234	3.733	1.223	3.526	1.219	3.556	1.208
โรงแรม	3.850	1.137	4.188	1.047	3.850	1.226	3.946	1.135
ธุรกิจเอกชน	3.500	1.000	3.688	1.195	3.700	0.979	3.625	1.037
องค์การ สาธารณกุศล	3.650	0.813	3.563	0.814	3.600	0.883	3.607	0.824
หน่วยราชการ	3.350	0.813	3.438	0.814	2.900	1.252	3.214	1.004
บุคคลทั่วไป	2.300	0.865	2.533	1.125	2.400	1.273	2.400	1.082
<p><u>หมายเหตุ</u> ข่าวซ้ำ หมายถึงข่าวประชาสัมพันธ์ข่าวเดียวกันที่นักประชาสัมพันธ์แต่ละหน่วยงานส่งให้กับบรรณาธิการหน้าต่างของหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกัน</p>								

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวที่นักประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ส่งมาใกล้เคียงกันมาก คือ บรรณาธิการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงาน โรงแรม ธุรกิจเอกชน องค์การสาธารณกุศล ส่งมาเป็นจำนวนมาก และได้รับข่าวประชาสัมพันธ์จำนวนปานกลางจากหน่วยราชการ

ในส่วนที่ต่างกันคือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์จำนวนมากจากธนาคาร และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพได้รับข่าวประชาสัมพันธ์จำนวนปานกลางจากธนาคาร

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพ และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ซ้ำจากบุคคลจำนวนน้อย ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมได้รับเป็นจำนวนปานกลาง

สมมุติฐานที่ 2 พฤติกรรมการรับข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ทั้ง 3 ประเภทแตกต่างกัน

ทำการทดสอบสมมุติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-
Way Analysis of Variance) ทดสอบ F-test และทดสอบหาความแตกต่างของกลุ่มโดย
วิธีการของ Scheffé ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอไว้ในตารางที่ 60 - 66



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 60 เปรียบเทียบความแปรปรวนปริมาณรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการได้รับ
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

รูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์	F.Ratio
ข่าว	.2854
ภาพข่าว	.6242
บทความ	6.5243**
เอกสารต่าง ๆ	.6212
หมายเหตุ ** ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01	

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับการปริมาณรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับปริมาณข่าว ภาพข่าว เอกสารต่าง ๆ ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 99

ในด้านบทความ พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับปริมาณบทความต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 99

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffé พบว่า จากการแบ่งบรรณาธิการโดยจับคู่กัน กลุ่มที่แตกต่างกันมีเพียง 1 คู่ คือ กลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพ และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม โดยที่กลุ่มบรรณาธิการหนังสือพิมพ์เฟื่องคุณภาพได้รับบทความมากกว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพได้รับบทความในระดับปานกลาง ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมได้รับในระดับน้อย (ปริมาณที่น้อย) (ดูรายละเอียดในตารางที่ 53 หน้า 113, ตารางที่ 86 หน้า 248)

ตารางที่ 61 เปรียบเทียบความแปรปรวนปริมาณเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการได้รับ
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ประเภทเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์	F.Ratio
ข่าวที่มีประโยชน์ต่อประชาชน	.3181
ข่าวที่ประชาชนควรรู้	2.0505
ข่าวที่ประชาชนสนใจ	.1216
ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงาน	1.6672
ข่าวที่ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือหนังสือพิมพ์	2.0006

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับ ความต้องการประเภทของเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 62 เปรียบเทียบความแปรปรวนของปริมาณบทความและสารคดีประเภทต่าง ๆ ที่
บรรณาธิการได้รับ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ประเภทของบทความและสารคดี	F.Ratio
บทความที่ให้ความรู้ด้านสาธารณสุข	4.2147*
การศึกษา	2.3387
เศรษฐกิจ - การเงิน	.5953
การเมือง	2.9081
เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการหรือเอกชน	2.9585
เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	1.8840
หมายเหตุ * ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05	

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท คือประเภท
แห่งคุณภาพ ประเภทประชาชนนิยม และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยม กับปริมาณบทความและสารคดี
ประเภทต่าง ๆ ที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับ
บทความและสารคดีเกี่ยวกับการศึกษา เศรษฐกิจ - การเงิน การเมือง เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน
ราชการหรือเอกชน และเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
ความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

สำหรับบทความและสารคดีด้านสาธารณสุขนั้น พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท
ได้รับปริมาณบทความและสารคดีที่ให้ความรู้ด้านสาธารณสุขต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
ความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffé แล้วพบว่า บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมได้รับบทความและสารคดีที่เกี่ยวกับด้านสาธารณสุขมากกว่าที่บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยมได้รับ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 55 หน้า 115, ตารางที่
87 หน้า 249)

ตารางที่ 63 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปริมาณเอกสารประเภทต่าง ๆ ที่บรรณาธิการ
ได้รับ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ประเภทของเอกสาร	F.Ratio
รายงานประจำปี	1.7714
สารสารภายนอก	1.3701
วารสารภายใน, จดหมายข่าว	6.0537**
แผ่นพับ, เอกสารแนะนำประกอบ, คู่มือ	5.1099**
ข้อมูลภูมิหลังและรายละเอียดของผู้บริหารและบุคคลสำคัญ	2.6449
หมายเหตุ ** ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01	

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์แต่ละประเภท กับประเภทของเอกสารต่าง ๆ ที่บรรณาธิการได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับเอกสารประเภทรายงานประจำปี วารสารภายนอก ข้อมูลภูมิหลังและรายละเอียดของผู้บริหารและบุคคลสำคัญของหน่วยงาน ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 99

และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับเอกสารประเภทวารสารภายใน แผ่นพับ, เอกสารแนะนำประกอบ คู่มือ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 99

เมื่อทำการทดสอบกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffé แล้ว พบว่ามีแตกต่างกันอยู่เพียงคู่เดียว คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ และ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพได้รับวารสารภายใน, จดหมายข่าว แผ่นพับ, เอกสารแนะนำประกอบ, คู่มือ มากกว่าที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมได้รับ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 56 หน้า 116, ตารางที่ 88-89 หน้า 249)

ตารางที่ 64 เปรียบเทียบความแปรปรวนของปริมาณเอกสารที่บรรณาธิการได้รับ จำแนก
ของหนังสือพิมพ์

วิธีการ	F.Ratio
เป็นประจำ	.3598
เมื่อหนังสือพิมพ์ขอไป	.9988
ให้หนังสือพิมพ์ก่อนแจกจ่ายในหน่วยงาน	.4675
แจกพร้อม ๆ กับหน่วยงาน	.7564

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับปริมาณการรับเอกสารด้วยวิธีต่าง ๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับเอกสารด้วยวิธีการต่าง ๆ คือ วิธีการได้รับเป็นประจำ เมื่อหนังสือพิมพ์ขอไปแจกให้หนังสือพิมพ์ก่อนแจกจ่ายในหน่วยงาน และวิธีการแจกจ่ายพร้อมกับหน่วยงาน ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 65 เปรียบเทียบความแปรปรวนของปริมาณการรับข่าวประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการต่างๆ
ของบรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

วิธีการ	F.Ratio
ส่งถึงตัวโดยตรง	3.6418*
ส่งทางไปรษณีย์	2.7625
ทางโทรศัพท์	1.0297
จากคู่มือกรมประชาสัมพันธ์	1.2430
หมายเหตุ * ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05	

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับวิธีการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการส่งทางไปรษณีย์ ทางโทรศัพท์ จากคู่มือกรมประชาสัมพันธ์ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ในด้านวิธีการส่งข่าวด้วยตนเองของนักประชาสัมพันธ์นั้น บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีที่นักประชาสัมพันธ์มาส่งด้วยตนเองต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffé แล้วพบว่ากลุ่มที่แตกต่างกันมีเพียงคู่เดียว คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมได้รับข่าวด้วยวิธีการ-ส่งถึงตัวโดยตรงมากกว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม (ดูรายละเอียดในตารางที่ 58 หน้า 118, ตารางที่ 90 หน้า 250)

ตารางที่ 66 เปรียบเทียบความแปรปรวนสภาพปัจจุบันของบรรณาธิการแต่ละหน้าที่ได้รับ
ข่าวเดียวกันจากหน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์และลงให้ซ้ำกัน จำแนกตาม
ประเภทของหนังสือพิมพ์

หน่วยงานที่ส่งข่าวซ้ำ	F.Ratio
ธนาคาร	.2373
โรงแรม	.4961
ธุรกิจเอกชน	.2203
องค์การสาธารณกุศล, สถาบันการศึกษา	.0495
หน่วยราชการ, รัฐวิสาหกิจ	1.5919
บุคคลทั่วไป	.1934

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับปริมาณ
ข่าวเดียวกันที่ได้รับจากหน่วยงานต่าง ๆ และตีพิมพ์ซ้ำให้ซ้ำกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า
ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ตารางนี้จะแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันมีหน่วยงานใดที่ส่งข่าวเดียวกันมาก และบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ยังตีพิมพ์ให้ซ้ำกัน สำหรับปริมาณที่หน่วยงานส่ง และได้รับการตีพิมพ์ คุ้ได้จากตารางที่ 59
และตารางที่ 73, 80 จะแสดงให้เห็นว่าบรรณาธิการมีความพึงพอใจกับหน่วยงานที่ส่งข่าวเดียวกันนี้
มากน้อยเพียงใด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. การวิเคราะห์สภาพความต้องการของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ในด้านข่าวสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 67 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อการรับข่าวประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ข่าวประชาสัมพันธ์	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ข่าว	4.400	0.940	4.625	0.619	4.150	0.875	4.375	0.843
ภาพข่าว	3.900	0.968	4.313	0.704	3.800	0.951	3.982	0.904
บทความ	3.450	1.050	2.875	1.258	3.100	1.334	3.161	1.218
เอกสารต่างๆ	3.900	0.968	3.437	1.153	3.050	1.099	3.464	1.111

จากตารางจะพบว่า โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการที่เหมือนและต่างกันบ้าง คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการภาพข่าวมาก และมีความต้องการบทความปานกลาง

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม มีความต้องการข่าวมาก ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมมีความต้องการมากที่สุด

สำหรับในเรื่องความต้องการเอกสารต่าง ๆ พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมมีความต้องการปานกลาง ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพมีความต้องการมาก

ตารางที่ 68 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์

เนื้อหา	บก. ของ น.ส.พ. เพ็งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ข่าวที่มีประ- โยชน์ต่อ ประชาชน	4.550	0.945	4.875	0.342	4.650	0.489	4.679	0.089
ข่าวที่ประชาชน ควรรู้	4.200	0.951	3.875	0.806	3.800	1.196	3.964	1.008
ข่าวที่ประชาชน สนใจ	3.700	1.174	3.812	1.047	3.050	1.050	3.500	1.128
ข่าวที่ทำให้ ความรู้ความ เข้าใจ เกี่ยวกับ หน่วยงาน	3.600	1.188	3.375	0.957	3.050	0.999	3.339	1.066
ข่าวที่ทำให้ ประชาชนเกิด ความเชื่อถือ หนังสือพิมพ์	3.900	1.021	4.312	0.704	4.100	0.912	4.089	0.900

โดยเฉลี่ย บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ คล้ายกันมาก คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ็งคุณภาพ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม มีความต้องการมากที่สุดเกี่ยวกับเนื้อหา ข่าวที่มีประโยชน์ต่อประชาชน และมีความต้องการมากเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนควรรู้ และข่าวประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือหนังสือพิมพ์

ในส่วนที่ต่างกัน คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ็งคุณภาพ และประเภทประชานิยม ต้องการข่าวประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนควรรู้มาก แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยมต้องการปานกลาง

สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงานนั้น บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมมีความต้องการปานกลาง ส่วน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ็งคุณภาพต้องการมาก

ตารางที่ 69 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อประเภทของบทความและสารคดี
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ประเภทบทความ และสารคดี	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
สาธารณสุข	3.800	1.152	3.875	0.806	3.350	1.226	3.661	1.100
การศึกษา	3.800	1.196	3.813	0.981	3.500	1.192	3.696	1.127
เศรษฐกิจ - การเงิน	3.800	1.361	3.688	0.793	3.600	1.353	3.696	1.205
การเมือง	3.850	1.268	3.750	0.931	3.600	1.501	3.732	1.258
หน่วยงาน ราชการหรือ หรือเอกชน	3.600	1.046	3.500	0.816	3.200	1.322	3.429	1.093
เกี่ยวข้องกับ สถานการณ์ ปัจจุบัน	4.150	1.226	4.625	0.500	4.050	1.317	4.250	1.116

โดยเฉลี่ยแล้ว ความต้องการประเภทของบทความและสารคดีของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ทั้ง 3 ประเภทคล้ายกันมาก คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการมากสำหรับ
บทความและสารคดีเรื่องการศึกษา เศรษฐกิจ การเมือง

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และประเภทประชานิยม มีความต้องการมาก
สำหรับบทความและสารคดีเรื่องหรือที่เกี่ยวกับสาธารณสุข และหน่วยงานราชการหรือเอกชน
ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมมีความต้องการปานกลาง

สำหรับบทความและสารคดีที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบันพบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์
ประเภทประชานิยมมีความต้องการมากที่สุด ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์อีก 2 ประเภทมี
ความต้องการมาก

ตารางที่ 70 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อประเภทของเอกสารที่ได้รับ
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ประเภทเอกสาร	บก. ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น.ส.พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชาชนนิยม		รวม	
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
รายงาน ประจำปี	3.800	1.240	3.438	1.094	3.400	1.095	3.554	1.143
วารสาร ภายนอก	3.900	1.210	3.250	1.000	3.450	1.050	3.554	1.111
วารสาร ภายใน	3.550	1.191	3.125	1.025	3.400	0.995	3.375	1.071
แผ่นพับ, เอกสาร แนะนำ ประกอบ, คู่มือ	3.500	1.192	3.062	1.063	3.150	1.040	3.250	1.100
ข้อมูลภูมิหลัง ผู้บริหาร	3.950	1.191	3.625	1.025	3.500	1.318	3.696	1.190

จากตารางพบว่าโดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยมมีความต้องการเอกสารประเภทต่าง ๆ เหมือนกันมาก คือ มีความต้องการในระดับปานกลางสำหรับ รายงานประจำปี วารสารภายนอก วารสารภายใน แผ่นพับ เอกสารแนะนำประกอบ, คู่มือ ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมมีความต้องการเอกสารเหล่านี้มาก

ในส่วนที่เหมือนกัน คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการมากเกี่ยวกับข้อมูลภูมิหลังของผู้บริหารและบุคคลสำคัญขององค์กรและหน่วยงาน

ตารางที่ 71 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อวิธีการได้รับเอกสาร

วิธีการ	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชาชนนิยม		บก. ของ น. ส. พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชาชนนิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
เป็นประจำ	4.100	1.252	4.000	1.155	3.947	1.224	4.018	1.194
เมื่อขอไป	3.450	1.317	3.313	1.401	3.250	1.552	3.339	1.405
ให้ น.ส.พ. ก่อนแจกใน หน่วยงาน	3.500	1.235	3.688	1.138	3.750	1.251	3.643	1.197
พร้อม ๆ กับ หน่วยงาน	3.150	1.309	3.438	1.031	3.000	1.214	3.179	1.193

โดยเฉลี่ย บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการในเรื่องวิธีการได้รับเอกสารเหมือนกัน คือ มีความต้องการมากในเรื่องการส่งเอกสารของนักประชาสัมพันธ์ โดยต้องการให้ส่งเป็นประจำและส่งให้หนังสือพิมพ์ก่อนที่จะทำการแจกจ่ายภายในองค์กร, หน่วยงาน

สำหรับวิธีการส่งให้เมื่อหนังสือพิมพ์ขอไป และวิธีส่งพร้อม ๆ กับองค์กร, หน่วยงานนั้น บรรณาธิการมีความต้องการระดับปานกลาง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 72 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

วิธีการ	บก. ของ น. ส. พ. เพ่งคุณภาพ		บก. ของ น. ส. พ. ประชานิยม		บก. ของ น. ส. พ. กึ่งคุณภาพ กึ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
ส่งถึงตัว โดยตรง	3.900	1.165	4.437	0.629	3.600	1.188	3.946	1.086
ส่งทาง ไปรษณีย์	4.150	1.089	3.813	0.981	3.500	1.395	3.821	1.193
ทางโทรศัพท์	3.050	1.356	2.875	0.806	2.650	1.182	2.857	1.151
ตู้ที่กรมประ- ชาสัมพันธ์	2.750	1.446	2.563	1.365	2.650	1.387	2.661	1.379

โดยเฉลี่ยแล้ว บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท มีความต้องการในวิธีการต่าง ๆ คล้ายกัน คือ มีความต้องการมากในวิธีการส่งถึงด้วยตนเองโดยตรง และส่งทางไปรษณีย์ มีความต้องการปานกลางสำหรับวิธีการส่งทางโทรศัพท์ และวิธีการส่งที่ตู้ที่กรมประชาสัมพันธ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 73 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความต้องการของบรรณาธิการต่อหน่วยงานที่มักจะส่งข่าวเดียวกัน
ให้กับคอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์

หน่วยงาน	บก. ของ น.ส.พ. เพ็ญคุณภาพ		บก. ของ น.ส.พ. ประชานิยม		บก. ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพ กิ่งประชานิยม		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ธนาคาร	3.200	1.361	2.938	0.929	2.800	1.105	2.982	1.152
โรงแรม	3.100	1.410	2.938	0.680	2.850	1.309	2.964	1.190
ธุรกิจเอกชน	3.150	1.424	3.067	1.100	3.000	0.918	3.073	1.152
องค์การ สาธารณกุศล	3.650	1.565	4.000	0.894	3.350	1.137	3.643	1.257
หน่วยราชการ	3.250	1.482	3.875	0.719	3.300	1.218	3.446	1.220
บุคคลทั่วไป	2.100	1.165	2.188	1.109	2.200	1.056	2.161	1.092

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการต่อเรื่องที่หน่วยงาน
ประชาสัมพันธ์ที่มักจะส่งข่าวซ้ำให้กับคอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ของตนคล้ายคลึงกันมาก คือ
หน่วยงาน ธนาคาร โรงแรม ธุรกิจเอกชน หน่วยราชการ ส่งข่าวซ้ำเข้ามา ก็ยังมีความต้องการ
ปานกลาง สำหรับบุคคลทั่วไป ไปนั้น บรรณาธิการทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการน้อย

สำหรับองค์การสาธารณกุศลที่ส่งข่าวเดียวกันให้กับหลาย ๆ คอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ฉบับ
เดียวกันและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม มีความต้องการมาก ในขณะที่บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยมมีความต้องการปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมุติฐานที่ 3 ความต้องการค่าน้ำชาชาวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท
แตกต่างกัน

ทำการทดสอบสมมุติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ทดสอบ F-test และทดสอบหาความแตกต่างของกลุ่มโดยวิธีการของ Scheffé ซึ่งประกอบด้วยตารางดังต่อไปนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 74 เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

รูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์	F.Ratio
ข่าว	1.4464
ภาพข่าว	1.5890
บทความ	1.0308
เอกสารต่าง ๆ	3.1619

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทถึงคุณภาพถึงประชานิยม กับความต้องการรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ข่าว ภาพข่าว บทความ เอกสารต่าง ๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ตารางที่ 75 เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ
จำแนกตามประเภทหนังสือพิมพ์

เนื้อหา	F.Ratio
ข่าวที่มีประโยชน์ต่อประชาชน	1.0991
ข่าวที่ประชาชนควรรู้	.8704
ข่าวที่ประชาชนสนใจ	2.6724
ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงาน	1.3600
ข่าวที่ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือหนังสือพิมพ์	.9335

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับความต้องการเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ตารางที่ 76 เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการประเภทของบทความและสารคดีของ
บรรณาธิการ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

รูปแบบบทความและสารคดี	F.Ratio
ให้ความรู้ด้านสาธารณสุข	1.5268
เกี่ยวกับการศึกษา	.4640
เกี่ยวกับเศรษฐกิจ - การเงิน	.1340
การเมือง	.1940
เกี่ยวกับหน่วยงานราชการหรือเอกชน	.7098
เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	1.3199

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับความต้องการประเภทของบทความและสารคดี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมมีความต้องการประเภทของบทความและสารคดีที่เกี่ยวกับการให้ความรู้ด้านสาธารณสุข การศึกษา เศรษฐกิจ - การเงิน การเมือง หน่วยงานราชการหรือเอกชน และที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบันไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 77 เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการเอกสารประเภทต่าง ๆ ของบรรณาธิการ
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ประเภทของเอกสาร	F.Ratio
รายงานประจำปี	.7206
วารสารภายนอก	1.6999
วารสารภายใน, จดหมายข่าว	.7002
แผ่นพับ, เอกสารแนะนำประกอบ, คู่มือ	.8270
ข้อมูลภูมิหลังและรายละเอียดของผู้บริหารและบุคคลสำคัญ	.7489

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับความต้องการเอกสารประเภทต่าง ๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทกับความต้องการเอกสารประเภทต่าง ๆ ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 78 เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการวิธีการรับเอกสารของบรรณาธิการ
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

วิธีการรับเอกสาร	F.Ratio
ส่งเป็นประจำ	.0794
ส่งให้เมื่อทางหนังสือพิมพ์ขอไป	.1020
ส่งให้หนังสือพิมพ์ก่อนทำการแจกจ่ายในหน่วยงาน, องค์กร	.2270
แจกพร้อม ๆ กับหน่วยงาน, องค์กร	.5983

จากการทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับวิธีการรับเอกสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการวิธีการรับเอกสาร (ในลักษณะส่งเป็นประจำ ส่งให้เมื่อทางหนังสือพิมพ์ขอไป ส่งให้พร้อม ๆ กับหน่วยงาน หรือวิธีการส่งให้กับหนังสือพิมพ์ก่อนแจกจ่ายในหน่วยงาน) ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ตารางที่ 79 เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการ
จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

วิธีการส่ง	F.Ratio
ส่งถึงตัวโดยตรง	2.8528
ส่งทางไปรษณีย์	1.5139
ทางโทรศัพท์	.5977
จากศูนย์กรมประชาสัมพันธ์	.0804

จากตารางที่ 79 พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท มีความต้องการวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์ (โดยวิธี ส่งถึงตัวโดยตรง ส่งทางไปรษณีย์ ทางโทรศัพท์ จากศูนย์กรมประชาสัมพันธ์) ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ตารางที่ 80 เปรียบเทียบความแปรปรวนความต้องการต่อหน่วยงานที่มักจะส่งข่าวเดียวกันให้กับ
คอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ จำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

หน่วยงานที่ส่งข่าวซ้ำ	F.Ratio
ธนาคาร	.6109
โรงแรม	.2198
ธุรกิจเอกชน	.0821
องค์การสาธารณกุศล	1.1981
หน่วยราชการ, รัฐวิสาหกิจ	1.4117
บุคคลทั่ว ๆ ไป	.0470

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท กับความต้องการต่อหน่วยงานที่มักจะส่งข่าวเดียวกันให้กับบรรณาธิการหน้าต่าง ๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องความต้องการหรือพึงพอใจต่อหน่วยงานที่มักจะส่งข่าวเดียวกันให้กับบรรณาธิการหน้าต่าง ๆ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พื้นที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทยินดีให้ตีพิมพ์ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 81 - 82 เป็นการแสดงพื้นที่ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ยินดีให้พิมพ์ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ได้แก่

1. ตารางที่ 81 จะเป็นการแสดงพื้นที่ที่หนังสือพิมพ์มติชน สยามรัฐ ไทยรัฐ เคลลิวส์ บ้านเมือง แนวหน้า ลงข่าวประชาสัมพันธ์ให้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของข่าวหน้าต่าง ๆ, จำนวนหน้า และพื้นที่คอลัมน์นิ้วของ 1 หน้าหนังสือพิมพ์

2. ตารางที่ 82 แสดงพื้นที่ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

จากตารางที่ 81 พบว่า หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมีบางหน้าที่มีจำนวนไม่เท่ากัน คือ

หน้าบันเทิง และ หน้ากีฬาของหนังสือพิมพ์เคลลิวส์ มีจำนวน $1\frac{1}{2}$ หน้า และ $1\frac{2}{3}$ หน้า ตามลำดับ สำหรับหน้ากีฬาของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองมีจำนวน $1\frac{1}{2}$ หน้า นอกนั้นเท่ากันหมดคือมี 1 หน้า

หน้าเศรษฐกิจของหนังสือพิมพ์มติชนมีจำนวน 2 หน้า หน้าเศรษฐกิจของแนวหน้ามี 4 หน้า ในขณะที่สยามรัฐ ไทยรัฐ เคลลิวส์ บ้านเมือง มี 1 หน้า

หน้า 1 และ ข่าวต่อ พบว่า หนังสือพิมพ์มติชน สยามรัฐ และแนวหน้ามีจำนวน 2 หน้า ในขณะที่ไทยรัฐมี 5 หน้า เคลลิวส์มี 3 หน้า บ้านเมืองมี $2\frac{1}{2}$ หน้า

หน้าข่าวในประเทศ พบว่า หนังสือพิมพ์มติชน สยามรัฐ บ้านเมือง มีจำนวน 1 หน้า ในขณะที่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เคลลิวส์ และแนวหน้ามีจำนวนหน้าข่าวในประเทศ 2 หน้า

นอกจากนี้ยังพบว่าหนังสือพิมพ์ 2 ฉบับ มีไม่มีหน้าสตรี คือ หนังสือพิมพ์มติชน และ บ้านเมือง

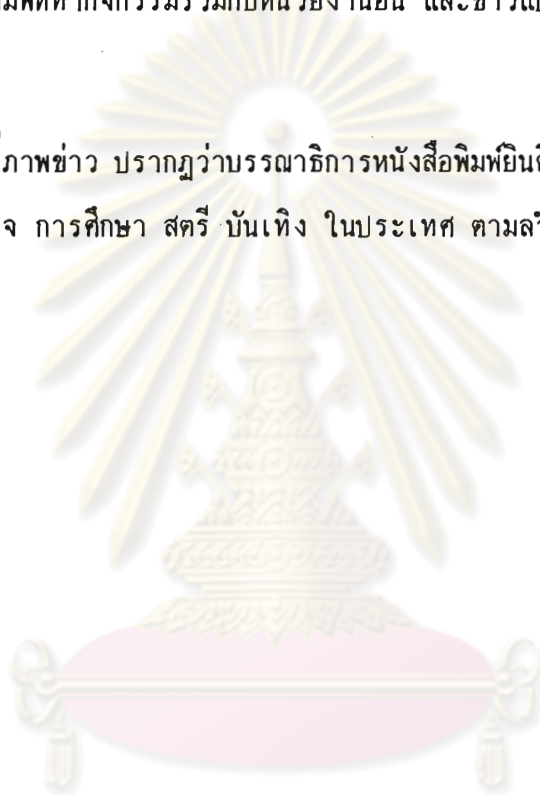
สำหรับจำนวนพื้นที่ของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ 1 หน้าจะมี 240 คอลัมน์นิ้ว ยกเว้น หนังสือพิมพ์สยามรัฐที่ 1 หน้ามีเพียง 210 คอลัมน์นิ้ว

สำหรับตัวเลขที่ปรากฏในตารางเป็นพื้นที่ที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับยินยอมให้พิมพ์ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะรวมแสดงเป็นพื้นที่ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทยินดีเผยแพร่

ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ในตารางที่ 82

จากตารางที่ 82 จะเห็นว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์มากในหน้าบันเทิง การศึกษา ข่าวในประเทศ เศรษฐกิจ สังคม กีฬา สตรี ตามลำดับ และมีน้อยมากที่ได้ตีพิมพ์ในหน้า 1 โดยส่วนมากจะเป็นข่าวของหน่วยราชการเกี่ยวกับการแต่งตั้ง โยกย้ายตำแหน่ง และแถลงข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ประชาชนสนใจ ข่าวของหน่วยงานหนังสือพิมพ์ที่ทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานอื่น และข่าวแปลกประหลาด คือ ข่าวการคลอคลุกแฝด 3 คน

สำหรับพื้นที่ภาพข่าว ปรากฏว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ยินดีให้พื้นที่ในการตีพิมพ์มากในหน้าสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา สตรี บันเทิง ในประเทศ ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 81 แสดงพื้นที่ที่หนังสือพิมพ์แต่ละชื่อฉบับยินดีให้ตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

หน้า	ข. ส. พ. มติชน 240*		ข. ส. พ. สมานรัฐ 210*		ข. ส. พ. โทมัส 240*		ข. ส. พ. เติลนิทัศน์ 240*		ข. ส. พ. บ้านเมือง 240*		ข. ส. พ. แนวหน้า 240*	
	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ
กีฬา	70.5	17.875	55.75	20	86.375	21.25	96	19.625	29.75	-	24.25	5.25
สังคม	37.5	105.625	53.125	78.5	48.625	86	1	130.5	37.125	92	44	120
สตรี	-	-	74.125	16.625	41.25	12.5	52	16.5	-	-	68	50.75
บันเทิง	97.625	8.5	78.5	5.5	124.5	-	185.25	1.25 (1½)	136.625	15.875	153.75	-
กีฬา	65.5	7.5	18	10	53.125	12	86.5	22.25 (1½)	63	9 (1½)	34.25	11.625
เศรษฐกิจ	76.375	43.625(2)	49.625	63.5	35.125	33.875	38.75	27.75	46.875	24	234.75	42.375 (A)
หน้า 1 และข่าวค่ำ	12.5	- (2)	27.375	- (2)	73.75	- (5)	31.75	- (3)	31	- (2½)	33.25	- (2)
ข่าวในประเทศ	53.625	10.5	69.625	12.5	128.625	21.75 (2)	168.375	74.25 (2)	71.375	34	86.375	14 (2)
รวม	413.625	193.625	426.125	206.625	591.375	187.375	660.625	292.125	435.75	176.875	674.625	294

หมายเหตุ () จำนวนหน้า
* พื้นที่ 1 หน้า คิดเป็น 240 หรือ 210 คอลัมน์นิ้ว ตามที่ระบุ

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 82 แสดงพื้นที่และร้อยละของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ที่ยื่นตีให้ตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

หน้า	หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ ประเภทหนังสือพิมพ์				หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ ประเภทหนังสือพิมพ์				หนังสือพิมพ์ระดับภาคของหนังสือพิมพ์ ประเภทหนังสือพิมพ์				รวม			
	จำนวน หน้า	ร้อยละ	จำนวน หน้า	ร้อยละ	จำนวน หน้า	ร้อยละ	จำนวน หน้า	ร้อยละ	จำนวน หน้า	ร้อยละ	จำนวน หน้า	ร้อยละ	จำนวน หน้า	ร้อยละ	จำนวน หน้า	ร้อยละ
การกีฬา	126.25	0.28	37.875	0.08	182.375	0.38	40.875	0.09	54	0.11	5.25	0.01	362.625	0.26	84	0.06
สังคม	90.625	0.20	184.125	0.41	49.625	0.10	216.5	0.45	81.125	0.17	212	0.44	221.375	0.16	612.625	0.43
สตรี	74.125	0.16	16.625	0.04	93.25	0.19	29	0.06	68	0.14	50.75	0.11	235.375	0.16	96.375	0.07
บันเทิง	176.125	0.39	14	0.03	309.75	0.52	1.25	-	270.375	0.60	15.875	0.03	776.25	0.50	31.125	0.02
กีฬา	83.5	0.19	17.5	0.04	139.625	0.22	34.25	0.05	97.25	0.16	20.625	0.03	320.375	0.19	72.375	0.04
เศรษฐกิจ	126	0.18	107.125	0.16	74.875	0.16	61.625	0.13	281.625	0.23	68.375	0.06	482.5	0.19	237.125	0.12
หน้า 1 และข่าว	39.875	0.04	-	-	105.5	0.05	-	-	84.25	0.08	-	-	229.625	0.06	-	-
ข่าวในพระบาท	123.25	0.27	23	0.05	297	0.31	96	0.10	157.75	0.22	48	0.07	578	0.27	167	0.07
รวม	839.75	1.71	400.25	0.81	1252	1.93	479.5	0.88	1114.125	1.71	470.875	0.75	3206.125	1.79	1300.625	0.81

หมายเหตุ * หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ไม่มีหน้าสตรี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

ปัจจุบัน สังคมขยายตัวอย่างรวดเร็วและทวีความสลับซับซ้อนขึ้น ความเข้าใจและความร่วมมือกันจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง การประชาสัมพันธ์เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกันและกัน อันเป็นการขจัดปัดเป่าความขัดแย้ง ความรู้สึกไม่เป็นมิตร และเป็นเครื่องมือสำคัญในการรณรงค์โครงการพัฒนาประเทศเพื่อบรรลุเป้าหมาย ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งในการประสานสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ระหว่างประชาชนกับประชาชน เพื่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดีและได้รับการสนับสนุนจากประชาชนในระยะยาว

การแพร่กระจายข่าวและการใช้สื่อที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายมากที่สุดในปัจจุบันคือการใช้สื่อหนังสือพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติที่ดีในแง่เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อประชาชนทุกชนชั้น สามารถเป็นหลักฐานอ้างอิงได้ ติดตามเรื่องราวและให้รายละเอียดได้มากกว่าสื่อมวลชนอื่น ผู้อ่านสามารถอ่านเมื่อใดก็ได้ ราคาถูกหาซื้อง่าย และที่สำคัญเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้กับประชาชน หน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชนได้แสดงความคิดเห็นและส่งข่าวสารเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

แต่การจะส่งข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ไปถึงประชาชนจำนวนมากโดยผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องผ่านผู้เฝ้าประตู (Gate Keeper) คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นผู้พิจารณาขั้นสุดท้ายของหนังสือพิมพ์ในการคัดเลือกข่าวแจกเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่

การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละประเภท
2. เพื่อทราบสภาพการรับข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละประเภท
3. เพื่อทราบถึงรูปแบบต่าง ๆ ของข่าวประชาสัมพันธ์ที่หนังสือพิมพ์แต่ละประเภทต้องการ
4. เพื่อทราบจำนวนเนื้อที่ที่หนังสือพิมพ์รายวันแต่ละประเภทยอมให้สำหรับการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

ลักษณะการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและวิเคราะห์เนื้อหาในเวลาเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามี 2 กลุ่ม คือ

1. บรรณาธิการหน้าต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท โดยเลือกหนังสือพิมพ์ฉบับที่มียอดจำหน่ายสูงสุด 2 อันดับในแต่ละประเภท คือ
 - บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งชาติ ได้แก่ มติชน สยามรัฐ จำนวน 20 คน
 - บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ จำนวน 16 คน
 - บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม ได้แก่ บ้านเมือง แนวหน้า จำนวน 20 คน

โดยผู้วิจัยขอให้บรรณาธิการหน้าต่าง ๆ กรอกแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และทดสอบสมมุติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ทำการทดสอบด้วยสถิติเอฟ (F-test) และทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffé

2. หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท 6 ชื่อฉบับ คือ มติชน สยามรัฐ ไทยรัฐ เดลินิวส์ บ้านเมือง แนวหน้า จำนวน 120 ฉบับ ตั้งแต่วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2530 ถึง 27 กุมภาพันธ์ 2530 เฉพาะวันจันทร์ถึงวันศุกร์ รวม 20 วัน ได้รับการศึกษาเนื้อหาพื้นที่ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทยินยอมให้ลงข่าวประชาสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีใช้ตารางเก็บตัวเลขปริมาณเนื้อหาแต่ละหน้าของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ แต่ละประเภท มาคำนวณโดยวิธีมัธยฐาน (Median) และค่าร้อยละ (Percentage) หน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นคอลัมน์นิ้ว

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของบรรณาธิการ

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งชาติ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม ส่วนใหญ่มีบรรณาธิการชายมากกว่าบรรณาธิการหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรีทั่ว ๆ ไป และปริญญาตรีโทศาสตรตามลำดับ มีรายได้ระหว่าง 3,000 -6,000 บาท

ในด้านประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า บรรณาธิการส่วนใหญ่ทำงานกับหน่วยงานที่ตนสังกัดมานานประมาณ 0 - 5 ปี, 6 - 10 ปี และ 11 - 20 ปี ตามลำดับ และมีผู้ที่เคยทำงานกับสื่อมวลชนอื่น ๆ ร้อยละ 75 โดยมีประสบการณ์ในการทำงานกับหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพมากที่สุด และมีประสบการณ์ในการทำงานทั้งกับหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม รองลงมา ซึ่งส่วนใหญ่ทำงานในสายงานเคม และมีประสบการณ์ในการทำงานกับสื่อมวลชนอื่นนาน 0 - 5 ปี, 6 - 10 ปี และมากกว่า 10 ปี ตามลำดับ

สำหรับ เวลาในการปิดต้นฉบับเฉพาะหน้าที่บรรณาธิการแต่ละประเภทรับผิดชอบอยู่นั้น แตกต่างกัน โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพส่วนใหญ่ปิดต้นฉบับช่วงเย็น คือ เวลา 16.00 น. - 18.00 น. ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมปิดต้นฉบับช่วงหัวค่ำ คือ 20.00 น. - 22.00 น. และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมปิดต้นฉบับในช่วงบ่าย คือ 12.00 น. - 15.00 น.

ส่วน เวลาปิดต้นฉบับของหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับพบว่า มีเวลาปิดส่วนใหญ่เหมือนกัน คือ ปิดเวลา 22.30 น. - 24.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือปิดต้นฉบับเวลา 20.00 น. - 22.00 น.

ตอนที่ 2 ปัจจัยและเกณฑ์การพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ทั้ง 3 ประเภท

ปัจจัยด้านหน่วยงาน

พบว่าโดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญมากกับหน่วยงานสาธารณสุข และราชการ ให้ความสำคัญปานกลางกับหน่วยงานธนาคาร โรงแรม ธุรกิจเอกชน และให้ความสำคัญน้อยกับบุคคลที่ไม่สังกัดหน่วยงาน

ปัจจัยด้านประโยชน์ของประชาชน

โดยเฉลี่ยพบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญมากตรงกัน คือ ข่าวประชาสัมพันธ์จะต้องมีประโยชน์ต่อประชาชน เป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีคุณค่าทรงสังคม ในส่วนที่มีความเห็นไม่ตรงกัน ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน และ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนสนใจ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 13)

ปัจจัยด้านประโยชน์ของหนังสือพิมพ์

เฉลี่ยแล้วบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทคำนึงถึงประโยชน์ของหนังสือพิมพ์เหมือนกัน ในการให้ความสำคัญมากกับข่าวประชาสัมพันธ์ที่แสดงภาพพจน์ของหนังสือพิมพ์ และให้ความสำคัญปานกลางกับข่าวประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือบุคคลที่รู้จัก

ในส่วนที่ให้ความสำคัญไม่ตรงกัน คือ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เป็นข่าวของลูกค้า และต้องไม่เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ถึงโฆษณา (ดูรายละเอียดในตารางที่ 14)

ปัจจัยเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์

โดยเฉลี่ยพบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญเหมือนกันหมด คือ ให้ความสำคัญมากแก่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาแสดงความคิดเห็นต่อชุมชน กิจกรรมสาธารณประโยชน์ ให้ความสำคัญปานกลางกับเนื้อหาข่าวกิจกรรมของหน่วยงานและความสำคัญของบุคคล ยกเว้นข่าวแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ และบรรณาธิการประเภทกึ่งคุณภาพที่ประชาชนให้ความสำคัญมาก ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนให้ความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านวิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญมากในข่าวที่ไม่ใช้ศัพท์ทางเทคนิคมากเกินไป และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพและประเภทกึ่งคุณภาพที่ประชาชนให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ เหมือนกัน คือ ให้ความสำคัญมากในด้านวิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ควรสั้นกระชับ อ่านเข้าใจง่าย และให้ความสำคัญมากที่สุดสำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาครบหลักการเขียนข่าว ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนให้ความสำคัญต่างกันเล็กน้อย คือ ให้ความสำคัญที่สุดในด้านวิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ควรสั้นกระชับชัดเจน และใช้สำนวนเข้าใจง่าย และให้ความสำคัญมากสำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาครบหลักการเขียนข่าว

ปัจจัยด้านหนังสือพิมพ์สัมพันธ์

พบว่าโดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความเห็นเหมือนกัน โดยให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านหนังสือพิมพ์สัมพันธ์

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ส่วนตัวฉันทัญญาติ มิตร

พบว่าโดยเฉลี่ยมีผลต่อการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพ และประเภทประชานิยมโดยให้ความสำคัญปานกลาง ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้ความสำคัญในเรื่องนี้มาก

ปัจจัยด้านคุณภาพของภาพข่าว

พบว่าโดยเฉลี่ยบรรณาธิการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเหมือนกัน คือให้ความสำคัญมากในเรื่องภาพและคำบรรยายมีความหมายตรงกัน ภาพมีลักษณะคมชัดเหมาะสำหรับการตีพิมพ์ภาพที่สามารถดึงดูดความสนใจและให้ความสำคัญปานกลางในเรื่องขนาดของภาพว่าควรมีขนาด 5" x 7"

สำหรับในเรื่องข้อความบรรยายภาพควรสั้น ได้ใจความนั้น บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพและประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้ความสำคัญมาก ในขณะที่อีกกลุ่มให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากที่สุด

ปัจจัยด้านวิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์

พบว่าโดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญปานกลางในเรื่องวิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรศัพท์และจากคู่มือกรมประชาสัมพันธ์

และให้ความสำคัญต่างกันในด้านวิธีการส่งถึงตัวโดยตรงและส่งทางไปรษณีย์โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพและประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้ความสำคัญมากที่สุดคือวิธีการส่งถึงตัวโดยตรง แต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมให้ความสำคัญมากที่สุด

สำหรับวิธีการส่งทางไปรษณีย์บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพและประเภทประชานิยมให้ความสำคัญมาก ส่วนบรรณาธิการประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้ความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยความบ่อยครั้งในการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญในเรื่องนี้ปานกลาง

ปัจจัยด้านเวลาในการปิดค้นฉบับ

พบว่าโดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญในการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์โดยให้ความสำคัญในเรื่องนี้มาก

ปัจจัยด้าน "ของข่าว" ในวงการหนังสือพิมพ์จะมีผลต่อการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์

พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทเห็นว่ามีผลในระดับปานกลาง

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า

1. บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญต่างกันต่อบัณฑิตสำคัญของประชาชนผู้อ่าน พบว่ามีความแตกต่างในด้านข่าวประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจ โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพให้ความสำคัญกับข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจมากกว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม

2. ในด้านปัจจัยประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ พบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญต่อบัณฑิตประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ในเรื่องจะต้องเป็นข่าวของผู้อุปการะหรือลูกค้าแตกต่างกันโดย บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้ความสำคัญปานกลางในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมให้ความสำคัญในเรื่องนี้น้อย

3. สำหรับปัจจัยวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์ พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญต่อวิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์แตกต่างกันโดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมให้ความสำคัญต่อวิธีการส่งข่าวทางไปรษณีย์ของนักประชาสัมพันธ์มาก ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมให้ความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมานี้ไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ตอนที่ 3 การรับและตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุดในวันจันทร์ โดยบรรณาธิการแต่ละคนได้รับข่าวประชาสัมพันธ์วันละ 10 - 20 ชิ้นข่าว และตีพิมพ์ให้น้อยกว่า 10 ชิ้นข่าว โดยต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ใหม่ ร้อยละ 41 - 60 ของชิ้นข่าว

สำหรับเหตุผลที่ต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ใหม่ โดยเฉลี่ยพบว่า ต้องแก้ไขเนื่องจาก

ข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไปเป็นลำดับ 1 และสาเหตุจากการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ในลักษณะ โฆษณามากเกินไป เนื้อหาไม่สมบูรณ์ มีปัญหาด้านภาษา เนื้อหาการเขียนก็แต่ต้องแก้ไขเพื่อให้เหมาะสม กับเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ที่มีจำกัดเป็นลำดับสุดท้าย

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ในปัจจุบันส่วนใหญ่เนื่องจากปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว ประชาสัมพันธ์ ตามคำขอร้องของฝ่ายโฆษณา หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ และตามคำขอร้องของญาติ มิตร ตามลำดับ

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการพิจารณาเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

- ลำดับที่ 1 ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน
- ลำดับที่ 2 เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์
- ลำดับที่ 3 ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์
- ลำดับที่ 4 หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์
- ลำดับที่ 5 วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
- ลำดับที่ 6 เวลาปิดต้นฉบับ
- ลำดับที่ 7 หนังสือพิมพ์สัมพันธ์
- ลำดับที่ 8 ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตร

ตอนที่ 4 สภาพปัจจุบันและความต้องการของบรรณาธิการในค่าน้ำข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 3 ประเภทในปริมาณการรับ และการตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ พบว่า
รูปแบบของข่าวประชาสัมพันธ์

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ได้รับข่าว และ ภาพข่าวเป็นจำนวนมาก ได้รับเอกสารต่าง ๆ ในระดับปานกลาง ส่วนบทความพบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม ได้รับน้อย ในขณะที่บรรณาธิการอีก 2 กลุ่มได้รับปริมาณปานกลาง

เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์

พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับใกล้เคียงกัน คือ ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีประโยชน์กับประชาชนในปริมาณที่มาก และได้รับในปริมาณปานกลางเกี่ยวกับข่าวที่ประชาชนสนใจและข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงาน ยกเว้นข่าวที่ประชาชนควรรู้ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมได้รับปานกลาง ในขณะที่บรรณาธิการอีก 2 กลุ่มได้รับเป็นจำนวนมาก

ส่วนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือหนังสือพิมพ์นั้นบรรณาธิการประเภทประชานิยมได้รับมาก ส่วนอีก 2 กลุ่มได้รับปริมาณปานกลาง

ประเภทบทความและสารคดี

โดยเฉลี่ยแล้วพบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพกับประเภทประชานิยมได้รับบทความและสารคดีประเภทการเมือง และที่เกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันเป็นจำนวนมาก

ส่วนบทความและสารคดีเกี่ยวกับเศรษฐกิจ-การเงิน และหน่วยงานราชการหรือเอกชน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพได้รับมาก ส่วนบทความและสารคดีที่ให้ความรู้ด้านสาธารณสุขกับการศึกษา บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมได้รับในปริมาณที่มากที่สุดซึ่งมากกว่าที่บรรณาธิการอีก 2 กลุ่มได้รับ

สำหรับบรรณาธิการกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมได้รับบทความและสารคดีประเภทต่าง ๆ ในระดับปานกลาง

ประเภทของเอกสาร

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับรายงานประจำปี วารสารภายนอก แผ่นพับ คู่มือ ในระดับปานกลาง ยกเว้นวารสารภายในที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพได้รับมาก ในขณะที่บรรณาธิการอีก 2 กลุ่มได้รับในปริมาณปานกลาง ส่วนเอกสารประเภทข้อมูลภูมิหลัง บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพและประเภทประชานิยมได้รับปานกลาง ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมได้รับน้อย

วิธีการส่งเอกสารของนักประชาสัมพันธ์

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับเอกสารต่าง ๆ ซึ่งหน่วยงานส่งมาก่อนทำการแจกจ่ายในหน่วยงานนั้น ๆ และที่ส่งมาให้หนังสือพิมพ์ พร้อม ๆ กับแจกไปหน่วยงานพอ ๆ กันในระดับปานกลาง

นอกจากนี้บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพและประเภทประชาชนนิยมยังได้รับเอกสารเป็นประจำในปริมาณที่มาก และได้รับเมื่อขอไปในระดับปานกลาง ส่วนบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพที่ประชาชนนิยมได้รับในระดับปานกลางและน้อยตามลำดับ

วิธีการส่งข่าวของนักประชาสัมพันธ์

โดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการส่งถึงตัวโดยตรงมากเป็นอันดับ 1 ส่งทางไปรษณีย์ ทางโทรศัพท์ ตู้ที่กรมประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

หน่วยงานที่ส่งข่าว เดียวกันให้กับคอลัมน์ต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกันและได้รับการตีพิมพ์

พบว่าโรงแรมได้รับการตีพิมพ์เป็นอันดับ 1 รองลงมาคือข่าวของหน่วยงานธุรกิจเอกชน องค์การสาธารณกุศล ธนาคาร หน่วยงานราชการ และบุคคลทั่วไป ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า

1. บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับปริมาณข่าวสารประชาสัมพันธ์ในเรื่องบทความแตกต่างกัน โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพได้รับบทความในระดับปานกลางซึ่งมากกว่าที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมได้รับ
2. สำหรับประเภทของบทความและสารคดี จากการทดสอบพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมได้รับบทความและสารคดีเกี่ยวกับด้านสาธารณสุขมากกว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพที่ประชาชนนิยม
3. ในด้านปริมาณของเอกสารประเภทต่าง ๆ ที่บรรณาธิการได้รับพบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องวารสารภายใน และแผ่นพับ เอกสารแนะนำประกอบ โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพได้รับในปริมาณที่มากกว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพที่ประชาชนนิยมได้รับ
4. การทดสอบความแปรปรวนระหว่างบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทกับวิธีการ

ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์พบว่า แตกต่างกันโดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนได้รับข่าวด้วยวิธีการส่งถึงตัวโดยตรงมากกว่าฉบับอื่น ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกิ่งคุณภาพที่ประชาชนนิยมได้รับด้วยวิธีนี้ปานกลาง

นอกจากที่กล่าวมานี้ ไม่มีความแตกต่างกันในค่านปริมาณที่ได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท

2. การวิเคราะห์และเปรียบเทียบความต้องการด้านข่าวสารของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท พบว่า

ในค่านรูปแบบข่าวสารประชาสัมพันธ์

พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการใกล้เคียงกัน คือ มีความต้องการข่าว ภาพข่าว เอกสารต่าง ๆ และบทความ ตามลำดับ โดยมีความต้องการเหมือนกันในด้านภาพข่าวและบทความในปริมาณมากและปานกลาง ตามลำดับ

เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์

พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการโดยเฉลี่ยในเรื่องเนื้อหาข่าวจะต้องเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือและมีภาพพจน์ที่ดีต่อหนังสือพิมพ์ ข่าวที่ประชาชนควรรู้ ข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจและให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงานเป็นอันดับสุดท้าย

ประเภทของบทความและสารคดี

โดยเฉลี่ยแล้วความต้องการประเภทของบทความและสารคดีของบรรณาธิการทั้ง 3 ประเภทคล้ายกันมาก โดยมีความต้องการมากสำหรับบทความเกี่ยวกับการศึกษา เศรษฐกิจ การเมือง และมีความต้องการใกล้เคียงกันในเรื่องบทความและสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสาธารณสุขและหน่วยงานราชการหรือเอกชน

ประเภทของเอกสาร

พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพและประเภทประชาชนมีความต้องการ

เหมือนกันมากที่สุด โดยมีความต้องการปานกลางสำหรับเอกสารประเภทรายงานประจำปี วารสาร ภายนอก วารสารภายใน แผ่นพับ ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนมีความต้องการเอกสารที่กล่าวถึงนี้มาก

นอกจากนี้ยังพบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการเหมือนกันหมด คือมีความต้องการมากในเรื่องเกี่ยวกับภูมิหลังของผู้บริหารและบุคคลสำคัญในองค์กรและหน่วยงาน

วิธีการส่งเอกสารของนักประชาสัมพันธ์

พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการมากในเรื่องวิธีการส่งเอกสาร โดยต้องการให้ส่งเป็นประจำและส่งก่อนที่จะทำการแจกจ่ายภายในองค์กร และมีความต้องการระดับปานกลางสำหรับวิธีการส่งให้เมื่อหน่วยงานขอไป

วิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์

โดยเฉลี่ยแล้วบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการในเรื่องนี้คล้ายกัน คือ มีความต้องการมากในวิธีการส่งถึงตัวโดยตรงมากกว่าวิธีอื่น ๆ

หน่วยงานที่ส่งข่าวเดียวกันให้กับหลาย ๆ คอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกัน

ในกรณีที่หน่วยงานธนาคาร โรงแรม ธุรกิจเอกชน หน่วยงานราชการ ส่งข่าวเดียวกัน ให้กับหลายคอลัมน์หรือหลาย ๆ หน้าของหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกัน พบว่าโดยเฉลี่ยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการหรือพึงพอใจกับวิธีการของหน่วยงานเหล่านี้ในระดับปานกลาง และมีความต้องการน้อยสำหรับกรณีบุคคลทั่ว ๆ ไป ที่ส่งข่าวเดียวกันให้กับหน้าต่าง ๆ ยกเว้นองค์กรสาธารณกุศลที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์มีความต้องการมาก

การทดสอบสมมุติฐานที่ 3 พบว่า

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความต้องการในด้านรูปแบบข่าวสารประชาสัมพันธ์ เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ประเภทบทความและสารคดี ประเภทของเอกสารและวิธีการส่งเอกสาร วิธีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ และต่อหน่วยงานที่ส่งข่าวเดียวกันให้กับหลาย ๆ คอลัมน์ในหน้าหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกันไม่แตกต่างกันในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

พื้นที่ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทยินดีให้ตีพิมพ์ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

พบว่าหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ ประเภทประชานิยม และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมยินดีให้ตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ในหน้าบันเทิง การศึกษา ข่าวในประเทศ เศรษฐกิจ สังคม กีฬา สตรี ความลึกลับ และมีน้อยมากที่ได้ตีพิมพ์ในหน้า 1 ซึ่งส่วนมากจะเป็นข่าวของหน่วยราชการ เกี่ยวกับการแต่งตั้งโยกย้าย และแถลงข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ประชาชนสนใจ และมีข่าวที่เกี่ยวกับความแปลกประหลาดเพียง 1 ข่าว คือ ข่าวการกลอดลูกแฝด 3 คน นอกนั้นเป็นข่าวที่หนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ จัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานอื่น

สำหรับพื้นที่ภาพข่าวประชาสัมพันธ์พบว่าหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทยินดีลงตีพิมพ์ให้มากในหน้าสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา สตรี บันเทิง ในประเทศ ตามลำดับ

หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีความแตกต่างในเรื่องจำนวนหน้าของหน้าข่าวต่าง ๆ เช่น หน้าข่าวบันเทิง หน้ากีฬา เศรษฐกิจ ในประเทศ หน้า 1 และข่าวต่อ ดังรายละเอียดในตารางที่ 81 นอกจากนี้หนังสือพิมพ์สยามรัฐยังมีพื้นที่ต่อ 1 หน้า คิดเป็น 210 คอลัมน์นิ้ว ในขณะที่หนังสือพิมพ์อื่น ๆ มี 240 คอลัมน์นิ้วต่อพื้นที่ 1 หน้าหนังสือพิมพ์ และมีหนังสือพิมพ์ 2 ชื่อฉบับที่ไม่มีหน้าสตรีคือ หนังสือพิมพ์มติชน และบ้านเมือง

อภิปรายผล

เป็นที่น่าสังเกตว่าบรรณาธิการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญแก่เพศชายมากกว่าเพศหญิง ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี และมากกว่า 40 ปี ยกเว้นบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพที่มีบรรณาธิการอายุ 20 - 30 ปี ถึงร้อยละ 45 แต่ในด้านความต้องการด้านข่าวสารการประชาสัมพันธ์และการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่มีความแตกต่างจากบรรณาธิการอีก 2 กลุ่ม อาจเนื่องมาจากบรรณาธิการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานกับหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพและทำงานในสายงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันอย่างน้อย 0 - 5 ปี

สำหรับปัจจัยการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์พบว่า

1. ในค่านโยบายการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท คำนึงถึงผลประโยชน์เหมือนกัน 2 ด้าน คือ

- คำนี้ถึงประโยชน์ของประชาชนผู้อ่านเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญมากต่อชาวประชาสัมพันธ์ที่มีประโยชน์ต่อประชาชน สิ่งที่ประชาชนควรรู้ และมีคุณค่าทางสังคม อันเป็นการสนับสนุนและยืนยันถึงหน้าที่หลักของสื่อมวลชนในการให้ข่าวสารความรู้ ข้อคิดเห็น และเป็นสื่อกลางการติดต่อระหว่างรัฐบาลกับประชาชน ธุรกิจกับประชาชน ประชาชนกับประชาชน
- คำนี้ถึงประโยชน์ของหนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 3 โดยเน้นข่าวของลูกค้ำที่ลงโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ของตนเป็นอันดับ 1 ซึ่งก็ปรากฏว่าในสภาพปัจจุบันมีบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ลงข่าวประชาสัมพันธ์ของลูกค้ำในปริมาณมากกว่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีคุณค่าต่อประชาชน และเป็นประโยชน์ต่อประชาชน (ตารางที่ 47) นอกจากนี้ยังต้องเป็นข่าวที่จะทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือศรัทธาและสร้างภาพพจน์ให้กับหนังสือพิมพ์ ดังปรากฏในข่าวหน้า 1 ซึ่งเป็นข่าวเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น เช่น การจัดสัมมนา การทำวิจัยร่วมกับสถาบันวิจัยสังคม และสถาบันการศึกษา (ตารางที่ 81 - 82) และยังคงไม่เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ถึงโฆษณา

จากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าเป็นการสนับสนุนความจริงประการหนึ่งของหนังสือพิมพ์ว่า นอกจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนแล้วยังมีลักษณะเป็นธุรกิจหนึ่งที่จะต้องอยู่ได้ด้วยตนเอง ลำพังรายได้จากยอดขายไม่พอเพียงกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ หนังสือพิมพ์จำต้องพึ่งรายได้จากการลงโฆษณาของลูกค้ำซึ่งเป็นรายรับที่มาก

และจากงานวิจัยของ สุจิตี นวสิทธิโสภณ ได้สนับสนุนให้เห็นความสำคัญของการโฆษณา โดยกล่าวถึงเหตุผลที่ข่าวประชาสัมพันธ์มักไม่ค่อยได้ลงตีพิมพ์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ไม่เคียดกร้อนเพราะไม่ได้รับผลตอบแทนเหมือนกับการลงโฆษณา

2. เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์, ภาพข่าว

ปัจจุบันในการประชาสัมพันธ์ส่วนมาก นักประชาสัมพันธ์มักจะส่งข่าว และภาพข่าวเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากวิจัยในครั้งนี้พบว่า

- เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ พบว่าบรรณาธิการให้เป็นอันดับ 2 ในการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ เนื้อหาข่าวส่วนใหญ่ที่จะลงให้จะเป็นข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ การให้ทุนการศึกษา สำหรับข่าวที่เป็นกิจกรรมของหน่วยงาน การโยกย้ายตำแหน่ง ความสำคัญของบุคคล และการแนะนำผลิตภัณฑ์บริการแบบต่าง ๆ บรรณาธิการให้ความสำคัญปานกลางในการพิจารณาลงให้ (ตารางที่ 15, 47)

จะเห็นได้ว่าลักษณะข่าวที่กล่าวนี้เป็น การสนับสนุนและยืนยันให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อประชาชนผู้อ่านเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ เพ็ญพรรณ วนิชย์เชษฐพงศ์ (2526 : 45), ศิริพร สัจจวัฒนกุล (2526 : 26 - 27), ไพรัช ธนาชัยแสง (2530 : 26)

- คุณสมบัติของภาพข่าว พบว่า บรรณาธิการให้ความสำคัญกับข้อความบรรยายภาพว่าควรสั้นได้ใจความมากที่สุด รองลงมาคือ ภาพและคำบรรยายมีความหมายตรงกัน ภาพมีความคมชัดเหมาะสำหรับการตีพิมพ์และดึงดูดความสนใจ

ส่วนในเรื่องขนาดของภาพควรเป็น 5" x 7" พบว่า บรรณาธิการให้ความสำคัญปานกลาง ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากที่ระบบการพิมพ์ในปัจจุบันดีกว่าในอดีต และขนาดของภาพสามารถย่อขยายได้ตามต้องการตามขั้นตอนการผลิต

ในส่วนของภาพว่าจำเป็นต้องเป็นภาพข่าวหรือไม่นั้น จากสัมภาษณ์เพิ่มเติมกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยพบว่า ไม่จำเป็นต้องเป็นภาพข่าว จะเป็นภาพสีก็ได้ แต่ต้องให้ภาพสีนั้นเป็นภาพที่สว่างก็สามารถนำมาตีพิมพ์ให้คุณภาพของความคมชัดใกล้เคียงกับภาพขาวดำได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เคยใช้ภาพสีในการพิมพ์พบว่า ถ้าภาพสีนั้นสว่างก็จะให้ภาพที่พิมพ์ออกมามีความคมชัดใกล้เคียงกับภาพขาวดำ

ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานที่ส่งภาพข่าวขนาด 5" x 7" ส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานใหญ่ที่มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์การถ่ายภาพ เช่น ธนาคาร โรงแรม ธุรกิจใหญ่ ๆ บริษัทโฆษณา ส่วนหน่วยงานทั่วไปมักจะส่งภาพข่าวเป็นภาพสี เนื่องจากขาดอุปกรณ์ในการถ่ายภาพแล้ว ในปัจจุบันห้องภาพส่วนใหญ่หันมาทำภาพสีซึ่งทำได้รวดเร็วเนื่องจากมีอุปกรณ์การทำให้ทันสมัยและพัฒนาไปมาก และบางร้านยังไม่ทำภาพขาวดำอีกด้วย หรือหากได้ช้า ทำให้ภาพข่าวที่ส่งเข้าไปด้วย

3. หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์

เป็นเรื่องที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่าจะมีส่วนในการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์หรือไม่ เนื่องจากการศึกษาทั้งทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไม่มีการกล่าวถึง นอกจากจะกล่าวถึงหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์และคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์ แต่จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า บรรณาธิการให้ความสำคัญต่อหน่วยงานในการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นอันดับที่ 4 โดยให้ความสำคัญมากต่อหน่วยงานราชการและองค์กรสาธารณกุศล ซึ่งรวมถึงสถาบันการศึกษาด้วย และจากตารางที่ 59 และ 73 ก็เป็นการสนับสนุนความสำคัญของหน่วยงานว่าถึงแม้จะส่งข่าวเดียวกันให้กับ

หลาย ๆ คอลัมน์ของหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกัน บรรณาธิการก็ยั้งตีพิมพ์ให้ซ้ำกัน และบรรณาธิการก็ยังมีความต้องการพึงพอใจให้หน่วยงานเหล่านั้นส่งข่าวเดียวกันนั้นให้กับคอลัมน์อื่น ๆ ในหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกันด้วย

เป็นที่น่าสังเกตและน่าสนใจว่าปัจจัยด้านลักษณะหรือประเภทของหน่วยงานเป็นเรื่องที่ไม่มีใครคิดถึงและนักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มองข้าม ซึ่งผลจากการวิจัยนี้ทำให้เห็นว่าส่วนหนึ่งของการประสบความสำเร็จในการทำข่าวประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่งมาจากลักษณะของหน่วยงานด้วย

4. วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

สำหรับวิธีการเขียนข่าวที่เหมาะสม พบว่าบรรณาธิการให้ความสำคัญเป็นอันดับ 5 โดยเน้นเนื้อหาการเขียนข่าวต้องครบหลักการเขียนข่าวเป็นสำคัญ รองลงมาจะต้องสั้นกระชับรัดกุม ส่วนวนซ้ำใจง่าย ไม่ใช้ศัพท์ทางเทคนิคมากเกินไป ซึ่งผลจากตารางที่ 39 ได้สนับสนุนผลการวิจัยในเรื่องนี้คือ พบว่าส่วนใหญ่ นักประชาสัมพันธ์ส่วนมากยังเขียนข่าวยาวเกินไป เขียนลักษณะกึ่งโฆษณา มีเนื้อหาไม่สมบูรณ์ มีปัญหาทางด้านภาษา และมีน้อยมากที่เนื้อหาและวิธีการเขียนดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ทิชาพร เลิศสมบูรณ์ (2523 : 39) ศิริพร สัจจวัฒนากุล (2526 : 26) ในส่วนที่ว่าสาเหตุที่ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ได้รับการตีพิมพ์เนื่องมาจาก เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไปบ้าง สอดแทรกโฆษณาลึกลับในข่าวบ้าง เนื้อหาข่าวไม่สมบูรณ์หรือใช้สำนวนนักประพันธ์ จาระไน แกลโกศล (2527 : 1) ก็เห็นว่าการเขียนข่าวส่วนใหญ่ยังเขียนอย่างไม่ดีประสิทธิภาพ จากการเสนอแนะของ พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2526 : 52) ว่าข่าวประชาสัมพันธ์ควรจะสั้นกระชับรัดกุมแต่มีรายละเอียดครบถ้วน

5. เวลาปิดต้นฉบับ

เป็นปัจจัยสำคัญอันดับที่ 6 ของการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ก็มีความสำคัญมากเนื่องจากหนังสือพิมพ์เป็นวรรณกรรมรีบเร่ง ต้องแข่งกับเวลา และหากปิดต้นฉบับช้าก็จะมีผลต่อการผลิตและจำหน่าย ทำให้รายรับจากยอดจำหน่ายตกลงได้ ดังนั้นวิธีการส่งข่าวถึงตัวโดยตรงของนักประชาสัมพันธ์จะทำให้บรรณาธิการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์รวดเร็วกว่าวิธีอื่น และควรจะต้องส่งข่าวประชาสัมพันธ์ในช่วงเช้าก่อนที่บรรณาธิการจะปิดต้นฉบับในหน้าที่ตนรับผิดชอบ เพื่อให้บรรณาธิการได้มีเวลาในการอ่านซึ่งจะทำให้มีผลต่อการตีพิมพ์มากกว่าวิธีการส่งทางไปรษณีย์ ส่วนวิธีการส่งข่าวทางโทรศัพท์ และที่ผู้กรมประชาสัมพันธ์มีโอกาสได้รับการตีพิมพ์น้อย ซึ่งจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมพบ

เหตุผลว่า บรรณาธิการบางคนจะไม่พิจารณาตีพิมพ์ข่าวที่ส่งทางโทรศัพท์ เนื่องจากไม่มีหลักฐาน มีความคลาดเคลื่อนและโอกาสผิดพลาดสูง

ผลการวิจัยจากตารางที่ 58, 72 สนับสนุนความสำคัญของเวลาการปิดต้นฉบับ เพราะจากการสำรวจความต้องการพบว่า บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท มีความต้องการมากต่อวิธีการส่งข่าวถึงตัวโดยตรง แต่ในสภาพปัจจุบันพบว่าหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่นิยมส่งข่าวทางไปรษณีย์เป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ส่งถึงตัวโดยตรงและส่งทางโทรศัพท์ มีน้อยรายที่ส่งที่ตู้ที่กรมประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 20, 30) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร สัจจวัฒนกุล (2526 : 27) ทิชาพร เลิศสมบุญ (2523 : 43) จาระไน แกลโกศล (2527 : 1) ที่ว่าข่าวจะไม่ได้รับการตีพิมพ์เนื่องจากการส่งข่าวช้ากว่ากำหนด และงานวิจัยของ วิไล กำธรบวรบุรณกุล (2530 : 37) ได้ทำการสัมภาษณ์บรรณาธิการพบว่าบรรณาธิการมีความต้องการให้ส่งข่าวด้วยตนเองมากกว่าจะส่งทางไปรษณีย์

6. ความสัมพันธ์

พบว่าความสัมพันธ์ที่มีผลต่อการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการมี 2 ลักษณะ คือ หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ และ ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติ มิตร

- หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดจากการทำงานซึ่งต้องอาศัยพึ่งพาข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอันดับที่ 7 (ตารางที่ 17, 47) ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญในเรื่องหนังสือพิมพ์สัมพันธ์เป็นอันดับท้ายซึ่งขัดกับความเชื่อของนักประชาสัมพันธ์ เพราะนักประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญกับเรื่องหนังสือพิมพ์สัมพันธ์นี้มาก ดังจะเห็นได้จากการวิจัย ของวิไล กำธรบวรบุรณกุล (2530 : 37) สุกี นวสิทธิ์โสภณ (2523 : 35 - 36) สุกัญญา ยี่มินกุล (อ้างถึงใน อภิชาติ ลักษณะสิริศักดิ์ และ คณะ 2530 : 8) ทิชาพร เลิศสมบุญ (2523 : 43) และคำกล่าวของ วรณี ลีลาเวชบุตร

ผลการวิจัยนี้สำรวจจากบรรณาธิการซึ่งเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ จึงมีความน่าเชื่อถือว่าที่ผ่านมานักประชาสัมพันธ์มีความเชื่อในเรื่องหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ว่ามีผลต่อการได้รับการตีพิมพ์มากซึ่งผิดไปจากข้อเท็จจริง

- ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตร จากตารางที่ 18, 47 พบว่ามีผลเป็นอันดับสุดท้ายใน

การเลือกพิจารณา แต่บรรณาธิการก็ยอมรับว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากกว่าที่จะลงให้กับคนที่ไม่รู้จักรักกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2526 : 51)

นอกจากนี้ยังพบว่าความถี่ของการส่งข่าวประชาสัมพันธ์มีผลต่อการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อาจเนื่องจากปัจจุบันความต้องการข่าวสารของประชาชนมีความต้องการสูง และหนังสือพิมพ์เองก็ต้องการมีข่าวให้เลือกมากขึ้น ในขณะที่เกี่ยวกับวิธีการส่งถึงตัวโดยตรงและส่งบ่อยครั้งมีผลให้นักประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสสร้างความสัมพันธ์กับบรรณาธิการได้มาก

7. กรณี "ของขาว" ในวงการหนังสือพิมพ์

พบว่ามีผลต่อการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และจากการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าในหน่วยงานที่ตนสังกัดไม่มีการรับของขาวเพื่อตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2526 : 63) และงานเขียนของ บุษบา ท่าพระจันทร์ 2522 : 132)

เมื่อนำผลการวิจัยในเรื่องปัจจัยในการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์มา เปรียบเทียบความแปรปรวนแล้ว (ตารางที่ 22 - 31) พอสรุปได้ว่ามีแตกต่างกันน้อยคือ มีความแตกต่างกันเฉพาะในเรื่อง ลักษณะข่าวประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนสนใจ (ตารางที่ 23) เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ของลูกค้า (ตารางที่ 24) วิธีการส่งข่าวทางไปรษณีย์ (ตารางที่ 30) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทมีปัจจัยพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในรายละเอียด 3 เรื่องที่กล่าวข้างต้น

สำหรับสภาพปัจจุบันและความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการพบว่า

1. ข่าว

จากสภาพปัจจุบันพบว่า บรรณาธิการทั้ง 3 ประเภทได้รับข่าวประชาสัมพันธ์เป็นปริมาณมาก โดยเป็นข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ข่าวที่ประชาชนควรรู้ ข่าวที่ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อใจหนังสือพิมพ์ ข่าวที่ประชาชนสนใจ และให้ความรู้ความเข้าใจกับหน่วยงาน ตามลำดับ ซึ่งบรรณาธิการทั้ง 3 ประเภทก็มีความต้องการข่าวประชาสัมพันธ์และข่าวที่มีลักษณะดังกล่าวนี้มากกว่าที่ได้รับในปัจจุบัน (ตารางที่ 53, 54, 60, 61)

จากการเปรียบเทียบทั้ง 3 กลุ่มพบว่าไม่ต่างกัน จึงเป็นการปฏิเสธสมมุติฐาน

สำหรับวิธีการรับข่าวประชาสัมพันธ์โดยการส่งถึงตัวโดยตรง ส่งทางไปรษณีย์ ทางโทรศัพท์ และจากคู่มือที่กรมประชาสัมพันธ์ พบว่าส่วนใหญ่ได้รับข่าวจากวิธีดังกล่าวมากและมีความต้องการ "มาก" ค้ำย เช่นกัน

ผลการเปรียบเทียบสภาพปัจจุบันและความต้องการพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้

2. ภาพข่าว

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับภาพข่าวในปริมาณที่มากพอ ๆ กัน และมีความต้องการภาพข่าวอีกมาก เช่นกัน

เมื่อเปรียบเทียบทั้งสภาพปัจจุบันในปริมาณการรับภาพข่าว และ เปรียบเทียบความต้องการของบรรณาธิการทั้ง 3 ประเภทพบว่าไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้

3. บทความ

จากการทดสอบความแตกต่างของปริมาณการได้รับบทความของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท พบว่ามีความแตกต่างกัน ซึ่งตรงกับสมมุติฐาน โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ ได้รับบทความในปริมาณปานกลาง ซึ่งมากกว่าที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมได้รับ

สำหรับความต้องการของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมุติฐาน

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยมได้รับปริมาณบทความประเภทที่เกี่ยวกับความรู้ ด้านสาธารณสุขมาก ในขณะที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพที่ประชาชนนิยมได้รับปานกลาง ซึ่งยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ว่า พฤติกรรมการรับข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแตกต่างของบรรณาธิการทั้ง 3 ประเภทกับความต้องการประเภทของบทความไม่มีความแตกต่างกัน อันเป็นการปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4. เอกสารต่าง ๆ

จากการทดสอบพบว่ายอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ 2 เรื่อง คือ บรรณาธิการทั้ง 3 ประเภท มีความแตกต่างในเรื่องการได้รับและความต้องการวารสารภายใน และ แผ่นพับ โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ แตกต่างกับบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้งคุณภาพทั้งประชานิยมในปริมาณการได้รับ แต่ไม่มีความแตกต่างกันในด้านความต้องการ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปริมาณข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้รับไม่แตกต่างกันโดยหลัก ๆ และมีความต้องการด้านข่าวสารประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกันด้วย ซึ่งอาจเนื่องมาจากคุณลักษณะของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทใกล้เคียงกันมาก คือ มีประสบการณ์ ช่วงอายุ เพศ ระดับการศึกษา ใกล้เคียงและเหมือนกันโดยส่วนใหญ่ และนักประชาสัมพันธ์ใช้สื่อหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์พอ ๆ กัน

สรุปลักษณะพิเศษของผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อวงการประชาสัมพันธ์ และการศึกษา คือ

ในด้านการประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยนี้เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักประชาสัมพันธ์ จะทำให้ทราบถึงปัจจัยการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ สภาพปัจจุบันและความต้องการด้านข่าวสารประชาสัมพันธ์ อันจะทำให้ให้นักประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินการ และปรับปรุงวิธีการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ ตลอดจนวางแผนการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับการตีพิมพ์ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ในหน้าหนังสือพิมพ์

ในด้านการศึกษา

ทำให้ทราบว่าปัจจุบันความต้องการภาพขนาด 5" × 7" ได้ลดน้อยลง ในขณะที่ภาพสีกลายเป็นภาพที่สามารถใช้ในงานพิมพ์ได้ ซึ่งต่างจากอดีตที่นักประชาสัมพันธ์ส่งภาพสีไปมีโอกาที่จะไม่ได้รับการตีพิมพ์สูงถึงร้อยละ 100

นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะหน่วยงานได้เป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาเลือกตีพิมพ์ เผยแพร่

ข่าวประชาสัมพันธ์ และมีความสำคัญเป็นลำดับที่ 3 ซึ่งสำคัญมากกว่าปัจจัยด้านหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ และยังเป็นที่น่าสังเกตว่าปัจจัยด้านหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ซึ่งในตำรา และนักประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญมาก แต่ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไม่ได้ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านหนังสือพิมพ์สัมพันธ์มากนัก โดยจัดลำดับความสำคัญเป็นลำดับที่ 7

จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ และสำรวจจากแบบสอบถามพบว่า หนังสือพิมพ์ ได้ให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์มากขึ้น ดังจะเห็นได้จากหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีข่าวของหน่วยงาน หนังสือพิมพ์ทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานอื่นตีพิมพ์ในหน้า 1 ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ และพบว่า บรรณาธิการให้ความสำคัญข่าวประชาสัมพันธ์ที่ตีพิมพ์จะต้องเป็นข่าวที่ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือ และสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่หนังสือพิมพ์ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ทิ้งข่าวของลูกค้าซึ่งจะต้องลงให้มากด้วยเช่นกัน ซึ่งในปัจจุบันข่าวประชาสัมพันธ์ของลูกค้าได้รับการตีพิมพ์ร้อยละ 60 - 70 ของข่าวที่ลูกค้าฝากมา (ข้อมูลจากฝ่ายโฆษณาหนังสือพิมพ์สยามรัฐ, 2530)

ความบ่อยครั้งในการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ให้กับบรรณาธิการในช่วงปี 2520 - 2524 จากการสอบถามจากบรรณาธิการพบว่าส่วนมากจะไม่ตีพิมพ์เผยแพร่ให้ และบางครั้งพอเห็นชื่อหน่วยงานที่ส่งข่าวบ่อยครั้งข่าวนั้นจะไม่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ทันที แต่ผลจากการวิจัยในครั้งนี้พบว่าบรรณาธิการมีทัศนคติเปลี่ยนไป โดยให้ความสำคัญในการพิจารณาตีพิมพ์ให้ในระดับปานกลางสำหรับหน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์บ่อยครั้ง

ข้อเสนอแนะ

ก. สำหรับนักประชาสัมพันธ์

ในการประชาสัมพันธ์โครงการและเผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชนโดยผ่านหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ข่าวประชาสัมพันธ์ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ นักประชาสัมพันธ์จะเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งได้ค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ ดังต่อไปนี้คือ เขียนข่าวให้เกิดประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับเป็นลำดับแรก เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ควรจะสนองตอบความต้องการและเป็นประโยชน์สำหรับประชาชน เช่นเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับสาธารณประโยชน์และมีเนื้อหาที่แสดงให้เห็นภาพพจน์ที่ดีของหนังสือพิมพ์

ในด้านวิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ควรเขียนให้ครบหลักการเขียนข่าว คือ ใคร

ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และ ทำไม นอกจากนี้จะต้องไม่ใช่ศัพท์เทคนิคทางวิชาการมาก หรือใช้ภาษาทวน เนื้อหาต้องสั้นกระชับ และควรส่งถึงตัวบรรณาธิการโดยตรงด้วยตนเองในช่วงเช้า เพื่อให้บรรณาธิการมีเวลาอ่านและพิจารณาข่าวประชาสัมพันธ์ให้มากที่สุด และควรส่งข่าวให้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสนองตอบความต้องการด้านข่าวสารแก่บรรณาธิการ

เนื่องจากข่าวหน้าแรกของหนังสือพิมพ์มักจะไม่นิยมนำข่าวประชาสัมพันธ์ แต่ถ้านักประชาสัมพันธ์อยากให้มีข่าวประชาสัมพันธ์ในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ นักประชาสัมพันธ์อาจทำได้โดยอาจจะจัดกิจกรรมร่วมกับหนังสือพิมพ์ในด้านที่เป็นประโยชน์กับประชาชน และเป็น เรื่องที่ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน จึงจะทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์นั้นมีโอกาสได้รับการตีพิมพ์ในหน้าแรก หรือเป็นข่าวความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่อันเป็นประโยชน์แก่ประชาชนส่วนใหญ่

นอกจากนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรที่จะซื้อเนื้อที่โฆษณาของหนังสือพิมพ์เพื่อให้บรรณาธิการเกิดความรู้สึกที่ดีต่อนักประชาสัมพันธ์ว่ามีได้มุ่งหวังประโยชน์จากหนังสือพิมพ์เพียงด้านเดียว แต่ให้การสนับสนุนหนังสือพิมพ์ด้วยการซื้อเนื้อที่โฆษณาของหนังสือพิมพ์เช่นกัน เพราะหนังสือพิมพ์คำธุรกิจอยู่ได้ด้วยรายได้จากการโฆษณาเป็นหลัก

ข. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ในการวิจัยเกี่ยวกับหัวข้อนี้ในโอกาสต่อไป การวิเคราะห์เนื้อหาควรจะทำให้โดยการเก็บข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ส่งให้กับบรรณาธิการและได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ว่าหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทมีความแตกต่างในการเขียนข่าวใหม่ของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งมามากน้อยเพียงใดและในลักษณะใด และการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์แต่ละข่าวนั้นมีรายละเอียดของ "ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร" ครบถ้วนหรือไม่ เน้นที่อะไรมากกว่ากัน

2. เนื่องจากตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2530 เป็นต้นมา หนังสือพิมพ์ไทยทุกฉบับได้ขึ้นราคาจำหน่ายจากฉบับละ 3 บาท เป็นฉบับละ 5 บาท และได้มีการเพิ่มหน้าขึ้นจาก 16 หน้า เป็น 20 หน้า จึงควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมว่า หน้าทีเพิ่มขึ้นมาเนื้อหาประเภทใดหรือเพิ่มหน้าอะไรบ้าง และเปิดโอกาสให้นักประชาสัมพันธ์และบุคคลทั่วไปส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นจากเดิมหรือไม่ เพียงใด

3. ศึกษาในกลุ่มเป้าหมายอื่น เช่น นิตยสารต่าง ๆ ว่ามีลักษณะแตกต่างจากการค้นพบ

ของงานวิจัยนี้มากน้อยเพียงไร หรือไม่

4. น่าจะทำการศึกษาซ้ำในเรื่องปัจจัยของหน่วยงานว่ามีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์อย่างไร และทำไมบรรณาธิการหนังสือพิมพ์จึงให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านหน่วยงาน

5. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะศึกษาถึงแนวโน้มการเสนอข่าวเพื่อสร้างภาพพจน์ของหนังสือพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ประชาสัมพันธ์ตนเอง) โดยศึกษาจากรูปแบบและปริมาณของข่าว ภาพข่าว บทความ สารคดี และคอลัมน์ความคิดเห็นต่าง ๆ ว่า มีวิธีการและเนื้อหาประเภทใด



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

จำนงค์ วิบูลศรี และดวงทิพย์ วรพันธ์. "ภาษากับมวลชน วิวัฒนาการของภาษาเพื่อการเสนอข่าว
ในหนังสือพิมพ์ไทย", งานวิจัย, กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ. "สถานภาพการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ในกรุงเทพมหานคร"
งานวิจัย, กรุงเทพมหานคร, 2518.

ชวรัตน์ เชิดชัย. "ผู้เกี่ยวข้องกับการสื่อข่าว" ใน การสื่อข่าว หน้า 11-13, กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521.

_____. "ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน", คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. "เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย ฉบับปรับปรุงใหม่ ครั้งที่ 2 คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล,
2527.

เคนิส แมคเคลวล และสเวน วินคาทูล แปลโดย สวินิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล. แบบ
จำลองการสื่อสารสำหรับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

เชออคอร์ พีเตอร์สัน แต่ง, เกษม ศิริสัมพันธ์ แปล, ทัศนศึกษาสื่อสารมวลชน โครงการตำราสังคม
และมนุษยศาสตร์, สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2513.

บุญเลิศ สุภคิลก. สิทธิการสื่อสารในประเทศไทย สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
และมูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์, 2527.

- บุษบา ท่าพระจันทร์. "นักข่าว' 22" สมาคมคณะกรรมการนักข่าวแห่งประเทศไทย. วันนักข่าว 5 มีนาคม 2522. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พิมพ์เศศ, 2522.
- ประคอง กรรณสูต. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ (ฉบับปรับปรุงแก้ไข) ภาควิชาวิจัย การศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร : บริษัทศูนย์หนังสือ คร. ศรีสง่า จำกัด.
- ประจวบ อินอ็อค. "การจัดทำเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์", บทบาทของการประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาและความมั่นคงของประเทศ เมื่อการประชุมสัมมนาวิชาการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติครั้งที่ 3 หน้า 80. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พิมพ์เศศ, 2522.
- ประชัน วัลลิโก. หลักการเขียนข่าว. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523.
- ประสานจิตต์ ลิ้มโกคา. หลักการประชาสัมพันธ์. คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลลา, 2526.
- พรภิรมย์ เอี่ยมธรรม. บทบาททางการเมืองของหนังสือพิมพ์ไทย (2475-2488) กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2520.
- _____ . "การประชาสัมพันธ์กับการวิจัย". การวิจัยการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร 2528.
- พีระ จิรโสภณ. "หลักและทฤษฎีการสื่อสาร" มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี, 2529.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร. ระบบสื่อมวลชนเปรียบเทียบ. จำนวน 2,000 เล่ม พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- วิภา อุตมฉัตร, นฤมิตร สอดสุข, ปนัศดา เลิศล้ำอำไพ. "บทบาทและสถานภาพหนังสือพิมพ์จีน ในประเทศไทย" กรุงเทพมหานคร : สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

วิรัช ลภีรัตนกุล. นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

_____. "ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์" การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

วัฒนา พุทธางกูรงานนท์. การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น, กรุงเทพมหานคร .: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2521.

สะอาด ศัตรูผล. "หลักการประชาสัมพันธ์" ใน คู่มือการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร, 2527.

_____. "ประวัติการประชาสัมพันธ์" ใน คู่มือการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร, 2527.

เสนีย์ แดงวัง. "นักประชาสัมพันธ์กับธุรกิจ" ใน ทฤษฎีปัญหาและกรณีศึกษาของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2522.

_____. "งานประชาสัมพันธ์คืออะไร" ใน ทฤษฎีปัญหาและกรณีศึกษาของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2522.

อารีวรรณ อัครรุ่งนรินทร์ และดวงตา หิรัยานนท์. การประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร, 2526.

อุทัย หิรัญโต. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พีระพัธนา, 2520.

บทความ

กำแหง ภริตานนท์. "200 ปีของหนังสือพิมพ์ไทย." เคลนิวิส์ (28 มีนาคม 2525) : 2.

ชรรค์ชัย บุญปาน. "หมายเหตุหน้าแรก" ประชาชาติรายวัน (6 มิถุนายน 2518) : 1.

เคลนิวิส์, หนังสือพิมพ์. "บทบรรณาธิการ." (28 มีนาคม 2525) : 3.

ไทยรัฐ. "ประวัติหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ." กรุงเทพมหานคร : ไทยรัฐ, 2529 : 2-5. (แผ่นพับ).

พงษ์ศักดิ์ พัยวิเชียร. "กี่ปี่ ๑ ก็ไม่เบี่ยงเบน", มติชนก้าวข้ามปีที่ 9 หน้า 9 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พิมพ์แฉศ, 2529.

_____. "ตำนานหนังสือพิมพ์มติชน การต่อสู้และวิญญูณแห่งเสรี", ล้อมวลชนปริทัศน์, ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 กุมภาพันธ์ 2529. หน้า 47. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ ชินเสียนเยอะเป้า, 2529.

มติชน, หนังสือพิมพ์. "ฝ่ายบทความและความคิดเห็นจากผู้อ่าน." มติชนฉบับที่ 9 มกราคม 2521. หน้า 6. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พิมพ์แฉศ, 2521.

ศิริชัย ศิริกายะ และจ่านงค์ วิบูลศรี. "แบบจำลองเชิงลู่เข้าของกินเซต" วารสารนิเทศศาสตร์ 4, (ตุลาคม 2526) กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

สมบัติ ภู่กาญจน์. "กติกฤทธิคัย สมบัติ ภู่กาญจน์ เป็นผู้สัมภาษณ์" สยามรัฐ (25 มิถุนายน 2519) : 1.

สละ ลิขิตกุล. "36 ปีกับ 7 บรรณาธิการ." 36 ปีสยามรัฐ, 25 มิถุนายน 2529. หน้า 2-9. อัศศิริ ธรรมโชติ และพรชัย วีระณรงค์, บรรณาธิการ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สยามรัฐ, 2529.

_____. "บทบรรณาธิการ" สยามรัฐ (25 มิถุนายน 2493) : 1.

เอกสารอื่น ๆ

กรุงไกร ภัทรโกมล. "การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์สยามรัฐ." สารานิพนธ์ ปริญญาตรี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522.

จาระไน แกลโกศล. "การวิเคราะห์เนื้อหาด้ำนการศึกษาของหนังสือพิมพ์รายวันของไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2512.

_____. "การประชาสัมพันธ์" เอกสารประกอบการสัมมนา ประสิทธิภาพในการเผยแพร่ ข่าวประชาสัมพันธ์, 2527. (เอกสารโรเนียว).

ช่อง 7. อัตราค่าโฆษณารายการโทรทัศน์ช่อง 7 (พฤศจิกายน 2524) กรุงเทพมหานคร : โทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 2524. (เอกสารโรเนียว).

- ทิวาพร เลิศสมบูรณ์. "การใช้สื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ อสมท.", สารนิพนธ์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523. (พิมพ์ดีด).
- นพพร ปรินุฒชะ. "การศึกษาความสนใจของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในพระนครต่อเรื่องต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์รายวัน" วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารศึกษ แผนกโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2509.
- นิสิตปริญญาโทรุ่น 7. "การวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร", รายงาน, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528. (พิมพ์ดีด).
- นิสิตปริญญาโทรุ่น 8. "การวางแผน การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ", รายงาน, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529. (พิมพ์ดีด).
- บริษัท เจ.เอส.แอล., อัตราค่า spot โฆษณา, 2528. (เอกสารโรเนียว).
- บริษัท ไนท์สปอตโปรดักชั่นส์. อัตราค่า spot โฆษณาโปรแกรมรายการวิทยุของบริษัทไนท์สปอต, 2527. (เอกสารโรเนียว).
- บริษัท สหบางกอกชัยสยามโฆษณา. อัตราค่าโฆษณาภาพยนตร์ชุดของสถานีโทรทัศน์สีช่อง 5, พฤศจิกายน 2524. (เอกสารโรเนียว).
- บุษรา ศรีสมวงศ์ และคณะ. "หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ", หน้า 1-10, รายงานวิชาการหนังสือพิมพ์เบื้องต้น สาขาภาษาไทยเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2529. (พิมพ์ดีด).
- ประคอง นาควานิช. "การอ่านหนังสือพิมพ์รายวันของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดพระนครและธนบุรี" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษ แผนกโสตทัศนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2513.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. "การพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของนักหนังสือพิมพ์" รายงานการวิจัย, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526. (อัดสำเนา)
- เพ็ญพรรณ วัฒนชัย, ชษฐังค์. "หนังสือพิมพ์กับการประชาสัมพันธ์ ธนาคารกรุงไทย จำกัด" สารนิพนธ์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526.

ไพรัช ธนาชัยแสง. "การประชาสัมพันธ์ของธนาคารกสิกรไทย" รายงาน, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2530. (พิมพ์คัด).

มติชน. อัตรากำลังเข้าเวลา" คอลัมน์โทรทัศน์, หน้า 9, 17 ธันวาคม 2530.

มนต์ชัย นินนาทนนท์. "บทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่" งานวิจัย, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2527.

รมย์ อุประมัย. "การศึกษาความสนใจของอาจารย์มหาวิทยาลัยที่มีต่อหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษและภาษาไทยในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2511.

ระเด่น ทักษิณา. "คุณสมบัตินักประชาสัมพันธ์" เอกสารประกอบการสัมมนาการประชาสัมพันธ์. 18-19 กรกฎาคม 2526.

โรงเรียนประชาสัมพันธ์. "สถานภาพงานประชาสัมพันธ์ส่วนราชการ องค์การรัฐวิสาหกิจ" งานวิจัย, กรุงเทพมหานคร, 2519.

วิไล กำธรบริบูรณ์กุล. "หลักการประชาสัมพันธ์ของโรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตัล", หน้า 25-37, รายงาน, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2530. (พิมพ์คัด).

ศิริพร สัจจวัฒน์กุล. "การเสนอข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของบริษัทอิมเมจมีเดีย จำกัด", สารนิพนธ์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526. (พิมพ์คัด).

สายเพชร สนธิรักษ์. "การประชาสัมพันธ์โรงแรมโอเรียนเต็ล" หน้า 25, รายงาน, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2530. (พิมพ์คัด).

สกุณา วารุณะกุล. "ความแตกต่างของการบริหารงานฝ่ายข่าวของหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (เฉพาะกรณี มติชน-ไทยนิวส์)" สารนิพนธ์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

สมบัติ ภู่กาญจน์. ประกาศคำสั่งการบริหารงานข่าว. 2 มกราคม 2521.

สรุปรายงานและข้อเสนอแนะจากการสัมมนาทางวิชาการการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ครั้งที่ 1,
18-20 สิงหาคม 2514.

สุกัญญา ตีระวนิช. สิ่งพิมพ์กับปัญหาพลังงาน, กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการหนังสือพิมพ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

สุจิต นวลสิทธิโสภณ. "การประชาสัมพันธ์กับการใช้หนังสือพิมพ์." สารนิพนธ์, คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523. (พิมพ์คิด).

สุภรณ์ จันทร์ทพ และคณะ. "หนังสือพิมพ์แนวหน้า", หน้า 1-9, รายงานวิชาการหนังสือพิมพ์
เบื้องต้น สาขาภาษาไทยเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร,
2529. (พิมพ์คิด).

สุภาวดี ยอดอารีย์. "หนังสือพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์" สารนิพนธ์, คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523. (ภาคผนวก 2 ไม่ระบุเลขหน้า).

สุรัตน์ นุ่มนนท์. "พ.ร.บ.การพิมพ์พุทธศักราช 2484." เอกสารวิชากฎหมายสื่อสารมวลชน หน้า 1-2.
กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523. (เอกสารโรเนียว),

เสริมศักดิ์ ศุกร์วรรณ. ประวัติหนังสือพิมพ์บ้านเมือง 2527 หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. (อค์สำเนา).

โสภภาพรรณ นามวงศ์. "การใช้หนังสือพิมพ์รายวันเป็นอุปกรณ์การสอนของครูสังคม ระดับมัธยมศึกษา
ตอนปลายในจังหวัดพระนครและธนบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2513.

อนงค์วรรณ ยั่งยืน. "การศึกษาสภาพความต้องการและการใช้สื่อทัศนูปกรณ์ในงาน
ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2527.

อภิชาติ ลักษณะสิริศักดิ์ และคณะ. "การสัมภาษณ์งานประชาสัมพันธ์", หน้า 8, รายงาน,
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2530. (พิมพ์คิด).

เอนก มั่นใจ. "การประเมินคุณค่าและคัดเลือกข่าวของหนังสือพิมพ์แนวหน้า", หน้า 1-2, รายงานวิชาการหนังสือพิมพ์เบื้องต้น ภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร, 2529. (พิมพ์คิด).

อัจฉราพรธ แดงศิริรัตน์. "การประจุมข่าวและความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์มติชน", รายงาน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2529. (ไม่ปรากฏเลขหน้า, พิมพ์คิด).

สัมภาษณ์

คณิต นันทวาทย์. หัวหน้าข่าวเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2530.

ถาวร สุวรรณ. หัวหน้ากองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์บ้านเมือง. สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2524.

ยอดชาย ชันธชนะ. หัวหน้าข่าวหน้าเด็ก หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. สัมภาษณ์, 27 สิงหาคม 2530.

เสริมศักดิ์ ศุภร์วรรณ. ไรโรเตอร์ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. สัมภาษณ์, 26 พฤศจิกายน 2530.

ภาษาอังกฤษ

Budd, Richard W., Robert K. Thorp and Lewis Donohew, Content Analysis of Communications, New York : The Macmillan Company, 1967.

Carter, V. Good, Dictionary of Education London; Mc Graw Hill, 1956.

Colin Seymour, The Press and The Public, London; Methuen & co Ltd, 1968.

Edgar Dale, How to Read a Newspaper, Chicago : Scott, Foresman and co., 1941.

Edmund C. Arnold, Function Newspaper Design, New York : Harper & Row, 1956.

Everett M. Rogers and Dilip K. Bhowmik, "Homophily Heterophily : Relational Concepts for communication Research," in Public Opinion Quarterly 34 October, 1971.

Frank W. Rucher, Newspaper Organization and management, Iowa : Iowa State University Press, 1968.

Julion Adams, Press Time 2nd ed; New York; Practice Hall, 1959.

Rogers and Kincaid, Communication Networks : Toward a New Paradigm for Research, New York : The Free Press, 1981.

Seymour-Ure, The Print, Politics and The Public, London : New Fetter Lane, 1968.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

ประวัติหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ (QUALITY NEWSPAPER) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ มติชน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ
2. หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม (POPULAR NEWSPAPER) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์
3. หนังสือพิมพ์ทั้งคุณภาพทั้งประชานิยม (NEWSPAPERS WHICH REPRESENT BOTH QUALITY AND POPULARITY) ได้แก่หนังสือพิมพ์บ้านเมือง หนังสือพิมพ์แนวหน้า



หนังสือพิมพ์มติชน

ประวัติความเป็นมาของหนังสือพิมพ์ "มติชน"

"เมื่อประชาชาติถูกปิดนั้น เราหมดสิ้นทุกอย่าง มีแต่หนี้ ลูกหนี้เราหมดหมด แต่เจ้าหน้าที่ยังอยู่ครบ เราเริ่มต้นจากศูนย์ เริ่มต้นอย่างจน เริ่มต้นจากบทเรียนที่ได้รับมา ผมเองยังนึกขอบคุณรัฐบาลในสมัยนั้นที่เขาสั่งปิด มิฉะนั้น เราก็อาจจะโตมาอย่างหนังสือพิมพ์ที่หลงตัวเองก็ได้ หลังจากถูกปิด เราก็มาทำเป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์ก่อน จนกระทั่งมีกำลังและความพร้อมพอ เราก็มาออกมติชนรายวัน" (พงษ์ศักดิ์ พยัคฆวิเชียร 2529 : 47)

จากคำบอกเล่าของคุณพงษ์ศักดิ์ พยัคฆวิเชียร บรรณาธิการอำนวยการ จะเห็นได้ว่าการออกหนังสือพิมพ์มติชนนั้น สืบเนื่องมาจาก "หนังสือพิมพ์ประชาชาติ" ซึ่งออกสู่ท้องตลาด เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2516 โดยเป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ในเครือของบริษัท เคอะเนชั่น จำกัด จนเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ.2517 จึงได้ออกเป็นหนังสือพิมพ์รายวัน โดยมีผู้ริเริ่มก่อตั้งในครั้งนั้นได้แก่ ม.ร.ว.สุริยา บุณยรัตพันธุ์ นายสุทธิชัย หยุ่น นายพงษ์ศักดิ์ พยัคฆวิเชียร นายชรรค์ชัย บุนปาน และนายสุจิตต์ วงษ์เทศ

ครั้นเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ.2518 บริษัท เคอะเนชั่น จำกัด คณะกรรมการบริหาร ได้ประกาศหยุดกิจการหนังสือพิมพ์ประชาชาติรายวันด้วยเหตุผลว่าขาดทุน แต่คณะผู้บริหารหนังสือพิมพ์ประชาชาติรายวันไม่ได้หยุดยั้งความคิดที่จะให้มีหนังสือพิมพ์ลักษณะนี้ดำรงอยู่ จึงร่วมกันเปิดกิจการต่อเนื่องกันตั้งแต่วันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ.2518 โดยมีผู้บริหารคือ นายชรรค์ชัย บุนปาน นายอากร สุนทรกุล นายสุจิตต์ วงษ์เทศ นายพงษ์ศักดิ์ พยัคฆวิเชียร และนายสิทธิชัย หยุ่น และบริษัทประชาชาติ จำกัด เป็นผู้ดำเนินการ โดยใช้ชื่อหนังสือพิมพ์ใหม่ว่า "รวมประชาชาติ" (ชรรค์ชัย บุนปาน 2518 : 1)

จนเหตุการณ์เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ.2519 พลเรือเอก สงัด ชลออยู่ หัวหน้าคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดิน ทำการรัฐประหารยึดอำนาจรัฐบาลจตุรพรรค โดยมี ม.ร.ว.เสนีย์ ปราโมช เป็นนายกรัฐมนตรี และได้ประกาศปิดหนังสือพิมพ์ 13 ฉบับ มีผลให้ "รวมประชาชาติรายวัน" ต้องหยุดกิจการตั้งแต่นั้น

หลังจากที่หนังสือพิมพ์รวมประชาชาติถูกปิด กลุ่มผู้ดำเนินงานบางส่วนได้ออกไปทำงานตามที่ต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ รายวัน อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งค่อนข้างเป็นกลุ่มใหญ่ ได้ร่วมกันออกหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์โดยเน้นหนักการเสนอข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจทั้งส่วนรัฐบาลและเอกชน รวมทั้งความเคลื่อนไหวในด้านตลาดหลักทรัพย์ คือหนังสือพิมพ์ "เซมิทีศธุรกิจ" ออกจำหน่ายฉบับแรกเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520 และได้รับความนิยมนอย่างรวดเร็ว จากรายสัปดาห์เป็นรายสามวัน เพื่อเพิ่มหน้าข่าวการเมือง แม้ว่าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับจะถูกควบคุมโดยรัฐบาล

จนเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2520 พลเรือเอกสังัด ชลอยุธยา และคณะได้ทำการรัฐประหารรัฐบาลนายธานินทร์ กรัยวิเชียร มีการยกเลิกคณะที่ปรึกษาเจ้าพนักงานการพิมพ์ คณะผู้ดำเนินงานเซมิทีศธุรกิจ ก็พยายามร้องขอความเป็นธรรมจากรัฐบาลชุดใหม่ สมัยนายเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ แต่ไม่ได้รับคำตอบ คณะผู้ดำเนินงานจึงตกลงกันใช้ชื่อใหม่แทน "รวมประชาชาติ" คือ "มติชน" ในนามของบริษัท มติชน จำกัด ตั้งแต่วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2521 เป็นต้นมา

นโยบายในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ "มติชน"

1. รายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา
2. ให้การศึกษาแก่คนทั่วไป
3. สร้างสรรค์สังคมและเศรษฐกิจ บนรากฐานของความเสมอภาพ เสรีภาพ และ
คุณยภาค
4. สนับสนุนการปกครองระบอบประชาธิปไตย (อัจฉราพรรณ แดงศิริรัตน์ 2529)

"มติชน" เน้นถึงการทำให้ประชาชนได้รับความยุติธรรมมากที่สุด ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นของตน ความต้องการของคนผ่านทางหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้บริหารประเทศได้รู้ถึงความต้องการนั้น ดังที่ "มติชน" ได้กล่าวไว้ในหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2521 ว่า

"ในทรรศนะทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ "มติชน" ถือว่าความคิดเห็นของผู้ร่วมอยู่ในสังคมเดียวกัน มีความสำคัญยิ่ง การแสดงความคิดเห็นตรงไปตรงมาอย่างยุติธรรม เพื่อสร้างสรรค์สังคมให้ดีขึ้น เป็นสัญลักษณ์ของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ซึ่งทุกคนมีสิทธิในการเขียน การพูด และการโฆษณา โดยไม่ละเมิดต่อสิทธิของผู้อื่น สิ่งนี้แหละที่จะเป็นกระจุกเงาสะท้อนให้ผู้บริหารประเทศเห็นในความต้องการของประชาชนในประเทศ" (มติชน 2521 : 6)

มติชนยังมีนโยบายในการเสนอข่าว โดยคำนึงถึงความถูกต้องเป็นหลัก ไม่ให้ความสำคัญ

หรือสนใจว่า "ชาย" หรือ "ขวา" หากความถูกต้องไปในทางใดก็เสนอไปทางนั้น และยอมรับใน การที่จะถูกเรียกว่าเป็นหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า

ดังจะเห็นได้จากที่คุณพงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร กล่าวในมติชนก้าวขึ้นปีที่ 9 ว่า "หนังสือพิมพ์ มติชนไม่ได้เป็นหนังสือพิมพ์ชายช่าว ไม่ได้เป็นหนังสือพิมพ์ของค่าย กลุ่ม ที่ฝึกใฝ่ฝ่ายใด และไม่ได้ ทำตัวเป็นหนังสือพิมพ์ที่ทำตัวเป็นผู้ถูกขี้คิด ไม่ว่าจะป็นรัฐบาล เอกชน นักวิชาการ นักการเมือง หรือประชาชนอะไร ใครก็ตามที่เป็นความถูกต้อง สมควร หนังสือพิมพ์มติชนจะยึดสิ่งนั้นและเป็น ฝ่ายนั้น" (พงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร)

และด้วยเหตุผลดังกล่าว มติชนได้บรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่งของคำขวัญที่ว่า "หนังสือพิมพ์ คุณภาพ เพื่อคุณภาพของประเทศ" ดังที่พงษ์ศักดิ์ ได้กล่าวถึงการทำงานของมติชนตามนโยบายว่า "เราได้บรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่งตามนโยบายที่เรามุ่งมั่น คือ การทำหนังสือดี ทำหนังสือพิมพ์ ให้เป็นวิชาชีพ เพราะเราถือว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพมาทำ มาลงทุน มาเป็นเจ้าของ และเราก็พร้อมที่จะทำหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ เพื่อคุณภาพของประเทศอย่างสมบูรณ์ที่สุด" (พงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร 2529 : 47)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

ประวัติความเป็นมาของหนังสือพิมพ์ "สยามรัฐ"

เมื่อ พ.ศ. 2491 ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดพระนคร (ก.ท.ม. ในปัจจุบัน) ในสังกัดพรรคประชาธิปัตย์ ต่อมาเมื่อผู้เสนอให้ขึ้นเงินเดือนแก่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรให้มากกว่าที่ได้รับในขณะนั้น ข้อเสนอนี้เข้าสู่การพิจารณาของกรรมาธิการ และ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นกรรมาธิการด้วย คณะกรรมาธิการได้พิจารณาข้อเสนอดังกล่าวและมิตินี้ให้เพิ่มเงินเดือนอีกคนละ 1,000 บาท ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นฝ่ายไม่เห็นด้วยและได้ขอสงวนไว้อภิปรายในสภา

ครั้นเมื่อเรื่องได้เข้าสู่การพิจารณาในสภาผู้แทนราษฎรแล้ว ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ก็แพ้เสียงในสภาอีก ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช จึงตัดสินใจลาออกจากความเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2491 รวมถึงการเป็นสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ด้วย ต่อมาได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้เป็นรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ แต่ก็ดำรงตำแหน่งอยู่เพียง 1 เดือน ก็ลาออกจากตำแหน่ง

ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้ใช้เวลาช่วงนี้เขียนหนังสือให้กับหนังสือพิมพ์เกียรติศักดิ์ ซึ่งมีนายสละ ลิขิตกุล เป็นบรรณาธิการ และต่อมา ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้อุปสมบทเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล โดยจำพรรษาอยู่ที่วัดบวรนิเวศวิหาร นายสละ ลิขิตกุล ได้ไปสนทนากับพระภิกษุ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นประจำเนื่องจากว่างงาน เพราะลาออกจากการเป็นบรรณาธิการหนังสือพิมพ์เกียรติศักดิ์แล้ว (กรุงไกร ภัทรโกมล 2522 : 3-4)

ในการสนทนาระหว่างบุคคลทั้งสองได้มีการตัดสินใจจัดทำหนังสือพิมพ์รวมอยู่ด้วย และพระภิกษุ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้มอบให้นายสละ ลิขิตกุลดำเนินการจนสามารถจัดตั้งหนังสือพิมพ์ได้สำเร็จ (สละ ลิขิตกุล 2529 : 9) และได้ออกหนังสือพิมพ์ "สยามรัฐ" เป็นฉบับแรก เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2493 จำหน่ายฉบับละ 50 สตางค์ หนา 8 หน้า สีขาว-ดำขริมนั้น เรื่องการเมืองและเศรษฐกิจนอกในประเทศ การบันเทิง กีฬา (สละ ลิขิตกุล 2529 : 7)

สำหรับชื่อ "สยามรัฐ" นั้น นายสละ ลิขิตกุล เป็นผู้คิดค้น เหตุจูงใจเกิดจากเห็นชื่อ

สยามรัฐในเหรียญบาท โดยมีนายช่วง สเลยานนท์ เป็นผู้ออกแบบตราให้ แต่ก็ใช้ได้เพียงระยะหนึ่ง ก็ถูกเจ้าพนักงานการพิมพ์สั่งให้เลิกใช้ เพราะแบบของตราเหมือนกับตราของแผ่นดิน ส่วนพุทธสุภาวิตที่หัวสยามรัฐที่ว่า "นิกคณเท นิกคหารท ปคคณเท ปคคหารท" แปลว่า พึงชมคนที่ควรชม และชมคนที่ควรชม" ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นผู้ให้ (สละ ลิขิตกุล 2529 : 2)

นโยบายในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ "สยามรัฐ"

1. เสนอข่าวอันดำรงไว้ซึ่งสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์และรัฐธรรมนูญ
2. ส่งเสริมระบอบการปกครองประชาธิปไตย
3. เสนอข่าวเพื่อสนองความต้องการของคนทุกกลุ่ม
4. เสนอข่าวด้วยความเที่ยงตรงเที่ยงธรรมและถูกต้อง
5. เสนอข่าวสารเพื่อการพัฒนาประเทศ (สมบัติ ภูภาณูจน์ 2521 : 3)

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานหนังสือพิมพ์ "สยามรัฐ"

1. มุ่งให้เกิดความเป็นธรรม
2. ดำรงไว้ซึ่งสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ คงจะเห็นได้จากถ้อยแถลงของ

หนังสือพิมพ์สยามรัฐฉบับแรกว่า

เราเคารพในกฎหมายบ้านเมืองและองค์การสาธารณะทั้งหลายทั้งปวงที่เป็นของแผ่นดิน เราเคารพและพร้อมเสมอที่จะสนับสนุนรัฐบาลของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (หนังสือพิมพ์สยามรัฐ 2493 : 1)

3. ส่งเสริมระบอบการปกครองประชาธิปไตย ซึ่ง ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช (2519 : 1) ให้สัมภาษณ์แก่สมบัติ ภูภาณูจน์ว่า

ผมทำหนังสือพิมพ์เพราะเห็นว่าจะทำความประสงค์นี้ได้ เพราะอย่างน้อยการทำหนังสือพิมพ์ก็จะมีโอกาสได้ทักท้วงในการกระทำของรัฐบาลที่ไม่เป็นประชาธิปไตย เป็นการรักษาประชาธิปไตยให้คงไว้ยามที่สภาผู้แทนราษฎรอยู่ใต้อำนาจของผู้เผด็จการหรือในยามที่ไม่มีสภาผู้แทนฯ เลย บทความต่าง ๆ ที่ผมเขียนมาตลอดก็เป็นไปในทำนองนั้น ผมวิพากษ์วิจารณ์เพราะผมเห็นว่าเป็นการทำประโยชน์เท่าที่ผมสามารถจะทำได้

4. มุ่งเสนอข่าวการเมือง

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ประวัติความเป็นมาของหนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ"

คณะผู้บริหารของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐในปัจจุบัน เริ่มต้นงานหนังสือพิมพ์ครั้งแรก ในชื่อของหนังสือพิมพ์ "ข่าวภาพ" เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2492 ด้วยเงินเพียง 6,000 บาท และกล้องถ่ายภาพเก่าแก่กับโต๊ะเก้าอี้ไม้เก๋ตัว (ไทยรัฐ 2529 : 2)

ในการออกหนังสือพิมพ์ "ข่าวภาพ" ระยะแรกทางสำนักงานไม่มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง การตีพิมพ์ต้องจ้างโรงพิมพ์ประชาธิปไตยซึ่งพิมพ์หนังสือพิมพ์รายวันเป็นผู้พิมพ์ให้สำนักงาน "ข่าวภาพ"

1 เมษายน 2493 "ข่าวภาพ" ได้เพิ่มฉบับวันอังคารขึ้นอีกฉบับ จากที่เคยจำหน่ายทุกวันศุกร์ เป็นสัปดาห์ละ 2 ฉบับ โดยมีนายอุทธรณ์ พลกุล เป็นบรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา

1 มิถุนายน 2495 "ข่าวภาพรายสัปดาห์" ได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงมาเป็นหนังสือพิมพ์ข่าวภาพรายวันโดยสมบูรณ์ จากยอดพิมพ์ที่เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ทำให้หนังสือพิมพ์ข่าวภาพต้องย้ายโรงพิมพ์ที่พิมพ์หลายครั้ง

หนังสือพิมพ์ข่าวภาพถูกปิดหลายครั้งด้วยสาเหตุทางการเมือง จนถึงวันที่ 20 ตุลาคม 2501 หนังสือพิมพ์ข่าวภาพรายวันก็ถูกปิดโดยไม่มีกำหนด ในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นหัวหน้าคณะปฏิวัติ

จนกระทั่ง 17 พฤษภาคม 2502 ทางคณะผู้บริหาร รวบรวมเงินได้ 30,000 บาท และได้ตกลงขอเช่าหัวหนังสือพิมพ์ "เสียงอ่างทอง" ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่เผยแพร่ในจังหวัดอ่างทองมาตีพิมพ์ในกรุงเทพแทน

จนในปี 2504 เจ้าของหัวหนังสือพิมพ์ "เสียงอ่างทอง" เอาหัวหนังสือคืนเพื่อนำไปออกหนังสือเอง นายกำพล วัชรพล จึงได้ขอซื้อหัวหนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ" ซึ่งเป็นของพลอากาศเอกเฉลิมเกียรติ วัฒนางกูร มาตีพิมพ์ออกขายเป็นฉบับเช้าตั้งแต่วันที่ 25 ธันวาคม 2505

หนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ" เติมเริ่มตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อวันพุธที่ 26 มีนาคม 2501 มีนาย

ทองทศ ไวยยานันท์ เป็นเจ้าของในนามบริษัทเจลิมเกียรติ มีนายร่ำพรธ พุกกะเจียม เป็นบรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา นายกำพล วัชรพลได้ซื้อเข้ามาในปี 2504 และเมื่อได้นำ "ไทยรัฐ" มาออกแทน "เสียงอ่างทอง" ชื่อของ "ไทยรัฐ" ก็ติดปากผู้คนมาจนถึงปัจจุบันนี้

จนกระทั่งปี 2513 "ไทยรัฐ" เพิ่มจำนวนพิมพ์มากขึ้น ได้เปลี่ยนแท่นพิมพ์ใหม่มาใช้เว็บออฟเซต (Web Offset) แทนเครื่องพิมพ์โรตารี (Rotary) แบบเก่าและได้ย้ายสำนักงานจากซอยวรพงษ์มายังสำนักงานใหม่ที่ชูปเปอร์ไฮเวย์ จนถึงบัดนี้

ในปัจจุบัน หนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ" ดำเนินการโดยบริษัท วัชรพล จำกัด พิมพ์ออกจำหน่ายวันละ 710,000 ฉบับในวันปกติและกว่า 1 ล้านฉบับในวันที่มีเหตุการณ์สำคัญ ๆ ในแต่ละวันมีการพิมพ์ออกจำหน่าย 7 รอบ เพื่อให้ชาวครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ในภูมิภาคทั้งหมด (บุขรา ศรีสมวงศ์ และคณะ 2529 : 1-2)

นโยบายในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ"

1. เสนอข่าวตามความเป็นจริง มีความสมบูรณ์ครบถ้วนถูกต้อง
2. รักษาความเป็นธรรมในสังคม โดยแสดงความคิดเห็นเป็นปากเสียงแทนประชาชนในเรื่องผลประโยชน์ของประชาชนผู้ใช้แรงงานและชาวไร่ ตลอดจนอิทธิพลมืดที่คุกคามสวัสดิภาพของส่วนรวม ไทยรัฐพร้อมยื่นหยัดต่อสู้ธรรมสมกับคำว่า ธรรมอยู่ที่ไหน ไทยรัฐจะเข้าไปที่นั่น (ไทยรัฐ 2529 : 5)
3. เสนอข่าวที่กระทบกระเทือนต่อคนส่วนใหญ่
4. เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ความปลอดภัยในทรัพย์สินและร่างกาย (บุขรา ศรีสมวงศ์ และคณะ 2529 : 10)

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานหนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ"

1. ส่งเสริมสร้างสรรค์อย่างแน่นแฟ้นต่อความมั่นคงปลอดภัยในประเทศชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และการปกครองบนรากฐานระบอบประชาธิปไตย
2. ยึดมั่นและส่งเสริมเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ภายใต้ความรับผิดชอบต่อวงอาชีพ ต่อวิชาชีพ ต่อจรรยาบรรณ ต่อตัวบทกฎหมายและต่อสังคมพึงแสดงออกโดยเปิดเผย และเป็นปากเสียงของสาธารณชนหรือเป็นที่พึ่งพาของประชาชนด้วยความบริสุทธิ์ยุติธรรม

3. มีศรัทธาและเคารพในสิทธิประโยชน์ของมนุษยชน พึงอุทิศตนและส่งเสริมสร้างสรรค์สันติสุขของโลกบนรากฐานของความเข้าใจ และไว้วางใจต่อกันระหว่างประชาชนทั้งมวล
4. ส่งเสริมรักษาไว้ซึ่งศีลธรรมหรือวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของประเทศชาติและอารยชน
5. พึงระดมทรัพยากรด้านบุคคล กำลังเงิน เครื่องจักร วิชาการ การดำเนินงาน ประสพการณ์ และมโนธรรมให้แก่การเสนอข่าวด้วยความถูกต้องเที่ยงตรง รวดเร็วฉับไว (บุษราศรีสมวงศ์ และคณะ 2529 : 3)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หนังสือพิมพ์ เกลนิวัส

ประวัติความเป็นมาของหนังสือพิมพ์ "เกลนิวัส"

นายแสง เทรระกุล ซึ่งเป็นผู้ที่คลุกคลีในวงการหนังสือพิมพ์มาอย่างโชกโชนกว่า 40 ปี ได้ริเริ่มก่อตั้งดำเนินงานหนังสือพิมพ์เอง โดยใช้ชื่อหัวหนังสือว่า "เคลิเมล" ในปี พ.ศ. 2493 (บ.แพร์ซาวเป็นเจ้าของ) และต่อมาได้ถูกสั่งปิดกิจการใน พ.ศ. 2501 สมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ทำรัฐประหารแล้วขึ้นปกครองประเทศ

ต่อมาผู้ดำเนินการเดิมของ "เคลิเมล" ได้ออกหนังสือใหม่ชื่อ "แนวหน้าแห่งยุคเกลนิวัส และกลายมาเป็นเกลนิวัส" ในปี พ.ศ. 2507 โดยบริษัทสี่พระยาการพิมพ์เป็นเจ้าของ ซึ่งมีโรงพิมพ์ที่สี่พระยา

ปัจจุบันเกลนิวัสได้ย้ายมาอยู่ที่ถนนวิภาวดีรังสิต เพราะความคับแค้นทางสี่พระยาและการขยายตัวด้านการพิมพ์ (กำหนด ภาศานนธ์ 2525 : 2)

นโยบายการเสนอข่าว

1. เสนอข่าวเที่ยงตรงยุติธรรม ปราศจากความเอนเอียงเท่าที่จะกระทำได้ เพราะเชื่อมั่นว่านโยบายแนวทางสายกลางนั้นจะให้ความเสมอภาคและประโยชน์เท่าเทียมกันทุกฝ่าย
2. รักษาผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ
3. เน้นสิ่งที่มีค่าต่อการพัฒนาความคิด
4. เน้นความบันเทิง
5. เสนอข่าวรวดเร็วให้ทันต่อเหตุการณ์ โดยการพัฒนาปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ทันสมัย เพื่อให้การรายงานข่าวเป็นไปอย่างรวดเร็วขึ้น และผลิตรายการจำหน่ายสู่ประชาชนให้เร็วเท่าที่จะทำได้ (บทบรรณาธิการ สยามรัฐ 28 มีนาคม 2525 : 3)

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง

ประวัติความเป็นมาของหนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง"

นายมานะ แพร่พันธุ์ อดีตบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ "พิมพ์ไทย" เป็นผู้ริเริ่มทำหนังสือพิมพ์บ้านเมือง โดยได้รับการสนับสนุนจากนายวิจารณ์ ฤทธิพิบูลย์ และผู้ร่วมความคิดที่จะทำหนังสือพิมพ์เพื่อประเทศชาติและสังคมอีกหลายคน จึงได้ก่อตั้งในรูปแบบบริษัทบ้านเมืองการพิมพ์ จำกัด ขึ้นหลังจากการเลิกกิจการของหนังสือพิมพ์ "พิมพ์ไทย" ประมาณเกือบ 1 ปี

หนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง" ได้ผลิตหนังสือพิมพ์ฉบับแรกออกจำหน่ายตอนเช้าวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2515 ซึ่งถือเป็นวันเกิดของหนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง" (เสริมศักดิ์ ศุกร์วรรณ 2527 : 1)

นโยบายการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง"

1. เสนอข่าวตามความจริง อย่างตรงไปตรงมาไม่ตกแต่งหรือเพิ่มเติมสีสัน ไม่เสนอข่าวโลกโศก
2. ให้การศึกษาแก่คนทั่วไป ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาที่เสนอความรู้ เกร็ดความรู้ต่าง ๆ ในหน้าการศึกษา เช่น สารานุกรมไทย ภาษาไทยวันละคำ ซึ่งช่วยให้ครูต่างจังหวัดสามารถตัดเก็บได้โดยไม่ต้องซื้อหาหนังสือเหล่านี้ ซึ่งมีราคาแพงเกินกว่ากำลังซื้อของโรงเรียนและครู (ยอดชาย ชั้นธชนะ 2530)

ซึ่งนโยบายนี้ หนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง" เป็นหนังสือพิมพ์รายวันฉบับแรกที่เน้นและริเริ่มเสนอหน้าเด็กที่ให้ประโยชน์และความรู้กับเด็กและผู้อ่าน โดยพ่อแม่หรือผู้ปกครองสามารถที่จะนำเอาหนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง" เข้าบ้านได้โดยไม่ต้องทิ้งไว้ที่ทำงานหรือไม่กล้านำกลับเข้าบ้าน เพราะมีรูปโป๊ หรือการเสนอข่าวแบบสองแง่สองง่าม (ถาวร สุวรรณ 2524)

3. รับใช้สังคมด้านการเสนอข่าวที่มีประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยเฉพาะข่าวเศรษฐกิจจะเน้นข่าวที่มีประโยชน์ต่อประชาชนโดยตรง เช่นทุนการศึกษา สินค้าอุปโภคบริโภคที่ลดราคาขายถูก และในด้านแรงงาน (คณิต นันทวานี 2530)
4. เสนอข่าวที่น่าสนใจ ความกึ่งหน้าของข่าว และคาดว่าจะมีผลกระทบต่อส่วนรวม

เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับผิดชอบได้ดำเนินการแก้ไข

วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง"

1. ผดุงไว้ซึ่งชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์
2. ส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งสิทธิเสรีภาพในการเสนอข่าวและความคิดเห็น
3. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลกับประชาชน
4. ทำหน้าที่เป็นผู้รับใช้และผู้นำทางความคิดเห็น โดยเป็นสื่อ นำข่าวสารและความคิดเห็นสู่ประชาชน
5. เสนอข่าวโดยยึดหลักความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์โดยมีความรับผิดชอบอย่างเต็มที่

จากการดำเนินงานหนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง" ตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวเป็นที่ประจักษ์แก่สายตาของประชาชนจนทำให้หนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง" ได้รับรางวัลดีเด่นต่าง ๆ มากมาย เช่น พ.ศ. 2518 หนังสือพิมพ์บ้านเมืองได้รับรางวัลดีเด่นในการสร้างสรรค์เพื่อความดีงามของประชาชน จากสภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย และรางวัลข่าวภาพของทหารที่ปฏิบัติหน้าที่ปกป้องเอกราชของชาติ จากสมาคมหนังสือแห่งประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2524 หนังสือพิมพ์ "บ้านเมือง" ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติถึง 2 รางวัล เป็นรางวัลดีเด่นในด้านการผลิตงานเพื่อเยาวชน คือ

1. ประเภทคอลัมน์หนังสือพิมพ์ส่งเสริมหน้าที่พลเมืองและศีลธรรม
2. ประเภทหนังสือดีเด่น

และล่าสุด พ.ศ. 2528 หนังสือพิมพ์บ้านเมืองก็ได้รับรางวัลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากชมรมสิ่งแวดล้อมสยาม (เสริมศักดิ์ สุกรณ์วรรณ 2530 : 1)

หนังสือพิมพ์แนวหน้า

ประวัติความเป็นมาของหนังสือพิมพ์ "แนวหน้า"

หนังสือพิมพ์ "แนวหน้า" เป็นหนังสือพิมพ์รายวัน เริ่มออกครั้งแรกเมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2523 โดยมีคุณสุภาพ กลิ่นขาย คุณเผด็จ ภูรีปฏิพาน คุณชูพงศ์ มณีน้อย คุณประสงค์ ธนเศรษฐการ เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง

ในช่วงเริ่มต้นของการก่อตั้งนั้น เป็นช่วงที่รัฐบาลไม่มีนโยบายสนับสนุนให้เอกชนผลิตหนังสือพิมพ์ จึงทำให้ไม่สามารถขอใบอนุญาตในการออกหนังสือพิมพ์ใหม่ได้ ทางออกในการทำหนังสือพิมพ์ก็คือ การซื้อหัวหนังสือพิมพ์อื่น

ต่อมาพบว่าหนังสือ "มหานคร" ของคุณสังข์ พัทธโนทัย ซึ่งถูกสั่งปิดเนื่องจากคำสั่งของ คณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดินในสมัย นายธานินทร์ กรัยวิเชียร เป็นนายกรัฐมนตรี ผู้ริเริ่มทั้ง 4 ท่าน จึงได้ยื่นอุทธรณ์ เพื่อขอเปิดกิจการใหม่อีกครั้ง

เมื่อประสบผลสำเร็จได้หัวหนังสือมหานคร กลุ่มผู้ก่อตั้งมีความเห็นพ้องกันว่าชื่อ "มหานคร" เป็นชื่อที่ไม่น่าสนใจ จึงเปลี่ยนชื่อเป็น "แนวหน้า" โดยนำชื่อของหนังสือพิมพ์ที่ปิดตัวเองไปฉบับหนึ่งคือ "แนวหน้ายุคเคลินิวส์" โดยตัดคำว่า "ยุคเคลินิวส์" ออก เหลือแต่คำว่า "แนวหน้า" ซึ่งมีความหมายถึง "กลุ่มบุคคลที่พร้อมจะเป็นผู้นำประชาชนในการต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิและเสรีภาพที่แท้จริง" (เอนก มั่นใจ 2529 : 1)

ลักษณะเนื้อหาข่าวของหนังสือพิมพ์แนวหน้า เริ่มต้นเน้นข่าวทั่วไปคือ มีข่าวอาชญากรรม และข่าวการเมืองเป็นหลัก จนกระทั่งคุณวารินทร์ พูนศิริวงศ์ ได้ซื้อกิจการหนังสือพิมพ์แนวหน้า และย้ายสำนักพิมพ์จากหลังสำนักพิมพ์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง มาอยู่เลขที่ 96 หมู่ 7 ถ. วิชาวดีรังสิต เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยจัดตั้งในรูปของบริษัท ชื่อว่า "บริษัทหนังสือพิมพ์แนวหน้า จำกัด" และได้ปรับปรุงรูปแบบของหนังสือพิมพ์ใหม่โดยให้คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์แนวหน้า ว่ากลุ่มผู้อ่านประเภทไหน ระดับใด เหตุที่ต้องทำวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มผู้อ่านก็เนื่องจากการทำหนังสือพิมพ์มีการแข่งขันกันมาก และมี

หนังสือพิมพ์จำนวนมากเกิดขึ้นแต่ก็ต้องปิดกิจการไป เพราะในการดำเนินงานต้องใช้ทุนสูงมาก ผลของการวิจัยครั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์แนวหน้าคือ กลุ่มคนชั้นกลาง ที่สนใจในเรื่องการเมือง และเศรษฐกิจ จากข้อสรุปนี้ทำให้รูปแบบเดิมของหนังสือพิมพ์เปลี่ยนไปจากที่เคยเสนอข่าวอาชญากรรม ข่าวชาวบ้าน มาเป็นการเสนอข่าวซึ่งเน้นหนักในด้านข่าวเศรษฐกิจและข่าวการเมือง แต่ข่าวอาชญากรรมก็ยังคงมีอยู่บ้าง นอกจากนี้ยังได้เปลี่ยนกรอบของหนังสือพิมพ์ จากวันละ 2 กรอบ คือ กรอบแรก และกรอบหลัง ในเหลือเพียงกรอบเดียว เหตุที่ลดจำนวนกรอบลงก็เพื่อให้หนังสือพิมพ์มีเนื้อหาและข่าวสารที่ละเอียดสมบูรณ์ และให้หนังสือพิมพ์มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย

ด้านสีสันของหนังสือพิมพ์แนวหน้านั้นได้ใช้สีอิฐเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงความแข็งแกร่งในที่นี้แสดงถึงความเข้มแข็งในการต่อสู้ชีวิตและการให้ความเป็นธรรมต่อสังคม (สุภรณ์ จันทรทนต์ และคณะ 2529 : 1)

นโยบายในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ "แนวหน้า" คือ

1. เสนอข่าวตามความจริง และเป็นกลางให้กับคนทุกกลุ่ม ทุกฝ่าย แม้ว่าบางข่าวจะมีความยุ่งยากในการนำเสนอ แต่หนังสือพิมพ์แนวหน้าก็พร้อมนำเสนอผู้อ่าน คังคำขวัญของหนังสือพิมพ์แนวหน้าว่า "เราจะทำความจริงให้ปรากฏต่อประชาชน"
2. รักษาความเป็นธรรมในสังคม โดยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่เป็นธรรมต่อส่วนรวม ด้วยการเสนอบทความ คอลัมน์ เช่น คอลัมน์ฉัตร เขิงคอย คอลัมน์สลัดทุกข์คนกรุงโดย เสนอ ถนัคศร คอลัมน์มองโลกแวนโดยวิทยา หัตถสุทธิ เป็นต้น
3. รับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการเสนอข่าวที่มีประโยชน์ต่อส่วนรวม และเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น แต่ข้อมูลนั้น ๆ ต้องไม่มีผลทางลบแก่บุคคลที่ตกเป็นข่าว และที่สำคัญไม่มุ่งเสนอข่าวที่เป็นเรื่องส่วนตัวของบุคคลที่มีชื่อเสียง แต่จะเสนอในด้านการทำงาน หรือนโยบายในการปฏิบัติงานของบุคคลที่สำคัญ และมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารประเทศ เพราะหนังสือพิมพ์แนวหน้าถือว่า การกระทำของบุคคลต่าง ๆ ที่ไม่มีผลกระทบต่อส่วนรวม หรือเป็นการกระทำที่ผิดระเบียบแบบแผน ถือว่าเป็นเรื่องส่วนตัว ทางหนังสือพิมพ์แนวหน้าไม่ให้ความสำคัญกับข่าวส่วนตัวเหล่านี้
4. เสนอข่าวที่เป็นที่น่าสนใจของผู้อ่านและนำติดตาม เพื่อเป็นการสนองตอบความต้องการของผู้อ่าน ที่ต้องการรู้ความเคลื่อนไหวและความคืบหน้าของข่าวที่กำลังเป็นที่สนใจของ

ประชาชน ซึ่งทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้มากที่สุด นอกจากนี้ข่าวที่เสนอยังมีลักษณะข่าวที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อส่วนรวม เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบได้ดำเนินการแก้ไข (เอนก มั่นใจ 2529 : 7-9)

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานหนังสือพิมพ์ "แนวหน้า"

คุณมานิจ ท่าใคร่กลาง กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของหนังสือพิมพ์แนวหน้ามีดังนี้

1. มุ่งให้เกิดความเป็นธรรมและเป็นกลางในสังคม
2. เพื่อให้เป็นสื่อกลางระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ดังคำขวัญของหนังสือพิมพ์ที่ว่า "แนวหน้า หน้าต่างกรุงเทพฯ"
3. มุ่งเน้นเสนอข่าวด้านการเมืองและเศรษฐกิจ (สุภรณ์ จันทรหนู และคณะ 2529 : 2)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

การดำเนินงานของหนังสือพิมพ์

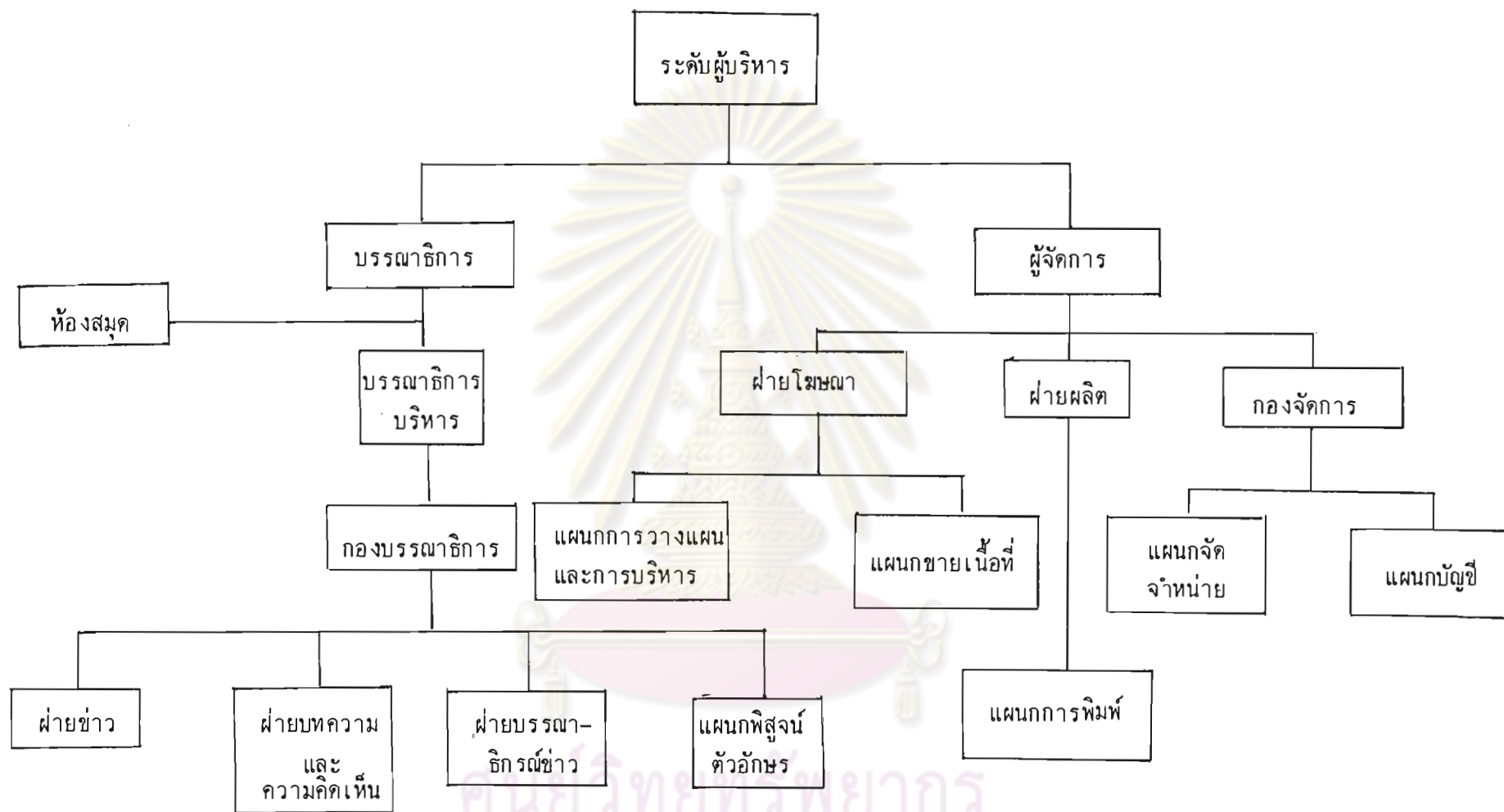
การดำเนินงานของหนังสือพิมพ์แบ่งเป็น 2 ฝ่าย คือ

1. ฝ่ายบรรณาธิการ
2. ฝ่ายจัดการ

ซึ่งในด้านการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์เสนอในรูปของแผนภูมิและภาพ ดังต่อไปนี้

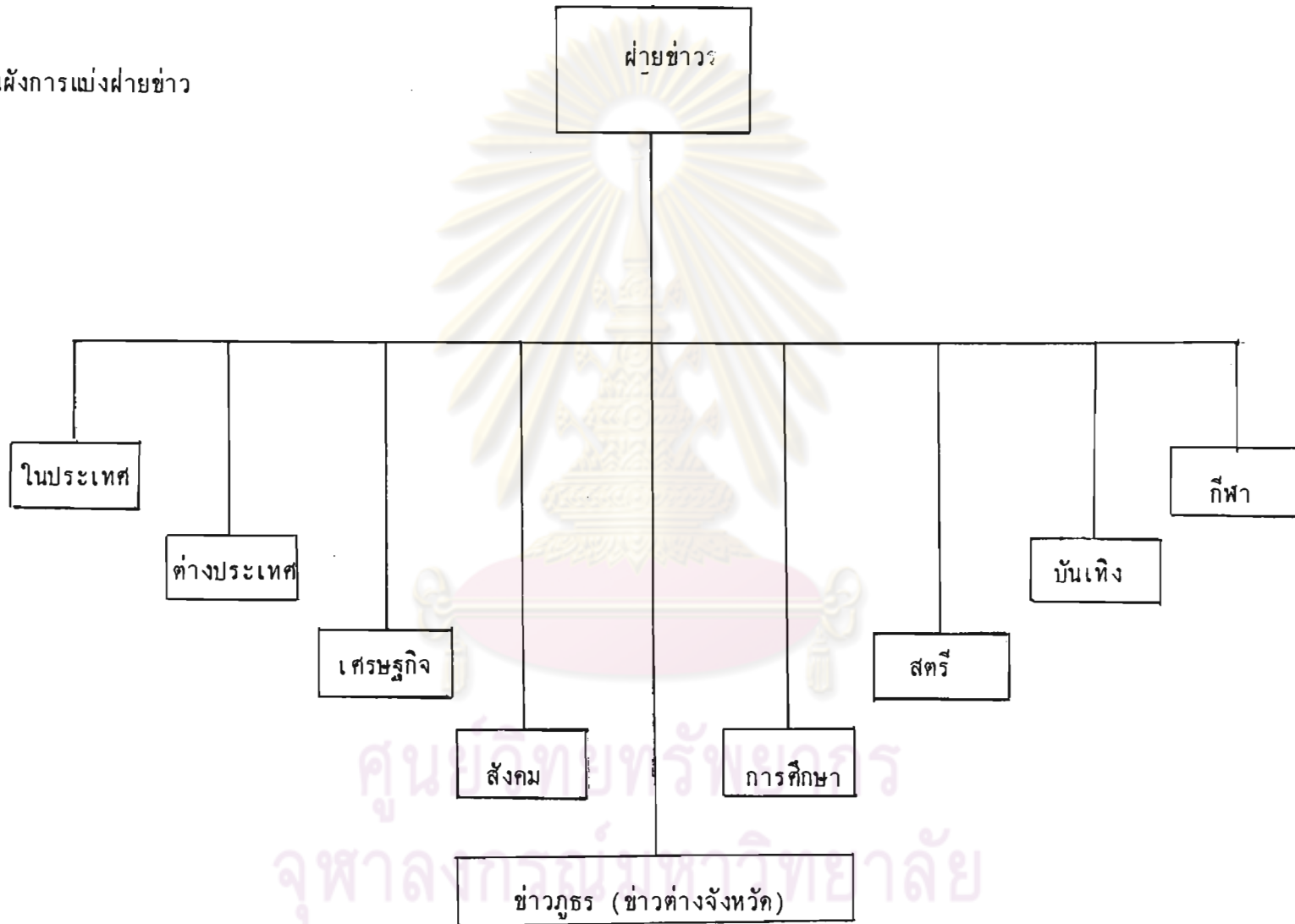
- แผนผังการแบ่งหน่วยงานของหนังสือพิมพ์
- แผนผังการแบ่งฝ่ายข่าว
- แผนภูมิการดำเนินงาน
- ภาพขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนผังการแบ่งหน่วยงานของหนังสือพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนผังการแบ่งฝ่ายข่าว

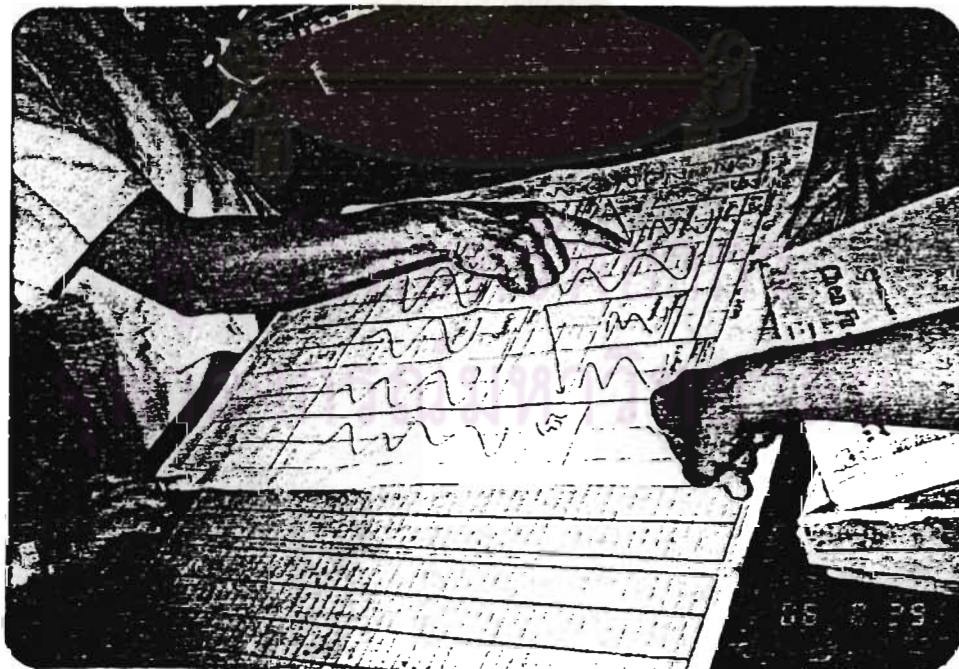


แผนภูมิการดำเนินงาน





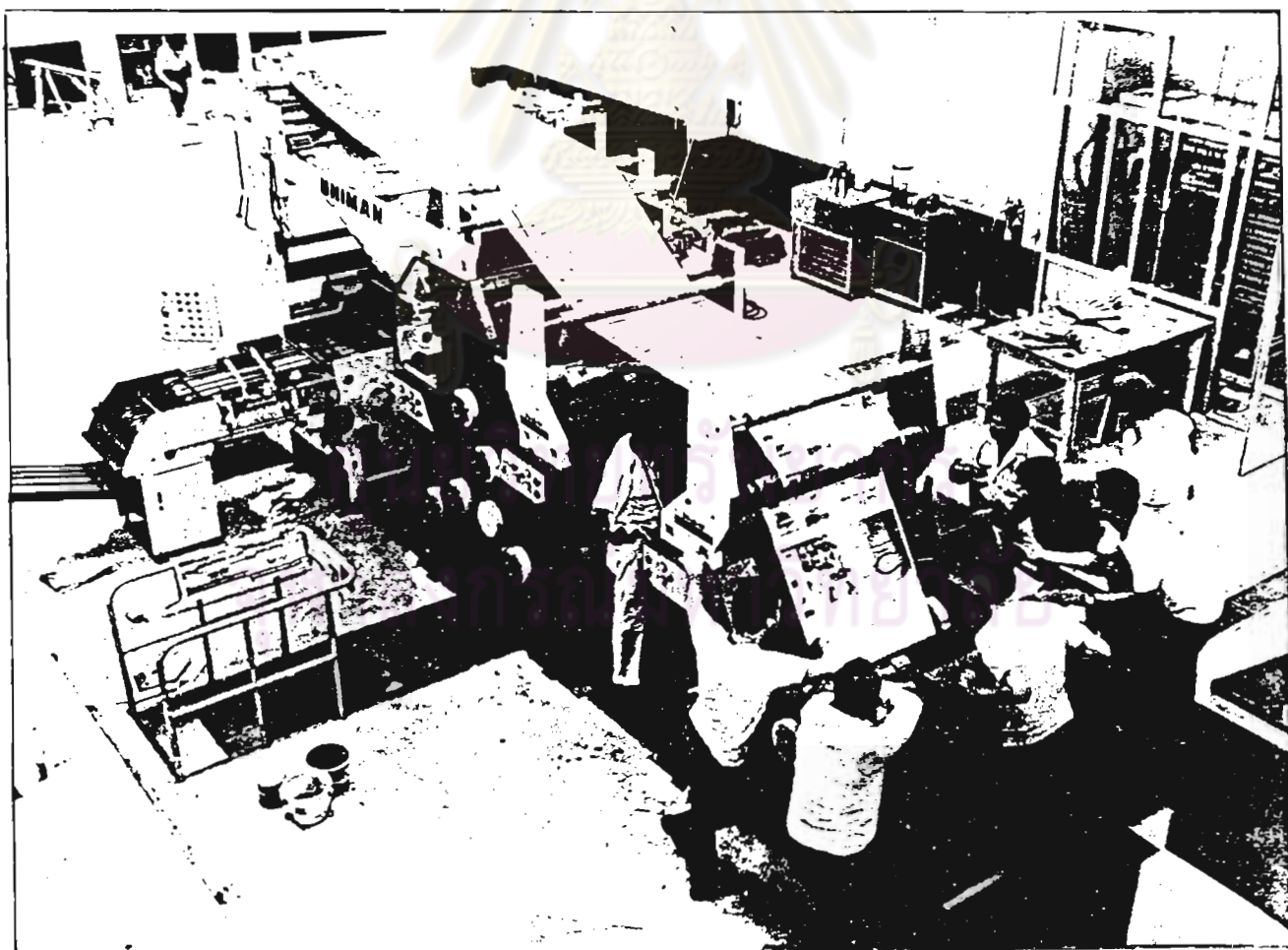
กองบรรณาธิการ



คัมม



แผ่นปรีฟิล์มที่เสร็จแล้วพร้อมจะนำไปทำเพลท



พิมพ์หนังสือพิมพ์ออกเป็นรูปเล่ม



ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 หนังสือพิมพ์ที่สำเร็จเป็นรูปเล่มและวางจำหน่าย

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์และภาพข่าว

- ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ส่งให้หนังสือพิมพ์
- ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักหนังสือพิมพ์ต้องเขียนเรียบเรียงใหม่
- ตัวอย่างคอลัมน์ที่เป็นพื้นที่สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ
- ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ในคอลัมน์ที่เป็นพื้นที่สำหรับเสนอข่าวประชาสัมพันธ์
- ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ ตามลักษณะคำของข่าว
- ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ ตามลักษณะเนื้อหาของข่าว
- ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีภาพประกอบ
- ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ลักษณะข้อมูลภูมิหลัง
- ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่แสดงถึงภาพพจน์ของหนังสือพิมพ์
- ตัวอย่างภาพข่าว

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ส่งให้หนังสือพิมพ์

กสิกรไทยเตรียมเปิดบริการ "มาสเตอร์เทลเลอร์ เอทีเอ็ม" ถอนเงินข้ามโลกใน 2.5 วินาที

ธนาคารกสิกรไทย เชื่อมเครือข่ายคอมพิวเตอร์กับมาสเตอร์การ์ดสำเร็จ พร้อมให้บริการ "มาสเตอร์เทลเลอร์ เอทีเอ็ม" เปิดถอนเงินสดจากเอทีเอ็มทั่วโลกภายใน 2.5 วินาที เป็นแห่งแรกในเอเชียอาคเนย์ เริ่มให้บริการประมาณเดือนมิถุนายน ศกนี้

นายเทพ รุ่งธนาภิรมย์ ผู้อำนวยการฝ่ายอาวุโส ฝ่ายกิจการต่างประเทศ ธนาคารกสิกรไทย เปิดเผยว่า ธนาคารร่วมกับมาสเตอร์การ์ดอินเตอร์เนชั่นแนล ประสบความสำเร็จในการเชื่อมเครือข่ายเอทีเอ็มของธนาคารกสิกรไทยกับเครือข่ายเอทีเอ็มทั่วโลกของมาสเตอร์การ์ด โดยมีชื่อว่า "มาสเตอร์เทลเลอร์ เอทีเอ็ม" ซึ่งจะช่วยให้ผู้ถือบัตรมาสเตอร์การ์ดที่ออกโดยธนาคารกสิกรไทยและจากต่างประเทศทั่วโลก สามารถถอนเงินสดท้องถิ่นได้จากเครื่องเอทีเอ็มของธนาคารกสิกรไทยที่ติดเครื่องหมายมาสเตอร์เทลเลอร์ จำนวน 120 เครื่อง และอีกกว่า 2 หมื่นเครื่องทั่วโลก การเปิดถอนเงินสดจะดำเนินการผ่านระบบเครือข่ายสื่อสารอันทันสมัยที่สุดของมาสเตอร์การ์ด คือ ระบบ Packet Switching ไปยังศูนย์คอมพิวเตอร์ของมาสเตอร์การ์ดที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งจะตอบกลับมายาภายใน 2.5 วินาที

นายเทพ กล่าวต่อไปว่า ในปีที่แล้วเครือข่ายนี้สามารถรับรายการของการใช้เครื่องเวริ-โฟนอนุมัติการใช้เงินด้วยบัตรเครดิตต่าง ๆ จากธนาคารและร้านค้าทั่วโลกได้ถึง 1,901,000 รายการภายในวันเดียว ซึ่งแต่ละรายการสามารถให้คำตอบได้โดยเฉลี่ย 1.6 วินาทีเท่านั้น โดยมีธนาคารและสถาบันการเงินต่าง ๆ ทั่วโลกเข้าร่วมเครือข่ายด้วยถึง 29,000 แห่ง รวมทั้งธนาคารกสิกรไทยด้วย.



NOTICIAS · ข่าว · HABERLER · NACHRICHTEN · 消息 · STIRI · NEWS · 新闻 · NEA · HIREK · 新闻 · ZPRÁVY · NOTICI · UUTISET · HABARI · 新闻 · BOBOCTH · NEWS · BERITA · VESTI · ข่าว · WIADOMOŚCI · 新闻 · NOTIZIE · 新闻 · NOUVELLES · 新闻 · NOTÍCIAS · 新闻 · NIEUWS · BALITA · 新闻

HOTEL SIAM INTER · CONTINENTAL

โรงแรม สยาม อินเตอร์ · คอนติเนนตัล

ปฏิทินการจัดงานเลี้ยงประจำปีสำหรับระหว่างวันที่ ๑-๗ มิถุนายน ๒๕๓๐

จันทร์ที่ ๑ มิ.ย.

๑๘.๓๐ น. งานฉลองมงคลสมรสระหว่าง กมลวดี กมลนาริน และ พ.ต. ยาวคณัย ภูเจริญยศ ที่ห้องบอลรูม โรงแรมสยามอินเตอร์-คอนติเนนตัล

อังคารที่ ๒ มิ.ย.

๑๒.๐๐ น. ประทักษ์ สิมะพิชัย เขษมร์ นายกลสโมสรโรตารีบางกะปิ เขียว พล.ต.ต. ชาลิต ยอดมณี เลขาธิการสำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด พูดเรื่อง "ยาเสพติด" ให้สมาชิกฟัง ที่ห้องบอลรูม โรงแรมสยามอินเตอร์-คอนติเนนตัล

๑๘.๓๐ น. บ. เอ็กซ์ไทย จก. ร่วมกับ สมาคมประสาทศาสตร์แห่งประเทศไทย จัดบรรยายพิเศษแก่แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านศัลยกรรมเรื่อง "การใช้ยา FIBRIN ADHESIVE ในการผ่าตัดสมอง" โดยมี ศจ. นพ. เกียน เอฟ. ลอมบาร์ด จากมหาวิทยาลัย ไทโรโน ประเทศอิตาลี เป็นผู้บรรยาย ที่ห้องบอลรูม โรงแรมสยามอินเตอร์-คอนติเนนตัล

พุธที่ ๓ มิ.ย.

๘.๐๐ น. บ. สมิตธิ อินเตอร์เนชั่นแนล จก. ตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย จัดสัมมนาเชิงวิชาการแก่ลูกค้าที่สนใจ เพื่อแนะนำเกี่ยวกับเทอร์มิที่ใช้กับอุตสาหกรรมทั่วไป โดยมี มร. โรเบิร์ต วอลล ผู้จัดการประจำภาคของ บ. เฟรนเคอร์ จก. ผู้ผลิตแห่งเยอรมัน เป็นเวลา ๒ วัน ที่ห้องบอลรูม โรงแรมสยามอินเตอร์-คอนติเนนตัล

๑๘.๓๐ น. ปรีชา บุรณะรุ่ง เรื่องกิจ นายกลสโมสรไลออนส์กรุงธน นัดหมายชาวไลออนส์และไลออนเนส ร่วมประชุมปรึกษาหารือ ที่ห้องบอลรูม โรงแรมสยามอินเตอร์-คอนติเนนตัล

พฤหัสบดีที่ ๔ มิ.ย.

๘.๐๐ น. วันสุดท้ายของการสัมมนาเชิงวิชาการแก่ลูกค้าของ บ. สมิตธิ อินเตอร์เนชั่นแนล จก. เกี่ยวกับเทอร์มิที่ใช้กับอุตสาหกรรมทั่วไป ที่ห้องบอลรูม โรงแรมสยามอินเตอร์-คอนติเนนตัล

ศุกร์ที่ ๕ มิ.ย.

๑๘.๓๐ น. พ.ต.อ. สมชาย วาณิชสมัย นัดหมายเพื่อนร่วมรุ่น จัดเลี้ยงฉลองในโอกาสสำเร็จหลักสูตรการบริหารงานตำรวจชั้นสูงรุ่นที่ ๔ ที่ห้องบอลรูม โรงแรมสยามอินเตอร์-คอนติเนนตัล

สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติม กรุณาติดต่อแผนกประชาสัมพันธ์ โรงแรมสยามอินเตอร์-คอนติเนนตัล (คุณลลนา ซานโตส - ผู้จัดการ, คุณัญญา พันัสพรประสิทธิ์ - เจ้าหน้าที่, คุณภัทริน ภิมะสิริ - เลขานุการ) โทร. ๒๕๓-๐๓๔๔-๗ ต่อ ๗๖๐๑-๗

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ส่งให้หนังสือพิมพ์

PUBLIC RELATIONS DEPT.



แผนกประชาสัมพันธ์



ข่าว

กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ การพลังงาน

ถนนพระรามที่ 6 เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทร. 245-9879, 246-0064 ต่อ 64

ข่าวที่ 171/2530

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักหนังสือพิมพ์ต้องเขียนเรียบเรียงใหม่
การประชุมทางวิชาการ "แผนปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาพลังงาน"

ประเทศไทยต้องใช้งบประมาณในการสั่งซื้อน้ำมันจากต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมากเพราะการผลิตภายในประเทศยังไม่เพียงพอและการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันสูงขึ้นในอนาคตเป็นของแน่นอน ประเทศไทยมีทรัพยากรด้านพลังงานทดแทนอยู่มาก การใช้พลังงานในชนบททั้งเพื่อการยังชีพ และการประกอบอุตสาหกรรมโคอากัลพลังงานทดแทนเพิ่มขึ้น จึงควรกำหนดแผนปฏิบัติงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านพลังงานทดแทนขึ้น

ศ.ดร.สง่า สรรพศรี ปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน ได้เป็นประธานเปิดการประชุมทางวิชาการ แผนปฏิบัติการการวิจัยและพัฒนาพลังงานขึ้น ณ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ตอนเช้าวันนี้ 30 กรกฎาคม 2530 เวลา 9.00 น. โดยมี ดร.จุมพล สวัสดิ์วิทยากร เลขาธิการสภาวิจัยแห่งชาติให้การต้อนรับและรายงาน

คณะกรรมการประสานงานวิจัยและพัฒนาพลังงาน สภาวิจัยแห่งชาติ ซึ่งมีหน้าที่วางแผนและเสนอนโยบายการวิจัย เพื่อพัฒนาพลังงานรูปแบบต่าง ๆ ออกมาใช้ประโยชน์ซึ่งสาขาพลังงานใหม่ที่ครอบคลุมสาขาพลังงานธรรมชาติฯ ได้จัดการประชุมวิชาการครั้งนี้ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดเป้าหมายและนโยบายเพื่อนำพลังงานธรรมชาติออกมามีประโยชน์ เป็นพลังงานจากแสงอาทิตย์ ไม้โตเร็ว การหมักจากมูลสัตว์ พลังลม พลังน้ำ ความร้อนใต้พิภพ ถ่านหิน และการจัดการพลังงาน

ดร.สง่า สรรพศรี กล่าวเปิดสัมมนาตอนหนึ่งว่า "พลังงานน้ำมันย่อมจะมีวันสูญสิ้นไป และมีแนวโน้มว่าจะมีราคาสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะที่พลังงานทดแทนจะมีบทบาทมากขึ้นในอนาคต ดังนั้นการพึ่งพาน้ำมันเพียงอย่างเดียวโดยไม่เตรียมการไว้ล่วงหน้า ย่อมเกิดมหันตภัยแก่ประเทศได้ นักวิชาการและนักวางแผนทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องระดมกำลังสมองและร่วมใจกันอย่างจริงจังเพื่อวางแผนปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาพลังงานอย่างมีระบบเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว"

(ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง 29 กรกฎาคม 2530)

*** ทศดิเชียว ***
หน้า 13

วันนี้แรม 4 ค่ำเดือน 3 "การดิเชียว"
"บ้านเมือง" วันที่เหลืองจันทร์ที่ 16 กุมภาพันธ์
2530.....● โครงการสตรีและเยาวชน
ศึกษารวมศาสตร์ จับมือกับศูนย์ข่าวหญิง
สหทัยมูลนิธิ-บ้านทานตะวันมูลนิธิเด็กและ
บ้านพักผู้หญิง หาวิธีให้สามีขังขังมือลงไม้
กรรเมียดทั้งหลาย สัมมนา "ปัญหาการใช้ความ
รุนแรงในครอบครัว" เริ่มเปิดโม่งครั้งบนชั้น 4
ตึกอเนกประสงค์ธรรมศาสตร์.....● สนับ

05 นาที ● **เทคนิควางแผน**

คณะรัฐประศาสน-
ศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒน-
บริหารศาสตร์ (นิด้า) เปิด
อบรมตามโครงการการ
ศึกษาต่อเนื่องหลักสูตร
"เทคนิคการวางแผนและการ
ประเมินผลแนว MBO"
วันที่ 4 ระหว่างวันที่ 18 เม.ย.-
10 พ.ค. เฉพาะเสาร์-
อาทิตย์ เวลา 09.00-16.00 น.
สนใจติดต่อได้ที่คณะรัฐประ-
ศาสนศาสตร์ (นิด้า) โทร.
3777415, 3777400-9 ต่อ
231, 301 ตั้งแต่บัดนี้-30 มี.ค.

● **เปิดศึกษาภัณฑ์**
วันที่ 19 ก.พ.(วันดี)
เวลา 10.45 น. นายมาตุ
มุนนาคร รว.ศึกษา เป็น
ประธานเปิดร้าน "ศึกษา-
ภัณฑ์พาณิชย์ สาขาเซ็นทรัล
ลาดพร้าว" ที่บริเวณชั้น 3
พร้อมทั้งเปิดจำหน่ายหนังสือ
เครื่องแบบ ทุกวันด้วย.

● **เป็นไก่อัด**
โรงเรียนบางกอก
พาณิชย์และภาษา ร่วมกับ
สุเทพหวัร์ จัดอบรมวิชาไก่อัด
เพื่อต้อนรับปีการท่องเที่ยว
ผู้สนใจติดต่อ โทร. 2456057-8
เปิดอบรม 2 มี.ค.

● **วาทรีสุภาพระพรหม**
ขอเชิญศิษย์เก่าโรง
เรียนเทพสัมพันธ์วิทยอาบง
โพ ทุกท่าน ร่วมงานการ
กุศล "วาทรีสุภาพระพรหม"

เดลินิวส์ 20 ก.พ.30 หน้า 10

บ้านเมือง 16 ก.พ.30 หน้า 13

วันศุกร์ที่ 20 ก.พ.

★ 07.00 น. รัฐมนตรี
ว่าการกระทรวงการคลัง
เป็นประธานในพิธีเปิด
สำนักงานใหญ่ ธนาคาร
อาคารสงเคราะห์ ณ อาคาร
เลขที่ 212 ถนนเอกอภิก-
ดินแดง หัวขวาง

★ 08.30 น. โรงแรม
สยามอินเตอร์-คอนติเนน
ตัล ร่วมกับ สถานีตำรวจ
นครบาลปทุมวัน นำโดย
พ.ต.ท.จักร จักมุณี
สารวัตรใหญ่ จัดการประชุม
เพื่อวางแผนงานการรักษา

ปฏิทิน 2530

ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
ที่อ่าวสาทรบิณฑังเพื่อ
ไทย ที่ห้องซีของใหม่ โรงแรม
สยามอินเตอร์-คอนติเนนตัล

★ 09.00 น.สำนักงาน
คณะกรรมการสิ่งแวดล้อม
แห่งชาติ จัดการสัมมนา
เรื่อง "การประสานความ
ร่วมมือระหว่างสื่อมวลชน
กับภาครัฐบาลในเรื่อง
สิ่งแวดล้อม" ณ ห้อง

นิทรรศการ ชั้น 4 สำนักงาน
คณะกรรมการสิ่งแวดล้อม
แห่งชาติ

★ 10.15 น. กำนัน
กุล ผู้ว่าการธนาคารแห่ง
ประเทศไทย เป็นประธานใน
พิธีเปิดนิทรรศการ "80 ปี
ธนาคารไทย" ณ บริเวณ
ชั้น 1 ศูนย์การค้าเซ็นทรัล
พลาซ่า

★ 18.00 น. อาสาสมัคร
หน่วยแพทย์สงเคราะห์
ชุมชน มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง
เลื่องสังสรรค์สมาชิกทั่ว
ประเทศประจำปี โดยมี อุเทน
เตชะไพฑูริย์ ประธานมูลนิธิ

นิธิมาร่วมเป็นเกียรติในงาน
ที่ห้องกรรณิการ์ โรงแรม
แมนดาริน

★ 18.30 น. รศ.บุญอร
ธสาคร นายกเทศกรรม
สมาคมแห่งประเทศไทยใน
พระบรมราชูปถัมภ์ เป็นเจ้า
ภาพจัดเลี้ยงแสดงความยินดี
แก่ ภ.ญ.ยุวดี สมิทธิวัฒน์
ประธานโครงการ รายการ
"ยานาวั" ในโอกาสที่ได้รับ
รางวัลโทรทัศน์ทองคำ สาขา
สารคดีส่งเสริมความรู้วิทยา-
ศาสตร์ในสุขภาพสุรสี.ถิ่น ที่
ห้องมณ.เชิรติพิทย์ โรงแรม
มณ.เชิร

มติชน 20 ก.พ.30

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ในคอลัมน์ที่เป็นพื้นที่สำหรับเสนอข่าวประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ

เด็กสนใจเสียงเด็ก มากกว่าเสียงผู้ใหญ่

ดร.จุมพล สวัสดิการ เลขาธิการคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ แจ้งว่านายจงบกล แก่นเพิ่ม แห่งคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากสไลด์ภาพการ์ตูนที่ใช้รูปแบบของเสียงบรรยายต่างกัน โดยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน

จากการศึกษาการใช้สไลด์ภาพการ์ตูนที่มีเสียงบรรยายแตกต่างกัน 3 แบบ คือ สไลด์ภาพการ์ตูนที่บรรยายโดยเด็กผู้ชาย และผู้ชายสลับผู้หญิง เพื่อให้ทราบผลการเรียนเครื่องมืองานไม้ของนักเรียน โดยใช้สไลด์ภาพการ์ตูนประกอบเสียงบรรยาย 3 ชุด ที่มีเนื้อหาเดียวกัน และแบบสอบวัดผลทางการเรียนจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 84 คน พบว่า ผลการเรียนรู้โดยกลุ่มต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มแล้วปรากฏว่า กลุ่มนักเรียนที่เรียนจากสไลด์ที่ให้เสียงบรรยายโดยเด็กมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มนักเรียนที่เรียนจากสไลด์ที่ให้เสียงบรรยายโดยผู้ชาย และผู้ชายสลับผู้หญิง แสดงให้เห็นว่าเสียงบรรยายของเด็กช่วยเดียวกันกับผู้เรียนส่งผลให้เกิดการเรียนรู้มากกว่าเสียงบรรยายแบบอื่น ๆ ซึ่งตรงกับหลักจิตวิทยาที่ว่า คนในวัยเดียวกันมีความสนใจ ความสามารถ และวุฒิภาวะอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะในวัยเด็กตอนปลาย เด็กจะมีโลกของตนเองระหว่างเพื่อนนักเรียนด้วยกันไม่ว่าจะเป็นการเล่น ความเข้าใจหรือการใช้คำพูด

ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเสียงบรรยายโดยเด็กกับสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น เทปโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ต่อไปด้วย

แข่งรถโมบิล 14-15 ก.พ.นี้

นายปราจิน เอี่ยมสำเนา ได้แถลงข่าวที่โรงแรมวินด์เซอร์ เมื่อ 5 ก.พ. 30 เกี่ยวกับการแข่งขันศึกชิงเจ้าความเร็ว สนามแข่งรถ พัทยาเซอร์กิต นัดเปิดศักราชประจำปี 2530 ซึ่งตรงกับวัน "วาเลนไทน์" วันที่ 14 และ 15 ก.พ. นี้ ที่วิซ่อง 7 สี ถ่ายทอดสดช่วงบ่ายวันเสาร์ เวลา 14.20-16.20น. บรรดานักแข่งทั้งไทย และต่างประเทศสมัครเข้าแข่งขันอย่างพร้อมหน้าเพื่อชิงวงชิงตำแหน่งแชมป์ประเทศไทยในการแข่งขันระดับนานาชาติครั้งนี้ ทีมแข่งทุกค่ายต่างก็เตรียมพร้อมพิชิตยอดทดสอบรถแข่งตัวใหม่ ๆ ที่สนามกันอย่างไม่วางวันว่างในช่วงใกล้ถึงวันแข่งขันนี้ โปรแกรมการแข่งขันสนุกทั้ง 2 วัน เสาร์เริ่ม 10.30น. 7 รายการ มอเตอร์ไซค์-อาเซียนซีรีส์โปรดักชั่น, ซูเปอร์ไบค์ รอยนต์-สต็อคคาร์, โรดคาร์, ฟาค้าราม, ฟอรั่มล่า เป็นครั้งแรกที่เปิดการแข่งขันรถชนิดนี้ มีนักแข่งต่างประเทศจากอังกฤษเข้าแข่งหลายราย วันอาทิตย์ เริ่ม 10.30น. 8 รายการ รอยนต์ โอเพ่น, ทัวริงการ์(กรู๊ปเอ)และซูเปอร์โซว์รูม, โซว์รูมสแตนดาร์ด, จักรยานยนต์, ซูเปอร์ไบค์, อาเซียนโรดเรซซิ่ง, สต็อคสแตนดาร์ด ฯลฯ

การแข่งขันในปีนี้นับเป็นปีที่ 2 นำมันเครื่องโมบิล เป็นสปอนเซอร์เช่นเดิม รวมทั้งสปอนเซอร์ร่วมสนับสนุนอีกหลายราย อาทิ เป๊ปซี่, เครื่องดื่ม เอ็ม 100 ฟิสิกส์ถ้วยรูป คอนิก้า, เสื้อผ้าแฟชั่น โปลิส ฯลฯ ค่าบัตรเข้าชมวันเสาร์ 50 บาท วันอาทิตย์ 100 บาท

บ้านเมือง

6 กุมภาพันธ์ 2530

หน้า 15



การประชุมของคณะกรรมการแก้ไข
ปัญหาจราจร และลดอุบัติเหตุในเขตกรุง-
เทพมหานคร ซึ่งมี พล.ต.ท.เกา สารสิน รอง-
อธิบดีกรมตำรวจเป็นประธาน เมื่อวันที่ 27 ม.ค. 30
ที่ห้องประชุม 3 ตึกกองพิสูจน์หลักฐาน กรม-
ตำรวจ นั้น

ในที่ประชุมมีการพิจารณาปรับเวลา
การเดินทางเดีวของถนนบางสายในเขต
กทม. ให้สัมพันธ์กับสภาพจราจรในปัจจุบัน
นี้ ซึ่งการประชุมมีข้อยุติดังนี้

1. การปรับเวลาเดินรถในถนนเพชรบุรี และถนน
เพชรบุรีตัดใหม่ เฉพาะช่วงเวลา 06.00-09.00 น. โดยให้รถ
เดินสวนทางกันเข้าเมืองได้ 2 ช่องทาง ตั้งแต่แยกสะพานลอย
อโศกถึงสะพานลอยบางราช

2. ถนนพระรามหกปรับเวลาการเดินรถโดยให้
รถสวนทางกันได้ "ตลอดเวลา" ตั้งแต่แยกถนนศรี
อยุธยาถึงแยกถนนเพชรบุรี (แยกสุรพรม)

3. ถนนโยธี, ปรับเวลาการเดินรถ โดยให้รถสวน
ทางกันได้ตลอดเวลา ตั้งแต่แยกถนนพระรามที่หกถึง
แยกถนนพญาไท

4. ถนนวิฑู (บริเวณสี่แยกเพลินจิต) ปรับเวลาการ
เดินรถ จากถนนวิฑูที่จะขึ้นทางด่วนโดยให้ตรงไปเข้า
ซอยขนาดเล็ก "ตลอดเวลา" (แทนการเลี้ยวขวาเข้า
ถนนเพลินจิตในช่วงเวลา 16.00-19.00 น.)

การดำเนินการปรับปรุงจราจรครั้งนี้
จะเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2530 เป็นต้นไป
ในการปรับเวลาการเดินรถนี้ ไม่ใช่
เป็นการเปลี่ยนแปลงระบบการจราจร "วันเวย์"
หรือ "ทูเวย์" หรือเป็นการแก้ไขปัญหาจราจร
ติดขัดแต่อย่างใดทั้งสิ้น

หากแต่เป็นการปรับเพื่อบรรเทาปัญหาการ
จราจร ให้ประชาชนมีโอกาสได้เลือกใช้เส้นทางได้มาก
ขึ้นเท่านั้นเองครับ...

ไทยรัฐ 18 กุมภาพันธ์ 2530

หน้า 7

“คัลเลอร์ เพอร์เฟ็ค” ยันไม่ตั้งชื่อภาษาไทย กลัวความหมายเพี้ยน

ฝ่ายประชาสัมพันธ์
ของบริษัท วอร์เนอร์ บรา-
เดอร์ (ประเทศไทย) บอก
ว่า เนื่องจากภาพยนตร์
ยอดเยี่ยมเรื่อง “เดอะ คัลเลอร์
เพอร์เฟ็ค” ที่เป็น
ฝีมือการสร้างของ ยอดผู้
กำกับชื่อดังแห่งยุค สตีเวน
สปีลเบิร์ก นั้นได้รับความ
สำเร็จทั้งรายได้และเป็น
ที่กล่าวขยงชื่นชมทุก
แห่งที่ไปฉายทั่วโลกว่า
เป็นภาพยนตร์แสดงออก
ถึงการต่อสู้การกดขี่ข่มเหง
คูหมิ่นเหยียดหยามสตรี
เพศดีที่สุดเรื่องหนึ่งของ
วงการภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด

ดังนั้น ทาง มร.
วิลเลียม เอช. เบลมมี ผู้
จัดการวอร์เนอร์ บราเดอร์
(ประเทศไทย) จึงได้ปรึกษากับ
ทางผู้กำกับหนุ่ม สตีเวน

สปีลเบิร์ก ว่าสำหรับ
ประเทศไทยนั้น จะไม่ตั้ง
ชื่ออะไรอื่นอีกด้วย จะขอ
ยื่นชื่อ “เดอะ คัลเลอร์
เพอร์เฟ็ค” ไว้เช่นนี้ ซึ่ง
สปีลเบิร์ก ได้ตอบว่า นั้น
คือความปรารถนาของเขา
เพราะคำว่า “คัลเลอร์
เพอร์เฟ็ค” นั้นมีความ
หมายสมบูรณ์ในตัวเต็ม
อยู่แล้ว เมื่อผู้ชมได้ดูเรื่อง
นี้จบลงไป จะให้คำตอบ
แก่ตนเองได้ทันทีว่า นี่คือ
“คัลเลอร์ เพอร์เฟ็ค” ละ!

“เดอะ คัลเลอร์
เพอร์เฟ็ค” นำแสดงโดย
ยอดดาราดวงจากเวที
แสดงบรอดเวย์ วูปี โกล-
เบิร์ก จะฉายต้อนรับเทศกาล
“วันแห่งความรัก - วาเลน-
ไทน์เดย์” ณ โรงภาพยนตร์
ฮอลลีวู้ด และไนเครือ
เมเจอร์

สยามรัฐ 2 กุมภาพันธ์ 2530

หน้า 13

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ตามลักษณะคำของข่าว

สปจ.ปัตตานีแต่งตั้ง18ปรก.

นายอ้อม เพชรชู ผู้อำนวยการการ
 ประถมศึกษาจังหวัดปัตตานี มี
 คำสั่งเลื่อนและแต่งตั้งข้าราชการครู
 จากครูใหญ่เป็นอาจารย์ใหญ่ในสังกัด
 สปจ.ปัตตานี 18 ราย ตั้งแต่วันที่ 1
 เมษายน 2530 เป็นต้นไป ดังต่อไปนี้
 นายโกมล นิกมันท์ เป็นอาจารย์
 ใหญ่ ร.ร.บ้านเขาคุ่ม สปอ.ยะรัง นาย
 สมพร เณมใส เป็นอาจารย์ใหญ่ ร.ร.
 บ้านตันทุเรียน สปอ.ยะรัง นายพิสัยหะ
 ธรรมเจริญ เป็นอาจารย์ใหญ่ ร.ร.
 บ้านเกาะเปาะ สปอ.หนองจิก นาย
 มรกต ไชยสุวรรณ เป็นอาจารย์
 ใหญ่ ร.ร.บ้านคลองช้าง สปอ.โคก-
 โโพธิ์ นายจรูญ ยอดนุ้ย เป็นอาจารย์
 ใหญ่ ร.ร.บ้านนาถือเหนือ สปอ.
 โลกโพธิ์ นายเฉลิมพงษ์ วันทอง
 เป็นอาจารย์ใหญ่ ร.ร.บ้านวังกว้าง
 สปอ.โลกโพธิ์ นายไสว คุชออน
 เป็นอาจารย์ใหญ่ ร.ร.วัดทรายขาว
 สปอ.โลกโพธิ์ นายชูวิทย์ ไชยนุ้ย
 เป็นอาจารย์ใหญ่ ร.ร.บ้านท่าเรือ

สปอ.โลกโพธิ์ นางขารอ หะมะ เป็น
 อาจารย์ใหญ่ ร.ร.บ้านคือเบาะ สปก.
 ทุ่งยางแดง นายสุวิทย์ อาถิ เป็น
 อาจารย์ใหญ่ ร.ร.บ้านกระหะ สปอ.
 มายอ นายถัด อินทรสุข เป็นอาจารย์
 ใหญ่ ร.ร.บ้านปูลามาว สปอ.ปะนา
 ระ นายสุพล จันทระประดิษฐ์ เป็น
 อาจารย์ใหญ่ ร.ร.บ้านน้ำบ่อ สปอ.
 ปะนาระ นายไสว พรหมศรี เป็น
 อาจารย์ใหญ่ ร.ร.บ้านพ้อมิ่ง สปอ.
 ปะนาระ นายพล ชูสุวรรณ เป็น
 อาจารย์ใหญ่ ร.ร.ชุมชนบ้านมะนัง
 คาล่า สปอ.สายบุรี นายแวนสารี
 แวนแม เป็นอาจารย์ใหญ่ ร.ร.บ้าน
 โตะบาตา สปอ.สายบุรี นายมิ่ง แก้ว-
 ฉิมมี เป็นอาจารย์ใหญ่ ร.ร.บ้านคลอง
 มานัง สปอ.เมืองปัตตานี นายกิจจา
 ศิริสภากรณ์ เป็นอาจารย์ใหญ่ ร.ร.
 ชุมชนบ้านกะมียอ สปอ.เมืองปัตตานี
 นายสนิท สุวรรณกุล เป็นอาจารย์
 ใหญ่ ร.ร.บ้านทุ่งยางแดง สปอ.ทุ่ง
 ยางแดง

มกษน 2 กุมภาพันธ์ 2530 หน้า 13

<p>มข.ประกาศ ผลสอบ โควตาพิเศษ</p> <p>ตามที่มหาวิทยาลัย เจ็ดงใหม่ กำหนดจะ ประกาศผลการสอบโควตา ภาหเหนือ เพื่อเข้าศึกษา ต่อในมหาวิทยาลัยเจ็ดงใหม่ ในวันที่ 2 มีนาคม 2530 นั้น เนื่องจากได้มีการ พัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ ของมหาวิทยาลัย จึงทำให้</p>	<p>สามารถประกาศผลการ สอบให้เร็วกว่ากำหนด โดยจะมีการบันทึก วิดีโอเทป จากคอมพิวเตอร์นำไป ออกอากาศทางสถานี โทรทัศน์ช่อง 8 ส้าปาง ในวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2530 เวลาประมาณ 23.00 น. ซึ่งเป็นรายการสุดท้าย การแจ้งผลการ สอบโควตาทางสถานี โทรทัศน์ช่อง 8 ส้าปางนี้ จะเป็นสื่อแรกที่สามารถ ทราบผลการสอบ โดยจะ มีชื่อผู้สอบได้ปรากฏขึ้น บนจอโทรทัศน์เรื่องคาม</p>	<p>ลำดับเลขที่นั่งสอบ ผล การสอบนี้จะแยกออก เป็นแต่ละจังหวัด นับว่า เป็นการประกาศผลโควตา ทางสถานีโทรทัศน์เป็น ครั้งแรก ขอเชิญชวนผู้ สนใจทุกท่านติดตาม รายการดังกล่าวในคืน วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2530 รายการสุดท้าย</p>
--	--	---

ไทยรัฐ 26 กุมภาพันธ์ 2530 หน้า 8

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ตามลักษณะเนื้อหาข่าว



ไทยอ็อกซิเดนทอลล์ เกมเกิด วางแผนเพิ่มกำลังผลิตอีกเท่า

นายเกียรติ ศรีเฟื่องฟู ประธานกรรมการบริษัท ไทยอ็อกซิเดนทอลล์ เกมเกิดเปิดเผยว่า บริษัทฯ เพิ่งเปิดโรงงานผลิตเกมฟอกหนัง "โครมซัลเฟต" เมื่อปีที่แล้ว มีกำลังผลิตปีละ ๖-๗ พันตัน

ปีแรกที่เปิดผลิต ได้ส่งออกประมาณ ๘๐% ไปยังเกาหลีใต้, ไต้หวัน, ยองกง, อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์คิดเป็นมูลค่ารวม ๓๐-๔๐% อีกประมาณ ๓๐% จำหน่ายในประเทศ

ขณะนี้ บริษัทฯ กำลังศึกษาโครงการจะขยายกำลังผลิตอีกเท่าตัว เป็นปีละ ๑.๒-๑.๔ หมื่นตัน เพราะจีนแสดงความสนใจจะซื้อถึงปีละ ๑ หมื่นตันขึ้นไป แต่กำลัง

ผลิตของบริษัทฯ จำกัด ขายให้ไม่ได้ ในภาวะขยายกำลังผลิต ซึ่งกล่าวบริษัทฯ ได้เริ่มเจรจากับสถาบันการเงินบ้างแล้ว เพื่อขอเงินกู้ ใดย้อาจจะถูกจากบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือสถาบันการเงินในเครือธนาคารโลก

อนึ่ง บริษัทนี้เป็นการร่วมทุนระหว่างกลุ่มนายเกียรติ กับบริษัทอ็อกซิเดนทอลล์ เกมเกิดแห่งสหรัฐฯ

(ในภาพ- เป็นการประชุมคณะกรรมการบริษัท ไทยอ็อกซิเดนทอลล์ เกมเกิด เพื่อพิจารณาแผนการลงทุนขยายกำลังผลิตที่โรงเบรมอุตสาหกรรม)

แนวหน้า 27 กุมภาพันธ์ 2530 หน้า 9

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ตามลักษณะเนื้อหาของข่าว

พระนางสิริมหามายากับพระเจ้าสุทโธทนะจากหนังบูรพประทีป



หนังต้องห้ามลงโรงหาทุน.

มูลนิธิหนังไทย จะนำภาพยนตร์พุทธประวัติเรื่องแรกของโลก "บูรพประทีป" ฉายหารายได้ซื้อกรรมสิทธิ์ให้หอภาพยนตร์แห่งชาติ ในวันที่ 25 กุมภาพันธ์นี้ เวลา 19.00 น. ณ โรงละครแห่งชาติ บูรพประทีป เป็นภาพยนตร์อินเดียแบบเรียบ สร้างในปี พ.ศ. 2468 โดย นีรานฉุณ พัด โดยความอุปถัมภ์ของมหาราชาแห่งชัยปุระ สร้างบทจากกวีนิพนธ์ "เดอะไลต์ ออฟ เอเชีย" ของกวีอังกฤษเซอร์ เอ็ดวิน ฮาร์โนลด์ ภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นภาพยนตร์เรื่องแรกของอินเดียที่นำออกฉายทั่วโลก แต่ประเทศไทยครั้งนี้มีผู้เตรียมนำฉายในปี พ.ศ. 2470 ได้รับการคัดค้านว่าอาจจะไม่เหมาะกับเมืองพุทธ จึงถูกสั่งระงับ

บูรพประทีปที่จะจัดฉายครั้งนี้ ฉายเป็นภาพยนตร์เงียบแบบโบราณ โดยจะนำวงดนตรีผสมอินเดีย-ไทย ของจักกะจิต สิงห์ (สุเทพ) มาบรรเลงข้างจอ ทั้งนี้ โดยความร่วมมือของไทย-อินเดีย มีวสิศเซ็นเตอร์

บัตรชม "บูรพประทีป" ราคา 60 บาท ซื้อได้ที่ร้านดวงกมล สยามสแควร์, น້อง ท่าพระจันทร์ และโรงละครแห่งชาติ

มติชน

18 กุมภาพันธ์ 2530

หน้า 9



เดี่ยวเชลโล

มูลนิธิยูนิแอนด์มูลนิธิวงดุริยางค์ซิมโฟนีกรุงเทพ ร่วมกับธนาคารกรุงเทพ จัดคอนเสิร์ตเดี่ยวเชลโลของนายทาเคชิโร ฮิราอิ เสารที่ 21 กุมภาพันธ์นี้ เวลา 19.30 น. ที่ห้องประชุม ชั้น 30 ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่

นักเชลโลอาชีพผู้ขยันมานนี้ เป็นอาจารย์สอนเชลโลอยู่ที่วิทยาลัยดนตรีโคโซ และรับเชิญไปสอนในสหรัฐ มีชื่อใน "ฮุส ฮู อิน เดอะ เวิร์ด" จะแสดงงานของวีวาลดี, ไฮเดิน, เค็ชเชลโลอันอมตะของบ๊าก, งานของคาซาเดสผู้เป็นครู รวมทั้งเพลงพื้นเมือง "ซากุระ ซากุระ" ที่รู้จักกันดีให้ชาวไทยได้ฟัง

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีภาพประกอบ

บุคคล

บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด ประกาศแต่งตั้ง อภิรักษ์ ไทพัฒนกุล ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ พร้อมทั้งเลื่อนตำแหน่งกรรมการบริหารอีก 3 ท่าน คือ ไตรมาส เฝ้าประยูรจิตต์ ขลิบเงิน และกมลตา พันธุ์สวาช ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการรองผู้จัดการ

สำหรับ อภิรักษ์ ไทพัฒนกุล นั้น เป็นคนไทยคนแรกที่ได้รับประกาศนียบัตรได้เป็นสมาชิกวิสามัญของ

สมาคมนักคณิตศาสตร์ประกันภัย (A.S.A. Associate of Society of Actuaries) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งนายกสมาคมคณิตศาสตร์ประกันภัยแห่งประเทศไทย นายกสมาคมประกันชีวิตไทย และกรรมการผู้จัดการบริษัทไทยประกันสุขภาพ จำกัด ซึ่งนับว่าเป็นนักวิชาการสาขาคณิตศาสตร์ประกันภัย ที่ประสบความสำเร็จสูงสุดบุคคลหนึ่งเป็นที่ยอมรับนับถือของบุคคลในวงการธุรกิจประกันภัยประกันชีวิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ



อภิรักษ์ ไทพัฒนกุล

สยามรัฐ
3 กุมภาพันธ์ 2530
หน้า 6
ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ลักษณะข้อมูลภูมิหลัง

● ร้องทุกข์.ทำร้ายร่างกาย

เมื่อ วันที่ 25 ก.พ. นี้ นางกฤษณา นิรามย์ อายุ 36 ปี บ้านอยู่เลขที่ 1551/34 ซอยเสนานิคม 2 ถนนพหลโยธิน แขวงพหลโยธิน เขตบางเขน มีอาชีพเป็นกัปตันอยู่ร้านอาหาร “ตามนัด” ข้าง ๆ โรงภาพยนตร์นิวออร์ท สะพานควายได้ขึ้นมา ร้องทุกข์บนสำนักงาน “เคลินิวส์” ว่า เมื่อเวลา 23.00 น. วันที่ 23 ก.พ. ที่ผ่านมา ตนได้ถูกตำรวจ ในเครื่องแบบทำร้ายร่างกายมีบาดแผล เนื่องจาก ตนได้ไล่เด็กกรีเซฟชั้นในร้านออกจากงานฐาน ประพฤติชั่วต่อมเสี่ยร้านอาหาร แต่ได้มีเจ้าหน้าที่ ตำรวจใส่กางเกงสีกากี เลื้อยคอกลมสีฟ้ามาข่มขู่ ถึงที่ร้าน พร้อมกับต่อว่าต่อขานคนต่าง ๆ นานา พร้อมกับใช้กำลังประทุษร้ายร่างกายตน จนบาดเจ็บ สิ้นสติต่อหน้าแขกในร้านหลายคน ซึ่งตนได้ไป แจ้งความดำเนินคดีกับ ร.ต.ท. ไสภณ พิงษ์ ร้อยเวร สน. บางซื่อแล้วในทันที แต่ก็ยังไม่มีการดำเนินคดีแต่ประการใด

จนกระทั่งวันที่ 26 ก.พ. ตนได้ไปหาตำรวจ ที่ทำร้ายร่างกายที่กองพลาธิการตำรวจ สืบทราบ ชื่อว่า ร.ต.ท. ยงยุทธ พิศาลชัย ก็ถูกต่อว่าต่อขาน อีก พร้อมกับทำให้เอาเรื่อง ซึ่งตนก็ไม่รู้จะไป ฟังใครอีกแล้ว จึงมาร้องทุกข์ขอความเป็นธรรม

เคลินิวส์ 26 กุมภาพันธ์ 2530 หน้า 20

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ประเภทสะท้อน
แสดงเป็นตัวแทนของประชาชน

ศูนย์วิทยุเพื่อพลเมือง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



● สังสรรค์พนักงาน มร.เดนมิต 10. แรมเซย์ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท บริสคอลล-ไมเออร์ (ประเทศไทย) จำกัด เลี้ยงสังสรรค์พนักงานประจำปี ที่ห้องนภาลัย โรงแรมดุสิตธานี พร้อมมอบของที่ระลึกแก่พนักงานที่ทำงานกับบริษัทฯ ครบ 10 และ 15 ปี

บ้านเมือง 3 กุมภาพันธ์ 2530 หน้า 12

หม่อมเลี้ยงรับ

ขุน สวีเอกอัครราชทูตสหภาพ
พม่าประจำประเทศไทย เลี้ยง
อาลาให้ ขุน เมาะ เชนง เลขานุ
การเอกฯ พร้อมต้อนรับ ขุน
กวอด ดิน ผู้มารับตำแหน่งแทน
ที่โรงแรมดุสิตธานี โดยมี
จิตวิภา เศรษฐบุตร รองอธิบดี
กรมพิธีการทูต นำร่วมด้วย



สยามรัฐ 3 กุมภาพันธ์ 2530 หน้า 12

ตัวอย่างการนำเสนอภาพ ลักษณะ "ภาพหมู่"



สนิท พงษ์เสนาะ

● แต่ถ้ายังมีนิยมเสียงดนตรีฝีมือคนไทยก็ต้องที่โรงแรมเมอร์เคียนเพรสซิเดนซ์ ฟิงเป็โนจากกาารุบายนี้วของสนิท พงษ์เสนาะ ตั้งแต่ 18.00 น. - 21.00 น. เว้นวันอาทิตย์....



อุทัย โรเจอร์ส

10.00 น. รายได้เป็นทุนส่งเสริมสถานรับเลี้ยงเด็กกลางวันของศูนย์ฯ...● โรงแรมดุสิตธานีช่วงนี้มีกิจกรรมเชิญเที่ยวหลายอย่างเริ่มจากไปฟังนักร้องสาวเมืองหุ่ดี "อุทัย โรเจอร์ส" ระหว่าง 9-21 ก.พ.ที่ห้องเที่ยวแล้ว ยังมีเทศกาลถ้วยเดียวในช่วงเดียวกันแต่ที่ พาวิลเลียนกาแฟ พร้อมนิทรรศการภาพเขียนประกวดของเยาวชนไทยอายุ 9-14 ที่ ดุสิตฮอลล์ในหัวข้อปีการ์ท่องเที่ยวไทยระหว่าง 7,8 และ 9 ก.พ.นี้ด้วย.....●

สยามรัฐ 3 กุมภาพันธ์ 2530 หน้า 13

ตัวอย่างการนำเสนอภาพ ลักษณะ "ภาพเที่ยว"
 ศูนย์วิจัยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แนวหน้า
3 กุมภาพันธ์ 2530
หน้า 9

รุ่นพิเศษ

บริษัท บิทส์ แอนด์ ไบท์ส ตัวแทนจำหน่ายคิสเกต "ไดแซน" ของสหรัฐอเมริกา ได้ออกคิสเกต "ไดแซน" รุ่นพิเศษ ขนาด 5.25 นิ้ว ชนิด DOUBLE SIDED และ DOUBLE DENSITY โดย แกมโปรแกรมตรวจเช็คคำผิด (PROGRAMME DICTIONARY) ให้ด้วย ๑ แผ่น รวมเป็น ๑๑ แผ่น

โปรแกรม ที่แถมนี้ ถ้าผู้ใช้ไม่ต้องการ ก็สามารถถอดโปรแกรมใหม่เข้าไปได้ โดยยังมีคู่มือแนะนำวิธีใช้ ๒ ภาษา กำกับมาให้ด้วยเพื่อความสะดวก

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะยังคงขายในราคาเดิม เพื่อจูงใจให้มีผู้ทดลองใช้คิสเกต "ไดแซน" มากขึ้น

สยามรัฐ

3 กุมภาพันธ์ 2530

หน้า 6



"กินโซ" กันบูงจาก "ญี่ปุ่น"

บริษัทสัมพันธอินเตอร์เนชั่น จำกัด ได้นำมาจุกกันบูง "กินโซ" จากประเทศญี่ปุ่นมาจำหน่ายในเมืองไทยตั้งแต่เดือนก.พ.นี้ มีทั้งขนาด 6 ซดกึ่งราคาขายปลีก 10 บาท และขนาด 15 ซดราคาขายปลีก 48 บาท

ตัวอย่างการนำเสนอภาพ ลักษณะ "ภาพสินค้า"

ภาคผนวก ง

ชีวิตหลังแป้นพิมพ์ของคน เขียนข่าวสังคม

โกวิท สัตถายัน "รามสูร" แห่งหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

"รามสูร" เริ่มเขียนหัวเรื่องขายเป็นครั้งแรก เมื่อสมัยเขายังเรียนหนังสืออยู่ ร.ร. กรุงเทพมหานครตอน อายุราว ๆ 13 ปี เริ่มแรกที่เคียวชอบไปแอบดูเขาทำหนังสือพิมพ์กันอย่างไร เผอิญมีโรงพิมพ์อยู่ใกล้บ้าน แอบดูอยู่ทุกวัน ชักใจนึกและมีความอยากทำหนังสือพิมพ์กับเขาบ้าง เลยตัดสินใจเดินเข้าไปของานเขาทำ เริ่มจากเขียนหัวเรื่องขาย ได้ค่าแรงหัวเรื่องละ 10 บาท ระหว่างนั้นก็เรียนไปด้วยทำงานไปด้วย แล้วก็ขยับขยายมาเขียนเรื่องสั้นให้หนังสือสายลม ขณะเรียนอยู่เตรียมอุดมก็มาจับงานหนังสือตึกคาทอลิก แพล่เรื่องคาราฝรั่งขาย ลุยหนังสือคาราหนังสือ มาตลอด....

ในขณะที่เรียนอยู่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรียนอยู่ถึง 8 ปี ก็เรียนยังไม่จบจึงถูกรีไทร์ ออก เขาจึงมาทำงานอาชีพนักหนังสือพิมพ์รายวันที่หนังสือพิมพ์แนวหน้า (ไม่ใช่ฉบับปัจจุบันนี้) ทำอยู่ 6 เดือนเขียนหน้าบันเทิง และเป็นหัวหน้าข่าวบันเทิง แล้วย้ายไปอยู่ไทยรัฐอีก 10 ปี เขียนคอลัมน์ หลังกรอบแวน หงส์ร้อนมังกรดำ และมาเขียนหน้า 4 ข่าวสังคม แล้วย้ายตัวเองมาอยู่หนังสือพิมพ์ เคลนิวิส เขียนหน้า 4 และอีกหลายคอลัมน์ อยู่เคลนิวิส 3 ปี จึงย้ายกลับมาอยู่ไทยรัฐ จนทุกวันนี้ มีหน้าที่เขียนหน้า 4 และคอลัมน์รตราง, มังกรห้าเล็บ ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่เกรียวกราวมากในหมู่ของคนอ่าน ซึ่งเป็นบทวิจารณ์การเมือง เสียชื่อเสียง ปัจจุบัน "รามสูร" มีอาชีพทำหนังสือพิมพ์นานถึง 28 ปีเต็ม ซึ่งก็หมายถึงว่า "รามสูร" ใช้เวลานานพอคู่สำหรับอาชีพนี้

"ผมว่าการเขียนข่าวหน้า 4 ทุกวันนี้มันเปลี่ยนไป หน้า 4 ของทุกฉบับ ส่วนใหญ่จะเน้นหนักในเรื่องของการเมือง ข่าวสังคมส่วนตัวข่าวงานแต่งงาน งานวันเกิด งานตาย น้อยลง แต่มีบ้างเป็นประจําเพราะเป็นบริการอย่างหนึ่ง"

สำหรับข้อมูลการหาข่าว ผมใช้เวลาอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ทุกฉบับตอนเช้า ๆ ต้องอ่านหนังสือทุก ๆ วัน อ่านทั้งกรอบแรกและกรอบหลัง ผมใช้เวลาอ่านตอน 6 โมงเช้า อ่านที่บ้าน เป็นประจําทุกวัน ธรรมดาผมเป็นคนชอบอ่านหนังสือมาก เป็นหนอนหนังสือหรือเป็นอ่านชั้นแนวหน้า

ว่างานเยอะ ผมใช้เวลาเขียน "มังกรห้าเล็บ" ตอนประมาณ 6 โมงกว่า ๆ เพราะมันเจ็บบ และไม่มีโทรศัพท์ อยู่โรงพิมพ์ผมเขียนหนังสือไม่ได้เลย เพราะรับโทรศัพท์ทั้งวัน มีคนมาเยี่ยมมากด้วย และที่ผมเกลียดที่สุดคือ การฝากข่าวมาทางโทรศัพท์ มันทรมานจิตใจมาก ผมเคยมีอยู่ครั้งหนึ่งไม่ได้ทำอะไรเลย ไม่ได้วางหูโทรศัพท์เลย ส่วนใหญ่จะเป็นการฝากข่าวงานศพ งานวันเกิด คนฝากข่าวก็เป็นคนรู้จักกัน จะไม่รับโทรศัพท์ก็จะเสียน้ำใจ ทรมานมากผมก็ต้องมานั่งจดไม่ต้องทำอะไรกันเลย"

"ผมเขียน "มังกรห้าเล็บ" เมื่อปี พ.ศ.2522 นี้เอง ก็เป็นคอลัมน์ประจำ ส่วนใหญ่จะเขียนเกี่ยวกับการเมือง แต่ส่วนนั้นก็เหมือนกัน คอลัมน์อื่น ๆ ที่ผมเขียน ส่วนวงการเขียน การเสียดสีในเนื้อข่าวคือว่าเรารู้ว่า เราจะเขียนหน้าไหน เพราะในเมื่อเราเป็นนักเขียนอาชีพ เราก็จะเรียนรู้เองโดยอัตโนมัติ"

"ผมชอบอ่านคอลัมน์หรือหน้า 4 ของเพื่อนนักเขียนทุกคน เพราะมันอ่านดี คิด จะว่าผมชอบอ่านของใครมากที่สุด ก็ตอบไม่ได้ เพราะว่าถ้าไม่อ่านบางคนก็เหมือนขาดอะไรไป ต้องอ่านทุกคนแหละครับ"

"อย่างข้อมูลการหาข่าวของผม เมื่อผมอ่านหนังสือพิมพ์ทุกฉบับแล้วในตอนเช้า ผมจะเขียนข่าวแล้วกลับกรองและหาข้อมูลจากหลาย ๆ ฝ่ายจึงจะเขียน ผมก็อาจโทรไปหาคนที่เรารู้จักตามแหล่งข่าวของเรา บางครั้งผมยอมรับว่า เวลานั้นน้อย อาจจะมีวิพากษ์วิจารณ์ในแง่ที่ผิด และผมก็ยินดีแก่ข่าวให้ ผมมีสายข่าวต่าง ๆ หลายสาขาหลายอาชีพ อย่างสถานที่ราชการก็อาศัยเพื่อนฝูงถามไถ่กันบ้าง ผมมีเพื่อนเยอะแยะอยู่แทบทุกกระทรวง"

"นักข่าวการเมืองของเราก็มีส่วนช่วยได้มาก สมัยก่อนอาจพึ่งนักข่าวการเมืองมากที่สุด เคียงวันพึ่งได้น้อย เพราะเวลานั้นไม่ให้ เมื่อก่อนนักข่าวการเมืองเขาจะเข้าโรงพิมพ์ก่อน 11 โมงเช้า เขาจะไปเจอนักการเมือง เมื่อเขาเจอนี้ เขาก็จะกลับมาโรงพิมพ์หรือโทรมาบอกข่าวเรา เราก็จะนั่งรอข่าวตอน 11 โมงได้ และถึงจะเขียนข่าวได้ หนังสือปิดหน้าบ่าย 2 โมง ตอนหลังหนังสือพิมพ์ปิดหน้า 10 โมงเช้า ผมก็จะรออ่านข่าวจากหน้า 1 ก็ได้ มันจึงทำให้ข่าวหน้า 4 ทุกวันนี้ซ้ากว่าข่าวหน้า 1 ไปหน่อย"

"แต่เมื่อก่อนข่าวหน้า 4 หันสมัยหรือหันเกมหน้า 1 เพราะนักข่าวการเมืองเขาเข้าโรงพิมพ์ 11 โมง แต่สมัยนี้เขาพิมพ์ปิดหน้าหนังสือก่อน 10 โมงเช้า ผมเคยเป็นหัวหน้าข่าวบันเทิงไทยรัฐและเขียนหน้า 4 ยังมีเวลาเพราะปิดหน้าบ่าย 2 โมง แต่เดี๋ยวนี้ไม่มีเวลาทำเพราะ

ปิดหน้า 9-10 โมง ตื่นมากี่ถึงที่โรงพิมพ์ 10 โมงก็เสร็จงาน"

"หนังสือพิมพ์ผมคิดว่า เป็นปากเป็นเสียงแทนประชาชนทุกหน้า ตั้งแต่หน้า 1 จนถึงหน้าสุดท้ายหรือแล้วแต่ว่าคนเขียนแต่ละวัน จะเผอิญได้ใช้ประโยชน์ต่อประชาชนได้แค่ไหน ผมไม่มีความหนักใจหรือเหนื่อยหน่ายต่ออาชีพเลยสักนิด เพราะสำนักในวิชาชีพเพราะเวลานี้ก็แก่แล้ว อายุ 47 ปี ผมจึงรู้สึกอย่างนี้ เมื่อตอนอายุ 27-28 เคยทำโฆษณาคิดว่าตัวเองเฟื่องจะทำอะไรก็ได้ไม่เคยกลัว สำคัญคนผิด เวลานี้แก่ตัวแล้ว รู้สึกปกอดเลยคิดว่าไม่มีที่จะไปอยู่ ความเคยตัวของการใช้เครื่องมือสำคัญมาก อย่างไทยรัฐเป็นหนังสือพิมพ์ใหญ่ เครื่องมือเขาพร้อม อุปกรณ์กำลังคนพร้อม เงินพร้อม ทำให้ผมปกอดที่จะไปอยู่ที่ไหนก็ลำบาก ถ้าไม่ทำงานก็คงแย่ เพราะอาจอยู่ไม่ได้ จึงเป็นหน้าที่ที่จะต้องทำหนังสือ อนาคตก็จะทำไปเรื่อย ๆ ไม่คิดจะเปลี่ยนอาชีพ"



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

"ตรีศูล" แห่งหนังสือพิมพ์ เคลินิวส์

"ตรีศูล" เรียนจบจาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เคยทำหนังสือหลายเล่มสมัยที่เป็นนิสิต เริ่มเข้าสู่วงการหนังสือพิมพ์เป็นครั้งแรก ที่หนังสือพิมพ์ เคลินิวส์ เริ่มจากเป็นนักข่าวการเมืองและมาเขียนหน้าบ้านทิ้งอยู่หลายปี ใช้นามปากกา "แมลงป่อง" เขาให้สัมภาษณ์ว่า

"ผมทำหนังสือพิมพ์อยู่ที่ เคลินิวส์มากกว่า 5 ปีแล้ว อาชีพอย่างผมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องค้นคว้าอ่านหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ ผมชอบอ่านเมื่อก่อนไม่ได้ทำหนังสือก็ชอบอ่าน เรียนจบมาก็เพื่อจะมาทำอาชีพนี้โดยเฉพาะ"

"อย่างข้อมูลหน้า 4 มันมาหลายทาง ต้องอ่านหนังสือ อ่านมากด้วย บางทีเพื่อนนักข่าวการเมืองที่ทำข่าวก็จะมาบอก หรือเราไปหาข้อมูลเอง และพรรคพวกที่เคยเรียนด้วยกันก็อาจจะโทรมาบอกข่าว หรือชาวบ้านซึ่งอยู่ในเหตุการณ์ส่งข่าวมาให้ เราทำหนังสือพิมพ์ต้องอยู่ใกล้ชิดกับชาวบ้านมาก อย่างประเด็นใหญ่ของข่าว ได้มาจากนักข่าวการเมือง นักข่าวอาชญากรรม มาเล่าสู่กันฟัง เมื่อฟังแล้วผมก็มักลั่นกรองข่าวอีกที จึงจะนำไปเขียน ผมจะเขียนเรื่องของส่วนรวมอย่างชาวบ้านอ่านแล้วรู้เรื่องไม่วิชาการนัก เพื่อสร้างแนวความคิดใหม่ให้กับคนอ่าน เช่นเรื่องประหยัคไฟ เรื่องประหยัคน้ำ และผมจะต่อสู้เพื่อประชาชน

"หน้า 4 แตกต่างกับหน้าบ้านทิ้งที่ผมเคยทำอยู่ครับ ผมชอบคู่มือมาก แล้วเอามาคุยกันแล้วจึงเขียนมีลูกเล่นนิดหน่อย ผมเขียนหน้าบ้านทิ้งอยู่ 4 ปี ใช้นาม "แมลงป่อง" "เคียว เมืองเคิม" มาเขียนด้านการเมืองก็ใช้นาม "ตรีศูล" และประเภทคอลัมน์หนักไปในด้านการเมืองใช้นาม "อินทรีศรีม่วง"

"ด้านสำนวนลีลาการเขียน ผมยอมรับว่ามาทีหลังเขาทำหนังสือมาไม่นานนัก แต่ที่เขียน ๆ มาทุกวันนี้อาจจะเป็นเพราะอ่านหนังสือมามาก อาจจะได้จากอิทธิพลจากสิ่งนี้ด้วย ประเภทคอลัมน์ก็ใช้สำนวนไม่เหมือนกันกับการเขียนข่าวสังคมหน้า 4 ผมไม่ชอบที่จะเขียนคำหยาบคาย หรือเล่นคำกันในหน้าหนังสือพิมพ์ เพราะเด็ก ๆ อ่านแล้วอาจจะจำไปใช้ได้ อย่างภาษาแสดงผมว่าเป็นลักษณะของหน้า 4 โดยเฉพาะ ผมหลีกเลี่ยงการเขียนข่าวเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว เพราะสร้างศัตรูมาก แต่ถ้าเรื่องส่วนตัวของเขาเกี่ยวข้องกับผลเสียหายของประชาชน ก็จะพิจารณาและอาจเขียนถึงก็ได้ครับ"

"คนอ่านหนังสือพิมพ์สมัยนี้ เขาฉลาดมากครับ เขาจะรู้ว่าหนังสือพิมพ์ฉบับไหนเข้าข้างประชาชน หรือเข้าข้างรัฐบาลหรือบุคคลใด บุคคลหนึ่ง เพราะข้อเขียนมันย่อมฟ้องตัวเองอยู่แล้ว เราทำหนังสือเราก็ต้องทำให้ได้ เราทำด้วยความบริสุทธิ์ใจ ถ้าเราทำให้คนอื่นได้ประโยชน์ก็ย่อมมีคนอื่นเสียผลประโยชน์ เราไม่ได้ตั้งใจบิดเบือนข่าวหรือมีเบื้องหลังอะไรทั้งสิ้น"

เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อรัฐบาลนั้น "ผมว่าผมอยากให้รัฐบาลมองหนังสือพิมพ์ในแง่ดีบ้าง เพราะนักเขียนทุกคนเขาก็ต่อสู้ด้วยความบริสุทธิ์ใจ ซึ่งคนส่วนใหญ่ก็คงมองว่า หนังสือพิมพ์มักเป็นพรรคพวกคนโน้นคนนี้ ข่าวก็ย่อมเป็นข่าว อย่างเรื่องรับของขาว อาจจะมีในกลุ่มของคนบางคน แต่ไม่ได้หมายความว่าพวกนักหนังสือพิมพ์ต้องรับของขาวกันทั้งหมด มีบางคนเท่านั้น ที่ทำภาพจน์ของคนทำหนังสือพิมพ์เสียหาย รัฐบาลหรือประชาชนส่วนใหญ่จะมองไปในแง่นั้น เช่นผมเคยเขียนเรื่องรัฐบาล ก็มีคนโทรมาว่ารับของขาวจากรัฐบาล ซึ่งมันไม่เป็นความจริงเลย"

"อนาคตก็คงทำหนังสือพิมพ์ไปเรื่อย ๆ ไม่เคยคิดเปลี่ยนอาชีพครับ"



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุภาพ คลีขฉาย "ฉัตร เขิงคอย" แห่งหนังสือพิมพ์แนวหน้า

"ฉัตร เขิงคอย" เรียนจบที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เคยเป็นประธานชุมนุมวรรณศิลป์ของมหาวิทยาลัย และเคยทำหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นชื่อ "ชาวเหนือ" และต่อมาก็ย้ายตัวเองมาอยู่บ้านเมืองอีก 3 ปี เขาเขียนคอลัมน์ ฎีกาชาวบ้าน หรือเรื่องร้องทุกข์ร้องเรียน และเขียนหน้าข่าวสังคม เขาบอกกับเราว่า "ชีวิตหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่แล้วเรื่องการเปลี่ยนงานจากที่เดิมไปสู่อีกที่หนึ่งเป็นเรื่องธรรมดา น้อยคนที่จะอยู่เพียงฉบับเดียว ส่วนใหญ่ก็จะโศกเปลี่ยนฉบับนั้นทำฉบับนี้ไปเรื่อย ๆ ไม่ได้ว่าเป็นแปลมค้อย" ต่อมา เขาก็ย้ายมาอยู่หนังสือพิมพ์เคลิโหม์เขียนหน้า 4 ใช้นามปากกา "ฉัตร เขิงคอย" และย้ายมาอยู่เสียงปวงชนอีกพักเขียนหน้า 4 ข่าวสังคมเช่นกัน อยู่ไม่นานก็ย้ายไปที่หนังสือพิมพ์พิมพ์ไทยและหลังสุดก็มานั่งเขียนที่หนังสือพิมพ์แนวหน้า เขียนหน้า 4 และเขียนคอลัมน์ประจำวันด้วย ปัจจุบันอายุ 30 ปีเศษ.. (พ.ศ.2523)

"ฉัตร เขิงคอย" กล่าวว่า "การทำหนังสือพิมพ์ผมคิดว่ามันเป็นเลือกเนื้อก็ต้องทำไปอนาคตเป็นอย่างไรมันไม่มีใครรู้ ผมก็ไม่แน่ว่าจะเปลี่ยนอาชีพอีกหรือเปล่า แต่ใจจริงผมรักอาชีพนี้มาก ผมจำเป็นต้องอ่านหนังสือพิมพ์ทุกฉบับมันเป็นปัจจัยของคนทำหนังสือพิมพ์ ต้องรู้มาก ศึกษามาก ถือว่าเป็นเส้นเลือดของนักหนังสือพิมพ์ ผมได้รับคำสั่งใจจากคุณมานะ แพร่พันธ์ ซึ่งเป็นคนที่ผมเคารพมากให้คำพูดที่มีความหมายแก่ผมว่า "ความยิ่งใหญ่ของคนทำหนังสือพิมพ์นั้น ขึ้นอยู่กับว่าเราต่อสู้เพื่อประชาชนมากแค่ไหน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนการจำหน่ายหนังสือ แต่อยู่ที่ความยิ่งใหญ่ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นอยู่เคียงข้างประชาชนได้มากน้อยแค่ไหน"

"ผมว่านักหนังสือพิมพ์ไม่ได้อยู่ที่ความหรูหราของสังคม หรือฐานะ แต่คนทำหนังสือพิมพ์คนนั้นมีวิถียุทธศาสตร์ทำหนังสือพิมพ์มากน้อยแค่ไหน อย่างคอลัมน์ของข่าวสังคมหน้า 4 ผมภูมิใจที่ทำเพื่อประชาชนบนอาชีพนักหนังสือพิมพ์ที่เราทำอยู่ได้เพื่อต่อสู้ บางสิ่งบางอย่างให้แก่ชาวบ้าน ถึงแม้หน้า 4 เป็นประเภทข่าวสังคม จะมีคนให้เกียรติจากสังคมไปไหนก็มีคนอยากพูดคุยด้วย แต่ผมถือว่ามันเป็นสิ่งจอบปลอม บางทีเขาหวังผลประโยชน์"

"การเขียนข่าวสังคมนั้นเป็นงานต้องทำให้ชีวิตเผชิญกับสิ่งจอบปลอม แต่ผมชอบเขียนเรื่องการต่อสู้เพื่อปากท้องของชาวบ้าน ต่อสู้เพื่อคนที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม คนที่ถูกข่มขู่ ถูกข่มเหง ถูกรังแกจากอะไรก็แล้วแต่ ผมถือว่านั่นคือความภาคภูมิใจของคนทำหนังสือพิมพ์สำหรับผม"

มาก ที่ได้ต่อสู้เพื่อประชาชน

"ข้อมูลการเขียนข่าว ก็คือ ถ้าเรารู้มากอ่านมากมันเป็นไปโดยธรรมชาติ หรือกระแสข่าวมันมาเอง แต่แต่ละกระแสข่าวมันต้องกลั่นกรองและมันไม่ลึกเท่าที่ควร คนเขียนหน้า 4 ต้องเป็นคนกว้าง รู้จักคนมากกว้างขวางพอที่จะยกหูโทรศัพท์พูดคุยกับบุคคลสำคัญได้ มันเป็นการได้เปรียบ ถ้าไม่มีพื้นฐานก็เขียนลำบาก หนังสือพิมพ์ขายการเป็นข่าว การเจาะข่าว ซึ่งอาศัยฝีมือคนเขียนอย่างข่าวงานแต่งงาน ข่าวบวช ข่าวตาย เราก็ช่วยสังคมได้เหมือนกัน แรกทีเดียวเขาจะไม่เขียนกันเลย เพิ่งมาระยะหลังนี้เองหน้า 4 มาฮิตเขียน"

"ผลประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากหน้า 4 ก็คือ เราเป็นหูเป็นตาแทนประชาชนทำให้ชาวบ้านรู้อะไรบ้างในเกมของการเมือง เกมของประเทศชาติ เราสามารถเขียนให้คนรู้แนวทางอะไรบ้าง ซึ่งแนะนำให้ประชาชนหุตาสว่างขึ้น"

"อย่างส่วนวงการเขียน ผมคิดว่า เป็นพรสวรรค์เฉพาะคนมากกว่า เป็นอาชีพเดียวที่สอนกันไม่ได้ต้องอยู่ที่ตัวเองและใจรัก เพียงแนะนำได้แต่สอนไม่ได้"

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรัฐบาล "ทำหนังสือพิมพ์ที่ไม่มีสิทธิ์จะไปแนะนำอะไรได้มาก เราต้องเป็นนักอุดมศึกษา ต้องคูทิศทางลม รัฐบาลจะเป็นอย่างไร จะฟ้องได้แค่ไหน สมัยก่อนจอมพลสฤษดิ์มีอำนาจ โรงพิมพ์ถูกหักแท่น ถูกปิดหลัง 14 ตุลา รัฐบาลจอมพลถนอมก็ดีขึ้น บางทีคนทำหนังสือพิมพ์ก็ใช้เสรีภาพจนเกินขอบเขต คือเข้าไปล้วงลึกความลับเรื่องส่วนตัวของเขาเอา มาโจมตีด้วยถ้อยคำหยาบคาย แทนที่จะต่อสู้เพื่อความถูกต้อง เช่น คำว่า เขาเป็นกระเทยบ้าง ตั้งชื่อต่าง ๆ นานา เช่น จอมกระสันต์หรือเจ้าสารพัดพิษ ผมถือว่าเป็นการก้าวร้าว ไม่ใช่วิถีการต่อสู้"

"ผมไม่เห็นด้วยที่ใช้เสรีภาพก้าวร้าว นี่จะทำให้ใครจับหายก็ทำ มันทำให้วงการหนังสือพิมพ์สกปรกจนวงการหนังสือพิมพ์มัวหมองภาพพจน์เสียทุกวันนี้ เพราะคนหนังสือพิมพ์บางคนใช้เสรีภาพเกินขอบเขต ถ้าการเขียนข่าวแล้วจะถูกฟ้อง แต่ผมมีหลักฐานพร้อม ผมก็ยินดีต่อสู้เพื่อประชาชน ผมยินดีเข้าคุกครับ"

อนันต์ อัครานนท์ "มกกันไฟ" แห่งหนังสือพิมพ์บ้านเมือง

"มก กันไฟ" เรียนที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรียนจบแล้วก็ไปช่วยสโมสรมนสิคทำหนังสือ เป็นบรรณาธิการข่าวคนแรกของสโมสรมนสิคจุฬา แล้วต่อจากนั้นก็มาทำหนังสือพิมพ์ประชาธิปไตย เขียนหน้าการศึกษา สังคม แล้วย้ายไปทำข่าวการเมือง

ต่อจากนั้น มาเริ่มต้นเป็นผู้ช่วยหัวหน้าข่าวการเมืองที่หนังสือพิมพ์บ้านเมือง และเขียนคอลัมน์ "ผู้รับใช้ประชาชน" หน้า 7 ใช้ชื่ปากกาว่า "ธนนท์" ต่อมาช่วยเขียนคอลัมน์หน้าผู้หญิง ใช้ชื่อ "ลักษณะชาติ" และ "นันทวรรณ" อีกนามหนึ่งซึ่งเป็นที่รู้จักกันมากคือ "มก กันไฟ" ซึ่งเป็นหน้าสังคม เขียนเกี่ยวกับสังคมทั่ว ๆ ไปและหนักไปในด้านการเมือง ปัจจุบันเขาอายุ 34 ปี... (พ.ศ. 2523)

"ใจจริงผมชอบเขียนคอลัมน์เป็นเรื่องเป็นราว ส่วนหน้าสังคมของบ้านเมืองไม่เหมือนหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ของเราเหมือนหนังสือพิมพ์ฝรั่งนิดหน่อย มีข่าว มีสกู๊ป เรื่องบุคคล และต้องคอยคิดโอเคียใหม่ ๆ ทุก ๆ วัน จุดของหน้า 13 ก็คือ เราจะแก้สังคมให้เป็นระเบียบดีขึ้น หน้า 13 รวมเกือบทุกข่าว ส่วนมากเป็นข่าวของบุคคลที่เคลื่อนไหว เป็นที่สนใจของประชาชน"

"ข้อมูลการหาข่าว ผมว่ามีหลายทางด้วยกัน เช่น เรามีเพื่อนฝูง เราอาจเช็คข่าวตามเพื่อนฝูงหรือสายข่าวของเรา โทรไปเช็คหลาย ๆ แห่ง แล้วจึงนำมาเขียน แต่โอกาสผิดพลาดมันก็มีมาก ถ้าพลาดผมก็แก้ข่าวให้ ผมคิดว่าถ้าเขียนข่าวผิดพลาดจริง และผิดบ่อย ๆ และแก้ข่าวบ่อย ๆ จะถือว่าตัวเราไม่มีคุณภาพ เรายินดีแก้ข่าว ถ้าเรารู้ว่าเราทำผิด แล้วเราแก้ในสิ่งที่ถูกคิดว่าน่าจะทำได้ และการออกสังคมบ่อย ๆ รู้จักคนมาก ๆ นั่นก็จำเป็นต้องทำ เพราะนั่นก็คือการหาข่าวเช่นกัน"

"คนที่ชอบจะเป็นข่าว อยากจะเป็นข่าว ก็มีมาก มีเยอะแยะ มีบางคนเจอกันก็บอกว่าเดี๋ยวนี้เป็นนี้เป็นนั่นแล้วนะ บางคนซ่อนความรู้สึก บอกว่าอย่าเอาไปเขียนนะ ที่จริงใจจริงอยากให้เราเขียนแต่ไม่กล้าบอก จึงแกล้งบอกข่าวของตัวเองบ้างละ ประเภทนี้มีมากในสังคม บางคนใส่เสื้อราคาแพงก็มาบอกเรากล้วย ๆ จะให้เราช่วยเขียน บางที่เราเห็นว่ามันแปลกดีก็เขียนแต่หลาย ๆ ครั้งก็เขียน"

บางคนก็ทำงานการกุศลเพื่ออวดหน้าก็มีมาก ถ้าข่าวไม่เสียหายเราก็เขียนให้ แต่ถ้า

เขียนไปมาก ๆ มันจะไปเปรียบเทียบระหว่างคนจนคนรวยมันจะไม่ดี พวกข่าวแจกบางครั้ง คนส่งก็มาส่งด้วยตัวเองหรือส่งมาทางจดหมาย อย่างข่าวแจก เราก็ถือเป็นการบริการประชาชน ข่าวแจกแต่ละวันมีมาก เราก็พิจารณาว่าถ้ามีประโยชน์ต่อสังคมก็นำมาลงให้ ผมพยายามลงข่าวแจกให้มาก ๆ เราจึงทำคอลัมน์การ์ตูนเชิญขึ้นมาอีกคอลัมน์ สำหรับข่าวแจกโดยเฉพาะ"

"อย่างส่วนงานการเขียนผมก็พยายามใช้ของตัวเอง บางทีก็อ่านของคนอื่นพอเป็นไอเดีย ผมต้องอ่าน หนังสือพิมพ์ทุกฉบับเหมือนทำการบ้านนะครับ จำเป็นต้องอ่าน พยายามอ่านเท่าที่จะอ่านได้อ่านทุกประเภท อ่านการเมืองหรือทางค่านิยม ผมชอบอ่านคอลัมน์ "พญาไม้" เขียนดี อ่านแบบซีเรียส การเมือง ค่านิยมเมืองผสม ผมชอบคอลัมน์ "ซูหงส์ มณีน้อย" วิธีการเขียนชอบ "รามสูร"

"อย่างพวกคำแสดงผมไม่ใช้มาก คำหยาบก็ไม่มีในหนังสือพิมพ์บ้านเมือง รูปโป๊ก็ไม่มี ถ้ามีเหมือนฉบับอื่น ๆ ถ้าผู้ใหญ่ดูได้ เด็กก็ย่อมดูได้เช่นกัน มันเป็นนโยบายหนังสือพิมพ์ของเรา จึงไม่สนับสนุน"

"ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากหนังสือพิมพ์ ผมคิดว่าขึ้นอยู่กับคนอ่าน จะใช้ประโยชน์ได้แค่ไหน เพราะมีข่าวทุกข่าว เช่นการเมือง การศึกษา เรื่องของผู้หญิง เรื่องของความบันเทิง มีทุกประเภท"

เกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพที่รัฐบาลให้แก่หนังสือพิมพ์ "อย่างสิทธิเสรีภาพที่รัฐบาลมีให้ หนังสือพิมพ์ก็มีมาก คือเมืองไทยของเรามีกฎหมาย บังคับหนังสือพิมพ์อยู่แล้ว ถ้ารัฐบาลไหนเขาจะใช้ ก็จะไม่เอากฎหมายมาใช้ แต่คนที่จะตัดสินใจคือคนที่สุจริตคือ คนอ่าน ถ้าเขียนไม่ดีก็แจ้งไปเอง เพราะหนังสือพิมพ์ก็มีหลายฉบับ"

"ผมอยากให้คนอ่านหนังสือพิมพ์ ไม่ใช่อ่านเฉย ๆ อ่านแล้ววิเคราะห์ไปด้วย จะรู้ถึงนิสัยใจคอคนเขียน ไม่ว่าจะเป็นคนคอลัมน์ใครเขียน และได้ความรู้จากข้อเขียนด้วย"

"อนาคตผมคิดว่าจะทำหนังสือพิมพ์ไปอีกสักพัก นี้ก็ 10 กว่าปีแล้วที่มีอาชีพทำหนังสือ แต่ยังไม่รู้ว่าเมื่อไหร่จะเลิกอาชีพนี้"

ภาคผนวก จ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

23 กรกฎาคม 2530

เรื่อง ขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

เรียน บรรณาธิการที่นับถือ

เนื่องด้วยดิฉันได้ทำการวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์" เพื่อประกอบการเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ชั้นปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยการรายงานผลจะเป็นการรายงานผลข้อมูลรวมมิใช่รายบุคคล ซึ่งผลสรุปจากการวิจัยนี้คาดว่าจะ เป็นประโยชน์ทางด้านการศึกษาของภาควิชาการหนังสือพิมพ์ และภาควิชาการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนผู้ที่สนใจ

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านได้โปรดกรอกแบบสอบถามตามที่แนบมานี้ พร้อมส่งกลับคืนให้กับผู้ถือแบบสอบถามนี้ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวรัศมี อธิวิวรรณพงศ์)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง
หนังสือพิมพ์รายวันประเภทแท่งคุณภาพ ประเภทประชาชน และประเภทกึ่งคุณภาพทั้งประชาชน

ตอนที่ ๑ ทะเบียนประวัติผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านและเติมคำ
ลงในช่องว่าง

ตำแหน่ง หนังสือพิมพ์

เพศ () ชาย () หญิง

อายุ ปี

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด สถานศึกษา

คณะ สาขา/แผนก (สำหรับผู้ที่จบระดับ
มหาวิทยาลัย)

อายุการทำงานเฉพาะที่หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ ปี

รายได้ต่อเดือนของหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ (เงินเดือนและ เบี้ยเลี้ยง รวมกัน)

() ต่ำกว่า ๓,๐๐๐ บาท () ๓,๐๐๐ - ๕,๐๐๐ บาท

() ๕,๐๐๑ - ๘,๐๐๐ บาท () มากกว่า ๘,๐๐๐ บาท

ก่อนเข้าทำงานในหน่วยงานนี้ท่าน เคยทำงานด้านสื่อมวลชนมาก่อนหรือไม่

() เคย

() ไม่เคย

ถ้าเคย ท่านเคยทำที่ใดบ้าง โปรดระบุย้อนหลังไม่เกิน ๓ รายการ

๑. สถานที่ ตำแหน่ง อายุการทำงาน ... ปี

๒. สถานที่ ตำแหน่ง อายุการทำงาน ... ปี

๓. สถานที่ ตำแหน่ง อายุการทำงาน ... ปี

เวลาปิดต้นฉบับของหน้าหรือคอลัมน์ที่ท่านรับผิดชอบ น. (กรอกล้าง)

เวลาปิดต้นฉบับของหนังสือพิมพ์ที่ท่านสังกัด น. (กรอกล้าง)

ตอนที่ ๒ ... ปัจจัยและเกณฑ์การพิจารณา เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของท่าน

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามความคิดเห็นของท่าน (กรุณาตอบทุกข้อ)

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี
๑. ในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ท่านให้ความสำคัญกับหน่วยงานต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร					
๑.๑ ธนาคาร					
๑.๒ โรงแรม					
๑.๓ ธุรกิจการค้า บริษัท ห้างร้าน					
๑.๔ องค์การสาธารณกุศล สถาบันการศึกษา					
๑.๕ หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ					
๑.๖ ข่าวประชาสัมพันธ์ของบุคคล เช่น งานศพ งานแต่งงาน งานเลี้ยง					
๒. ในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ท่านคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนผู้อ่านต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร					
๒.๑ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เช่น การแต่งตั้งโยกย้ายตำแหน่งสำคัญของบริษัท กิจกรรมต่างๆ					
๒.๒ มีประโยชน์แก่ประชาชน แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ วิธีการใช้ความประหยัด					
๒.๓ อยู่ในความสนใจของประชาชน เช่น ข่าวการรับสมัคร การสัมมนา					

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี
๒.๔ เป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้ เช่น ข่าวเกี่ยวกับรัฐบาล หน่วยราชการ					
๒.๕ เป็นสิ่งที่มีคุณค่าแก่ประชาชนหรือสังคม เช่น เกี่ยวกับการ เข้าไปช่วยสาธารณสุข การให้ทุนการศึกษา การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของไทย					
๓. ในการ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของท่าน ท่านคำนึงถึงประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ของท่านในด้านต่อไปนี้มากน้อย เพียงไร					
๓.๑ ต้อง เป็นข่าวของผู้ประกอบการ (ลงโฆษณา) ต่อบริษัท หรือหนังสือพิมพ์ของท่าน					
๓.๒ ต้อง เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันหรือบุคคลที่รู้จัก					
๓.๓ ต้อง ไม่เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ถึงโฆษณา					
๓.๔ เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ประชาชนเกิดความ เชื่อถือและสะท้อนถึงคุณภาพของหนังสือพิมพ์					
๔. ท่านพิจารณา เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เหล่านี้มากน้อย เพียงไร					
๔.๑ แนะนำให้รู้จักผลิตภัณฑ์บริการแบบต่างๆ					
๔.๒ กิจกรรมของหน่วยงาน การแต่งตั้งโยกย้าย					
๔.๓ ความสำคัญของบุคคล					
๔.๔ ความคิดเห็นต่อชุมชนสังคม					
๔.๕ กิจกรรมสาธารณประโยชน์ การให้ทุนการศึกษา					
๔.๖ อื่นๆ (ระบุ)					

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี
<p>๕. วิธีการ เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและมีผลต่อการพิจารณา เผยแพร่ควรมีลักษณะ</p> <p>๕.๑ เนื้อหาครบหลักการเขียนข่าว(๕.W , ๑ H คือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร)</p> <p>๕.๒ สั้นกระชับรัด ชัดเจน</p> <p>๕.๓ สำนวน เข้าใจง่าย</p> <p>๕.๔ ไม่ใช้ศัพท์ทางเทคนิคมากเกินไป</p> <p>๕.๕ อื่นๆ (ระบุ)</p>					
<p>๖. หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ (Press Relations) คือ การที่นักประชาสัมพันธ์มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีงาม สร้างความสนิทสนม ความคุ้นเคย ความเชื่อถือได้tinข่าวสาร และอำนวยความสะดวกตลอดจนให้ความร่วมมือกับนักหนังสือพิมพ์ มีผลต่อการพิจารณา เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงไร</p>					
<p>๗. การรู้จักเป็นส่วนหัว เช่น เป็นญาติ เป็นเพื่อน มีผลต่อการพิจารณา เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงไร</p>					
<p>๘. ท่านพิจารณา เผยแพร่ภาพโดยคำนึงถึงคุณภาพของภาพข่าวในด้านต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร</p> <p>๘.๑ ขนาดของภาพควรเป็น ๔"x๗"</p> <p>๘.๒ ภาพและคำบรรยายมีความหมายที่ตรงกัน</p> <p>๘.๓ ข้อความบรรยายภาพสั้นได้ใจความ</p> <p>๘.๔ มีความคมชัดเหมาะสำหรับการตีพิมพ์</p> <p>๘.๕ ภาพที่สามารถดึงดูดความสนใจ</p> <p>๘.๖ อื่นๆ (ระบุ)</p>					

ตอนที่ ๓ การรับและการตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน

๑. จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ท่านได้รับจากนักประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานต่างๆส่งมาในแต่ละวัน
- () น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น () ๑๑ - ๒๐ ชิ้น
 () ๒๑ - ๓๐ ชิ้น () ๓๑ - ๔๐ ชิ้น
 () มากกว่า ๔๐ ชิ้น
๒. จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ท่านตีพิมพ์เผยแพร่ในแต่ละวันประมาณ
- () น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น () ๑๑ - ๒๐ ชิ้น
 () ๒๑ - ๓๐ ชิ้น () ๓๑ - ๔๐ ชิ้น
 () มากกว่า ๔๐ ชิ้น
๓. จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ท่านต้องเขียนแก้ไขหรือเขียนใหม่
- () แก้ไขน้อยกว่าร้อยละ ๒๐ () แก้ไขร้อยละ ๒๑ - ๔๐
 () แก้ไขร้อยละ ๔๑ - ๖๐ () แก้ไขร้อยละ ๖๑ - ๘๐
 () อื่นๆ โปรดระบุ
๔. เหตุผลที่ท่านต้องเขียนแก้ไขข่าวประชาสัมพันธ์ใหม่ (โปรดเรียงลำดับเหตุผลที่ต้องเขียนแก้ไขมากที่สุดเป็นหมายเลข ๑ และน้อยที่สุดเป็นหมายเลข ๔)
- () ข่าวประชาสัมพันธ์ยาวเกินไป ต้องตัดให้สั้นลง
 () เป็นข่าวที่เขียนสับสนหรือเป็นการโฆษณาเกินไป
 () ปัญหาทางด้านภาษา เช่น ใช้ศัพท์เทคนิคมากเกินไป ใช้ภาษากวน
 () เนื้อหาไม่สมบูรณ์ (บางครั้งต้องมีการตรวจสอบข้อมูลเพิ่มขึ้น)
 () เนื้อหาและการเขียนดีแล้ว แต่ต้องตัดและแก้ไขเพื่อให้เหมาะกับเนื้อหาของหนังสือพิมพ์
๕. ท่านได้รับข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุดในวันใด
- () จันทร์ () อังคาร
 () พุธ () พฤหัสบดี
 () ศุกร์ () เสาร์ - อาทิตย์

๖. ท่านอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งมาทุกข่าวหรือไม่
 () อ่านทุกข่าว () อ่านบางข่าว
๗. ในกรณีที่คุณอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งมาไม่ทันปิดต้นฉบับ ท่านเก็บไว้อ่านในวันรุ่งขึ้นหรือไม่
 () เก็บไว้อ่าน () ไม่ เพราะ
๘. จากความเป็นจริงข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์จากท่านนั้นมักจะตกอยู่ในข่ายของ
 คุณลักษณะเหล่านี้ (โปรดเรียงลำดับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์มากที่สุดเป็นหมายเลข ๑ และ
 ตีพิมพ์น้อยที่สุดเป็นหมายเลข ๔)
 คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์ (ความถูกต้อง ความน่าสนใจของข่าวต่อผู้อ่าน
 ข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ ข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชน)
 ตามคำขอรับรองของฝ่ายโฆษณาหรือลูกค้า
 ตามคำขอรับรองของญาติมิตร
 การรู้จักคุ้นเคยกับนักประชาสัมพันธ์ (หนังสือพิมพ์สัมพันธ์)
๙. โปรดจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ของท่าน โดยเรียงตามลำดับความ
 สำคัญจากมากไปน้อย เพียง ๔ อันดับ (โดยเรียงตามความสำคัญมากเป็นหมายเลข ๑ และ
 ความสำคัญน้อยที่สุดเป็นหมายเลข ๔)
 ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน
 ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ (ฝ่ายโฆษณาหรือลูกค้า ข่าวสะท้อนภาพพจน์ของหนังสือพิมพ์)
 หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์
 เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์
 วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
 ความสัมพันธ์กับญาติมิตรกับผู้อ่าน
 หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ (ความสัมพันธ์กับนักประชาสัมพันธ์)
 เวลาปิดต้นฉบับ
 อื่น ๆ (ระบุ)

ภาคผนวก ฉ

ตารางลงรหัสพื้นที่

ตารางลงรหัสที่ 1

ตารางทดสอบความเที่ยงตรง

ชื่อหนังสือพิมพ์.....

วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

หน้า	รายการ	ผู้วิจัยคนที		
		1	2	3

ศูนย์วิทยพัทยาการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางลงรหัสที่ 3
 ตารางคำนวณการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง
 ชื่อหนังสือพิมพ์.....
 หน้า.....*

เรียงลำดับคะแนนจากน้อยไปหามาก						มัธยฐาน (median)
1	2	3	4.....	20	
 <p>ศูนย์วิทยุทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p>						

หมายเหตุ * ประเภทของหน้าข่าว

ตารางลงรหัสที่ 4
 ตารางพื้นที่หนังสือพิมพ์แต่ละชื่อฉบับยืมมาให้
 คีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

หน้า	มติชน		สยามรัฐ		ไทยรัฐ		เคลนิวิส		บ้านเมือง		แนวหน้า	
	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ	ข่าว	ภาพ
การศึกษา สังคม สตรี บันเทิง กีฬา เศรษฐกิจ หน้า 1 และ ข่าวต่อ ข่าวในประเทศ												

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางลงรหัสที่ 5

ตารางพื้นที่และร้อยละของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทที่ยินดีให้ตีพิมพ์

เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

หน้า	พื้นที่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ น.ส.พ. เพ่งคุณภาพ				พื้นที่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ น.ส.พ. ประชานิยม				พื้นที่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ น.ส.พ. กิ่งคุณภาพกิ่งประชานิยม				พื้นที่รวม			
	ข่าว	ร้อยละ	ภาพ	ร้อยละ	ข่าว	ร้อยละ	ภาพ	ร้อยละ	ข่าว	ร้อยละ	ภาพ	ร้อยละ	ข่าว	ร้อยละ	ภาพ	ร้อยละ
การศึกษา																
สังคม																
สตรี																
บันเทิง																
กีฬา																
เศรษฐกิจ																
หน้า 1 และ																
ข่าวต่อ																
ข่าวใน																
ประเทศ																

ภาคผนวก ช

อัตราโฆษณา

1. หนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพ
 - อัตราค่าโฆษณาของหนังสือพิมพ์มติชน
 - อัตราค่าโฆษณาของหนังสือพิมพ์สยามรัฐ
2. หนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม
 - อัตราค่าโฆษณาของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
 - อัตราค่าโฆษณาของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
3. หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยม
 - อัตราค่าโฆษณาของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง
 - อัตราค่าโฆษณาของหนังสือพิมพ์แนวหน้า

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตั้งนับทางหนังสือพิมพ์มติชน จึงขอเสนอราคาโฆษณากับท่านดังต่อไปนี้

ขนาดของหนังสือพิมพ์มติชน กว้าง 12 คอลัมน์ สูง 20 นิ้ว

ราคาปกติ คอลัมน์นิ้วละ 250 บาท แต่ท่านจะได้ส่วนลดพิเศษจากเรา 15%

ขนาดเต็มหน้า 12 คอลัมน์ 20 นิ้ว ราคา 60,000 บาท

ขนาดครึ่งหน้า 12 คอลัมน์ 10 นิ้ว ราคา 30,000 บาท

ขนาด 1/4 หน้า 6 คอลัมน์ 10 นิ้ว ราคา 15,000 บาท

อัตราหน้าแรก คอลัมน์นิ้วละ 300 บาท มีตำแหน่งพิเศษดังนี้

หู ขนาด 2 คอลัมน์ กว้าง 3 นิ้ว ราคา 1,800 บาท

โซลิสต์ ขนาด 3 คอลัมน์ กว้าง 7 นิ้ว ราคา 6,300 บาท

โซลิสต์ ขนาด 4 คอลัมน์ กว้าง 7 นิ้ว ราคา 8,400 บาท

สทริป ขนาด 12 คอลัมน์ กว้าง 2 นิ้ว ราคา 7,200 บาท



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อัตราค่าโฆษณาในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ

คอลัมน์นิ้วละ	ราคา	270 บาท
หน้า 1 คอลัมน์นิ้วละ	ราคา	300 บาท
เต็มหน้า (10 คอลัมน์ × 21")	ราคา	56,700 บาท
1/2 หน้า (10 คอลัมน์ × 10")	ราคา	27,000 บาท
1/4 หน้า (5 คอลัมน์ × 10")	ราคา	13,500 บาท
1/4 หน้า (4 คอลัมน์ × 10")	ราคา	10,800 บาท
<u>สัญญารายปี</u>		
1,200 - 1,799 คอลัมน์นิ้ว	ส่วนลด	15%
1,800 - 2,999 คอลัมน์นิ้ว	ส่วนลด	20%
3,000 คอลัมน์นิ้วขึ้นไป	ส่วนลด	25%

อัตราค่าพิมพ์สี

1 ซม.	ราคา	2,500 บาท
4 ซม 1 ครั้ง	ราคา	15,000 บาท
4 ซม 3 ครั้ง ๆ ละ	ราคา	14,000 บาท
4 ซม 5 ครั้ง ๆ ละ	ราคา	13,000 บาท
4 ซม 7 ครั้งขึ้นไปครั้งละ	ราคา	12,000 บาท

หมายเหตุ 1. ต้องไม่เปลี่ยนแปลงแบบโฆษณา

2. ส่งจองล่วงหน้า 15 วัน

3. ระบุจำนวนครั้งที่พิมพ์ในสัญญาโฆษณา

4. ส่งแบบโฆษณาล่วงหน้าก่อนพิมพ์ 10 วัน

อัตราค่าโฆษณาในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

	วันธรรมดา	วันออกสลา
1 คอลัมน์ × 1 นิ้ว	ราคา 550 บาท	600 บาท
4 คอลัมน์ × 5 นิ้ว	ราคา 11,000 บาท	12,000 บาท
6 คอลัมน์ × 10 นิ้ว (1/4 หน้า)	ราคา 33,000 บาท	36,000 บาท
6 คอลัมน์ × 20 นิ้ว (1/2 หน้า)	ราคา 66,000 บาท	72,000 บาท
12 คอลัมน์ × 20 นิ้ว (เต็มหน้า)	ราคา 132,000 บาท	144,000 บาท

- หมายเหตุ
1. จองทุกวันที่ 15 ของเดือน
 2. จ่ายเงินสดในวันจองเพื่อลงโฆษณา
 3. ไม่มีส่วนลด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อัตราค่าโฆษณา

น.ส.พ. บ้านเมือง

คอลัมน์นิ้วละ		250 บาท
4 คอลัมน์ คูณ 10 นิ้ว	ครึ่งละ	10,000 บาท
5 คอลัมน์ คูณ 10 นิ้ว	ครึ่งละ	12,500 บาท
1/4 หน้า	ครึ่งละ	15,000 บาท
1/2 หน้า	ครึ่งละ	30,000 บาท
เต็มหน้า	ครึ่งละ	60,000 บาท
หน้า 13 เนื้อที่ไม่เกิน 20 คอลัมน์นิ้วๆ ละ 300.— บาท		
โฆษณาขอย่นหน้าตลาดบ้านเมืองเนื้อที่ไม่เกิน 8 บรรทัด 1 คอลัมน์บรรทัดละ 60 บาท		
และ 2 คอลัมน์ บรรทัดละ 120 บาทฟรี 1 วัน (ภายใน 1 เดือน)		

ADVERTISING RATE IN BAAN MUANG DAILY NEWS

Display Advertising Rates.

Space	Rate
1 Column/Inch	250 Baht
4 Col. X 10"	10,000 "
5 Col. X 10"	12,500 "
1/4 page	15,000 "
Half page	30,000 "
Full page	60,000 "
Page 13 Not Over 20 Col. Inch	300 "

Classified Advertising Rates

Not Over 8 Lines		
1 Col.	1 Line	60 Baht
2 Col.	1 Line	120 "

Free Only 1 Day Per Month.

ขนาดหนังสือ	
รูปเล่ม	21 นิ้ว×15 ½ นิ้ว
เนื้อที่พิมพ์	20 นิ้ว×15 นิ้ว
ราคาโฆษณาต่อครั้ง	
เต็มหน้า	60,000.-บาท
ครึ่งหน้า	30,000.-บาท
1/4 หน้า	15,000.-บาท
พิเศษ 4 หน้า	120,000.-บาท
ราคาเพิ่มเมื่อพิมพ์ตลอดสัปดาห์	
4 สัปดาห์	เพิ่ม 15,000.-บาท
2 สัปดาห์	เพิ่ม 5,000.-บาท
สัปดาห์เดียว	เพิ่ม 2,500.-บาท
ราคาต่อคอลัมน์นี้	
หน้า 1	คอลัมน์นี้ละ 400.-บาท
หน้า 3,4 และ 16	คอลัมน์นี้ละ 300.-บาท
หน้า 7 ถึง 10 (โลกธุรกิจ)	คอลัมน์นี้ละ 300.-บาท
หน้าอื่นๆ	คอลัมน์นี้ละ 250.-บาท

บริษัท หนังสือพิมพ์

จำกัด

NAEW NA NEWSPAPER CO.,LTD. **แนวหน้า**

96 หมู่ 7 ถนนวิภาวดีรังสิต บางเขน กรุงเทพฯ 10210 โทร.5212690-91

ภาคผนวก ข

ตาราง F

ตัวบน (ตัวบาง) = .05, ตัวล่าง (ตัวหนา) = .01

5% (ROMAN TYPE) AND 1% (BOLD-FACE TYPE) POINTS FOR THE DISTRIBUTION OF F

Degree of freedom n_1	Degree of freedom n_2																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	15	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞	
27	4.21 7.68	3.35 8.49	2.96 4.60	2.73 4.11	2.57 3.79	2.46 3.54	2.37 3.39	2.30 3.25	2.25 3.14	2.20 3.08	2.16 2.98	2.13 2.93	2.08 2.83	2.03 2.74	1.97 2.63	1.93 2.58	1.88 2.47	1.84 2.38	1.80 2.33	1.76 2.28	1.74 2.25	1.71 2.21	1.68 2.16	1.67 2.13	1.67 2.10
28	4.20 7.64	3.34 8.45	2.95 4.57	2.71 4.07	2.56 3.76	2.44 3.53	2.36 3.36	2.29 3.23	2.24 3.11	2.19 3.03	2.15 2.95	2.12 2.90	2.06 2.80	2.02 2.71	1.96 2.60	1.91 2.52	1.87 2.44	1.81 2.36	1.78 2.30	1.75 2.22	1.72 2.18	1.69 2.13	1.67 2.09	1.67 2.06	1.65 2.03
29	4.18 7.60	3.33 8.42	2.93 4.54	2.70 4.04	2.54 3.73	2.43 3.50	2.35 3.33	2.28 3.20	2.22 3.08	2.18 2.92	2.14 2.87	2.10 2.77	2.05 2.68	2.00 2.57	1.94 2.43	1.90 2.41	1.85 2.32	1.80 2.27	1.77 2.23	1.73 2.19	1.71 2.15	1.68 2.10	1.65 2.06	1.64 2.03	1.64 2.02
30	4.17 7.58	3.32 8.39	2.92 4.51	2.69 4.02	2.63 3.70	2.42 3.47	2.34 3.30	2.27 3.17	2.21 3.06	2.16 2.98	2.12 2.90	2.09 2.84	2.04 2.74	1.99 2.66	1.93 2.58	1.89 2.47	1.84 2.38	1.79 2.29	1.76 2.24	1.72 2.16	1.69 2.13	1.66 2.07	1.64 2.03	1.64 2.01	1.62 2.01
32	4.15 7.50	3.30 8.34	2.90 4.46	2.67 3.97	2.51 3.66	2.40 3.42	2.32 3.25	2.25 3.12	2.19 3.01	2.14 2.94	2.10 2.86	2.07 2.80	2.02 2.70	1.97 2.62	1.91 2.51	1.86 2.43	1.82 2.36	1.77 2.25	1.74 2.20	1.71 2.13	1.69 2.08	1.67 2.02	1.64 1.98	1.61 1.94	1.59 1.91
34	4.13 7.44	3.28 8.29	2.88 4.42	2.65 3.93	2.49 3.61	2.38 3.38	2.30 3.21	2.23 3.08	2.17 2.97	2.12 2.89	2.08 2.82	2.05 2.76	2.00 2.66	1.95 2.58	1.89 2.47	1.84 2.38	1.80 2.30	1.74 2.21	1.71 2.15	1.67 2.08	1.64 2.04	1.61 1.98	1.59 1.94	1.57 1.91	1.57 1.91
36	4.11 7.39	3.26 8.26	2.86 4.38	2.63 3.89	2.48 3.58	2.36 3.35	2.28 3.18	2.21 3.04	2.15 2.94	2.10 2.86	2.06 2.78	2.03 2.72	1.98 2.62	1.93 2.53	1.87 2.43	1.82 2.35	1.78 2.26	1.72 2.17	1.69 2.12	1.65 2.04	1.62 2.00	1.59 1.96	1.56 1.92	1.55 1.89	1.55 1.87
38	4.10 7.35	3.25 8.21	2.85 4.34	2.62 3.86	2.46 3.64	2.35 3.32	2.26 3.18	2.19 3.02	2.14 2.91	2.09 2.82	2.05 2.78	2.02 2.69	1.96 2.59	1.92 2.51	1.85 2.40	1.80 2.32	1.76 2.23	1.71 2.14	1.67 2.06	1.63 2.00	1.60 1.97	1.57 1.90	1.54 1.84	1.53 1.84	1.53 1.84
40	4.08 7.31	3.23 8.18	2.84 4.31	2.61 3.83	2.45 3.61	2.34 3.29	2.25 3.12	2.18 2.99	2.12 2.88	2.07 2.80	2.04 2.73	2.00 2.66	1.95 2.56	1.90 2.49	1.84 2.37	1.79 2.29	1.74 2.20	1.69 2.11	1.66 2.08	1.61 1.99	1.59 1.92	1.55 1.88	1.53 1.84	1.51 1.81	1.51 1.81
42	4.07 7.27	3.22 8.15	2.83 4.29	2.59 3.80	2.44 3.49	2.32 3.26	2.24 3.10	2.17 2.96	2.11 2.86	2.06 2.77	2.02 2.70	1.97 2.64	1.94 2.54	1.89 2.46	1.82 2.38	1.78 2.26	1.73 2.17	1.68 2.08	1.64 2.02	1.60 1.94	1.57 1.91	1.54 1.85	1.51 1.80	1.51 1.80	1.49 1.78
44	4.06 7.24	3.21 8.12	2.82 4.26	2.58 3.78	2.43 3.46	2.31 3.24	2.23 3.07	2.16 2.94	2.10 2.84	2.05 2.75	2.01 2.68	1.98 2.62	1.92 2.52	1.88 2.44	1.81 2.32	1.76 2.24	1.72 2.15	1.66 2.06	1.63 2.00	1.58 1.92	1.56 1.88	1.52 1.82	1.50 1.81	1.48 1.78	1.48 1.78
46	4.05 7.21	3.20 8.10	2.81 4.24	2.57 3.76	2.42 3.44	2.30 3.22	2.22 3.05	2.14 2.92	2.09 2.82	2.04 2.73	2.00 2.66	1.97 2.60	1.91 2.50	1.87 2.42	1.80 2.30	1.75 2.22	1.71 2.13	1.65 2.04	1.62 1.98	1.57 1.90	1.54 1.86	1.51 1.80	1.48 1.76	1.46 1.72	1.46 1.72
48	4.04 7.19	3.19 8.08	2.80 4.22	2.56 3.74	2.41 3.42	2.29 3.20	2.21 3.04	2.14 2.90	2.08 2.80	2.03 2.71	1.99 2.64	1.96 2.58	1.90 2.48	1.86 2.40	1.79 2.28	1.74 2.20	1.70 2.11	1.64 2.02	1.61 1.96	1.56 1.88	1.53 1.84	1.50 1.78	1.47 1.73	1.45 1.70	1.45 1.70
50	4.03 7.17	3.18 8.06	2.79 4.20	2.55 3.72	2.40 3.41	2.29 3.18	2.20 3.02	2.13 2.88	2.07 2.78	2.02 2.70	1.99 2.62	1.93 2.56	1.90 2.46	1.85 2.39	1.78 2.26	1.74 2.18	1.69 2.10	1.63 2.00	1.60 1.94	1.55 1.86	1.52 1.82	1.48 1.76	1.46 1.71	1.44 1.68	1.44 1.68
55	4.02 7.12	3.17 8.01	2.78 4.16	2.54 3.68	2.38 3.37	2.27 3.15	2.18 2.98	2.11 2.85	2.05 2.75	2.00 2.66	1.97 2.59	1.93 2.53	1.88 2.43	1.83 2.33	1.76 2.18	1.72 2.15	1.67 2.06	1.61 1.96	1.58 1.88	1.52 1.82	1.50 1.78	1.46 1.71	1.43 1.64	1.41 1.64	1.41 1.64
60	4.00 7.08	3.15 7.98	2.76 4.13	2.52 3.66	2.37 3.34	2.25 3.12	2.17 2.95	2.10 2.82	2.04 2.72	1.99 2.63	1.95 2.56	1.92 2.50	1.86 2.40	1.81 2.32	1.75 2.20	1.70 2.12	1.65 2.03	1.59 1.93	1.56 1.87	1.50 1.79	1.48 1.74	1.44 1.68	1.41 1.63	1.39 1.60	1.39 1.60
65	3.99 7.04	3.14 7.95	2.75 4.10	2.51 3.63	2.36 3.31	2.24 2.99	2.15 2.83	2.08 2.79	2.02 2.70	1.98 2.61	1.94 2.54	1.91 2.47	1.85 2.37	1.80 2.30	1.73 2.18	1.68 2.09	1.63 2.00	1.57 1.90	1.54 1.88	1.49 1.76	1.46 1.71	1.42 1.64	1.39 1.64	1.37 1.58	1.37 1.58
70	3.98 7.01	3.13 7.92	2.74 4.08	2.50 3.60	2.35 3.29	2.23 3.07	2.14 2.91	2.07 2.77	2.01 2.67	1.97 2.59	1.93 2.51	1.89 2.45	1.84 2.35	1.79 2.25	1.72 2.15	1.67 2.07	1.62 1.98	1.56 1.88	1.53 1.82	1.47 1.74	1.45 1.69	1.42 1.62	1.39 1.64	1.37 1.61	1.37 1.61
80	3.96 6.96	3.11 7.88	2.72 4.04	2.48 3.56	2.33 3.25	2.21 3.04	2.12 2.87	2.05 2.74	1.99 2.64	1.95 2.55	1.91 2.48	1.88 2.41	1.82 2.32	1.77 2.24	1.70 2.11	1.65 2.03	1.60 1.94	1.54 1.84	1.51 1.84	1.45 1.78	1.42 1.70	1.38 1.65	1.35 1.61	1.33 1.57	1.33 1.57
100	3.94 6.90	3.09 7.82	2.70 3.98	2.46 3.51	2.30 3.20	2.19 2.99	2.10 2.83	2.01 2.69	1.97 2.59	1.92 2.51	1.88 2.43	1.85 2.36	1.79 2.25	1.75 2.19	1.68 2.06	1.63 1.98	1.57 1.87	1.51 1.79	1.48 1.73	1.42 1.64	1.39 1.59	1.34 1.58	1.32 1.53	1.30 1.51	1.28 1.48
125	3.92 6.84	3.07 7.78	2.68 3.94	2.44 3.47	2.29 3.17	2.17 2.95	2.08 2.83	2.01 2.68	1.95 2.56	1.90 2.47	1.86 2.40	1.83 2.33	1.77 2.23	1.72 2.15	1.65 2.03	1.60 1.94	1.54 1.82	1.49 1.78	1.45 1.76	1.39 1.68	1.36 1.64	1.31 1.53	1.27 1.49	1.25 1.47	1.25 1.47
150	3.91 6.81	3.06 7.75	2.67 3.91	2.43 3.44	2.27 3.14	2.16 2.92	2.07 2.76	2.00 2.62	1.94 2.53	1.89 2.44	1.85 2.37	1.82 2.30	1.76 2.20	1.71 2.13	1.64 2.00	1.59 1.91	1.54 1.83	1.47 1.72	1.44 1.66	1.37 1.66	1.34 1.51	1.29 1.43	1.25 1.43	1.22 1.43	1.22 1.43
200	3.89 6.76	3.04 7.71	2.65 3.88	2.41 3.41	2.26 3.11	2.14 2.90	2.05 2.73	1.98 2.60	1.92 2.49	1.87 2.41	1.83 2.34	1.80 2.28	1.74 2.17	1.69 2.09	1.62 1.97	1.57 1.88	1.52 1.79	1.45 1.69	1.42 1.68	1.35 1.61	1.32 1.54	1.26 1.46	1.22 1.43	1.20 1.41	1.19 1.41
400	3.86 6.70	3.02 7.66	2.62 3.83	2.39 3.36	2.23 3.06	2.12 2.86	2.03 2.69	1.95 2.52	1.90 2.46	1.85 2.37	1.81 2.29	1.78 2.23	1.72 2.12	1.67 2.04	1.60 1.92	1.54 1.84	1.49 1.74	1.42 1.64	1.38 1.61	1.32 1.47	1.28 1.41	1.22 1.41	1.16 1.32	1.13 1.32	1.13 1.32
1000	3.85 6.66	3.00 7.62	2.61 3.80	2.38 3.34	2.22 3.04	2.10 2.82	2.02 2.66	1.95 2.53	1.89 2.43	1.84 2.34	1.80 2.26	1.76 2.20	1.70 2.09	1.65 2.01	1.58 1.89	1.53 1.81	1.47 1.71	1.41 1.61	1.36 1.64	1.30 1.44	1.26 1.38	1.19 1.35	1.13 1.28	1.11 1.28	1.11 1.28
∞	3.84 6.64	2.99 7.60	2.60 3.78	2.37 3.32	2.21 3.02	2.09 2.80	2.01 2.64	1.94 2.51	1.88 2.41	1.83 2.32	1.79 2.24	1.75 2.18	1.69 2.07	1.64 1.99	1.57 1.87	1.52 1.79	1.40 1.69	1.40 1.69	1.35 1.69	1.25 1.41	1.24 1.35	1.17 1.25	1.11 1.18	1.00 1.18	1.00 1.18

ภาคผนวก ๗

ตารางการทดสอบแบบ Scheffé

สัญลักษณ์

กลุ่ม 1 คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพ

กลุ่ม 2 คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม

กลุ่ม 3 คือ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม

ตารางที่ 83 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน
จากตารางที่ 23

MEAN (\bar{X})	กลุ่ม	กลุ่ม		
		3	2	1
3.1000	3			
3.6875	2			
3.9500	1	*		

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 84 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน
จากตารางที่ 24

MEAN (\bar{x})	กลุ่ม	กลุ่ม		
		2	1	3
2.4375	2			
2.8000	1			
3.3000	3	*		

ตารางที่ 85 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน
จากตารางที่ 30

MEAN (\bar{x})	กลุ่ม	กลุ่ม		
		3	1	2
29.5000	3			
35.0000	1			
38.7500	2	*		

ตารางที่ 86 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน
จากตารางที่ 60

MEAN (\bar{x})	กลุ่ม	กลุ่ม		
		2	3	1
1.8750	2			
2.5500	3			
2.8500	1	*		

ตารางที่ 87 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน
จากตารางที่ 62

MEAN (\bar{X})	กลุ่ม	กลุ่ม		
		3	1	2
2.8000	3			
3.4000	1			
3.6875	2	*		

ตารางที่ 88 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน
จากตารางที่ 63

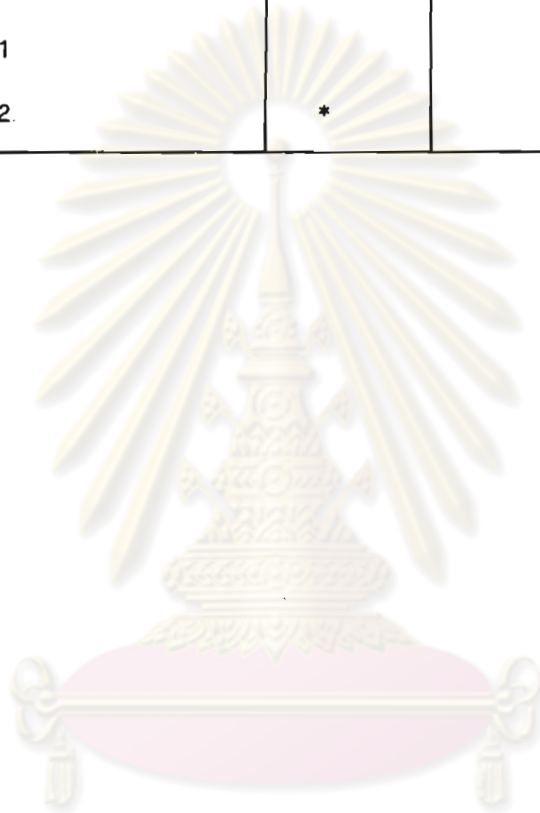
MEAN (\bar{X})	กลุ่ม	กลุ่ม		
		3	2	1
2.5500	3			
3.0000	2			
3.5500	1	*		

ตารางที่ 89 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน
จากตารางที่ 63

MEAN (\bar{X})	กลุ่ม	กลุ่ม		
		3	2	1
2.5000	3			
2.9375	2			
3.4500	1	*		

ตารางที่ 90 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน
จากตารางที่ 65

MEAN (\bar{X})	กลุ่ม	กลุ่ม		
		3	1	2
3.3500	3			
3.5000	1			
4.1875	2	*		



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

นางสาวรัศมี อธิธิวรรณพงศ์ เกิดเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2501 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษานิเทศศาสตรบัณฑิต จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2524 ปัจจุบันเป็น อาจารย์ แผนกประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย