

การเปิดรับ ทักษะคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์



นางสาวปีتما คงบุญ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

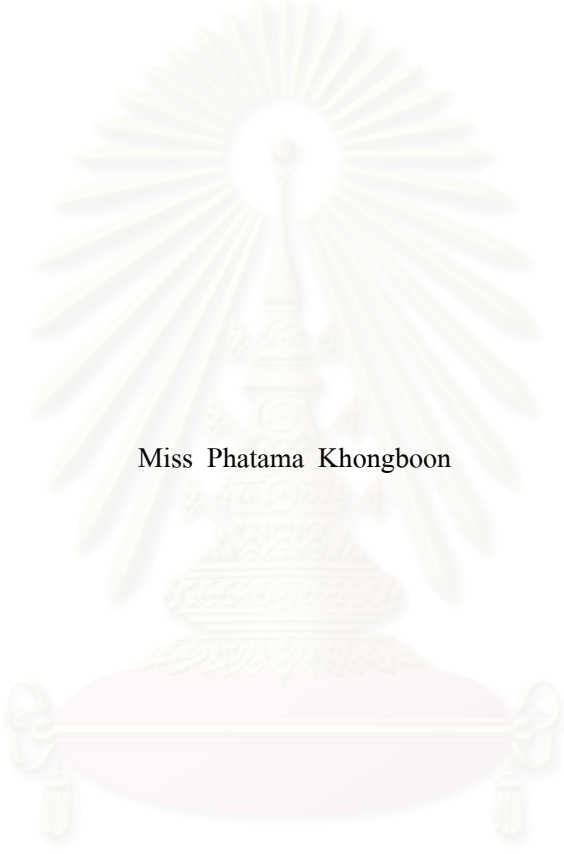
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2543

ISBN 974-13-0851-5

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

EXPOSURE , ATTITUDE AND NEED  
OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA  
CONCERNING KRONG SATANAKARN PROGRAM



Miss Phatama Khongboon

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2000

ISBN 974-13-0851-5

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับ ทักษะคิด และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

โดย นางสาว ปัทมา คงบุญ

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ประมยะ สตะเวทิน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. ประมยะ สตะเวทิน)

.....กรรมการ

( ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ )

ปีทมา คงบุญ: การเปิดรับ ทศนคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร-  
มหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ (EXPOSURE, ATTITUDE AND NEED OF  
PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA CONCERNING KRONG  
SATANAKRAN PROGRAM)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน , 104 หน้า. ISBN 974-13-  
0851-5

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ ทศนคติและความ  
ต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้  
ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม การ  
วิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน  
และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์อยู่ใน  
ระดับต่ำ มีทัศนคติที่ดีต่อรายการกรองสถานการณ์ และมีความต้องการรายการกรองสถานการณ์  
ในระดับปานกลาง
2. การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรายการ  
กรองสถานการณ์
3. การเปิดรับรายการไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการ-  
กรองสถานการณ์
4. ทัศนคติไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถาน-  
การณ์
5. การเปิดรับรายการไม่สามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร-  
มหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้

ภาควิชา	การประชาสัมพันธ์	ลายมือชื่อนิติ.....
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา	2543	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## 428 52493 38 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORD : EXPOSURE / ATTITUDE / NEED

PHATAMA KHONGBOON : EXPOSURE, ATTITUDE AND NEED OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA CONCERNING Krong SATANAKARN PROGRAM.

THESIS ADVISOR : ASSO PROF.PARAMA SATAWEDIN, Ph.d.,104 pp.

ISBN 974-13-0851-5

The purpose of this research was to study the correlation among exposure , attitude and need of people in Bangkok metropolitan area concerning Krong Satanakarn program. Questionnaires were used to collect the data from 400 samples. Frequency , Percentage , Mean , Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis were employed for the analysis of the data. SPSS program was used for data processing.

The results of the study were as follows :

1. Most of the people in Bangkok metropolitan area were exposed to Krong Satanakarn program at the low level. Their attitudes toward the program were positive. Their needs for the program were at the moderate level.
2. Exposure to the program positively correlated with the attitude toward the program.
3. Exposure to the program did not correlate with needs for the program.
4. Attitude toward the program did not correlate with needs for the program.
5. Exposure to the program could not explain needs for the program

Department	Public Relations	Student's signature .....
Field of study	Development Communication	Advisor's signature.....
Academic year	2000	Co-advisor's signature.....



# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
ปัญหาในการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับ.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การประมวลผลข้อมูล.....	43
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	45
การวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	70

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	74
สรุปผลการวิจัย.....	75
อภิปรายผลการวิจัย.....	78
ข้อเสนอแนะ.....	83
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	84
รายการอ้างอิง.....	85
ภาคผนวก.....	90
ภาคผนวก ก.....	91
ภาคผนวก ข.....	97
ประวัติผู้วิจัย.....	104



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	46
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	47
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	48
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	50
6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการชมรายการ กรองสถานี.....	51
7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการชมรายการ กรองสถานี.....	52
8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการเปิดรับรายการของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานี.....	53
9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกชม รายการกรองสถานี.....	54
10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมในการชมรายการกรอง- สถานี.....	55
11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหัวข้อการสนทนาในรายการที่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ.....	56
12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตามความสนใจประเภทของช่วง รายการ.....	57
13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีส่วนร่วมในการโทรศัพท์เข้าไป แสดงความคิดเห็นในรายการกรองสถานี.....	58
14 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ รายการกรองสถานี.....	59
15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการ กรองสถานี.....	63
16 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อรายการกรองสถานี.....	64
17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ รายการกรองสถานี.....	67

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจในประเด็นปัญหาที่ กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะความคิดเห็น.....	68
19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ กรองสถานการณ์.....	69
20 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการกับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อ รายการกรองสถานการณ์.....	70
21 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการกับความต้องการของประชาชน ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์.....	71
22 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์.....	72
23 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการ กรองสถานการณ์.....	73



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทนำ

### บทที่ 1

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อประมาณ 30 ปีที่แล้ว มาร์แชล แมคลูฮาน (Marshall McLuhan) ได้ทำนายไว้ว่า สื่อมวลชนจะเป็นผู้เปลี่ยนโลกให้กลายเป็นหมู่บ้านโลก (Global Village) ซึ่งคำทำนายดูเหมือนว่ากำลังจะกลายเป็นจริงขึ้นมาแล้ว (Dominick, Joseph R., 1993 : 61-62) เพราะ การสื่อสารที่ดีจะช่วยส่งเสริมการลงทุน การค้าขายทั่วโลก และด้วยความเจริญของเทคโนโลยีสื่อสารนี้ก็ได้ส่งผลให้โลกเคลื่อนตัวจากยุคอุตสาหกรรมเข้าสู่ยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ซึ่งในยุคสังคมข่าวสารนี้มนุษย์จำเป็นต้องทำอะไรบางอย่างที่จะต้องพึ่งพาอาศัยกันในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และสังคม ทำให้โลกทั้งโลกกลายเป็นโลกที่ไร้พรมแดนระหว่างกันอีกต่อไป ด้วยการปฏิวัติทางการสื่อสาร และโทรคมนาคม

การสื่อสารมีความสำคัญ และมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับสังคม “การสื่อสารเป็นสายใยของสังคม และเป็นส่วนประกอบที่แนบเนื่องกับกระบวนการสังคมอย่างต่อเนื่อง” วิวัฒนาการของสังคมจากกำเนิดจนถึงสภาพปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงไปสู่อนาคต ซึ่งอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยพื้นฐานทั้งสิ้น อาจกล่าวได้ว่า สังคมเกิดจากการสื่อสาร สังคมดำรงอยู่ได้ด้วยการสื่อสาร และเมื่อสังคมจะพัฒนาต่อไปสังคมก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หากปราศจากการสื่อสาร สมาชิกของสังคมก็จะไม่สามารถรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา และย่อมไม่สามารถเปลี่ยนเป็นคนใหม่ที่ทันสมัยได้ สังคมโดยรวมก็ไม่สามารถที่จะพัฒนาได้ (ประมวศะเวทิน , 2533 : 73)

การสื่อสารสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อกับมวลชนได้ทุกระดับ และยังใช้เป็นพื้นฐานในการเชื่อมโยงความเห็นพ้องต้องกันของปัจเจกชนในส่วนต่างๆของโครงสร้างทางสังคมเข้าด้วยกัน เป็นมวลชน หรือสาธารณชนมติ ตลอดจนให้ความรู้ และสารสนเทศ เพื่อสร้างความเข้าใจดี และถูกต้องให้เกิดขึ้นภายในหน่วยย่อยต่างๆในมวลชน (นันทวัน สุชาโต และ ประมวศะเวทิน , 2531 : 471)

สภาพปัจจุบันของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย ได้เน้นความสำคัญที่สิทธิการสื่อสารย่อยของบุคคล 3 ประการ คือสิทธิของมนุษย์ในการรับส่งข่าวสาร หรือสิทธิด้านข่าวสาร ,สิทธิที่บุคคลจะเข้าถึงและมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร และสิทธิของบุคคลในการพิทักษ์เรื่องส่วนตัว และวัฒนธรรมอันดี โดยถือว่าสื่อมวลชนเป็นกลไกสำคัญอย่างหนึ่งในสังคมที่ช่วยส่งข่าวสารไปสู่ประชาชนทั่วไป ขณะเดียวกันก็ช่วยเผยแพร่ข่าวสารระหว่างประชาชนด้วยกันเองให้แพร่หลาย และสะท้อนกระแสข่าวสารนั้นกลับไปยังหน่วยงานและกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วย สื่อมวลชนจึงเป็นทั้ง “ตัวแทน” (Agent) ที่มีผลกระทบต่อสิทธิการสื่อสารของบุคคล และ “ดัชนี”(Index) สะท้อนสถานการณ์เกี่ยวกับสิทธิการสื่อสาร (บุญเลิศ ศุภคิดล , 2533 : 3)

สื่อมวลชนนับได้ว่าเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญในปัจจุบัน และได้กลายเป็นสถาบันทางสังคมที่สำคัญและมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตามกระแสโลกยุคสังคมข่าวสาร ซึ่งมีความต้องการในข่าวสารต่างๆ มากขึ้นตามการพัฒนาของประเทศและของโลก และสำหรับสังคมไทยสมัยใหม่ที่มีการแสวงหา เปิดรับและมีความต้องการข่าวสารมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ทันกับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลง สื่อมวลชนยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ เช่นกัน

ถ้าพิจารณาจากการดำเนินชีวิตประจำวันของคนไทยในยุคปัจจุบันจะพบได้ว่า ประชาชนโดยทั่วไปต่างก็มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนจนกลายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวันตามกระแสโลกของยุคสังคมข่าวสาร การที่ประชาชนกับสื่อมวลชนมีความเกี่ยวพันกันเช่นนี้ สื่อมวลชนจึงได้กลายเป็นสถาบันหลักอย่างหนึ่งของสังคม ที่ทำหน้าที่ในการตอบสนองความต้องการของผู้คนที่มีความสนใจในการติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือการแสวงหาความรู้ความบันเทิง เพื่อที่จะนำเอาข่าวสารเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ นอกจากนั้นสื่อมวลชนยังได้แสดงบทบาทของการเป็นสถาบันทางสังคมที่มีภารกิจต่อสังคม โดยการเป็นสื่อกลางของเหตุการณ์สำคัญต่างๆที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรวบรวมข่าวสาร หรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวเหล่านั้นสู่สังคม รวมทั้งเป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่เกิดขึ้นต่อประเด็นปัญหา หรือสถานการณ์ที่ผู้คนในสังคมกำลังให้ความสนใจอยู่ ผลจากการกระทำตามบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนเหล่านี้ จึงได้ส่งผลให้สื่อมวลชนกลายเป็นแหล่งของข้อมูลข่าวสารเป็นยามคอยตรวจสอบข้อเท็จจริง เป็นกระจกเงาสะท้อนความรู้สึก ความคิดเห็นของประชาชนไปยังหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งเป็นที่พึ่งที่สำคัญแหล่งหนึ่งของประชาชนในสังคม

สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เสมือนหนึ่งเป็น “ผู้เฝ้าประตู” (gatekeeper) ของสังคม โดยการทำหน้าที่ในการกำหนดหัวข้อข่าวที่สำคัญ หรือกำหนดวาระสาร (Agenda Setting) ให้กับสาธารณชนได้รับรู้ และเห็นความสำคัญจากการเสนอหรือไม่เสนอข่าวสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งจะมีผล

ให้สาธารณชนเกิดความเห็นคล้อยตามว่าเรื่องนั้นเป็นหัวข้อหรือประเด็นที่มีความสำคัญหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อให้สังคม หรือสาธารณชนได้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องต่างๆ ที่ควรสนใจ หรือนำมาอภิปรายพูดคุยกัน ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดประชาตติ และข้อสรุปในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ในที่สุด

จะเห็นได้ว่า หน้าที่ของสื่อมวลชนได้ถูกยึดถือปฏิบัติกันอยู่ทั่วไปในทุกสังคมที่มีกิจกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน แต่ความมากน้อยในทางปฏิบัติตามหน้าที่ดังกล่าวนั้นแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะยังมีปัจจัยอีกหลายประการที่เป็นข้อจำกัด ทำให้ไม่สามารถจะปฏิบัติตามหน้าที่ได้ เช่น ประเภทของสื่อมวลชน นโยบายของผู้บริหารสื่อมวลชน ความต้องการของผู้ใช้สื่อมวลชน ข้อจำกัดทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

ในสังคมที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม บทบาทของสื่อมวลชนต่อชีวิตประจำวันจะเพิ่มขึ้นทุกวัน สื่อมวลชนเป็นแหล่งที่ให้สาระและข่าวสารเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต การตัดสินใจ การคาดหวังต่อชีวิตมากขึ้นทุกที จนกระทั่งสื่อมวลชนเข้ามาเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคน (ศิริชัย ศิริกายะ 2520 : 137)

โดยหลักนิเทศศาสตร์พัฒนาการ สื่อ คือ ตัวการที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ การเปิดรับสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อมวลชน จะทำให้ผู้เปิดรับเป็นคนที่ทันสมัย แต่อย่างไรก็ดี สื่อมวลชนจะกระทำหน้าที่ได้ดีที่สุดก็คือ การถ่ายทอดข่าวสารความรู้ และกระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นมากกว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยตรง (จุมพล รอดคำดี , 2532 : 35)

สื่อมวลชน คือ เวกที่สำคัญที่จะให้ประชาชนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นตามสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ชน คือ สิทธิในการพูด การเขียน และสิทธิในการรับรู้อันเป็นหลักการพื้นฐานประชาธิปไตย (อรทัย ศรีสันติสุข, 2535 : 23)

หากจะมองภาพรวมของกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย หลังจากที่มีการนำเทคโนโลยีโทรทัศน์เข้ามาในประเทศไทย จะเห็นได้ในแง่หนึ่งว่าบทบาทของโทรทัศน์ในสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงไปมาก ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับความเปลี่ยนแปลงโดยส่วนรวมในชีวิต เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมในสังคมไทย ซึ่งอัตราของความเปลี่ยนแปลงดำเนินมาอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นทุกๆที แต่ในอีกแง่หนึ่ง ในระดับที่ลึกลงไป ความเปลี่ยนแปลงมีจำกัดในประเด็นที่ว่า ผู้มีสิทธิ์กำหนดทิศทางการใช้เทคโนโลยีตัวนี้ยังเป็นรัฐเช่นเดิม (บุญรักษ์ บุญญะเขต มาลา, 2537 : 429)

จากสภาพการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของประเทศกำลังพัฒนานั้นก็คือ การที่ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเมือง เศรษฐกิจ สังคม หรือความเป็นไปของประเทศชาติตนในวงจำกัด ลักษณะดังกล่าวหากพิจารณาในกรอบของทฤษฎีระบบ (System Theory) แล้ว ก็อาจกล่าวได้ว่า ประชาชนของระบบเป็นปัจจัยนำเข้า (input) ที่ด้อยประสิทธิภาพบทบาทหน้าที่ของประชาชนในฐานะปัจจัยนำเข้า ได้แก่ การเรียกร้อง (demand) และสนับสนุน (support) ต่อระบบการเมือง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้กระบวนการทางการเมืองดำเนินไปได้โดยปกติหรือมีคุณภาพ ความด้อยประสิทธิภาพของปัจจัยนำเข้าเป็นสาเหตุหนึ่ง ซึ่งทำให้ระบบการเมืองดำเนินไปอย่างไม่ราบรื่นหรือขาดประสิทธิภาพ และถ้าหากระบบไม่สามารถปรับตัวให้อยู่ในสถานะสมดุลได้แล้ว ก็จะเกิดการไร้เสถียรภาพทางการเมือง (พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2526 : 1-2)

ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย “โทรทัศน์” ถือได้ว่าเป็นสื่อที่กลุ่มผู้ชมนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน อีกทั้งยังมีอิทธิพลสูงต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ ในสังคม อาจเป็นเพราะโทรทัศน์นั้นมีความสมบัติน่าสนใจ อันได้แก่ (วสันต์ อดิศัพธ์, 2533 : 33)

1. โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่รวมเอาสื่อประเภทอื่นๆ ไว้ในตัวเองไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง จึงทำให้มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
2. ภาพและเสียงที่แสดงออกมามีโทรทัศน์ สามารถสร้างแรงจูงใจในการติดตามของผู้ชมเป็นอย่างมาก
3. ความสามารถทางเทคนิค ในการทำภาพพิเศษต่างๆ (Special Effects) ย่อมช่วยในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพได้มากขึ้น
4. การเสนอเนื้อหาสาระทางโทรทัศน์ กระทำได้หลายรูปแบบและเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม
5. โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อจิตใจ ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมทางวัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ สื่อโทรทัศน์สามารถทำให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามได้
6. ผู้ชมสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะจากการออกอากาศ การส่งตามสายเคเบิล การยืมเทปโทรทัศน์มาชมเอง ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกได้ตามความเหมาะสมของแต่ละคน

ด้วยคุณลักษณะดังกล่าวนี้เอง โทรทัศน์จึงกลายเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลสูง และมีผลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม เมื่อพิจารณาถึงบทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ที่สำคัญประการหนึ่งในสังคมระบอบประชาธิปไตย นั่นคือ การเป็นองค์กรที่เป็นสื่อกลางส่งผ่านข่าวสาร ข้อมูล กฎระเบียบต่างๆ ระหว่างผู้ปกครองกับผู้อยู่ใต้ปกครอง ด้วยเหตุที่ว่าในสังคมอุตสาหกรรมซึ่งกำลังจะกลายเป็นสังคมข่าวสารนั้น ระบบสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น ระบบราชการเจริญเติบโตก้าวหน้าพร้อมๆ



กับระยะทางระหว่างผู้นำกับประชาชนห่างไกลกันมากขึ้น สื่อมวลชนในยุคปัจจุบันจึงเข้ามามีบทบาทในฐานะสื่อกลางที่ทำให้เกิดกระบวนการไหลของข่าวสาร 2 ทิศทาง คือจากประชาชนสู่รัฐ และจากรัฐสู่ประชาชน รวมทั้งมีบทบาทในการตรวจสอบและคงไว้ซึ่งอำนาจทางการเมือง เพราะถ้าประชาชนไม่มีความรู้ทางสังคมและการเมืองดีพอ ก็จะไม่สามารถเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจของรัฐ ทำให้รัฐบาลทำงานง่ายขึ้นมีการบิดเบือนข้อมูลเสมอๆ โดยที่ประชาชนไม่สามารถตีความให้แตกต่างจากที่รัฐบาลป้อนให้ และไม่สามารถเชื่อมโยงข่าวสารข้อมูลทางการเมือง (Gladays E. Lang,1987 : 26 อ้างถึงใน ยุติกา อารีกุล , 2534 : 1-2)

โทรทัศน์ในปัจจุบันจึงได้ยกฐานะของตนเองเสมือนหนึ่งเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) เป็นกลไกที่จะเปลี่ยนแปลงสังคม ระบบทางด้านธุรกิจ เป็นระบบหนึ่งที่จะส่งเสริมให้สถานีโทรทัศน์ทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ และการที่โทรทัศน์เป็น ผู้นำการเปลี่ยนแปลง(Change Agent) ก็เพราะ

1. โทรทัศน์เป็นแหล่งที่จะย่อโลกเข้ามาอยู่ใกล้ชิดกัน
2. โทรทัศน์ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปรับตัวของสังคมตลอดเวลาทำให้ประชาชนเกิดแรงบันดาลใจที่จะติดตามค้นหาหาข้อมูลต่างๆเพิ่มมากขึ้น
3. โทรทัศน์ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ หรือมาตรฐานการครองชีพของประชาชนทำให้ประชาชนเห็นปัญหาของสังคม และเร่งมือที่จะช่วยกันแก้ไข
4. โทรทัศน์ช่วยสะท้อนข่าวสารข้อมูล ความเป็นอยู่ของประชาชน ให้รัฐบาลได้รับทราบว่ามีปัญหาเกิดขึ้น ณ จุดใด จะได้เร่งปรับปรุงแก้ไข โดยรัฐบาลจะต้องถึงเห็นบทบาทของโทรทัศน์ในทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นแหล่งหากิน หรือ เป็นช่องทางที่อยู่ได้ทางธุรกิจ (ประจวบ อินอ้อด 2533 : 10 - 11)

โทรทัศน์จึงเป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลมากที่สุดสื่อหนึ่ง ถ้าพิจารณาในแง่ของเทคโนโลยี ก็เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารสมบูรณ์แบบกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ เพราะมีทั้งภาพ สี และเสียงสามารถสื่อไปสู่ผู้รับให้เห็นจริงได้อย่างกว้างขวาง แพร่หลายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งนำมายืนยันคตินิยมของคนไทยที่ว่า “สิบปากว่า ไม่เท่าตาเห็น” จากการที่โทรทัศน์ได้สะท้อนเหตุการณ์และสิ่งต่างๆออกมา จึงทำให้โลกแคบเข้า สามารถจะรู้ได้ว่า อะไรเกิดขึ้นที่ไหนในช่วง 24 ชั่วโมง ในเสี้ยวนาที หรือเสี้ยววินาที ด้วยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีการสื่อสาร (วิจิตร ศรีสอาน 2533 : 4)

สำหรับทางด้านรัฐบาล ถือว่าเป็นองค์กรที่จะต้องอาศัยสื่อมวลชนมาก เพราะเป็นแม่บทที่จะพัฒนา หรือสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่ประเทศ โดยรัฐบาลอาจจะต้องใช้สื่อมวลชนเพื่อการ

ประชาสัมพันธน์ ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเสถียรภาพ และความปลอดภัยในชาติ สร้างความสามัคคี และส่งเสริมศีลธรรมของประชาชน (ประกอบ จารุมณี ,2518 : 4)

เหตุผลสำคัญที่ทำให้รายการสนทนาเป็นที่นิยมขึ้นมาก็เพราะ ในปัจจุบันนี้คนเราหันมาสนใจในเรื่องใกล้ตัวมากขึ้น รวมทั้งสนใจความเป็นไปของสังคม และเรื่องราวที่จะส่งผลกระทบต่อตัวเองมากกว่าจะสนใจแต่เฉพาะเรื่องบันเทิงเท่านั้น สังเกตได้จาก ประเด็นที่ถูกใจคนดูส่วนใหญ่มักเป็นประเด็นในเรื่องใกล้ตัว เช่น เรื่องกระทบกระเทือนภายในครอบครัว ปัญหาการหย่าร้าง ปัญหาการว่างงาน เป็นต้น

นอกจากประเด็นใกล้ตัวของผู้คนโดยทั่วไปแล้ว เรื่องราวที่กำลังได้รับความนิยมนตามหน้าหนังสือพิมพ์ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่สามารถนำมาพูดคุยกันได้ แต่ด้วยความที่รายการสนทนาประเภทนี้มีกันมากการหยิบยกประเด็นปัญหาต่างๆจึงต้องมีบ้างที่ซ้ำกันเป็นเรื่องธรรมดา แต่ความน่าสนใจที่จะนำมาตัดสินอยู่ตรงจุดที่ ความลึกของปัญหา ที่แต่ละรายการต่างต้องหาวิธีที่จะนำมาเสนอให้ได้ ซึ่งหากสามารถที่จะเข้าถึงความรู้สึกเล็กๆ ของคน หรือเจาะลึกถึงปัญหาหรือเรื่องนั้นๆ ได้รอบด้านก็จะทำให้รายการนั้นเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

สำหรับรายการสนทนามีอยู่ด้วยกันหลายรายการ และรายการกรองสถานการณ์ ก็เป็นรายการหนึ่งซึ่งออกอากาศมานานพอสมควรแต่อาจจะไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควรในระยะเริ่มแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่รายการดังกล่าวนำเสนอผ่านทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ จึงทำให้คนส่วนใหญ่มองว่า รายการดังกล่าวน่าจะเป็นรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์รัฐบาล หรือหน่วยงานของรัฐ ประเด็นปัญหาที่นำมาอภิปรายก็ไม่เป็นที่น่าสนใจเท่าใดนัก แต่ในปัจจุบันบริษัท นาริอิน โฟ จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการได้พยายามพัฒนาปรับปรุงรูปแบบรายการให้เหมาะสมและเลือกข่าวสาร ข้อมูล เนื้อหาที่กำลังมีการถกเถียงกันอยู่ในปัจจุบันมาเป็นหัวข้อในการอภิปรายทำให้รูปแบบเนื้อหาของรายการมีความสอดคล้องตรงกับความต้องการในการรับรู้ข่าวสารของประชาชนได้เป็นอย่างดี โดยรายการ “กรองสถานการณ์” นี้ จะออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 20.30 – 21.30 น. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ รูปแบบรายการเป็นลักษณะ “การสนทนา” เพื่อนำเสนอปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ได้แก่ ปัญหาการเมือง ปัญหาสังคม ปัญหาครอบครัว และปัญหาทั่วไป ปัญหาต่างๆที่นำมาเสนอนั้น พยายามที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับชนชั้นกลางของสังคมมากที่สุด เนื่องจาก เท่าที่มองในสังคมปัจจุบันของไทยนั้น ปัญหาส่วนใหญ่เกิดมากกับกลุ่มชนกลุ่มนี้ ทั้งนี้ เพื่อมุ่งหวังกระตุ้นเตือนจิตสำนึกของคนไทยให้รับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงวิธีการแก้ไขและสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นในสังคมไทย เช่น “ปัญหาเขื่อนปากมูล” ก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะผลกระทบต่อ



การสร้างเงื่อนไขได้ส่งผลต่อการทำมาหากินของประชาชนในพื้นที่ ขณะเดียวกันก็ส่งผลให้หน่วยงานที่รับผิดชอบไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการสร้างเงื่อนไขได้อย่างเต็มที่เนื่องจากการบุกรุกเข้ามายึดครองของประชาชน นอกจากนี้ปัญหาความไม่เข้าใจระหว่างรัฐบาลกับประชาชนอันเป็นผลมาจากการสื่อสารที่บกพร่อง ทำให้รายการหยิบยกประเด็นนี้มาเพื่อสนทนาตีแผ่ความจริง ว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นสาเหตุที่แท้จริงคืออะไร และจะมีแนวทางแก้ไขหรือหาทางออกร่วมกันอย่างไรโดยการเชิญผู้เกี่ยวข้องกับปัญหาไม่ว่าจะเป็นแกนนำของกลุ่มผู้เรียกร้อง ตัวแทนฝ่ายรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมอภิปรายในรายการ

จะเห็นได้ว่า แนวคิดในการจัดรายการนั้น ไม่ใช่เพียงแค่สะท้อนปัญหาสังคม หรือ เหตุการณ์ต่างๆ เท่านั้น แต่จะมีความคิดสร้างสรรค์ในการที่จะนำเสนอสิ่งดีๆ ผ่านรายการออกไป เพื่อเป็นการให้การศึกษาแก่ประชาชนในอีกรูปแบบหนึ่ง นอกจากนี้ยังเป็นการเปิดเผยให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบถึงปัญหาที่แท้จริงจากบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับปัญหานั้นๆ และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้โทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นผ่านทางรายการในรูปแบบคำถาม เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้ชี้แจงข้อเท็จจริง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าทางรายการพยายามให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ และสะท้อนข้อมูลย้อนกลับความคิดเห็น ความต้องการที่แท้จริงของประชาชนต่อประเด็นปัญหาต่างๆ ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย

สิ่งที่น่าสนใจมากขึ้น คือ รายการมีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารปัจจุบัน ที่อยู่ในความสนใจของประชาชนไม่เพียงแต่เน้นด้านการเมืองเท่านั้น แต่รวมถึงปัญหาเศรษฐกิจ และสังคมในแง่ต่างๆ ซึ่งจะมีประโยชน์ในการให้ข่าวสารความรู้ ประสบการณ์ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้ได้มุมมองที่กว้างไกลมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า น่าจะทำการศึกษาวิเคราะห์ว่า ในยุคสังคมข่าวสารนี้ ประชาชนได้มีการเปิดรับชม “รายการกรอกร่องสถานี” มากน้อยเพียงใด มีการเลือกรับชม เพราะเหตุใด และมีทัศนคติและความต้องการต่อ “รายการ กรอกร่องสถานี” อย่างไรบ้าง โดยการวิเคราะห์กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเพราะเห็นว่าเป็นพื้นที่ที่มีการกระจายของสื่อโทรทัศน์อย่างกว้างขวาง และมีเครื่องรับโทรทัศน์โดยเฉลี่ยต่อประชาชนมากที่สุด ภายใต้หัวข้อการวิจัยที่ว่า “ การเปิดรับ ทัศนคติและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรอกร่องสถานี” ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการผลิตรายการให้มีคุณภาพ มีลักษณะประเทืองปัญญาตรงกับความต้องการของผู้ชมอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมมากยิ่งขึ้นด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับรายการ ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการกับทัศนคติของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการกับความต้องการของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
5. เพื่อศึกษาว่าตัวแปรใดสามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้มากที่สุด

### ปัญหำนำในการวิจัย

1. การเปิดรับรายการ ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์เป็นอย่างไร
2. การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ มีต่อรายการกรองสถานการณ์หรือไม่
3. การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์หรือไม่
4. ทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ รายการกรองสถานการณ์หรือไม่
5. ตัวแปรใดสามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ รายการกรองสถานการณ์ได้มากที่สุด

### สมมติฐานในการวิจัย

1. การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์ กับทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
2. การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

3. ทักษะมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
4. การเปิดรับรายการสามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้มากที่สุด

### ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีสิทธิในการออกเสียงเลือกตั้ง และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ได้ง่าย กว้างขวางและทั่วถึง อีกทั้งประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีฐานะความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน และมีความหลากหลายต่อการเปิดรับสื่อซึ่งสามารถให้ข้อมูล หรือแสดงความคิดเห็น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพของรายการกรองสถานการณ์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

### นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

รายการ กรองสถานการณ์ หมายถึง รายการโทรทัศน์ในรูปแบบการสนทนา ถึงปัญหาเรื่องราวต่างๆ ในประเด็นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ พร้อมเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ชี้แจงข้อเท็จจริงผ่านทางรายการ ออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 20.30 น. – 21.30 น. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์

การเปิดรับรายการ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชม และระยะเวลาการชมรายการกรองสถานการณ์แต่ละครั้ง

ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็น หรือ ความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ เป็นความรู้สึกที่แสดงออกมาทั้งในแง่ดีและไม่ดีต่อเนื้อหา รูปแบบ เวลา ผู้ดำเนินรายการ

ความต้องการ หมายถึง ความปรารถนาที่จะชมรายการกรองสถานการณ์ทางด้านเนื้อหา รูปแบบ เวลา ผู้ดำเนินรายการ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับฝ่ายผลิตรายการกรองสถานการณ์ ในอันที่จะวางแผน และพัฒนารายการให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อให้ผู้ผลิตรายการสนทนาได้ตระหนักถึงสภาพของรายการสนทนาว่า มีความเหมาะสมและมีคุณภาพ ตลอดจนสนองความต้องการของประชาชนหรือไม่ เพื่อประกอบการตัดสินใจและ วางนโยบายการผลิตรายการประเภทสนทนารายการอื่น ๆ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น
3. เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎีการเปิดรับ ทักษะคติและความต้องการของผู้รับสารในโอกาสต่อไป
4. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการ ในด้านการเปิดรับ ความต้องการ และทักษะคติ ของผู้รับสารที่มีต่อรายการโทรทัศน์



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่ผู้วิจัยจะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัย “การเปิดรับ ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานีการณ” จะมุ่งวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้มีส่วนร่วมในการกระทำ (Active) หรือมีส่วนร่วมในการเลือกสรรแสวงหาข่าวสารที่มีอยู่รอบๆ ตัวในชีวิตประจำวัน

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาว่า ผู้รับสารที่เป็นผู้กระทำ(Active audience) มีพฤติกรรมในการเปิดรับสารอย่างไร มีทัศนคติและความต้องการอย่างไรต่อการเปิดรับรายการ โดยวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับ

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆในชีวิตของมนุษย์ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม จึงจำเป็นที่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ถูกนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อยามที่มนุษย์เกิดปัญหา เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งมีความสำคัญต่อมนุษย์เพิ่มขึ้นเท่านั้น ซึ่งข่าวสารก็มีที่มาจากหลายแหล่งด้วยกัน ขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์เลือกที่จะรับข่าวสารนั้นๆ จากแหล่งใด และในกระบวนการสื่อสารนั้นผู้รับสารมีพฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสารตามแบบฉบับของตนเอง ซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างไปจากผู้อื่น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ต่างคนต่างเลือกสิ่งที่ตัวเองต้องการตามสภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตัวเอง

การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนแบบเก่า นักวิชาการต่างมีความเห็นตรงกันว่าแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร โดยเฉพาะสื่อมวลชนเป็นศูนย์กลางของอิทธิพลที่จะชักนำประชาชนผู้รับสารให้เชื่อฟังและคล้อยตาม ดังนั้นสื่อมวลชนจึงคล้ายกับผู้กระทำการอึดฉีด (Hypodermic) ประชาชนให้จงรักภักดีต่อนโยบายของรัฐบาลอยู่เสมอ แต่ปัจจุบันสถานการณ์ของโลกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ความเห็นของนักวิชาการได้รับการพัฒนามากขึ้น เนื่องจากได้มีการพิสูจน์ว่า ผู้รับสารมีบทบาทของผู้กระทำ (Active role) มากกว่าผู้ถูกกระทำอย่างแต่ก่อน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533 : 39)

ปัจจุบันการได้รับการศึกษาของประชาชน หรือผู้รับสารมีมากขึ้นส่งผลให้ผู้รับสารมีความตื่นตัว กล้าแสดงออกถึงความต้องการของตนมากขึ้น และกล้าที่จะเรียกร้องให้สื่อมวลชนปฏิบัติตามหรือสนองตอบความต้องการของตน ความสำคัญของผู้รับสารในปัจจุบันจึงไม่ได้น้อยไปกว่าสื่อมวลชน ด้วยเหตุนี้การรู้จักผู้รับสารและเหตุผลในการเลือกเปิดรับสารจึงมีความสำคัญและความจำเป็นเช่นเดียวกัน

แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Backer , 1971 : 79 – 82) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความสนใจใฝ่ อ่านหรือดูเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

วัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับสาร หรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้นอาจจำแนกได้ 4 ประการ คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533 : 40 – 44)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้
2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน



3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคย หรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษาร่วมสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

4. การผละสังคัม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

การเปิดรับสื่อมวลชนของประชาชนตามวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับสาร จึงแสดงให้เห็นถึงบทบาทของผู้กระทำแทนการถูกกระทำ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารในปัจจุบันมีฐานะเป็นผู้เลือกรายการของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ซึ่งมีอยู่มากมายหลากหลายและแข่งขันกันมากกว่าในอดีต

การเลือกสรรข่าวสารเป็นแบบแผนที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา สภาพภายใน(จิตใจ)ของบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์นั้นแตกต่างกันไปโดยมีรากฐานของความเชื่อที่ว่า โครงสร้างบุคลิกภาพของบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยมีกระบวนการเลือกรับรู้ที่แตกต่างกันคือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ของผู้รับสาร

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอน คือ (Klapper, 1960 : 19 - 25)

1. การเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง ตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้และเข้าใจข่าวสารของคนเรานั้นก็แตกต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่านก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) คนเรามักเลือกให้ความสนใจข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ดั้งเดิม และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดและความเชื่อของตน ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้ และการเลือกตีความหมาย (Selective Perception Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักจะเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะ

ทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันไม่ตรงกันได้ อีกทั้งในการเลือกรับรู้และตีความหมายเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังอาจจะมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพึงพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทักษะคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของคนแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง และมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

มนุษย์เรานอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้วยังมีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking) เพื่อสนองความต้องการของตนเอง โดยแนวความคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคหรือเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนอีกแนวทางหนึ่ง โดยเน้นในเรื่องพฤติกรรม การเลือกเปิดรับข่าวสารว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดให้บุคคลเลือกเปิดรับ หรือหลีกเลี่ยงข่าวสารบางอย่าง

อย่างไรก็ตาม มนุษย์ทุกคนต่างก็มีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด อย่างไรนั้น ก็ด้วยปัจจัยที่กำหนดคือ (ขวัญเรือน กิติวัฒน์ , 2531 : 23 - 26)

1. **ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล** มีแนวคิดว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การจูงใจ

2. **ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม** เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม



3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับ การศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของ การสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกรับสื่ออื่น เมอร์ริล และ โลเวนสไตน์ (Merrill and Ralph L. Lowenstein , 1971 : 134 - 135) ได้สรุปไว้ว่า เกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ตามลำพังได้ ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำในบางครั้ง

2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการที่จะรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

3. ประโยชน์ใช้สอย มนุษย์เป็นผู้ที่เห็นแก่ตัว จะแสวงหาและเลือกรับข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ทั้งในแง่การเสริมบารมี การช่วยให้สะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward) ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณค่าในทางปฏิบัติหรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชน

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนต่างๆไป ไม่สามารถตอบสนองความต้องการ คือ ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อ ที่จะสนองความต้องการและทำให้เกิดความพึงพอใจ ความกลัว ความหวัง ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อ

จากแนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น และการแสวงหาผลประโยชน์ ความกลัว และความหวัง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับและการเลือกเปิดรับสื่อ ลักษณะดังกล่าวจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ เป็นต้น

เดอเฟอว์ (Defleur , 1980) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างเกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร ทฤษฎีที่สำคัญของเดอเฟอว์เกี่ยวกับเรื่องนี้ มีด้วยกัน 3 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้คนสนใจในการเปิดรับข่าวสาร หรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล มีดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป
- การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน

2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ทฤษฎีกล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิฐานะ ฯลฯ

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิ หรือกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัว และวงศาคณาญาตินี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่ นั่น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือไต่ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เราเรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal Influence)

ปรมะ สตะเวทิน (2538 : 91) ได้กล่าวถึง อิทธิพลของสังคมในระดับกลุ่มปฐมภูมิที่มีต่อทัศนคติ ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมของบุคคลไว้ว่า กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) เป็นกลุ่มซึ่งเกิดจากการรวมตัวของคนที่มีความใกล้ชิด และคุ้นเคยกัน มีขนาดของสมาชิกไม่มากนัก โดยปกติไม่เกิน 12 คน ตัวอย่างของกลุ่มปฐมภูมิได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนสนิทในที่ทำงาน หรือโรงเรียน เป็นต้น ความสัมพันธ์ของบุคคลกับกลุ่มปฐมภูมิต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมต่าง ๆ รวมทั้งพฤติกรรมในการสื่อสารของคนด้วย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะการมีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ทำให้สมาชิกของกลุ่มมีประสบการณ์

ร่วมกันจากการติดต่อสัมพันธ์กันเป็นประจำ ทำให้คนเรียนรู้ความคิดพื้นฐาน (Basic Ideas) และความเชื่อ (Beliefs) ประสบการณ์และค่านิยม (Experience and Values) เหล่านี้กำหนดการรับรู้ของคน (What he perceives and how he perceives it)

นอกจากนี้แล้ว ในการเลือกรับข่าวสารต่างๆ ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับสารของผู้รับสาร ซึ่งวิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm , 1973 :120) ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกเปิดรับข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการประเมินถึงปัจจัยในการใช้ความพยายามว่าควรใช้น้อยที่สุด (Least effort) และได้ผลตอบแทนที่ได้รับว่ามากที่สุด (Promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสาร ดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

จากสูตรข้างต้นนี้อธิบายได้ว่า ผู้รับสารจะเลือกข่าวสารที่ต้องการมากน้อยเพียงใดย่อมจะเป็นสัดส่วนกับความพยายาม (หรือแรงงานรูปอื่นใด) ที่จะใช้ไปเพื่อให้ได้รับข่าวสารนั้น ๆ

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm , 1973 : 121 – 122 ) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. *ประสบการณ์* เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน
2. *การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร* เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงจะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวสารอีกด้วย จึงก่อให้เกิดพัฒนาการ และปรับปรุง อุปนิสัย และรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร
3. *ภูมิหลังแตกต่างกัน* ทำให้ความสนใจต่างกัน ธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่ตนไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่าง หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่ในขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ สิ่งของ หรือเรื่องราวต่างๆ
4. *การศึกษาและสภาพแวดล้อม* เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และตัวชี้พฤติกรรมเป็นกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสาร

5. *ความสามารถในการรับสาร* เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของคน มีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล ผู้ที่มีสภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ประสาทสัมผัสทุกอย่างจะทำงานได้อย่างปกติ และอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย และประสาทสัมผัส

6. *บุคลิกภาพ* ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. *อารมณ์* สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. *ทัศนคติ* จะเป็นตัวกำหนดท่าที ของการรับ และตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีต่อผู้รับสาร

นอกจากนี้ แมคคอมบี้และเบคเกอร์ (McCombs and Becker , 1971 : 134 – 135) ยังได้กล่าวไว้ว่า คนเราเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เนื่องจาก

1. เห็นว่าเนื้อหาสารนั้นมีประโยชน์ต่อตนเอง
2. ความสนใจในหัวข้อหรือเนื้อหาสารนั้น ๆ หรือความสำคัญของหัวข้อนั้น ๆ ต่อตนเอง

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยด้านโฆษณา ได้ให้การศึกษาในส่วนของ การวัดการเปิดรับสื่อ (Levels of Media Consumption) และความชอบในตัวสื่อ (Media Preference) เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่จะวัดในส่วนของ “ความถี่” (Frequency) และความตั้งใจ (Recency) ซึ่ง “ความถี่” จะหมายถึงว่าผู้รับสารใช้สื่อบ่อยแค่ไหน ส่วน “ความตั้งใจ” จะหมายถึงว่าผู้รับสารได้ทำอะไรจริงๆ กับการเปิดรับสื่อในช่วงเวลานั้นๆ ดังนั้น จึงน่าจะมีประโยชน์ต่อการวิเคราะห์เกี่ยวกับการใช้สื่อในการที่จะวัดทั้งอุปนิสัยในการใช้สื่อ (Media Habits) และการเปิดรับสื่อ(Media Exposure) ซึ่งอุปนิสัยในการใช้สื่อแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของบุคคลต่อสื่อหนึ่งๆ หรือเนื้อหาสื่อหนึ่งๆ (Media Content)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในกระบวนการเลือกสรรการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นมีตัวแปรและองค์ประกอบต่างๆ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับหรือไม่เปิดรับข่าวสารต่างๆ จากสื่อมวลชน แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการที่ผู้รับสารต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารต่างๆ เพื่อไปตอบสนองความต้องการของตนเองมากน้อยเพียงใด

ซึ่งจากแนวคิดที่นักวิชาการได้เสนอไว้ อาจกล่าวได้โดยสรุปว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือ การเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงด้วย นอกจากนี้ การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประเมิน เปรียบเทียบ ถึงความพยายามใช้ และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใดๆ ด้วย

การศึกษาเรื่องการเปิดรับสารนี้ จะเน้นในเรื่องของพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสารว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกที่จะรับข่าวสารและไม่รับข่าวสารบางอย่าง

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทางจิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

โรเจอร์ (Roger , 1978 : 208 – 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533 : 122) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ ว่าเป็นค่านิยมที่บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

โรเซนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland , 1960 : 1) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติไว้ว่า “ทัศนคติโดยปกติสามารถนิยามว่า เป็นการจงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่าง เฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น

เคลเลอร์ (Howard H. Kendler , 1963 : 572) กล่าวว่า “ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือ ต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด”



คาร์เตอร์ วี. กูด (Carter V. Good , 1959 : 48) ให้คำจำกัดไว้ว่า “ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็น การสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใด ๆ”

นิวคอมบ์ (Newcomb , 1854 : 128) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคนนั้น ขึ้นกับสิ่งแวดล้อมอาจแสดงออกในพฤติกรรมซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น ๆ หรืออีกลักษณะหนึ่งแสดงออกในรูปความไม่พอใจเกลียดชัง ไม่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น

นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn , 1971 : 71) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

จี เมอร์ฟี , แอล เมอร์ฟี และ ที นิวคอมบ์ (G. Murphy , L. Murphy and T. Newcomb , 1973 : 887) ให้ความหมายของคำว่า ทัศนคติ หมายถึง ความชอบ หรือไม่ชอบ พึงใจ หรือไม่พึงใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ

เดโช สวานานนท์ (2512 : 28) กล่าวถึง ทัศนคติว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้ เปลี่ยนแปลงได้และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

ศักดิ์ สุทรเสณี (2531 : 2) กล่าวถึง ทัศนคติที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า ทัศนคติหมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคลในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา
2. ความโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด
3. ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมที่จะตอบสนอง

จากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ

1. ความรู้สึกภายใน
2. ความพร้อม หรือ แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทักษะคิดเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรับรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทักษะคิดนั้น

โดยสรุป “ทักษะคิด” ในงานวิจัยนี้เป็นเรื่องของจิตใจ ทำที่ ความรู้สึกนึกคิดและความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทักษะคิดมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทักษะคิดประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

### องค์ประกอบของทักษะคิด

จากความหมายของทักษะคิดดังกล่าว ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen , 1970 อ้างถึงในพรทิพย์ บุญนิพัทธ์ ,2531 : 49)สามารถแยกองค์ประกอบของทักษะคิดได้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ( The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก ( The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม ( The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ดังนั้นส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทักษะคิด และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้

### การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

กอร์ดอน อัลพอร์ต (Gordon Allport , 1975 ) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีจากบิดามารดา ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป
2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน
3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมีทัศนคติไม่ดีต่อครู เพราะเคยตำหนิตน แต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้น เพราะเคยเชยชมตนเสมอ
4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือ รับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติของบิดามารดา หรือ ครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็นทัศนคติของตนได้

เกรช และ ครัทซ์ฟิลด์ (Krech and Crutchfield , 1948) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติอาจเกิดขึ้นจาก

1. การตอบสนองความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. การได้เรียนรู้ความจริงต่าง ๆ อาจโดยการอ่าน หรือ จากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น จากการฟังคำติฉินที่ใคร ๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้
3. การเข้าไปเป็นสมาชิก หรือ สังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป
4. ทัศนคติส่วนสำคัญกับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย คือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงข้าม คือ มักมองว่ามีคนคอยขยี้ฉวยหรือคิดร้ายต่าง ๆ ต่อตน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ ( 2520 : 64 – 65) กล่าวถึงการเกิดทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญคือ



1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่น ได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิดทัศนคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่เคยรับรู้มา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

### **การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitude)**

ชงชัย สันติวงษ์ , 2539 : 166 – 167) กล่าวว่า ทัศนคติก่อตัวเกิดขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (biological motivation) ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งกำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการหรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้

2. ข่าวสารข้อมูล (information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสาร ด้วย กลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็นและเข้าใจปัญหาต่าง ๆ (selective perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้นจะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (group affiliation) ทัศนคติบางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่าง ๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องกับอยู่ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่าง ๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่าง ๆ แต่ยังมีการถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทัศนคติขึ้นได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (primary group) ที่จะเป็แหล่งสร้างทัศนคติให้แก่บุคคลได้

4. ประสบการณ์ (experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มาจนกลายเป็นทัศนคติได้

5. ลักษณะท่าทาง (personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญ ในการสร้างทัศนคติให้กับตัวบุคคล

ปัจจัยต่าง ๆ ของการก่อตัวของทัศนคติเท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริงจะมีได้มี การเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างใดเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทางเหล่านี้ ตัวไหนจะมีความ สำคัญต่อการก่อตัวของทัศนคติมากหรือน้อยย่อมสุดแล้วแต่ว่า การพิจารณาสร้างทัศนคติต่อสิ่ง ดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

### ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติทางเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์ จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือ เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกร ย่อมมีทัศนคติทาง บวก หรือ มีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วย การเข้าเป็น สมาชิก และร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ เป็นต้น

2. ทัศนคติทางลบ หรือ ไม่ดี คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับ ความเชื่อถือ หรือ ไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใด บุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงานองค์กร สถาบัน และการดำเนิน กิจการขององค์กร และอื่น ๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคน อาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติขึ้นในจิตใจของเขาจนพยายามประทุษ และปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3. ประเภทที่สาม ซึ่งเป็นประเภทสุดท้าย คือ ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นใน เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคตินิ่งเฉยอย่าง ไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาได้เพียงเรื่องกฎระเบียบว่า ด้วยเครื่องแบบของนักศึกษา

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับ ความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือ สถานการณ์

## หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ (The Function of Attitude)

แดลเนียล แคทซ์ (Daniel Katz , 1960 : 163 – 191) ได้อธิบายถึง หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติที่สำคัญไว้ 4 ประการดังนี้คือ

1. เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว (Adjustment) หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เข้าไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตน สูงที่สุดและให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนี้ทัศนคติจึงสามารถเป็นกลไกที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และที่ไม่พึงประสงค์ของเขา และด้วยสิ่งเหล่านี้เองที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเข้าไปในทางที่ต้องการมากที่สุด

2. เพื่อป้องกันตัว (Ego – Defensive) โดยปกติในทุกขณะ คนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งซึ่งเป็นที่ขัดแย้งกับความนึกคิดของตน (Self – Image) ดังนี้ ทัศนคติจึงสามารถสะท้อนออกมาเป็นกลไกที่ป้องกันตัว โดยการแสดงออกเป็นความรู้สึกถูกเหยียดหยามหรือดิฉินนิทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น

การก่อตัวที่เกิดขึ้นมาของทัศนคติในลักษณะนี้ จะมีลักษณะแตกต่างจากการมีทัศนคติเป็นเครื่องมือในการปรับตัวดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ ทัศนคติจะมีใช้พัฒนาขึ้นมาจากการมีประสบการณ์กับสิ่งนั้น ๆ โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้ผู้นั้นเอง และสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการแสดงออกมาซึ่งทัศนคตินั้น ก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้นหวังใช้เพียงเพื่อการระบายความรู้สึกเท่านั้น

3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) ทัศนคตินั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่าง ๆ และด้วยทัศนคตินี้เองที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่าง ๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถใช้สำหรับอธิบาย และบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยมต่าง ๆ ได้

4. เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทัศนคติจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้ และเข้าใจถึงระบบ และระเบียบของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในรอบตัวเขาได้

## การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

เซอร์เบริท ซี. เคลแมน (Herbert C. Kelman , Compliance , 1967 : 469) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยมีความเชื่อว่าทัศนคติอย่างเดียวกัน อาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกัน จากความคิดนี้ เซอร์เบริท ได้แบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติออกเป็น 3 ประการ คือ

### 1. การยินยอม (Compliance)

การยินยอมจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเองและมุ่งหวังในบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลเกิดความพึงพอใจ โดยที่ตัวเองไม่ได้เชื่อ หรือเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่ที่ยอมทำตามเพราะคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับจากคนอื่น เป็นลักษณะของการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคม การยอมทำตามนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งพลังที่ผลักดันให้บุคคลยอมทำตามจะเป็นอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับความมากน้อย หรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

### 2. การเลียนแบบ (Identification)

เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือที่พึงพอใจระหว่างตัวเองกับบุคคลหรือกลุ่มคนอื่น บุคคลจะรับเอาบทบาททั้งหมดของคนอื่นมาเป็นของตนเอง หรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน บุคคลจะเชื่อในสิ่งที่ตัวเองเลียนแบบแต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียดในการเลียนแบบ ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

### 3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization)

เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับความต้องการภายในค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจที่ได้จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรายละเอียดของพฤติกรรมนั้น ๆ

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสารตลอดจนช่องทางในการสื่อสารล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น

นอกจากนี้ทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทนแต่ก็จะสามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อ และสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้น นอกจากนี้อาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับ เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ

การเปลี่ยนทัศนคติมี 2 ชนิด คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย และทัศนคติที่เป็นไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะกลับเป็นไปในทางบวก

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

ความต้องการเป็นพลังผลักดันที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ในชีวิตมนุษย์นั้นเราพยายามค้นหาเพื่อสนองความต้องการชนิดต่าง ๆ แนวทางของพฤติกรรมจะถูกกำหนดโดยแรงผลักดันของความต้องการต่าง ๆ ของมนุษย์ในเวลานั้น ๆ ความต้องการระดับต่าง ๆ ของมนุษย์เป็นส่วนประกอบสำคัญยิ่งในการจูงใจ ไม่ว่าจะให้ทำอะไรหรือให้เรียนรู้อะไร ธรรมชาติความต้องการของมนุษย์หรือแม้แต่สัตว์ทั่วไปเราไม่อาจสังเกตเห็นได้ จนกว่าความต้องการนั้นแสดงออกมาในรูปของแรงขับ (drive) และความกระวนกระวาย (anxiety) เราจึงอาจทราบได้บ้างแล้วว่า บุคคลผู้นั้นมีความต้องการอะไร ดังนั้นนักจิตวิทยาจึงได้จำแนกความต้องการของมนุษย์ไว้เป็นหลายชนิดด้วยกัน ด้วยเหตุนี้การพิจารณาศึกษาระดับความต้องการของมนุษย์จึงอาจมีส่วนช่วยในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของรายการกรองสถานการณ์เพื่อสนองความต้องการ และก่อให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ตามมา เช่น การเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นผ่านทางรายการไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นต้น

โดยทั่วไปตามธรรมชาติของมนุษย์จะมีลักษณะและความต้องการที่คล้าย ๆ กัน แต่จะแตกต่างกันตรงระดับความต้องการ ซึ่ง เอ.เอช.มาสโลว์ (A.H. Maslow อ้างถึงใน วุฒิชัย จานง , 2542 : 484 - 485) ผู้ตั้งทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (A Hierarchy of Needs) ได้กล่าวถึงไว้ว่า ความต้องการระดับสูงขึ้นไปไม่อาจเกิดขึ้นได้ หากยังไม่สามารถสร้างความพึงพอใจหรือสนองความต้องการขั้นแรก ๆ เสียก่อน โดยมาสโลว์ได้ลำดับขั้นความต้องการต่าง ๆ ของมนุษย์ไว้ดังนี้ คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการขั้นแรกของสิ่งมีชีวิตก็คือ การดำรงชีวิตอยู่ได้ ซึ่งหมายถึงว่าสามารถมีอาหารบริโภคตามที่ร่างกายต้องการ , มีน้ำดื่ม มีอากาศหายใจ สำหรับมนุษย์ยังต้องการที่อยู่อาศัยและเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มต่าง ๆ อีกด้วย อย่างไรก็ตามเราไม่อาจกล่าวถึงปัจจัยในการดำรงชีวิตได้หมดเท่าที่มีอยู่จริง แต่ความต้องการทางร่างกายนั้นมีความสำคัญและรุนแรงมากพอที่จะทำให้สิ่งมีชีวิตทั้งหลายดิ้นรนต่อสู้และกระทำการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่สามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนเองได้

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองหรือสร้างความพึงพอใจให้แล้ว ขั้นต่อไปก็จะเกิดความต้องการชุดใหม่ขึ้นมาคือ ความต้องการความปลอดภัยอันหมายถึงความปลอดภัยทั้งปวง ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุ โรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ เมื่อมนุษย์กลัวก็จะพยายามสรรหาวิถีทางที่จะไม่ให้ภัยนั้นมาถึงตัว นอกจากความต้องการความ



ปลอดภัยในตนเองแล้ว ยังมีความต้องการความปลอดภัยในทรัพย์สิน ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตการทำงาน เป็นต้น เมื่อมนุษย์มีความกลัวที่จะเกิดความไม่ปลอดภัยต่อตนเองและทรัพย์สินแล้วก็จะหาทางที่จะรับรู้ข่าวสาร ข้อมูลและวิธีการต่าง ๆ ที่จะรักษาความมั่นคงปลอดภัยให้แก่ชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง

3. ความต้องการเข้าหมู่คณะและความรัก (Belongingness and Love Needs) ความต้องการนี้เป็นความต้องการทางสังคม (social needs) คือ ความต้องการเข้าร่วมกับผู้อื่น มีเพื่อน มีคนรักใคร่ชอบพอกันไป ความต้องการนี้มักจะตามหลังความต้องการทางร่างกายและความต้องการความปลอดภัย “มนุษย์เป็นสัตว์สังคม” คำพูดนี้ย่อมเป็นจริงเพราะมนุษย์ไม่ชอบและไม่อาจอยู่โดดเดี่ยวคนเดียวได้ มนุษย์ต้องการมีเพื่อนฝูง ต้องการเข้าสังคม ต้องการเป็นที่รักใคร่ชอบพอกัน รวมทั้งต้องการรักใคร่ผู้อื่นด้วย

4. ความต้องการเกียรติยศศักดิ์ศรี (Esteem Needs) นอกจากต้องการเพื่อนฝูงหรือเข้าสมาคมกับสังคมแล้ว มนุษย์เรายังมีความคิดอยากเด่น อยากเห็นความสำคัญชื่อเสียงของตน โดยการยอมรับของผู้อื่นด้วย ความพึงพอใจที่ได้จากการสนองความต้องการนี้จะนำไปสู่ความรู้สึกเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกมีคุณค่า มีความสามารถ ในทางตรงกันข้ามถ้าไม่ได้รับการตอบสนองจะรู้สึกด้อยและน้อยเนื้อต่ำใจ กลายเป็นผู้อ่อนแอไปได้

5. ความต้องการสัจการแห่งตน (Needs for Self Actualization) เป็นความต้องการรู้จักตนเองว่ามีคุณค่า และรู้ความสามารถแท้จริงเพียงใด โดยเฉพาะในอันที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมนุษยชาติ ต่อสังคม และประเทศ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ความต้องการรู้ว่าตัวเรามี “ศักยภาพ”(potential) สักแค่ไหน

เมอร์เรย์ (Murray ,อ้างถึงใน ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ , 2529 : 128 - 130) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs)
2. ความต้องการทางใจ (Psychological Needs) มี 28 ชนิด แบ่งออกได้เป็น 6 กลุ่มใหญ่ด้วยกันคือ

ก. ความต้องการเกี่ยวกับสิ่งซึ่งไม่มีชีวิต ได้แก่

1. ความต้องการเป็นเจ้าของสิ่งของต่าง ๆ รวมทั้งทรัพย์สินสมบัติ (Need for Acquisition) เช่น เด็กเล็ก ๆ ที่ต้องการของเล่นของเพื่อน
2. ความต้องการเก็บซ่อม รักษาสิ่งของ (Need for Conservation)
3. ความต้องการเก็บสิ่งของต่าง ๆ ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาด (Need for Orderliness)
4. ความต้องการสร้างให้เป็นสิ่งใหม่ขึ้นมา (Needs for Construction)

5. ความต้องการประหยัดในการใช้ของ ตระหนี่เหนียวแน่นในทางเศรษฐกิจ (Need for Retention)
- ข. ความต้องการเกี่ยวกับความทะเยอทะยาน ความสำเร็จในการทำงาน มีอำนาจ มีความปรารถนาที่จะสัมฤทธิ์ผล ได้แก่
  6. ความต้องการดีเด่นเหนือผู้อื่น (Need for Superiority)
  7. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement)
  8. ความต้องการให้ผู้อื่นเคารพยกย่อง (Need for Recognition)
  9. ความต้องการแสดงให้ผู้อื่นสนใจ (Need for Exhibition)
  10. ความต้องการรักษาชื่อเสียง (Need for Inviolacy)
  11. ความต้องการหลีกเลี่ยงความล้มเหลว (Need for Avoidance of Inferiority) เป็นความต้องการหลีกเลี่ยงการดูถูก การกระทำที่รู้สึกละอายใจตนเอง
  12. ความต้องการป้องกันตัว (Need for Defensiveness) เป็นการป้องกันทางใจ พยายามหาเหตุผลมาอธิบายการกระทำของตนเอง
  13. ความต้องการเอาชนะความพ่ายแพ้โดยใช้ความพยายามมากขึ้น (Need for Counteraction)
- ค. ความต้องการเกี่ยวกับการมีอำนาจ การต่อต้าน การขอมแพ้อ หรือความพ่ายแพ้ ได้แก่
  14. ความต้องการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น (Need for Dominance)
  15. ความต้องการทำตามผู้เหนือกว่าด้วยความยินดี นิยมชื่นชมในบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า (Need for Deference)
  16. ความต้องการเลียนแบบผู้อื่น เห็นด้วยและคล้อยตาม (Need for Similance)
  17. ความต้องการเป็นอิสระ (Need for Autonomy)
  18. ความต้องการแตกต่างจากผู้อื่น (Need for Contrariness)
- ง. ความต้องการทำร้ายตนเองหรือผู้อื่น ได้แก่
  19. ความต้องการทำร้ายผู้อื่น (Need for Aggression) ความต้องการเอาชนะผู้อื่นด้วยความรุนแรง ต้องการแก้แค้น
  20. ความต้องการขอมรับโทษ (Need for Abasement) เช่น การขอมรับผิดแทนเพื่อน
  21. ความต้องการหลีกเลี่ยงการลงโทษ (Need for Avoidance of Blam)
- จ. ความต้องการเกี่ยวกับความรัก ได้แก่
  22. ความต้องการสร้างมิตรภาพกับผู้อื่น (Need for Affiliation)

23. ความต้องการแยกตนเองจากผู้อื่น (Need for Rejection)
24. ความต้องการช่วยเหลือผู้อื่น (Need for Nurturance)
25. ความต้องการให้ผู้อื่นช่วยเหลือคุ้มครอง (Need for Succorance)
- จ. ความต้องการเกี่ยวกับสังคมทั่ว ๆ ไป ได้แก่
  26. ความต้องการสนุกสนาน (Need for Plays)
  27. ความต้องการรู้ให้เห็น ทดลองให้ดู (Need for Cognizance)
  28. ความต้องการบรรยายให้ผู้อื่นทราบ (Need for Exposition)

มอร์แกน (Morgan , อ้างถึงใน สุชา จันทรเฒ , 2531 : 103 ) แบ่งความต้องการออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ความต้องการผูกพันกับผู้อื่น (Affiliative Needs) เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม จำเป็นต้องอยู่ร่วมกับคนอื่น นอกเหนือจากพ่อแม่ พี่น้อง ความผูกพันกันนั้นทำให้เกิดความพึงพอใจและสบายใจในการที่จะอยู่ร่วมกัน หรือทำงานเกี่ยวข้องกัน เพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ
2. ความต้องการฐานะ (Status Needs) ในกลุ่มคนที่อยู่ด้วยกันจำนวนมาก การแบ่งแยกระดับชั้นจะเกิดขึ้นเสมอ คนส่วนมากจึงพยายามที่จะสร้างฐานะของตนเองให้ทัดเทียมหรือดีกว่าคนอื่น ๆ ในสังคมเดียวกัน ฐานะทางสังคมมีได้หลายรูปแบบ เช่น อยากได้ตำแหน่ง (Rank) อยากได้เกียรติยศ และอำนาจ (Prestige and power)

วอลเตอร์ แลงเจอร์ (Water Langer , อ้างถึงในศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ ,2529 : 130 - 131) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physical Needs) เป็นความต้องการที่เราคุ้นเคยมากที่สุด เป็นความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ การนอนหลับ การขับถ่าย และอื่น ๆ เพื่อความอยู่รอดของชีวิต
2. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ (Affiliation) ความต้องการช่วยเหลือการทำงานของบุคคลอื่น ความต้องการความรัก (Affection) ทั้งเป็นผู้ให้ความรักและผู้ถูกรัก เป็นต้น
3. ความต้องการเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Needs) ความต้องการประเภทนี้แตกต่างจากความต้องการประเภทที่สอง คือความต้องการทางสังคมในแง่ที่ว่าจุดมุ่งหมายของความ ต้องการประเภทนี้จะไปในแง่เกี่ยวกับตนเองทั้งสิ้น เช่น ต้องการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ความต้องการความสนใจ ยกย่องรู้จัก ฯลฯ



โทมัส (Thomas , อ้างถึงใน สุชา จันทน์เอม , 2531 : 104) แบ่งความต้องการของมนุษย์ ออกมาในรูปของความปรารถนา 4 อย่างด้วยกันคือ

1. ความปรารถนาที่จะมีความมั่นคงปลอดภัย (security)
2. ความปรารถนาที่จะให้ผู้อื่นยอมรับ (recognition)
3. ความปรารถนาที่จะได้รับการตอบสนองจากเพื่อน (response from one's fellow)
4. ความปรารถนาที่จะมีประสบการณ์ใหม่ ๆ (new experiences)

จากความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เหล่านี้ แมคควอล (McQuial , 1987 : 73) ได้ศึกษา ตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน โดยแบ่งความต้องการออกเป็น 4 ชนิด ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
  - 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพ ปัจจุบันของสังคมและโลก
  - 1.2 เพื่อแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น ในการตัดสินใจ
  - 1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจทั่วไป
  - 1.4 เพื่อเป็นการเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
  - 1.5 เพื่อสร้างความรู้สึที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน
2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
  - 2.1 เพื่อหาแรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
  - 2.2 เพื่อหาแบบอย่างทางพฤติกรรม
  - 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
  - 2.4 เพื่อเข้าใจตนเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
  - 3.1 เพื่อเข้าใจสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
  - 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
  - 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
  - 3.4 เพื่อใช้แทนเพื่อน
  - 3.5 เพื่อช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
  - 3.6 เพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
  - 4.1 เพื่อหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
  - 4.2 เพื่อการผ่อนคลาย

- 4.3 เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- 4.4 เพื่อได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
- 4.6 เพื่อการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้โจเซฟ อาร์ โดมินิค (Joseph R. Dominick , 1993 : 48 – 53) ได้สรุปถึงเหตุผลความต้องการในการใช้สื่อมวลชนดังนี้

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้อยากเห็น และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้ และความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในรูปแบบที่แตกต่างกันเช่น

- การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

- การพักผ่อน (Relaxtion) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือลดความเร้าใจในชีวิตประจำวัน

- การปลดปล่อยอารมณ์ (Emotion Release)

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจแสดงการยอมรับของคนในสังคมและความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด ความเข้าใจต่อคำนิยมใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวเชื่อมโยงความเป็นกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้น ปัจเจกชนกลับยิ่งรู้สึกโดดเดี่ยว เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้นถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อน หรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหาเพื่อน ดังเช่นที่พบเห็นในปัจจุบันคนส่วนใหญ่หันมาอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์เป็นเพื่อนมากกว่าการคบหาสมาคมกับผู้อื่น

4. การผลจากสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ ตัวอย่างเช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จเพื่อจะได้ไปชมโทรทัศน์ เป็นต้น

นอกจากนี้ แอตกิน (Atkin , 1973) ยังชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) โดยความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคล ซึ่งอาจจะสืบเนื่องมาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องการระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องสำคัญก็ยิ่งมีความอยากรู้สูง

2. การมองไม่เห็นความสอดคล้องต้องการระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารก็เพื่อจะสนองตอบความต้องการ โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อมวลชนดังนั้นในการศึกษาความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์จะอาศัยแนวคิดทฤษฎีทางด้านความต้องการมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 4.1 งานวิจัยในประเทศ

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศมีดังนี้

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2533 : 115) ทำการวิจัยเรื่อง การเปิดรับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาครูทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน : ศึกษาเฉพาะกรณี อ.นครหลวง จ.พระนครศรีอยุธยา พบว่า การเปิดรับการสื่อสารทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน

ศุภารักษ์ จูตระกูล (2537 : 125) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว โปสเตอร์ งานนิทรรศการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ

พระนันท์ นุระโศภณ (2537 : 112) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ และนิตยสาร และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทการจัดนิทรรศการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ธวัชชัย พานิชยากรณ์ (2539 : 111) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายสารสนเทศห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุฬาลิเนต) ของนิสิต และบุคลากรภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเครือข่ายจุฬาลิเนตของอาจารย์ นิสิตและนักวิชาการในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายจุฬาลิเนตของอาจารย์ และนักวิชาการภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

दानินทร์ กิจนิชี (2540 : 127) ทำการวิจัยเรื่อง การเปิดรับ ความรู้ ทัศนคติและการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสอง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร โปสเตอร์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน

ฐัทธนา แสงอร่าม (2542 : 108 – 121) ทำการวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” อยู่ในระดับต่ำมาก มีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ในระดับต่ำ มีทัศนคติเป็นกลางต่อการบริโภคน้ำประปา และมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาน้อยมาก นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ , การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา และตัวแปรสำคัญที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้มากที่สุด คือ ทัศนคติ

ดวงหทัย วงษ์ราช (2542 : 70 – 108) ทำการวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารกับการเข้าร่วมในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ ของเกษตรกรในเขต อำเภอ แก้วเสียว จังหวัด นครสวรรค์ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คน พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริจากสื่อหนังสือพิมพ์ เกษตรตำบลและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ

งามภา ฐิติพรรณกุล (2542 : 110) ทำการวิจัยเรื่อง การเปิดรับรายการวาไรตี้โชว์ การระลึกถึงตราสินค้าและทัศนคติที่มีต่อป้ายตราสินค้าที่ให้สปอนเซอร์ในรายการวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ พบว่า การเปิดรับรายการวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อป้ายตราสินค้าที่ให้สปอนเซอร์ในรายการวาไรตี้โชว์

โดยสรุปจากผลการวิจัยส่วนใหญ่จะพบว่า บุคคลจะเปิดรับสื่ออะไรก็ตามขึ้นอยู่กับความต้องการพื้นฐานของบุคคล ทำให้เกิดแรงจูงใจ มีการแสวงหา หรือนำสิ่งที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อหรือข่าวสารนั้น ๆ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับ การตอบสนองตามความต้องการ ทั้งนี้เป็นเพราะบุคคลมีกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อ (Selective Process) ที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน เนื่องจากบุคคลมีทัศนคติและความต้องการของตนเองในการเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ตามความสนใจหรือความต้องการของแต่ละคน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการศึกษา การเปิดรับ ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ รายการกรองสถานการณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยในการวิจัยตามหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อาศัยอยู่ใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 50 เขต จำนวน 6,320,174 คน โดยแบ่งเป็นชาย 3,010,913 คน และ หญิง 3,309,261 คน จากรายงานผลเบื้องต้นสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. 2543 ของกองจัดเก็บ ข้อมูลสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยการค้นหาข้อมูลผ่านทาง [http:// www.nso.go.th](http://www.nso.go.th)

##### กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 6,320,174 คน ขอมให้เกิด ความคลาดเคลื่อนได้  $\pm 5\%$  โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1967 : 886 – 887) ซึ่งใช้ได้กับข้อมูลประเภทต่อเนื่อง (Continuous Data) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ควรมี 400 หน่วยตัวอย่าง

##### วิธีการเลือกตัวอย่าง

กรุงเทพมหานคร ได้แบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครเป็น 3 กลุ่มเขตดังนี้

1. กลุ่มเขตเมือง มี 14 เขต คือ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตป้อม ปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตพญาไท เขตธนบุรี เขตห้วยขวาง เขตคลองสาน เขตดินแดง เขตบางซื่อ เขตวังทองหลาง และเขตราษฎร์เทพ



2. กลุ่มเขตต่อเมือง มี 26 เขต คือ เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตพระโขนง เขตสายไหม เขตบางกอกน้อย เขตภาษีเจริญ เขตราชบุรีบูรณะ เขตบางพลัด เขตบึงกุ่ม เขตสาทร เขตจตุจักร เขตบางคอแหลม เขตประเวศ เขตคลองเตย เขตสวนหลวง เขตดอนเมือง เขตลาดพร้าว และเขตวัฒนา เขตยานนาวา เขตบางกอกใหญ่ เขตบางแค เขตหลักสี่ เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตบางนา เขตทุ่งครุ

3. กลุ่มเขตชานเมือง มี 10 เขต คือ เขตหนองจอก เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตตลิ่งชัน เขตบางขุนเทียน เขตหนองแขม และเขตจอมทอง เขตบางบอน เขตทวีวัฒนา เขตคลองสามวา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ในแต่ละกลุ่มเขต ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดย

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาโดยการจับสลากเขตการปกครองมา 1 ใน 5 จากจำนวน 3 กลุ่มเขต ได้แก่ กลุ่มเขตเมือง 3 เขต กลุ่มเขตต่อเมือง 5 เขตและกลุ่มเขตชานเมือง 2 เขต รวมเป็น 10 เขต ซึ่งได้ผลดังนี้

1. กลุ่มเขตเมือง 3 เขต ได้แก่ เขตคูสิต เขตบางซื่อ เขตห้วยขวาง
2. กลุ่มเขตต่อเมือง 5 เขต ได้แก่ เขตจตุจักร เขตบางพลัด เขตบางกะปิ เขตสาทร เขตดอนเมือง
3. กลุ่มเขตชานเมือง 2 เขต ได้แก่ เขตมีนบุรี เขตหนองแขม

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบแยกเป็นพวก (Stratified Sampling) จากจำนวน 10 เขต ที่ได้มา กำหนดให้มีเพศชาย 50% และเพศหญิง 50% ให้ได้ 400 คน ดังนั้นในแต่ละเขตจะใช้ตัวอย่างเขตละ 40 คน โดยให้มีเพศชาย 20 คน เพศหญิง 20 คน

ขั้นตอนที่ 3 เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการเลือกตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตที่สุ่มมาได้แบบบังเอิญ จำนวน 10 เขต เขตละ 40 คน ตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ราชการ/รัฐวิสาหกิจ องค์การระหว่างประเทศ หน่วยงานเอกชน สถาบันการศึกษา ห้างสรรพสินค้า และในย่านชุมชนที่อยู่อาศัยต่างๆ รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน

## 2. ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

จากสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 5 ข้อดังนี้

### สมมติฐานที่ 1

การเปิดรับรายการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

ตัวแปรต้น

การเปิดรับรายการกรองสถานการณ์

ตัวแปรตาม

ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานที่ 2

การเปิดรับรายการกรองสถานการณ์มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

ตัวแปรต้น

การเปิดรับรายการกรองสถานการณ์

ตัวแปรตาม

ความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานที่ 3

ทัศนคติมีความสัมพันธ์ กับ ความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

ตัวแปรต้น

ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม

ความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

#### สมมติฐานที่ 4

การเปิดรับสามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานีการ์ณได้มากที่สุด

*ตัวแปรต้น*

การเปิดรับรายการกรองสถานีการ์ณ

*ตัวแปรตาม*

ความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้าง และดัดแปลงมาจากการศึกษา ค้นคว้าเอกสาร และรายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close – Ended Questionnaire) และคำถามปลายเปิด (Open – Ended Questionnaire) เป็นแบบสอบถามชนิดที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self – Administered Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ (ข้อ 1 – 5)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับชมรายการกรองสถานีการ์ณ ว่าเปิดรับชมเพราะเหตุใด บ่อยครั้งเพียงใด นานเท่าใด (ข้อ 6 – 12)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการกรองสถานีการ์ณในแง่เนื้อหา รูปแบบ เวลา ผู้ดำเนินรายการ ว่ามีความเหมาะสมเพียงใด ผู้ชมเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย (ข้อ 13 – 29)

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการรายการกรองสถานีการ์ณ ในแง่เนื้อหา รูปแบบ เวลา ผู้ดำเนินรายการว่าสมควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรายการในแง่ใด ผู้ชมต้องการมากน้อยเพียงใด (ข้อ 30 – 39)

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความเห็นในส่วนข้อเสนอแนะ และการปรับปรุงรายการกรองสถานีการ์ณ (ข้อ 40 – 41)

#### 4. การทดสอบความเที่ยงตรง และ เชื่อถือได้ของเครื่องมือ

1. ในการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ทางด้านสถิติ และนักวิชาการทางด้านที่เกี่ยวข้องพิจารณาเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษา (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการตรวจสอบแก้ไขก่อนนำไปเก็บข้อมูล

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Pretest) ความเชื่อถือได้ (Reliability) กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ชมรายการกรองสถานการณ์ ที่ไม่ได้เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยให้ครอบคลุมคนในอาชีพต่าง ๆ ทั้งผู้ชายและผู้หญิงเพื่อทดสอบคำถาม สื่อความหมายตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่ ข้อความเหมาะสมหรือไม่ และนำค่าที่ได้มาหาค่าความเชื่อถือได้ด้วยการคำนวณสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha) โดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ	$\alpha$	=	ค่าความเชื่อถือได้
	k	=	จำนวนข้อ
	$V_i$	=	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	$V_t$	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อถือได้ 2 ส่วน คือ ข้อคำถามในส่วนของการวัดทัศนคติ และข้อคำถามในส่วนของการวัดความพึงพอใจ ซึ่งผลมีดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ในส่วนของทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ Alpha = .6606

ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ในส่วนของความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ Alpha = .6320

### เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร ดังต่อไปนี้

#### 1. การเปิดรับชมรายการ “กรองสถานการณ์”

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับปริมาณการเปิดรับชมรายการ “กรองสถานการณ์” ได้มาจากการนำคะแนนของความบ่อยครั้งในการเปิดรับมาคำนวณ โดยมีเกณฑ์การวัดตัวแปรดังนี้

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการของกลุ่มตัวอย่าง

ชมทุกครั้ง (5 ครั้ง / สัปดาห์)	5	คะแนน
ชมบ่อยมาก (4 ครั้ง / สัปดาห์)	4	คะแนน
ชมบ่อย (3 ครั้ง / สัปดาห์)	3	คะแนน
ชมบ้างนาน ๆ ครั้ง (2 ครั้ง / สัปดาห์)	2	คะแนน
ไม่ค่อยได้ชม (1 ครั้ง / สัปดาห์)	1	คะแนน

การใช้เวลาในการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น

มากกว่า 45 – 60 นาที	5	คะแนน
มากกว่า 30 – 45 นาที	4	คะแนน
มากกว่า 15 – 30 นาที	3	คะแนน
มากกว่า 5 – 15 นาที	2	คะแนน
น้อยกว่า 5 นาที	1	คะแนน

ผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนน ดังนี้

1. ค่าคะแนนในระดับ 1.00 – 1.49 หมายถึง มีการเปิดรับชมรายการระดับต่ำมาก
2. ค่าคะแนนในระดับ 1.50 – 2.49 หมายถึง มีการเปิดรับชมรายการระดับต่ำ
3. ค่าคะแนนในระดับ 2.50 – 3.49 หมายถึง มีการเปิดรับชมรายการระดับปานกลาง
4. ค่าคะแนนในระดับ 3.50 – 4.49 หมายถึง มีการเปิดรับชมรายการระดับสูง
5. ค่าคะแนนในระดับ 4.50 – 5.00 หมายถึง มีการเปิดรับชมรายการระดับสูงมาก

#### 2. ทักษะคิดที่มีต่อรายการ “กรองสถานการณ์”

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับทักษะคิดที่มีต่อรายการ โดยวัดเป็นระดับการแสดงความคิดเห็น ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

ผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ในการแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของคะแนนดังนี้

ค่าคะแนนในระดับ	1.00 – 1.49	มีทัศนคติไม่ดีมาก
ค่าคะแนนในระดับ	1.50 – 2.49	มีทัศนคติไม่ดี
ค่าคะแนนในระดับ	2.50 – 3.49	มีทัศนคติเป็นกลาง
ค่าคะแนนในระดับ	3.50 – 4.49	มีทัศนคติที่ดี
ค่าคะแนนในระดับ	4.50 - 5.00	มีทัศนคติที่ดีมาก

### 3. ความต้องการรายการ “กรองสถานการณ์”

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับความต้องการในเนื้อหา รูปแบบ เวลา ผู้ดำเนินรายการจากรายการ “กรองสถานการณ์” โดยแบ่งระดับความต้องการไว้ 5 ระดับ ดังนี้

ต้องการมาก	5	คะแนน
ต้องการ	4	คะแนน
เฉย ๆ	3	คะแนน
ไม่ต้องการ	2	คะแนน
ไม่ต้องการมาก	1	คะแนน

ผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ในการแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของคะแนนดังนี้

ค่าคะแนนในระดับ	1.00 – 1.49	ต้องการจากรายการน้อยมาก
ค่าคะแนนในระดับ	1.50 – 2.49	ต้องการจากรายการน้อย
ค่าคะแนนในระดับ	2.50 – 3.49	ต้องการจากรายการปานกลาง
ค่าคะแนนในระดับ	3.50 – 4.49	ต้องการจากรายการสูง
ค่าคะแนนในระดับ	4.50 - 5.00	ต้องการจากรายการสูงมาก

### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการแจกแบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self Administered) แต่ถ้าในกรณีกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถกรอกแบบสอบถามได้ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสอบถามในแบบสอบถามและบันทึกข้อมูลลงในแบบสอบถาม โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน



## 6. การประมวลผลข้อมูล

หลังจากการรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วและได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ไปดำเนินการลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถาม จากนั้นคัดลอกรหัสที่ลงเรียบร้อยแล้วลงในแบบฟอร์มการลงรหัส (General Coding Form) เพื่อนำข้อมูลไปบันทึกลงแผ่น Disk นำข้อมูลที่ได้นั้นบันทึกลงแผ่น Disk ไปประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

## 7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ความถี่ และร้อยละในการอธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการกรองสถานการณ์ ทักษะคิดและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรายการ นอกจากนี้ก็จะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ในการอธิบายการเปิดรับชมรายการ ทักษะคิดและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

2. สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน

- สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการกับทัศนคติของประชาชน

- สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการกับความต้องการของประชาชน

- สมมติฐานที่ 3 ทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของประชาชนกับความต้องการของประชาชน

- สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับรายการสามารถอธิบายความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการรองสถานการณืได้มากที่สุด ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรใดอธิบายความต้องการได้มากที่สุด



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ ทักษะคิด และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์” ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบาย

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้
2. การเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ของกลุ่มตัวอย่าง
3. ทักษะคิดของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
4. ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับทักษะคิดของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับรายการกรองสถานการณ์มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 3 ทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับรายการสามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้มากที่สุด ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

### 1. การวิเคราะห์ด้านลักษณะทางประชากร

#### ตารางที่ 1

แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	194	48.5
หญิง	204	51.0
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.0 และ 48.5 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 2

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 25 ปี	64	16.0
26 – 33 ปี	111	27.8
34 – 41 ปี	114	28.5
42 - 49 ปี	53	13.3
<b>50 ปีขึ้นไป</b>	58	14.5
<b>รวม</b>	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 34 – 41 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 26 – 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.8 คน และช่วงอายุที่มีน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุระหว่าง 42 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 3

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	62	15.5
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	96	24.0
พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	128	32.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	49	12.3
รับจ้าง	25	6.3
แม่บ้าน	28	7.0
อื่น ๆ	10	2.5
ไม่ตอบ	2	0.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท หรือ ห้างร้านเอกชนคิดเป็น ร้อยละ 32 รองลงมา คือ อาชีพรับราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



#### ตารางที่ 4

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย ,ปวช. หรือเทียบเท่า	25	6.3
อนุปริญญา , ปวส. ,ปวท. หรือเทียบเท่า	34	8.5
ปริญญาตรี	300	75.0
สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.3 และกลุ่มที่มีน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ,ปวช. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 6.3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 5

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	46	11.5
5,001 – 10,000 บาท	59	14.8
10,001 – 15,000 บาท	130	32.5
15,001 – 20,000 บาท	127	31.8
มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	38	9.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.5

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2. การวิเคราะห์การเปิดรับชมรายการกรองสถานการณ์

ข้อมูลนี้เป็นผลจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการกรองสถานการณ์ เพื่อศึกษาการเปิดรับชมรายการว่า กลุ่มตัวอย่างชมรายการบ่อยครั้งเพียงใด ใช้ระยะเวลาในการชมรายการมากน้อยเพียงใด มีเหตุผลสำคัญอย่างไรในการเลือกชมรายการ มีพฤติกรรมในการรับชมอย่างไร สนใจประเด็นการสนทนาในเรื่องใด สนใจช่วงรายการประเภทไหน และเคยมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นผ่านทางรายการหรือไม่ โดยประเมินจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ตั้งแต่ข้อ 6 – 12 จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ ได้ผลการวิจัย ดังนี้

### ตารางที่ 6

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการชมรายการกรองสถานการณ์

ความบ่อยครั้งในการชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ชมทุกครั้ง (5 ครั้ง/สัปดาห์)	9	2.3
ชมบ่อยมาก (4 ครั้ง/สัปดาห์)	37	9.3
ชมบ่อย (3 ครั้ง/สัปดาห์)	127	31.8
ชมบ้างนาน ๆ ครั้ง (2 ครั้ง/สัปดาห์)	141	35.3
ไม่ค่อยได้ชม (1 ครั้ง/สัปดาห์)	86	21.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ส่วนใหญ่จะชมรายการบ้างนาน ๆ ครั้ง (ประมาณ 2 ครั้งต่อสัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมา คือ ชมบ่อย (ประมาณ 3 ครั้งต่อสัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 31.8 และน้อยที่สุด คือ ชมทุกครั้ง (5 ครั้งต่อสัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 2.3

### ตารางที่ 7

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการชมรายการ  
กรองสถานการณ์

ระยะเวลาในการชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 45 – 60 นาที	20	5.0
มากกว่า 30 – 45 นาที	121	30.3
มากกว่า 15 – 30 นาที	154	38.5
มากกว่า 5 – 15 นาที	84	21.0
น้อยกว่า 5 นาที	21	5.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการชมรายการกรองสถานการณ์มากกว่า 15 – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา คือ ชมรายการมากกว่า 30 – 45 นาที คิดเป็นร้อยละ 30.3 และน้อยที่สุดคือ ใช้เวลามากกว่า 45 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 5.0

เมื่อนำผลการวิจัยในส่วนของการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์มาจัดระดับ แบ่งเป็นการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ 5 ระดับ คือ ต่ำ ต่ำมาก ปานกลาง สูง และสูงมาก ตามเกณฑ์การแบ่งการเปิดรับรายการที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 ปรากฏผลดังตารางที่ 8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 8

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการเปิดรับรายการของประชาชน  
ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

ระดับการเปิดรับกรองสถานการณ์	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำมาก	126	31.5
ต่ำ	156	39.0
ปานกลาง	75	18.8
สูง	36	9.0
สูงมาก	7	1.8
รวม	400	100.0

ค่าเฉลี่ยโดยรวม ( $\bar{X}$ ) = 2.11 (การเปิดรับต่ำ)

จากตารางที่ 8 พบว่า ส่วนใหญ่มีการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ต่ำ คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาเป็นกลุ่มที่เปิดรับชมรายการต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 31.5 และน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่เปิดรับชมรายการกรองสถานการณ์สูงคิดเป็นร้อยละ 1.8

สรุปโดยรวมจากค่าเฉลี่ยโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ต่ำ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 9

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกชม  
รายการกรองสถานการณ์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ชมเพื่อให้ได้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานและชีวิตประจำวัน	133	33.3
ชมเพื่อนำเรื่องราวจากรายการไปสนทนากับผู้อื่น	35	8.8
ชมเพราะเป็นรายการที่น่าสนใจ	145	36.3
ชมเพราะช่วงเวลาออกอากาศสอดคล้องกับเวลาของผู้ชม	39	9.8
ชมเพื่อเป็นการฆ่าเวลา/แก้เหงา	33	8.3
ชมเพราะชอบรูปแบบการนำเสนอ	7	1.8
ชมเพราะต้องการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	1	0.3
อื่น ๆ	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับชมรายการกรองสถานการณ์เพราะเห็นว่าเป็นรายการที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมา เพื่อให้ได้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานและชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ เหตุผลในการตัดสินใจเลือกชมรายการกรองสถานการณ์เพราะต้องการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 0.3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ตารางที่ 10

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมในการชม  
รายการกรองสถานการณ์

พฤติกรรมชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจชมตลอดรายการ	71	17.8
ชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ	253	63.3
ชมเพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับเรื่องอะไร	58	14.5
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	18	4.5
อื่น ๆ	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ส่วนใหญ่มักจะชมรายการเฉพาะประเด็นที่ตนสนใจ คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา คือ ตั้งใจชมตลอดรายการ คิดเป็นร้อยละ 17.8 , ชมเพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับเรื่องอะไร คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ และน้อยที่สุด คือ เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 4.5 เป็นที่น่าสังเกตว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งหนึ่งมีพฤติกรรมในการชมรายการเฉพาะประเด็นที่สนใจ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 11

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหัวข้อการสนทนาในรายการที่กลุ่มตัวอย่าง  
ให้ความสนใจ

หัวข้อการสนทนาในรายการ	จำนวน	ร้อยละ
การเมือง	116	29.0
อาชญากรรม	35	8.8
เศรษฐกิจ	92	23.0
การศึกษา	25	6.3
สังคม	69	17.3
สาธารณสุข	11	2.8
แรงงาน	10	2.5
วิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี	10	2.5
วัยรุ่น	26	6.5
อื่น ๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ส่วนใหญ่สนใจหัวข้อการสนทนาในเรื่องเกี่ยวกับการเมือง คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาได้แก่ หัวข้อเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.0 , สังคม คิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนหัวข้อการสนทนาที่ได้รับความสนใจน้อยที่สุดคือ หัวข้ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.5 เช่น ปัญหาชายแดน ปัญหาที่ดินทำกิน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 12

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจประเภทของช่วงรายการ

ความสนใจประเภทของช่วงรายการ กรองสถานการณ์	จำนวน	ร้อยละ
จับกระแสข่าว	111	27.8
ช่วงสนทนา	277	69.3
ช่วงตอบคำถามผู้ชมที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการ	9	2.3
ไม่ตอบ	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจช่วงรายการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาได้แก่ ช่วงจับกระแสข่าว คิดเป็นร้อยละ 28 และช่วงตอบคำถามผู้ชมที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการ คิดเป็นร้อยละ 2.3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 13**

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีส่วนร่วมในการโทรศัพท์เข้าไป  
แสดงความคิดเห็นในรายการกรองสถานการณ์

การโทรศัพท์เข้าไปร่วมแสดง ความคิดเห็นในรายการ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	36	9.0
ไม่เคย	364	91.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยโทรศัพท์เข้าไปร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการกรองสถานการณ์ คิดเป็นร้อยละ 91.0 และเคยโทรศัพท์เข้าไปร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3. การวิเคราะห์ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

การศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ จะเป็นการจำแนกความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบรายการ เนื้อหา การนำเสนอรายการ และองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ประเด็นปัญหา แยกรับเชิญ และผู้ดำเนินรายการ ประเมินจากแบบสอบถามในตอนต้นที่ 3 ตั้งแต่ข้อ 13 – 29 จำนวนทั้งหมด 17 ข้อ ซึ่งการประเมินความคิดเห็นจะมี 5 ระดับด้วยกัน คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

#### ตารางที่ 14

แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

ทัศนคติ	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ทัศนคติ
1. เป็นรายการที่เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย	17 (4.3)	230 (57.6)	117 (29.3)	36 (9.0)	-	400 (100)	3.57	ดี
2. ประเด็นที่นำมาเสนอ น่าสนใจ	62 (15.5)	308 (77.0)	30 (7.5)	-	-	400 (100)	4.08	ดี
3. เป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม โดยเฉพาะประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชน	135 (33.8)	228 (57.0)	35 (8.8)	2 (0.5)	-	400 (100)	4.24	ดี
4. เนื้อหาของรายการเจาะลึกทำให้เข้าใจประเด็นต่างๆ ที่นำเสนอได้อย่างชัดเจน	73 (18.3)	257 (64.3)	65 (16.3)	5 (1.3)	-	400 (100)	4.00	ดี
5. เป็นรายการที่สะท้อนสถานการณ์ความเคลื่อนไหวในสังคมได้ดี	81 (20.3)	244 (61.0)	71 (17.8)	4 (1.0)	-	400 (100)	4.01	ดี
6. ข้อมูลที่ได้จากรายการสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการอ้างอิงได้	46 (11.5)	198 (49.5)	147 (36.8)	9 (2.3)	-	400 (100)	3.07	เป็น กลาง

**ตารางที่ 14 (ต่อ)**

ทัศนคติ	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ทัศนคติ
7. รูปแบบและเนื้อหาของรายการ ช่วยให้ประชาชนเปิดโลกทัศน์ ได้กว้างขึ้นในแง่มุมที่ต่าง ทัศนะจากผู้ร่วมรายการ	172 (43.0)	203 (50.8)	24 (6.0)	1 (0.3)	-	400 (100)	4.37	ดี
8. เป็นรายการที่ช่วยพัฒนาความ คิดของประชาชนในส่วน ที่เกี่ยวข้องกับข่าวสาร บ้านเมือง	169 (42.3)	199 (49.8)	29 (7.3)	3 (0.8)	-	400 (100)	4.33	ดี
9. นำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับผู้อื่นได้	122 (30.5)	216 (54.0)	60 (15.0)	2 (0.5)	-	400 (100)	4.15	ดี
10. เสริมย้ำ ความเชื่อ และความคิด ของตนเอง	13 (3.3)	144 (36.0)	137 (34.3)	82 (20.5)	24 (6.0)	400 (100)	3.10	เป็น กลาง
11. เพิ่มมุมมองในการวิเคราะห์ สถานการณ์ เหตุการณ์ ปัญหา ต่าง ๆ	167 (41.8)	215 (53.8)	18 (4.5)	-	-	400 (100)	4.37	ดี
12. การสรุปประเด็นของผู้ดำเนิน รายการช่วยเพิ่มความเข้าใจ มากยิ่งขึ้น	57 (14.3)	301 (75.3)	39 (9.8)	3 (0.8)	-	400 (100)	4.03	ดี
13. ข้อซักถาม การเปิดประเด็น ของผู้ดำเนินรายการชัดเจน ไม่คลุมเครือ	21 (5.3)	282 (70.5)	87 (21.8)	10 (2.5)	-	400 (100)	3.79	ดี
14. การสรุปประเด็นของผู้ดำเนิน รายการชัดเจน ไม่คลุมเครือ	21 (5.3)	287 (71.8)	88 (22.0)	3 (0.8)	1 (0.3)	400 (100)	3.81	ดี
15. แกรับเชิญที่นำมาร่วมรายการ น่าสนใจ	16 (4.0)	331 (82.8)	49 (12.3)	4 (1.0)	-	400 (100)	3.90	ดี



ตารางที่ 14 (ต่อ)

ทัศนคติ	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ทัศนคติ
16. ผู้ดำเนินรายการมีความเป็น กลาง								
ก. คุณอดิศักดิ์ ศรีสม	77 (19.3)	269 (67.3)	54 (13.5)	-	-	400 (100)	4.06	ดี
ข. คุณสมฤทธิ ลือชัย	65 (16.3)	251 (62.8)	81 (20.3)	3 (0.8)	-	400 (100)	3.94	ดี
17. ผู้ดำเนินรายการให้เกียรติแขก รับเชิญ								
ก. คุณอดิศักดิ์ ศรีสม	111 (27.8)	254 (63.5)	35 (8.8)	-	-	400 (100)	4.19	ดี
ข. คุณสมฤทธิ ลือชัย	104 (26.0)	237 (59.3)	59 (14.8)	-	-	400 (100)	4.11	ดี

ค่าเฉลี่ยโดยรวม  $\bar{X} = 3.99$  (ทัศนคติดี)

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีในเชิงบวกต่อรายการกรองสถานการณ์คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.99 จากข้อความที่เป็นตัวชี้วัดทัศนคติทั้งสิ้น 17 ข้อ โดยหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีในเชิงบวกต่อรายการกรองสถานการณ์สูงสุด 3 อันดับแรกตามลำดับคือ หัวข้อที่ 7 และ 11 , 8 และ 3 โดยอันดับแรกมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.37 ได้แก่ รูปแบบและเนื้อหาของรายการช่วยให้ประชาชนเปิดโลกทัศน์ได้กว้างขึ้นในแง่มุมที่ต่างทัศนะจากผู้ร่วมรายการ และเพิ่มมุมมองในการวิเคราะห์สถานการณ์ เหตุการณ์ ปัญหาต่าง ๆ ส่วนอันดับ 2 และ 3 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า เป็นรายการที่ช่วยพัฒนาความคิดของประชาชนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารบ้านเมือง และเป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม โดยเฉพาะประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชน มีค่าเฉลี่ยที่ 4.33 และ 4.24 ตามลำดับ

สำหรับข้อที่จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนคติที่เป็นกลางต่อรายการกรองสถานการณ์ คือ ข้อ 10 และ 6 ที่ว่า เนื้อหาจากรายการกรองสถานการณ์ช่วยเสริมสร้างความเชื่อ ความคิดของตนเอง และข้อมูลที่ได้จากรายการสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการอ้างอิงได้ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.10

และ 3.07 ตามลำดับ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก และเป็นที่น่าสังเกตว่า ข้อมูลที่ได้จากรายการสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการอ้างอิงได้นั้นมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุด

และเมื่อนำผลของการวิจัยในส่วนของทัศนคติที่มีต่อรายการรองสถานการณ์มาจัดระดับเป็น 5 ระดับ คือ มีทัศนคติที่ไม่ดีมาก มีทัศนคติไม่ดี มีทัศนคติเป็นกลาง มีทัศนคติที่ดี และมีทัศนคติที่ดีมาก ตามเกณฑ์การแบ่งทัศนคติที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 ดังปรากฏในตารางที่ 15



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 15

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อ  
รายการรองสถานการณ์และค่าเฉลี่ยของทัศนคติ

ระดับทัศนคติที่มีต่อรายการรองสถานการณ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ดีมาก	0	0.0
ไม่ดี	0	0.0
เป็นกลาง	36	9.0
ดี	338	84.5
ดีมาก	26	6.5
รวม	400	100.0

ค่าเฉลี่ยโดยรวม (  $\bar{X}$  ) = 3.99 (ทัศนคติดี)

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งหนึ่ง มีทัศนคติที่ดี (บวก) ต่อรายการรองสถานการณ์ ร้อยละ 84.5 รองลงมา คือ มีทัศนคติที่เป็นกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.0 และน้อยที่สุด คือ มีทัศนคติที่ดีมากต่อรายการรองสถานการณ์ คิดเป็นร้อยละ 6.5

โดยสรุปจากค่าเฉลี่ยโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อรายการรองสถานการณ์

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4 การวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

การศึกษาความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์นั้น จะเป็นการศึกษาถึงความต้องการในด้านรูปแบบการนำเสนอ เนื้อหา ช่วงเวลา ระยะเวลาการออกอากาศ ผู้ร่วมรายการและผู้ดำเนินรายการ โดยประเมินจากแบบสอบถามตอนที่ 4 ตั้งแต่ข้อ 30 – 39 จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

##### ตารางที่ 16

แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

ความต้องการ	ต้องการอย่างยิ่ง	ต้องการ	เฉย ๆ	ไม่ต้องการ	ไม่ต้องการอย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการ
1. ทราบข้อเท็จจริงของปัญหา มากยิ่งขึ้นจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยประสบปัญหามาก่อน	140 (35.0)	224 (56.0)	34 (8.5)	2 (0.5)	-	400 (100)	4.25	สูง
2. ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงและเชื่อถือได้	68 (17.0)	240 (60.0)	91 (22.8)	1 (0.3)	-	400 (100)	3.94	สูง
3. การเสนอแนวทางในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นมาอีก	185 (46.3)	198 (49.5)	16 (4.0)	1 (0.3)	-	400 (100)	4.42	สูง
4. ให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ	47 (11.8)	270 (67.5)	79 (19.8)	4 (1.0)	-	400 (100)	3.90	สูง
5. ผู้ร่วมรายการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม	10 (2.5)	151 (37.8)	181 (45.3)	51 (2.8)	7 (1.8)	400 (100)	3.26	ปานกลาง
6. การจัดรายการให้น่าสนใจกว่าปัจจุบัน	44 (11.0)	279 (69.8)	69 (17.3)	8 (2.0)	-	400 (100)	3.90	สูง

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ความต้องการ	ต้อง การ อย่าง ยิ่ง	ต้อง การ	เฉย ๆ	ไม่ ต้อง การ	ไม่ ต้อง การ อย่าง ยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ความ ต้องการ
7. เนื้อหา ประเด็น เหตุการณ์ที่ นำมาเป็นหัวข้อในการ สนทนามีความหลากหลาย และคนส่วนใหญ่สนใจ	95 (23.8)	252 (63.0)	38 (9.5)	15 (3.8)	-	400 (100)	4.07	สูง
8. การปรับปรุงช่วงเวลาการออก อากาศจาก 20.30 น.– 21.30น. เป็นเวลาอื่น	12 (3.0)	25 (6.3)	71 (17.8)	243 (60.8)	49 (12.3)	400 (100)	2.27	น้อย
9. การลดเวลาในการออกอากาศ	1 (0.3)	6 (1.5)	80 (20.0)	235 (58.8)	78 (19.5)	400(1 00)	2.04	น้อย
10. เปลี่ยนผู้ดำเนินรายการ ก. คุณอติศักดิ์ ศรีสม	3 (0.8)	7 (1.8)	108 (27.0)	215 (53.8)	67 (16.8)	400 (100)	2.16	น้อย
ข. คุณสมฤทธิ์ ลือชัย	3 (0.8)	3 (0.8)	128 (32.0)	231 (57.8)	35 (8.8)	400 (100)	2.27	น้อย

ค่าเฉลี่ยโดยรวม  $\bar{X} = 3.32$  (ความต้องการปานกลาง)

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการการปรับปรุงรายการกรอง  
สถานการณ์ในแง่เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอในระดับปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.32 โดย  
หัวข้อที่จัดอยู่ในความต้องการที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ทางบวกสูง 3 อันดับแรกคือ หัวข้อที่  
3 , 1 และ 7 ได้แก่ ความต้องการการเสนอแนะแนวทางในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้น  
มาอีก , ต้องการทราบข้อเท็จจริงของปัญหามากยิ่งขึ้นจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยประสบปัญหา  
มาก่อน และ เนื้อหา ประเด็น เหตุการณ์ที่นำมาเป็นหัวข้อในการสนทนามีความหลากหลายและคน  
ส่วนใหญ่สนใจ ค่าเฉลี่ยที่ 4.42 , 4.25 และ 4.07 ตามลำดับ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมาก  
นัก ส่วนหัวข้อที่ 8 – 10 นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีการปรับปรุงรายการกรอง  
สถานการณ์น้อย โดยเฉพาะ หัวข้อที่ 9 การลดเวลาในการออกอากาศ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มี

ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.04 จัดเป็นผลทางบวกต่อความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

เมื่อนำผลการวิจัยในส่วนของความต้องการที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์มาจัดระดับแบ่งเป็นความต้องการ 5 ระดับ คือ น้อยมาก น้อย ปานกลาง สูง และสูงมาก ตามเกณฑ์การแบ่งความต้องการที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 ดังปรากฏในตารางที่ 17



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ตารางที่ 17

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ  
รายการรองสถานการณ์

ระดับความต้องการที่มีต่อรายการรองสถานการณ์	จำนวน	ร้อยละ
สูงมาก	4	1.0
สูง	95	23.8
ปานกลาง	299	74.8
น้อย	2	0.5
น้อยมาก	0	0.0
รวม	400	100.0

ค่าเฉลี่ยโดยรวม (  $\bar{X}$  ) = 3.32 (ความต้องการปานกลาง)

จากตารางที่ 17 พบว่า ความต้องการในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง รูปแบบ เนื้อหา การนำเสนอ ผู้ร่วมรายการ ผู้ดำเนินรายการ และเวลาในการออกอากาศของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการรองสถานการณ์มีอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมาคือ ต้องการสูง คิดเป็นร้อยละ 23.8 , ต้องการสูงมาก คิดเป็นร้อยละ 1 และต้องการน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

สรุป โดยรวมจากค่าเฉลี่ยโดยรวม พบว่า ความต้องการในรูปแบบ เนื้อหา การนำเสนอ ผู้ร่วมรายการ ผู้ดำเนินรายการ และเวลาในการออกอากาศของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการรองสถานการณ์ อยู่ในระดับปานกลางและเป็นความต้องการในทางบวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการรองสถานการณ์

ศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของประชาชนที่มีต่อรายการรองสถานการณ์ โดยประเมินจากแบบสอบถามตอนที่ 5 ตั้งแต่ข้อ 40 - 41 ผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

### ตารางที่ 18

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจในประเด็นปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะความคิดเห็น

ความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ปัญหาการเมือง	121	30.3
2. ปัญหาเศรษฐกิจ	99	24.8
3. ปัญหายาเสพติด	49	12.2
4. ปัญหาวัยรุ่น	41	10.2
5. ปัญหาครอบครัว	27	6.8
6. ปัญหาการศึกษา	23	5.8
7. ปัญหาแรงงาน	18	4.5
8. ปัญหาอื่น ๆ	8	2
9. ปัญหาคนชรา	5	1.25
10. ปัญหาสาธารณสุข	4	1
11. ปัญหาโสเภณี	3	0.7
12. ปัญหาเด็กเร่ร่อน	2	0.5

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจต่อประเด็นปัญหาการเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมา ได้แก่ ปัญหาเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.8 ซึ่งมีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันนัก ส่วนประเด็นปัญหาที่ประชาชนให้ความสนิใจน้อยที่สุด คือ ปัญหาเด็กเร่ร่อน คิดเป็นร้อยละ 0.5

### ตารางที่ 19

แสดงจำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อเสนอแนะที่มีต่อ  
รายการกรองสถานการณ์

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	297	74.2
2. จัดรูปแบบการนำเสนอรายการให้น่าสนใจมากขึ้น	27	6.7
3. ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแก้ไขปัญหาโดยลงมือปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมมากกว่าพูด	17	4.2
4. เจาะประเด็นปัญหาให้ลึกกว่าเดิม	15	3.7
5. หัวข้อการสนทนาควรสอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจของประชาชน โดยเฉพาะประเด็นที่กำลังเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ หรือปรากฏเป็นข่าว	12	3
6. เพิ่มเวลาในช่วงคำถามทางโทรศัพท์ที่ประชาชนโทรเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น	10	2.5
7. ให้ทำรายการนี้ต่อไป เพราะโดยภาพรวมดีอยู่แล้ว	8	2
8. ให้รายการนำเสนอทุกประเด็นปัญหา เพราะทุกปัญหามีความสำคัญพอ ๆ กัน	6	1.5
9. เพิ่มประเด็นทางด้านเศรษฐกิจให้มากยิ่งขึ้น	5	1.2
10. เพิ่มเนื้อหาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้มากขึ้น	3	0.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 74.2 ไม่เสนอแนะความเห็นเพิ่มเติมซึ่งมีจำนวนเกินกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง แต่ที่เสนอแนะความคิดเห็นมีเพียงร้อยละ 25.8 ซึ่งข้อเสนอแนะที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ การจัดรูปแบบการนำเสนอรายการให้น่าสนใจมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 6.7 รองลงมาได้แก่ ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแก้ไขปัญหาลงมือปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมมากกว่าการพูด และ เจาะประเด็นปัญหาให้ลึกกว่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 4.2 , 3.7 และ ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

**สมมติฐานที่ 1** : การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานีการณ

### ตารางที่ 20

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับรายการกับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานีการณ

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับ การเปิดรับรายการ	P
ทัศนคติ	400	0.48*	0.000

\*P < 0.05

จากตารางที่ 20 พบว่า การเปิดรับรายการกรองสถานีการณมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อรายการกรองสถานีการณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับรายการกรองสถานีการณมาก จะเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีในทางบวกต่อรายการกรองสถานีการณ แต่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับปานกลางคือ 0.48 ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงอยู่ในระดับปานกลาง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมติฐานที่ 2** : การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

### **ตารางที่ 21**

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับรายการกับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับ การเปิดรับรายการ	P
ความต้องการ	400	0.013	0.794

จากตารางที่ 21 พบว่า การเปิดรับรายการไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กล่าวคือ ไม่ว่าประชาชนจะเปิดรับรายการมากหรือน้อยก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

**สมมติฐานที่ 3:** ทศนคติของประชาชนมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

### ตารางที่ 22

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติกับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับทศนคติ	P
ความต้องการ	400	0.0848	0.090

จากตารางที่ 22 พบว่า ทศนคติไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กล่าวคือ ไม่ว่าประชาชนจะมีทศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อรายการก็ไม่มี ความเกี่ยวข้อง กับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**สมมติฐานที่ 4 :** การเปิดรับรายการสามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้มากที่สุด

### ตารางที่ 23

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ของการเปิดรับรายการเป็นตัวแปรที่อธิบายความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบ		T	P
	B	Beta		
1. การเปิดรับรายการ	-.0118	-.0367	-0.642	.521
2. ทักษะคดี	.0935	.1026	1.794	.074
ค่าคงที่	2.2689		15.421	.000

จากตารางที่ 23 พบว่า การเปิดรับรายการไม่สามารถอธิบายความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้ เนื่องจากเมื่อพิจารณาความสามารถในการอธิบายความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ไม่พบความสัมพันธ์ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับรายการ ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการกับทักษะคิดของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการกับความต้องการของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดกับความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์
5. เพื่อศึกษาว่าตัวแปรใดสามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้มากที่สุด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One – Shot Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ร้อยละและค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา การเปิดรับ รายการ ทักษะคิดและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ ส่วนการ ทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ และใช้การ วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## สรุปผลการวิจัย

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก นอกจากนี้ประชาชนส่วนใหญ่ที่ชมรายการมีอายุระหว่าง 34 – 41 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือห้างร้านเอกชน โดยเฉลี่ยมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท

#### ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับชมรายการกรองสถานการณ์ในลักษณะชมบ้างนาน ๆ ครั้ง (ประมาณ 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์) ส่วนมากใช้ระยะเวลาในการเปิดรับรายการแต่ละครั้งมากกว่า 15 – 30 นาที เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกรับชมรายการกรองสถานการณ์ของกลุ่มตัวอย่างก็เพราะเห็นว่าเป็นรายการที่น่าสนใจ และกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างชมรายการเฉพาะประเด็นที่ตนเองสนใจ สำหรับหัวข้อการสนทนาที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุดคือ การเมือง นอกจากนี้ยังให้ความสนใจประเภทของช่วงรายการสนทนา (การสนทนา ชักถามระหว่างผู้ดำเนินรายการกับแขกรับเชิญ) มากเกินกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง ขณะที่มากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างไม่เคยโทรศัพท์เข้าไปในรายการเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็น

#### ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีในเชิงบวกต่อรายการกรองสถานการณ์ในความคิดที่ว่า รายการนี้เป็นรายการที่เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย , ประเด็นที่นำมาเสนอน่าสนใจ , เป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมโดยเฉพาะประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชน , เนื้อหาของรายการเจาะลึกทำให้เข้าใจประเด็นต่าง ๆ ที่นำมาเสนอได้อย่างชัดเจน , รูปแบบและเนื้อหาของรายการช่วยให้ประชาชนเปิดโลกทัศน์ได้กว้างขึ้นในแง่มุมที่ต่างทัศนะจากผู้ร่วมรายการ , เป็นรายการที่ช่วยพัฒนาความคิดของประชาชนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารบ้านเมือง , นำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นได้ , เพิ่มมุมมองในการวิเคราะห์เหตุการณ์ สถานการณ์ ปัญหาต่าง ๆ , การสรุปประเด็นของผู้ดำเนินรายการช่วยเพิ่มความเข้าใจมากยิ่งขึ้น , ข้อซักถาม การเปิดประเด็น

ของผู้ดำเนินรายการชัดเจน ไม่คลุมเครือ , การสรุปประเด็นของผู้ดำเนินรายการชัดเจน ไม่คลุมเครือ , แกรับเชิญที่นำมาร่วมรายการน่าสนใจ , ผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกลาง ทั้งคุณดิสคัต์ ศรีสม และคุณสมฤทธิ ลือชัย , ผู้ดำเนินรายการให้เกียรติแก่กรับเชิญ ทั้งคุณดิสคัต์ ศรีสม และคุณสมฤทธิ ลือชัย สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเป็นกลางจะเห็นว่า ข้อมูลที่ได้จากรายการสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการอ้างอิงได้ และข้อมูล เนื้อหาของรายการช่วยเสริมย้ำความเชื่อ ความคิดของตนเอง สรุปโดยรวมแล้วจากค่าเฉลี่ย 3.99 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีทัศนคติที่ดีในเชิงบวกต่อรายการกรองสถานการณ์

#### ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

โดยเฉลี่ยแล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ชมรายการกรองสถานการณ์มีความต้องการในด้านการปรับปรุงรูปแบบ เนื้อหา การนำเสนอรายการสูง โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการทราบข้อเท็จจริงของปัญหามากยิ่งขึ้นจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยประสบปัญหามาก่อน , ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงและเชื่อถือได้ , การเสนอแนวทางในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นมาอีก , ต้องการให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ , การจัดรายการให้น่าสนใจกว่าปัจจุบัน และเนื้อหา ประเด็น เหตุการณ์ที่นำมาเสนอเป็นหัวข้อในการสนทนา มีความหลากหลาย และคนส่วนใหญ่สนใจ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการในระดับปานกลางพบว่า ต้องการผู้ร่วมรายการที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการน้อย พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการการปรับปรุงช่วงเวลาการออกอากาศจาก 20.30 น. – 21.30 น. เป็นเวลาอื่น , การลดเวลาในการออกอากาศ และการเปลี่ยนผู้ดำเนินรายการ คือ คุณดิสคัต์ ศรีสม และคุณสมฤทธิ ลือชัย สรุปโดยรวมแล้วจากค่าเฉลี่ย 3.32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

#### ตอนที่ 5 ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการปรับปรุงรายการกรองสถานการณ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจประเด็นปัญหาของบ้านเมืองในประเด็น ปัญหาการเมืองมากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรายการมากที่สุด คือ การจัดรูปแบบการนำเสนอรายการให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น , ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแก้ไขปัญหาโดยลงมือปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมมากกว่าการพูด , เจาะประเด็นปัญหาให้ลึกกว่าเดิม , หัวข้อสนทนาสอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจของประชาชน โดยเป็นประเด็นที่กำลังเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ หรือเป็นข่าว และเพิ่มเวลาในช่วงคำถามทางโทรศัพท์ที่ประชาชนโทรเข้ามาแสดงความคิดเห็น

## 2. การทดสอบสมมติฐาน

### สมมติฐานที่ 1

การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ จากผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

### สมมติฐานที่ 2

การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ จากผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับรายการไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

### สมมติฐานที่ 3

ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ จากผลการวิจัยพบว่า

ทัศนคติไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

### สมมติฐานที่ 4

การเปิดรับรายการ สามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้มากที่สุด จากผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับรายการ ไม่สามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

## อภิปรายผลการวิจัย

### สมมติฐานที่ 1

การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถาน  
การณ์

ผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของประชาชนที่มี  
ต่อรายการกรองสถานการณ์ ในด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ เนื้อหาของรายการ ระยะเวลาใน  
การออกอากาศ ผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไป  
ตามสมมติฐานที่ 1 (ตามตารางที่ 15) กล่าวคือ การที่ประชาชนมีการเปิดรับมาก ทำให้มีทัศนคติ  
ที่ดีตามไปด้วย ดังนั้นการที่ประชาชนจะมีทัศนคติที่ดีต่อรายการกรองสถานการณ์จึงเป็นไปได้สูง  
เพราะเนื้อหา หรือรูปแบบของรายการอาจจะไปสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิมได้เป็นอย่างดี ทำให้  
ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อรายการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชาร์ล อัทคิน และคอลิน เซอร์รี่  
(Charles K. Atkin and Colin Cherry) ที่ว่า การที่บุคคลเปิดรับข่าวสารมากเท่าใด บุคคลนั้นก็จะ  
มีความรู้และทัศนคติที่สอดคล้องมากขึ้นเท่านั้น

ผลงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภารักษ์ จุตระกูล (2537 : 125) ที่วิจัยเรื่อง  
พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภท  
เพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า  
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว โปสเตอร์ งานนิทรรศการมีความสัมพันธ์  
กับทัศนคติ งานวิจัยของ พิระนันท์ บุรณะโสภณ (2537 : 112) เรื่อง พฤติกรรมกรเปิดรับสาร  
ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขต  
กรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม  
จากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ และนิตยสาร และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทการจัดนิทรรศการมี  
ความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารกับการเข้าร่วมในโครงการ  
เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริของเกษตรกรในเขตอำเภอเก้าเลี้ยว จ.นครสวรรค์ ของ ดวง  
หทัย วงษ์ราช (2542 : 70 – 108) ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราช  
ดำริจากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราช  
ดำริ อีกทั้งงานวิจัยของ ฐัทธนา แสงอร่าม (2542 : 112) เรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการ  
นํ้าประปาดื่มได้” ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรบริโภคนํ้าดื่มของประชาชนในเขต  
กรุงเทพมหานคร ยังพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการนํ้าประปาดื่มได้” มีความ  
สัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคนํ้าประปา โดยประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะ



กิจ ประเภทสติ๊กเกอร์ หนังสือ คู่มือ วารสาร “น้ำก๊อก” เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปา นครหลวง กิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการน้ำประปาดื่มได้ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธวัชชัย พานิชยากรณ์ (2539 : 111) วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติ กรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายสารสนเทศห้อง สมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุฬาลิเนต) ของนิสิตและบุคลากรภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยพบ ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเครือข่ายจุฬาลิเนตของอาจารย์ นิสิต และนักวิชาการในจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายจุฬาลิเนตของอาจารย์และนักวิชา การภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สมมติฐานที่ 2

การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ ผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับรายการไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ กล่าวคือ ไม่ว่าประชาชนจะเปิดรับรายการมาก หรือน้อยก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีระดับการเปิดรับรายการในระดับต่ำและ สูงไม่แตกต่างกันนัก ในขณะที่ความต้องการที่จะให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรายการมีสูง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะมีปัจจัยหรือตัวแปรอื่นเข้ามามีอิทธิพลทำให้ประชาชนมีระดับการเปิดรับรายการที่ไม่ แตกต่างกันมากนัก เช่น ช่วงเวลาการออกอากาศที่ตรงกับช่วงละคร หรือความสนใจเฉพาะต่อ ประเด็นปัญหาที่แตกต่างกัน โดยจะสังเกตเห็นได้จากผลงานวิจัยพบว่า ประชาชนเปิดรับรายการ กรองสถานการณ์ด้วยเหตุผลสำคัญคือ ชมเพราะเป็นรายการที่น่าสนใจ และชมเพื่อให้ได้ความรู้ที่ เป็นประโยชน์ต่อการทำงานและชีวิตประจำวัน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าประชาชนส่วนใหญ่ที่เปิดรับชม รายการกรองสถานการณ์ก็เพราะสนใจในประเด็น ปัญหา เหตุการณ์ เนื้อหารูปแบบรายการที่ทาง รายการนำเสนอและต้องการที่จะนำเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร จากการสนทนาในรายการไปใช้ให้เกิด ประโยชน์ต่อหน้าที่การงาน และชีวิตประจำวัน ในขณะที่ความต้องการของประชาชนที่มีต่อราย การกรองสถานการณ์นั้นต้องการที่จะให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรายการอย่างมาก ซึ่งความ ต้องการที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปเพียงเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล เพื่อสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับตน เอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแมคควอล (Mc Quial , 1987 : 73) ที่กล่าวถึงความต้องการของผู้ รับสารว่า ต้องการข่าวสารสารสนเทศเพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่ อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก เพื่อแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติหรือความ

คิดเห็นในการตัดสินใจ สอดคล้องกับแนวคิดของวิลเลียม อาร์. เอลเลียต และวิลเลียม แอล. โรเซนเบิร์ก (William R. Allis and William L. Rosenberg, 1987 : 679 – 687) เกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้รับสาร ซึ่งมีความเชื่อว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เป็นพฤติกรรมที่ปราศจากแรงจูงใจ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากความเคยชินเป็นนิสัยหรือเป็นไปโดยไม่ได้ตั้งใจมากกว่า ซึ่งกรณีนี้ผู้รับสารอาจบอกถึงแรงจูงใจในการเปิดรับรายการของเขาก็ได้ แต่การระบุถึงแรงจูงใจนั้นเป็นการอธิบายเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมากกว่าที่จะเป็นการพรรณนาถึงแรงจูงใจที่อยู่ภายใน และสอดคล้องกับแนวคิดของแม็คคอมบี้ และเบคเกอร์ (Mc Combs and Becker, 1979 : 51 –52) ที่กล่าวไว้ว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ ให้ทันสมัยและรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ความต้องการช่วยการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจ สนใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยหรือการสนทนา (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือ การสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมากหรือน้อยนั้น ไม่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์แต่อย่างใด หากแต่ความต้องการที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางจิตวิทยา ทำให้แต่ละบุคคลมีความต้องการในการใช้ข่าวสารสนองตอบความต้องการของตนเองด้วยเหตุผลที่ต่างกันไป นอกจากนี้การที่การเปิดรับรายการไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์อาจเป็นเพราะการที่บุคคลต้องการที่จะให้ผู้ผลิตรายการรายการนั้นไม่ได้เกิดจากการเปิดรับรายการแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญต่อการเกิดความต้องการในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรายการอีก เช่น การมีประสบการณ์โดยตรงต่อเรื่องนั้น ๆ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมด้านอื่น ๆ เข้ามามีอิทธิพล

### สมมติฐานที่ 3

ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรงสถานีการณ ผลการวิจัยพบว่า

ทัศนคติไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรงสถานีการณ กล่าวคือ ไม่ว่าประชาชนจะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อรายการกรงสถานีการณ ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรงสถานีการณ ทั้งนี้จากผลงานวิจัยพบว่า แม้ประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อรายการกรงสถานีการณอยู่แล้ว แต่ประชาชนก็ยังมีความต้องการในการปรับปรุงรายการกรงสถานีการณ ดังจะเห็นได้จากการที่ประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่ารายการกรงสถานีการณช่วยเพิ่มมุมมองในการวิเคราะห์สถานีการณ เหตุการณ ปัญหาต่าง ๆ และรูปแบบ เนื้อหาของรายการช่วยให้ประชาชนเปิดโลกทัศน์ได้กว้างขึ้นในแง่มุมที่ต่างทัศนะจากผู้ร่วมรายการดีแล้ว แต่ประชาชนก็ยังมีความต้องการที่จะทราบข้อเท็จจริงของปัญหามากยิ่งขึ้นจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยประสบปัญหามาก่อน และการเสนอแนะแนวทางในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นมาอีก (ดูจากตารางที่ 14 และ 16) ในขณะเดียวกันประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อผู้ดำเนินรายการ ประชาชนจึงไม่ต้องการที่จะให้มีการปรับเปลี่ยนผู้ดำเนินรายการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ ซิมบาโดและเอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen, อ้างถึงในพรทิพย์ บุญนิพัทธ์, 2531 : 49) ที่ว่า หากบุคคลมีความคิดว่าสิ่งใดดี (ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น) ก็จะมีความรู้สึกรู้สึกต่อสิ่งนั้น ๆ ว่าดี ฟังพอใจ เห็นด้วย จากนั้นก็จะมีแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เช่น มีความต้องการ และบุคคลจะมีการแสดงออกเป็นพฤติกรรมต่อสิ่งนั้น

ดังนั้นอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อรายการนั้นไม่ได้มีผลหรือความสัมพันธ์แต่อย่างใดต่อความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรงสถานีการณ แต่อาจเกิดจากมีตัวแปรอื่น ๆ ที่การวิจัยนี้ไม่ได้นำมาศึกษา แต่เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรงสถานีการณ เช่น ลักษณะทางประชากร ช่วงเวลาการออกอากาศ เนื้อหาของรายการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โบการ์ต (Bogart, 1965) ที่แนะนำนักวิจัยต่าง ๆ ไว้ให้ระวังในเรื่องตัวแปรสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ตารางเวลาของการทำงาน (Work Schedule) และการมีสื่ออยู่ใกล้ตัว (Availability of Certain Media) อาจมีอิทธิพลในการเป็นตัวกำหนด (Determinants) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) มากกว่าตัวแปรแรงจูงใจของบุคคล (Personal Motivations)

#### สมมติฐานที่ 4

การเปิดรับรายการสามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้มากที่สุด ผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับรายการไม่สามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 นั้น อาจเนื่องมาจาก ในสังคมมีสาระข่าวสารมากมาย บางอย่างบุคคลก็เลือกที่จะรับ และบางอย่างก็เลือกที่จะไม่รับ ซึ่งเรียกว่า การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เช่น การเลือกอ่านหนังสือพิมพ์บางเล่ม การเลือกฟังวิทยุบางสถานี การเลือกชมรายการโทรทัศน์บางรายการ และก็ไม่ใช่ว่าทุกสาระข่าวสารจากสื่อที่เลือกฟัง อ่าน หรือดูจะได้รับความสนใจ แต่จะมีการเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) เช่น เลือกให้ความสนใจสาระต่าง ๆ เกี่ยวกับประเด็น เหตุการณ์ หรือปัญหาที่สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและสนับสนุนทัศนคติที่อยู่ดั้งเดิม โดยการหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อของตนที่มีต่อประเด็นปัญหานั้น ๆ และเมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารใดแล้ว ก็เชื่อว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายข่าว (Selective Perception and Interpretation) ไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย สภาวะทางอารมณ์และจิตใจ จนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้าย คือ การเลือกจดจำ (Selective Relation) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง (Joseph T. Klapper, 1960 : 19 – 25) นั่นเอง

ดังนั้นอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า จากผลการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า การเปิดรับรายการไม่สามารถอธิบายความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ได้นั้น ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากตัวแปรตัวอื่นเข้ามามีอิทธิพลต่อการเปิดรับรายการทำให้การที่ประชาชนเปิดรับรายการมากหรือน้อยนั้น ไม่ได้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โบการ์ต (Bogart, 1965) ที่แนะนำนักวิจัยต่าง ๆ ไว้ให้ระวังในเรื่องตัวแปรสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ตารางเวลาของการทำงาน (Work Schedule) และการมีสื่ออยู่ใกล้ตัว (Availability of Certain Media) อาจมีอิทธิพลในการเป็นตัวกำหนด (Determinants) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) มากกว่าตัวแปรแรงจูงใจของบุคคล (Personal Motivations)

## ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับรายการกรองสถานการณ์โดยรวมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นผู้ผลิตรายการควรจะทำกรประชาสัมพันธ์รายการกรองสถานการณ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เพื่อแจ้งให้ประชาชนทราบว่าในแต่ละวันมีหัวข้อการสนทนาในรายการเกี่ยวกับเรื่องอะไร ประเด็นใด แกรับเชิญเป็นใคร ออกอากาศเวลาใด เพื่อประชาชนจะได้เกิดการตื่นตัว ให้ความสนใจ เปิดรับรายการมากขึ้น
2. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อรายการกรองสถานการณ์ ดังนั้นผู้ผลิตรายการจึงควรปรับปรุงเนื้อหาของรายการให้มีความหลากหลาย เนื้อหาของรายการจะลึกมากขึ้น และเพิ่มมุมมองในการวิเคราะห์สถานการณ์ เหตุการณ์ ปัญหาต่าง ๆ ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อรายการกรองสถานการณ์มากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การเปิดรับชมรายการกรองสถานการณ์มากขึ้น
3. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่ชมรายการกรองสถานการณ์ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการเจาะลึกเนื้อหา ประเด็น เหตุการณ์ที่นำมาเป็นหัวข้อในการสนทนามากขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรปรับปรุงเนื้อหาของรายการด้วยการเพิ่มการศึกษาหาข้อมูลในการอ้างอิง และตั้งคำถามให้เจาะลึกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในส่วนของประเด็นปัญหาที่ควรหามุมมองอื่น ๆ ในปัญหานั้น ๆ ที่ไม่ซ้ำกับรายการสนทนา/อภิปรายอื่นที่ได้นำเสนอไปแล้ว ซึ่งก็จะเป็นการช่วยเพิ่มความรู้ ความเข้าใจในข้อเท็จจริงของปัญหาให้กับประชาชนที่ชมรายการกรองสถานการณ์
4. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่ชมรายการกรองสถานการณ์ส่วนใหญ่ไม่โทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ ในขณะที่ประชาชนส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ดังนั้นทางผู้ผลิตรายการกรองสถานการณ์ควรกระตุ้นให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่มากขึ้น โดยใช้วิธีการจูงใจต่าง ๆ เช่น ใ้รางวัลกับผู้ชมที่บ้านที่โทรศัพท์เข้ามาร่วมตอบคำถามในรายการถูกต้องหรือตั้งประเด็นคำถามได้ดี เพื่อส่งเสริมให้มีพัฒนาการด้านความรู้สึกรักการคิด การแสดงออก และการไหลของข้อมูลข่าวสารแบบ 2 ทางมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยสะท้อนถึงคุณภาพทางความคิดของประชาชนในยุคสังคมข่าวสาร และสนองตอบความต้องการที่จะทราบข้อเท็จจริงของปัญหา และการเสนอแนะแนวทางในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นมาอีกอย่างแท้จริง



### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรจะมีการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการกรองสถานการณ์โดยละเอียดเพื่อนำมาประกอบกันในการพิจารณาทั้งในการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เพื่อให้ผลการวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และได้มุมมองที่แตกต่างกันด้วย อีกทั้งควรมีการศึกษาวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหาของรายการกรองสถานการณ์เพื่อให้รูปแบบ เนื้อหาของรายการมีความสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้ชมมากที่สุด
2. ควรมีการทำการวิจัยเรื่องเดียวกันนี้ในวงกว้างมากขึ้น โดยศึกษาประชากรในต่างจังหวัด เพราะรายการกรองสถานการณ์ได้แพร่ภาพไปทั่วประเทศ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้อาจจะแตกต่างกันระหว่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และประชาชนในเขตภูมิภาค รวมทั้งอาจจะได้ความคิดเห็นที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน ปรับปรุง ปรับเปลี่ยนรายการ อันจะสนองความต้องการของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการทำการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์ว่ามีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อรายการไปมากน้อยเพียงใด การสำรวจความคิดเห็นนี้จะช่วยประเมินรายการกรองสถานการณ์ได้อีกทางหนึ่งด้วย
4. ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบรายการประเภทสนทนา/อภิปรายอื่น ๆ ที่มีลักษณะเดียวกันกับรายการกรองสถานการณ์ เพื่อชี้ให้เห็นความแตกต่าง ข้อดี ข้อเสียของรายการกรองสถานการณ์ และมีส่วนช่วยประเมินรายการได้ในอีกทางหนึ่งด้วย
5. ควรทำการวิจัยการเปิดรับ ทัศนคติและความต้องการของผู้ชมรายการกรองสถานการณ์เป็นระยะ ๆ เพื่อให้สามารถศึกษาความเปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่อง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

ขวัญเรือน กิติวัฒน์ . พลศาสตร์ของการสื่อสาร หน่วยที่ 2 . นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมาธิราช , 2531.

จุมพล รอดคำดี . สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา . กรุงเทพมหานคร , 2532 .

ดวงหทัย วงษ์ราช . การเปิดรับข่าวสารกับการเข้าร่วมในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระ-  
ราชดำริ ของเกษตรกรในเขตอำเภอเก้าเลี้ยว จ.นครสวรรค์ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโท  
ศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542.

เดโช สวานานนท์ . ปทานุกรมจิตวิทยา . พระนคร : โอเดียนสโตร์, 2521.

ธงชัย สันติวงษ์ . พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด . พิมพ์ครั้งที่ 8 . กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนา-  
พานิช , 2539.

ธวัชชัย พานิชยากรณ์ . การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วม  
ในการใช้เครือข่ายสารสนเทศห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุฬาลิเนต) ของนิสิตและ  
บุคลากรภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศ-  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539.

นันทวัน สุชาโต และ ประมวล บุญยะไพฑร . พฤติกรรมสื่อสาร หน่วยที่ 9 - 15 . นนทบุรี :  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2531 .

บุญรักษ์ บุญยะเขตมาลา . ฐานันดรที่สี่จากระบบโลกสู่รัฐไทย . กรุงเทพมหานคร : โครงการจัด-  
พิมพ์คบไฟ , 2537 .

บุญเลิศ ศุกคิลก . โทรทัศน์ : สื่อเพื่อธุรกิจ หรือ สิทธิในการรับรู้ข่าวสาร . เอกสารการสัมมนาทาง  
วิชาการ . กรุงเทพมหานคร , 2533 .



ประมะ สตะเวทิน . หลักนิติศาสตร์ . กรุงเทพมหานคร : คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533 .

ประมะ สตะเวทิน . หลักนิติศาสตร์ . กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์ , 2538 .

ประกอบ จารุณี . ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของรัฐในปัจจุบัน . เอกสารสรุปผลโครงการประชุมสัมมนาทางวิชาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ . กรุงเทพมหานคร , 2518 .

ประจวบ อินอ้อด . โทรทัศน์ : สื่อเพื่อธุรกิจ หรือ สิทธิในการรับรู้ข่าวสาร . เอกสารการสัมมนาทางวิชาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ . กรุงเทพมหานคร , 2533 .

ประภาเพ็ญ สุวรรณ . ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย . กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช , 2530 .

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ . พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมกรไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรวันที่ 17 พฤศจิกายน 2539 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 .

พีระนันท์ บุระโศภณ . พฤติกรรมกรเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537 .

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว . ข่าวสารการเมืองของคนไทย . กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์ , 2526 .

ยุดิกา อารีกุล . การวิเคราะห์รายการสนทนากับปัญหาบ้านเมืองทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 5 . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534 .

วสันต์ อติศัพท์ . การผลิตเทปโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและฝึกอบรม . พิมพ์ครั้งที่ 6 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ , 2533 .

วิจิตร ศรีสอาน . โทรทัศน์ : สื่อเพื่อธุรกิจ หรือสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร . เอกสารการสัมมนาทางวิชาการ . กรุงเทพฯ , 2533.

วิเชียร เกตุสิงห์ . คู่มือการ : การวิจัยเชิงปฏิบัติ . พิมพ์ครั้งที่ 3 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช , 2541 .

วุฒิชัย วุฒิจำนงค์ . เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมมนุษย์ในองค์กร หน่วยที่ 8 – 15 . พิมพ์ครั้งที่ 17 . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2542 .

ศิริชัย ศิริกาเย . มนุษย์กับสังคม . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2520 .

ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ . จิตวิทยาทั่วไป . กรุงเทพมหานคร : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2529.

ศักดิ์ สุนทรเสณี . เจตคติ . กรุงเทพมหานคร : รุ่งวัฒนา , 2531.

สุชา จันท์เอม . จิตวิทยาทั่วไป . พิมพ์ครั้งที่ 5 . กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช , 2531.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร . การสื่อสารกับสังคม . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533 .

สุภารักษ์ จูตระกูล . พฤติกรรม的开รับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537.

อรทัย ศรีสันติสุข . สื่อมวลชนรังสรรค์สังคมและประชาธิปไตย . กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2535 .

## ภาษาอังกฤษ

Allport , Gordon W. “Attitudes” . Handbook of Social Psychology , ed. Carl Murchison  
Wolocoester , Mars : Claek University Press , 1975.

Atkin , K. Charles . New Model For Mass Communication Research . New York : The Free  
Press , 1973.

Benett , A. and W. Gomberg (eds.) . The Blue Collar World . N.J. : Prentice-Hall , 1965.

Defleur , M.L. and Rokeach , S. Ball. Theories of Mass Communication . (4<sup>th</sup> ed.) New York :  
Longman , 1982 .

Dominick , Joseph R . The Dynamics Of Mass Communication . New York : McGraw Hill ,  
1993 .

Good , Carter V. Dictionary of Education . New York : McGraw – Hill Book , 1959.

Herbert , Kelman C . Attitude Theory and Measurement . New York : John Wiley and Sons ,  
Inc , 1967.

Howard H. Kendler . Basic Psychology . New York : Appleton Century Grofts Company ,  
1963.

Katz , Daniel. “The Functional Approach to the Study of Attitude”. Public Opinion Quarterly  
Vol.24 Summer , 1960.

Maslow , A .H. Motivation and Personality . New York : Harper and Brother , 1954.

McCombs , Maxwell E. and Lee B. Backer , Using Mass Communication Theory , Englewood  
Cliffs : N. J. Prinxtice Hall , 1979 .

Mc Quial , Dennis , Blumler , Jay G.and Prawn J.R. , “The Television Audience : A Revised Perspective” Sociology of Mass Communications . New York : Dennis , Penquin Book , 1972 .

Merrill and Ralph L. Lowenstien , Media Messages and Men : New Perspection in Communication . New York : David Mckay company , 1971.

Newcomb T. M. , Social Psychology . New York : The Dsycler Press Publication , 1954.

Norman , Munn L. Introduction to Psychology . Boston : Houghton Muflin Co.,1971.

Schramm Wilbur . Men Message and Media : A Look at Mass Communication . New York: Harper and Row Publisher , 1973 .

Taro Yamane . Statistics : An Introductory Analysis . Tokyo Harper International Edition , 1973 .

Zimbardo , Philip G. Ebb B. Effesen and Christina Maslach . Influencing Attitudes and Changing Behavior . London : Addison - Wesley Publishing Company , 1977.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ก

## แบบสอบถาม

เรื่อง การเปิดรับ ทักษะคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท คณะ  
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงขอรบกวนให้ท่านผู้ตอบแบบสอบถามกรุณาตอบแบบ  
สอบถามทุกข้อเพื่อประโยชน์ในการทำวิจัยต่อไป

**กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน O หน้าข้อความหรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น  
ของท่านมากที่สุด**

**ตอนที่ 1 : ข้อมูลด้านประชากร**

1. เพศ                      O ชาย    O หญิง
2. อายุ
 

O 18 – 25 ปี	O 26 – 33 ปี
O 34 – 41 ปี	O 42 – 49 ปี
O 50 ปีขึ้นไป	
3. อาชีพ
 

O นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	O รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
O พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	O ประกอบธุรกิจส่วนตัว
O รับจ้าง	O แม่บ้าน
O ไม่ได้ประกอบอาชีพ	O อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. ระดับการศึกษา
 

O ประถมศึกษา	O มัธยมศึกษาตอนต้น
O มัธยมศึกษาตอนปลาย , ปวช. หรือเทียบเท่า	O อนุปริญญา , ปวส. , ปวท.
O ปริญญาตรี	O สูงกว่าปริญญาตรี
5. รายได้ของท่านต่อเดือน
 

O ต่ำกว่า 5,000 บาท	O 5,001 - 10,000 บาท
O 10,001 – 15,000 บาท	O 15,001 – 20,000 บาท
O 20,001 – 25,000 บาท	O มากกว่า 25,001 บาท

**ตอนที่ 2 : การเปิดรับชมรายการกรองสถานการณ์**

6. ท่านชมรายการ “กรองสถานการณ์” บ่อยครั้งเพียงใด
- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> ชมทุกครั้ง (5 ครั้ง/สัปดาห์)   | <input type="radio"/> ชมบ่อยมาก (4 ครั้ง/สัปดาห์)       |
| <input type="radio"/> ชมบ่อย (3 ครั้ง/สัปดาห์)       | <input type="radio"/> ชมบ้างนานๆครั้ง (2 ครั้ง/สัปดาห์) |
| <input type="radio"/> ไม่ค่อยได้ชม (1 ครั้ง/สัปดาห์) |   |
7. ท่านใช้ระยะเวลาในการชมรายการ “กรองสถานการณ์” แต่ละครึ่งเป็นเวลานานเท่าใด
- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> มากกว่า 45 – 60 นาที | <input type="radio"/> มากกว่า 30 – 45 นาที |
| <input type="radio"/> มากกว่า 15 – 30 นาที | <input type="radio"/> มากกว่า 5 – 15 นาที  |
| <input type="radio"/> น้อยกว่า 5 นาที      |  |
8. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเลือกชมรายการ “กรองสถานการณ์” (โปรดเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- ชมเพื่อให้ได้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานและชีวิตประจำวัน
- ชมเพื่อนำเรื่องราวจากรายการไปสนทนากับผู้อื่น
- ชมเพราะเป็นรายการที่น่าสนใจ
- ชมเพราะช่วงเวลาออกอากาศสอดคล้องกับเวลาของท่าน
- ชมเพื่อฆ่าเวลา/แก้เหงา
- ชมเพราะชอบรูปแบบการนำเสนอ
- ชมเพราะต้องการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น
- อื่น ๆ โปรดระบุ .....
9. ในการชมรายการ “กรองสถานการณ์” ท่านชมอย่างไร (โปรดเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- ตั้งใจชมตลอดรายการ
- ชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ
- ชมเพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับเรื่องอะไร
- เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....
10. ในการชมรายการ “กรองสถานการณ์” ท่านสนใจหัวข้อการสนทนาใดมากที่สุด (โปรดเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- |                                |   |
|--------------------------------|---|
| <input type="radio"/> การเมือง | <input type="radio"/> อาชญากรรม             |
| <input type="radio"/> เศรษฐกิจ | <input type="radio"/> การศึกษา              |
| <input type="radio"/> สังคม    | <input type="radio"/> สาธารณสุข             |
| <input type="radio"/> แรงงาน   | <input type="radio"/> วิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี |



วิทยุ  อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ท่านให้ความสนใจประเภทของช่วงรายการใดในรายการ “กรองสถานการณ์” มากที่สุด (โปรดเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- จับกระแสข่าว (ช่วงสรุปเรื่องราว หรือเหตุการณ์ ประเด็นที่น่าสนใจเป็นสัปดาห์พิเศษ)  
 ช่วงสนทนา(การสนทนา ชักถาม ระหว่างผู้ดำเนินรายการ กับ แขกรับเชิญ)  
 ช่วงตอบคำถาม ข้อสงสัยของผู้ชมที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็น

12. ท่านเคยโทรศัพท์เข้าไปในรายการเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นหรือไม่

เคย  ไม่เคย

**ตอนที่ 3 : ทักษะดีของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์**

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด

ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
13. เป็นรายการที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย					
14. ประเด็นที่นำมาเสนอน่าสนใจ					
15. เป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมโดยเฉพาะประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชน					
16. เนื้อหาของรายการเจาะลึกทำให้เข้าใจประเด็นต่าง ๆ ที่นำเสนอได้อย่างชัดเจน					
17. เป็นรายการที่สะท้อนสถานการณ์ความเคลื่อนไหวในสังคมได้ดี					
18. ข้อมูลที่ได้จากรายการสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการอ้างอิงได้					
19. รูปแบบและเนื้อหาของรายการช่วยให้ประชาชนเปิดโลกทัศน์ได้กว้างขึ้นในแง่มุมที่ต่างทัศนะจากผู้ร่วมรายการ					

ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรายการ กรองสถานการณ์	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
20. เป็นรายการที่ช่วยพัฒนาความคิดของ ประชาชนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข่าวสาร บ้านเมือง					
21. นำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาหรือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นได้					
22. เสริมย้ำความเชื่อ ความคิดของตนเอง					
23. เพิ่มมุมมองในการวิเคราะห์สถานการณ์ เหตุการณ์ ปัญหาต่าง ๆ					
24. การสรุปประเด็นของผู้ดำเนินรายการ ช่วยเพิ่มความเข้าใจมากยิ่งขึ้น					
25. ข้อซักถาม การเปิดประเด็นของผู้ดำเนิน- รายการชัดเจน ไม่คลุมเครือ					
26. การสรุปประเด็นของผู้ดำเนินรายการ ชัดเจน ไม่คลุมเครือ					
27. แยกรับเชิญที่นำมาร่วมรายการน่าสนใจ					
28. ผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกลาง ก. คุณอดิศักดิ์ ศรีสม					
ข. คุณสมฤทธิ ลือชัย					
29. ผู้ดำเนินรายการให้เกียรติแก่รับเชิญ ก. คุณอดิศักดิ์ ศรีสม					
ข. คุณสมฤทธิ ลือชัย					

**ตอนที่ 4 : ความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์**  
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด

ความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์	ต้องการอย่างยิ่ง	ต้องการ	เฉย ๆ	ไม่ต้องการ	ไม่ต้องการอย่างยิ่ง
30. ทราบข้อเท็จจริงของปัญหามากยิ่งขึ้นจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยประสบปัญหามาก่อน					
31. ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงและเชื่อถือได้					
32. การเสนอแนวทางในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นมาอีก					
33. ให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ					
34. ผู้ร่วมรายการที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม					
35. การจัดรายการให้น่าสนใจกว่าปัจจุบัน					
36. เนื้อหา ประเด็น เหตุการณ์ที่น่าสนใจเป็นหัวข้อในการสนทนามีความหลากหลาย และคนส่วนใหญ่สนใจ					
37. การปรับปรุงช่วงเวลาออกอากาศจาก 20.30 น. - 21.30 น. เป็นเวลาอื่น (กรุณาเสนอแนะช่วงเวลาที่เหมาะสม.....)					
38. การลดเวลาในการออกอากาศ (กรุณาเสนอแนะเวลาที่เหมาะสม.....)					

ความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการ กรองสถานการณ์	ต้องการ อย่างยิ่ง	ต้องการ	เฉย ๆ	ไม่ ต้องการ	ไม่ ต้องการ อย่างยิ่ง
39. เปลี่ยนผู้ดำเนินรายการ ก. คุณอดิศักดิ์ ศรีสม					
ข. คุณสมฤทธิ์ ลือชัย (กรุณาเสนอแนะผู้ดำเนินรายการที่ ต้องการ.....)					

**ตอนที่ 5 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการปรับปรุงรายการกรองสถานการณ์**

40. ท่านมีความสนใจในประเด็นปัญหาใดของบ้านเมืองมากที่สุด (โปรดเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- |  |                                     |                                       |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="radio"/> ปัญหาครอบครัว    | <input type="radio"/> ปัญหาวัยรุ่น  | <input type="radio"/> ปัญหาโสเภณี     |
| <input type="radio"/> ปัญหายาเสพติด    | <input type="radio"/> ปัญหาการเมือง | <input type="radio"/> ปัญหาเศรษฐกิจ   |
| <input type="radio"/> ปัญหาเด็กเร่ร่อน | <input type="radio"/> ปัญหาแรงงาน   | <input type="radio"/> ปัญหาการศึกษา   |
| <input type="radio"/> ปัญหาสาธารณสุข   | <input type="radio"/> ปัญหาคนชรา    | <input type="radio"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

41. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ท่านต้องการเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....



ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ภาคผนวก ข**

โครงร่าง รายการ กรองสถานการณ์

ตอน

“หาเสียงอย่างไรไม่ผิดกฎหมาย”

โคทม อารียา

กรรมการการเลือกตั้ง

รศ.ประหยัด หงส์ทองคำ

อาจารย์พิเศษคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมฤทธิ ลือชัย

ผู้ดำเนินรายการ

ออกอากาศวันพฤหัสบดีที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543

เวลา 20.30 – 21.30 น. สทท.11 กปส.

ช่วงที่ 1 เวลา 25 นาที

ผู้ดำเนินรายการ เปิดรายการ / สนทนา

C.G. - สมฤทธิ ลือชัย

- สนใจสมัครสมาชิก “กรองสถานการณ์” โทร. 641-4177-9 (ในเวลาราชการ)

การ)

- ชื่อรายการ + LOGO CH.11

SCOOP(ภาพ + เสียง) - “จับกระแสข่าว” ความยาว.....นาที

C.G. - ชื่อรายการ + LOGO CH.11

- ชื่อผู้ร่วมรายการ

- ชื่อรายการ + ชื่อตอน + LOGO CH.11+เบอร์โทรศัพท์

- ชื่อรายการ + LOGO CH.11 + เบอร์โทรศัพท์

SUPER - ปตท. 10 วินาที

SUPER - ธนาคารออมสิน 10 วินาที

C.G. - ชื่อผู้ร่วมรายการ

C.G. \_\_\_\_\_ - ชื่อรายการ + LOGO CH.11

C.G. \_\_\_\_\_ - สนใจเทพบันเทิงรายการ โทร.314-4007 (เวลาราชการ)

จบช่วงที่ 1 \_\_\_\_\_ จีเกิด / สปอต / จีเกิด \_\_\_\_\_ ประมาณ 2.00 นาที

**ROUTE 1 - ออมสิน , ประเทศไทยใสสะอาด , เชื้อนป่าสัก**

**ROUTE 2 - ออมสิน , ประเทศไทยใสสะอาด , ปตท. (คุณ) , การประปา**

.....

ช่วงที่ 2 \_\_\_\_\_ เวลา 20 นาที

ผู้ดำเนินรายการ \_\_\_\_\_ สนทนาต่อ

C.G. \_\_\_\_\_ - สมฤทธิ ลือชื่อ

\_\_\_\_\_ - ชื่อรายการ + ชื่อตอน + LOGO CH.11

\_\_\_\_\_ - ชื่อผู้ร่วมรายการ

SUPER \_\_\_\_\_ - ปตท. \_\_\_\_\_ 10 วินาที

C.G. \_\_\_\_\_ - ชื่อรายการ + ชื่อตอน + LOGO CH.11 + เบอร์โทรศัพท์

\_\_\_\_\_ - ชื่อรายการ + LOGO CH.11 + เบอร์โทรศัพท์

C.G. \_\_\_\_\_ - สนใจเทพบันเทิงรายการ โทร. 314-4007 (เวลาราชการ)

จบช่วงที่ 2 \_\_\_\_\_ จีเกิด / สปอต / จีเกิด \_\_\_\_\_ ประมาณ 1.10 นาที

**ROUTE 1 - กรมเศรษฐกิจ , ฟัน , ยาแผนโบราณ , การประปา**

**ROUTE 2 - กรมเศรษฐกิจ , คลื่นความคิด , ฟัน , ปตท.(เต่า)**

.....

ช่วงที่ 3 \_\_\_\_\_ เวลา 15 นาที

ผู้ดำเนินรายการ \_\_\_\_\_ สนทนาต่อ

C.G. \_\_\_\_\_ - สมฤทธิ ลือชัย

\_\_\_\_\_ - ชื่อรายการ + LOGO CH.11

\_\_\_\_\_ - ชื่อผู้ร่วมรายการ

C.G. \_\_\_\_\_ - สนใจเทพบันเทิงรายการ โทร.314 – 4007 (เวลาราชการ)

จบรายการ \_\_\_\_\_ เครดิตท้ายรายการ \_\_\_\_\_ เวลา 0.30 นาที

บทรายการ	กรองสถานการณ์
ตอน	“หาเสียงอย่างไรไม่ผิดกฎหมาย”
ออกอากาศ	วันพฤหัสบดีที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543
เวลา	20.30 – 21.30 น.
สถานีวิทยุโทรทัศน์	ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์
ผู้ดำเนินรายการ	สมฤทธิ ลือชัย
ผู้ร่วมรายการ	โคทม อารียา กรรมการการเลือกตั้ง รศ. ประหยัด หงส์ทองคำ อาจารย์พิเศษคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ช่วงที่

25 นาที

ผู้ดำเนินรายการ

เปิดรายการ

เกริ่นนำ...

นายกรัฐมนตรี ชวน หลีกภัย ได้แถลงข่าวยุบสภาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อตอนเย็นที่ผ่านมา และกำหนดให้มีการลงคะแนนเลือกตั้งในวันเสาร์ที่ 6 มกราคม 2544 สำหรับระเบียบและกฎเกณฑ์ในการหาเสียง กกต.จะเป็นผู้กำหนดรายละเอียด ทั้งระยะเวลาหาเสียงและจำนวนเงินที่ใช้ จะใช้ได้เท่าไร การคำนวณค่าใช้จ่ายจะเริ่มตั้งแต่มีพระราชกฤษฎีกายุบสภาหรือจะคำนวณย้อนหลังไปก่อนหน้านั้น การแจกสิ่งของจะทำได้เหมือนก่อนหน้านี้อหรือไม่ วันนี้เราจะมาสนทนากันในประเด็นเหล่านี้

ช่วงนี้ไปติดตามชม “จับกระแซ้ว” กันก่อนครับ

กรองสถานการณ์ในวันนี้ได้รับเกียรติจาก คุณ โคทม อารียา กรรมการการเลือกตั้ง รศ.ประหยัด หงส์ทองคำ อาจารย์พิเศษคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ดำเนินรายการ

เน้น กฎหมายหาเสียง

**คำถาม** → ระเบียบ กกต.เกี่ยวกับการหาเสียง ออกมาเรียบร้อยแล้ว มีรายละเอียดอย่างไร

- กำหนดวันรับสมัครทั้งระบบบัญชีรายชื่อ และแบบแบ่งเขต



- วันเลือกตั้งล่วงหน้า และวันเลือกตั้งทั่วไป
- หาเสียงได้แค่ไหน
- ครม.รักษาการ มาออกทีวีพูดถึงผลงานที่ทำ
- แจกสิ่งของไม้บรรทัด สมุด ดินสอ เสื้อ หรือสิ่งของอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงิน
- ทอดกฐิน ฝ่าป่า งานบวช งานแต่ง งานเลี้ยง

**คำถาม** → การใช้ทรัพย์สินหรือทรัพยากรของราชการในการหาเสียง

**คำถาม** → การจัดสรรเวลาหาเสียงทางทีวี กกต.จะจัดสรรให้อย่างไร

- 57 พรรค จะได้เวลาเท่าเทียมกันหมดทั้งพรรคเล็ก พรรคใหญ่

**คำถาม** → แนะนำสื่อทีวี วิทยู ควรจะวางตัวอย่างไรไม่ให้เข้าข่ายผิดกฎหมาย

**คำถาม** → การโฆษณาหาเสียงตามสื่อต่าง ๆ จะต้องระบุรายละเอียดอย่างไร

**คำถาม** → กฎเกณฑ์ที่ กกต. กำหนดไว้ตั้งเกินไปหรือไม่

- การเลือกตั้งจะสะดวก และสร้างความยุ่งยากกับผู้สมัครมากเกินไปหรือไม่

**คำถาม** → ค่าใช้จ่ายในการหาเสียงจะเริ่มคำนวณจากตรงไหน

จบช่วงที่ 1

ประมาณ 01.08 นาที

ช่วงที่ 2

20 นาที

**ผู้ดำเนินรายการ**

**เน้น แนวทางปฏิบัติ**

**คำถาม** → การตรวจสอบจะทำได้ครอบคลุม ทั้งถึงอย่างไร

- กรณีมีการทำในลักษณะซ่อนเร้น
- ซื่อเสียงทางอ้อม

**คำถาม** → กรณีมีการกั้นแก๊งคู่แข่งกัน จะตรวจสอบอย่างไร

**คำถาม** → กกต. พร้อมรับมือเลือกตั้งให้บริสุทธิ์ โปร่งใส แค่ไหน

- งบประมาณได้รับ 1800 ล้านบาท ขอเพิ่มอีก 600 ล้านบาท
- ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเพิ่มอีก 1,008,000 คน (อายุครบ 18 ปี)

**คำถาม** → กกต. มีอำนาจเบ็ดเสร็จในการจัดการเลือกตั้ง ทั้งเรื่องกำหนดกฎเกณฑ์ กำหนดค่าใช้จ่าย และการตัดสิทธิ์ หรือให้ใบแดง จะให้ความมั่นใจกับทั้งผู้สมัคร และเจ้าของสิทธิ์ จะให้ความเป็นธรรมกับทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

จบช่วงที่ 2

ประมาณ 02.00 นาที

ช่วงที่ 3

15 นาที

ผู้ดำเนินรายการ

เฉลยคำถามประจำวัน

(สนทนา + ตอบปัญหาจากทางบ้าน)

จบรายการ

(เครดิตท้ายรายการ 00.55 วินาที) รวมเวลาทั้งหมด

60 นาที



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทรายการรองสถานการณ์

### จับกระแสข่าว วันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ.2543

การตรวจสอบการทุจริตในการหาเสียงเลือกตั้งในขณะนี้ ที่ทางคณะกรรมการการเลือกตั้ง หรือ กกต.ระบุว่า ได้เริ่มมีการแข่งขันในการหาเสียงค่อนข้างรุนแรง ซึ่งนายสวัสดิ์ โชติพานิช กรรมการการเลือกตั้ง ฝ่ายสืบสวนสอบสวนระบุว่า จังหวัดที่ทราบเบื้องต้นแน่นอนที่พบว่ามี การทุจริตในการหาเสียงคือ จ.อุบลราชธานี และอุรธานี ที่ทราบว่ามีการจ้างผู้ลงคะแนนให้คนละ 500 บาท พร้อมกับแสดงความเป็นห่วงในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิตของ กกต. ถ้าปฏิบัติหน้า ที่อย่างตรงไปตรงมา ซึ่งกฎหมายเลือกตั้งที่ได้รับการแก้ไขได้เพิ่มอำนาจการเพิกถอนสิทธิผู้สมัคร เลือกตั้งได้ทันที ถ้าพบการทุจริต โดย กกต. สามารถเพิกถอนก่อนการสมัครได้เลย

นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ เลขาธิการพรรคชาติพัฒนา เปิดเผยว่า ใน 2 – 3 วันนี้ทางพรรคจะ มีการสรุปรายชื่อในส่วน ส.ส.ของปาร์ตี้ลิสต์ทั้ง 100 คน โดยล่าสุดนายสุภาพ คลีขฉาย อดีตผู้ บริหารข่าวของไอทีวีก็ได้สมัครเข้าเป็นปาร์ตี้ลิสต์ของพรรคชาติพัฒนา ส่วนกรณีที่นายกรพจน์ อัศวินวิจิตร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ จะลาออกจากพรรคชาติพัฒนาไปอยู่พรรค ประชาธิปัตย์นั้น นายสุวัจน์ กล่าวว่า ยังไม่ได้มีการหารือกับนายกรพจน์แต่อย่างใด

ขณะที่ม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการต่างประเทศ ส.ส.กทม.พรรคประชาธิปัตย์ ปฏิเสธกระแสข่าวที่ระบุว่าจะไม่ลงสมัครรับเลือกตั้ง ส.ส. โดยยืนยัน ว่าไม่เคยพูดว่าจะไม่ลงสมัครรับเลือกตั้งแม้แต่ครั้งเดียว และพร้อมที่จะลงสมัครรับเลือกตั้ง ส.ส.ไม่ ว่าจะในระบบใด

นายสมศักดิ์ ปริศนานันทกุล กรรมการบริหารพรรคชาติไทย เปิดเผยว่า วันนี้ทางพรรค ชาติไทยได้เปิดตัว น.ส.จณิสตา ลิวเฉลิมวงศ์ พิธีกรชื่อดัง ลงสมัคร ส.ส.ในนามของพรรคชาติไทย ส่วนการจัดสรรผู้สมัคร ส.ส.ของพรรคในระบบบัญชีรายชื่อพรรคนั้น ขณะนี้ทางพรรคได้เตรียม ความพร้อมไว้เรียบร้อยแล้ว และถ้ามีตัวบุคคลที่น่าสนใจมาก็จะจัดวางตัวตามความเหมาะสม

นายก้านรงค์ จันทิก เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการ ทุจริตแห่งชาติ หรือ ปปช. กล่าวถึงการที่นายศิริพันธ์ นิมมานเหมินทร์ อดีตกรรมการผู้จัดการ ใหญ่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ออกมาระบุว่า การวินิจฉัยของ ปปช. เป็นการวินิจฉัยที่ขาด ข้อมูลและเอกสาร โดยยืนยันว่า ขณะนี้ขั้นตอนของ ปปช.เสร็จสิ้นแล้ว และก่อนที่จะมีการวินิจฉัย

นั้น ได้พิจารณาจากเอกสารและหลักฐานครบถ้วนทั้งหมด หากว่านายสิรินทร์มีเอกสารที่ระบุว่าไม่ได้ทุจริต ก็สามารถนำไปร้องได้ในชั้นศาลได้

สำหรับมาตรการรักษาความปลอดภัยเทศกาลวันลอยกระทงของกรุงเทพมหานครในวันพรุ่งนี้นั้น นายสมักร สุนทรเวช ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ยืนยันว่าได้เตรียมกำลังตำรวจสำหรับรักษาความปลอดภัยตามสวนสาธารณะที่มีการเปิดให้ประชาชนเข้าไปลอยกระทงตั้งแต่เวลา 8 นาฬิกาเป็นต้นไป และอยากให้ประชาชนมั่นใจว่า จะไม่มีการจุดประทัดในบริเวณสวนสาธารณะอย่างเด็ดขาด พร้อมกับยืนยันเจตนาเดิมที่เห็นว่าการใช้โฟมจะสามารถกำจัดเศษขยะได้ง่ายกว่าการใช้วัสดุธรรมชาติ ซึ่งอาจทำให้น้ำเน่าเสียได้

ผลการนับคะแนนใหม่ 66 เขต จากจำนวนทั้งหมด 67 เขต ของรัฐฟลอริดา ล่าสุดปรากฏว่า นายจอร์จ ดับเบิลยู บุช นำ นายอัล กอร์ เพียง 229 คะแนน และต้องรอนับคะแนนเสียงชาวอเมริกันในต่างประเทศที่ส่งมาทางไปรษณีย์กว่า 2 พันใบ ซึ่งอาจใช้เวลาถึง 10 วัน ขณะที่กลุ่มผู้สนับสนุนกอร์และบุชออกมาเคลื่อนไหวตามถนนในเขตเวสต์ ปาล์ม บีช ของรัฐฟลอริดา โดยเฉพาะกลุ่มผู้สนับสนุนกอร์พากันไม่พอใจการออกแบบบัตรลงคะแนนเสียงที่สับสน ซึ่งเป็นสาเหตุให้พวกเขาเลือกผู้สมัครผิดคน หรือทำบัตรเสีย พร้อมทั้งเรียกร้องให้จัดการลงคะแนนเสียงใหม่ในรัฐฟลอริดา เพราะความไม่ชอบมาพากล แต่กลุ่มผู้สนับสนุนบุชกลับยืนยันว่า ระบบการเลือกตั้งครั้งนี้ยุติธรรมแล้ว และบุชควรได้รับการประกาศให้เป็นประธานาธิบดีคนต่อไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียน

นางสาว ปัทมา คงบุญ เกิดวันที่ 27 พฤศจิกายน 2514 ที่จังหวัดนครราชสีมา สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 สาขาวิชานิติศาสตร์ ภาควิชาวิทยาการจัดการ จากสถาบันราชภัฏสวนดุสิต ในปีการศึกษา 2535 และเข้าทำงานที่บริษัทไทยสกายทีวี จำกัด ในตำแหน่ง ผู้สื่อข่าวสายทหาร – การเมือง จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2540 ได้ลาออกและเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ (ภาคนอกเวลาราชการ) ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย