



มหาวิทยาลัยศรีปทุม

รายงานการวิจัย

เรื่อง

ความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะ
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

NEED AND GRATIFICATION ON TELEVISION PROGRAM
ON PUBLIC TELEVISION OF BANGKOK VIEWER

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

สุดารักษ์ เนืองชมภู

งานวิจัยนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2551

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “ความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์
สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยทุนอุดหนุนงานวิจัยจาก
มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.รัชนิพร พุกยาภรณ์ พุกกะมาน อธิการบดี
มหาวิทยาลัยศรีปทุม ตลอดจนคณะกรรมการวิจัยทุกท่านที่ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนา
งานวิจัย และได้พิจารณาให้ทุนอุดหนุนดังกล่าว

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ เย็นจะบก ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่คอย
ให้คำปรึกษาและคอยชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงงานวิจัยด้วยความเอาใจใส่มาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณคณบดีและคณาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ ที่ให้การสนับสนุนและให้
คำแนะนำให้เกิดงานวิจัย

สุดารักษ์ เนื่องชมภู

เมษายน 54

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

หัวข้อวิจัย : ความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะ
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย : นางสาวสุภารักษ์ เนื่องชมภู
หน่วยงาน : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2553

บทคัดย่อ

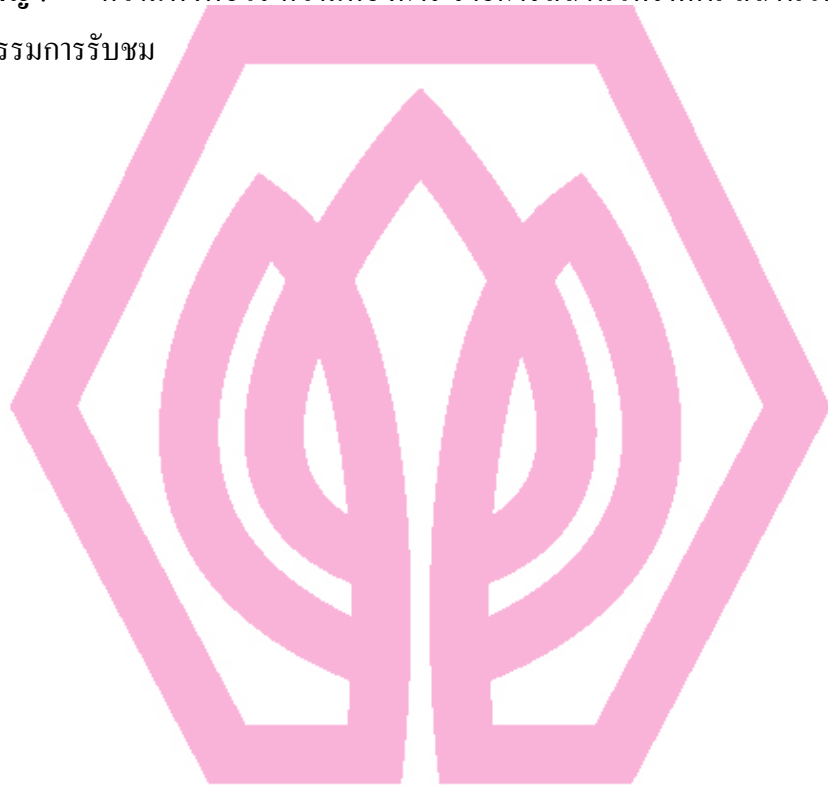
การวิจัยเรื่อง “ความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

ศึกษาระดับความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับความต้องการของผู้ชมรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครสำหรับผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ลักษณะทางด้านประชากรของผู้ชมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ปรากฏว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยผู้ชมส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดและผู้ชมส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาท ส่วนพฤติกรรมการรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะส่วนใหญ่ผู้ชมรายการทุกวัน โดยใช้เวลา 30 นาที -1 ชั่วโมง อยู่ในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. การชมส่วนใหญ่ชมรายการทางทีวีไทยสลับไปมากับรายการของช่องอื่นโดยมีเหตุผลที่เลือกรับชมรายการทางทีวีไทยต่อรายการประเภทข่าว รายการสาระบันเทิง รายการสารประโยชน์ รายการสารคดี และรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน ปรากฏว่า รายการประเภทข่าวที่ผู้ชมมากที่สุดคือรายการ เปิดปม รายการประเภทสาระบันเทิง ได้แก่ รายการดนตรีวิถีศิลป์ รายการประเภทสารประโยชน์ คือ รายการไทยมุ่ง รายการประเภทสารคดี ได้แก่ รายการท่องเที่ยวโลกกว้าง รายการประเภทเด็กและเยาวชน ได้แก่ รายการ English breakfast ส่วนความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ วันเวลา และระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการ ปรากฏว่ารายการประเภทข่าวผู้ชมมีความพึงพอใจต่อวัน เวลา และระยะเวลาที่ออกอากาศมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอของรายการสูงที่สุดคือ รายการข่าว ทางด้านความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมรายการทางทีวีไทย ผู้ชมมีความต้องการที่สูง

ที่สุดคือ การเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกกลุ่ม ส่วนคุณค่าที่ผู้ชมต้องการให้รายการนำเสนอมากที่สุด คือ รูปแบบสารคดีไทยและต่างประเทศ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ ความต้องการ รายการสถานีโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์สาธารณะ
พฤติกรรมกรับชม



มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

Research Title : Need and Gratification on Television Program on Public

Television of Bangkok Viewer

Name of Researcher : Miss Sudaruk Naungchompu

Name of Institution : Faculty of Communication Arts, Sripatum University

Year of Publication : B.E.2553

Abstract

“The requirement and the satisfaction of people in Bangkok towards the Thai PBS’s programming” is the survey research that the samples were 400 people living in Bangkok. It has objectives for studying the relation of the variables as follows:

1. The requirement level and the satisfaction of people in Bangkok towards the Thai PBS’s programming. 2. The demographic characteristics and the requirement of viewing the Thai PBS’s program. 3. The demographic characteristics and the behavior in viewing the Thai PBS’s program.

The research found that mostly of the audience are female students; the age are in between 21-30 years; graduated in bachelor degree and get the average income between 5,000-10,000 Bath. The audience of Thai PBS TV station watched its program everyday during 6.00-10.00 p.m. by spent 30 minutes -1 hour for each time. They usually watched Thai PBS and another channel. The reasons of viewing those programs are it is unbiased channel and always brought them more knowledge.

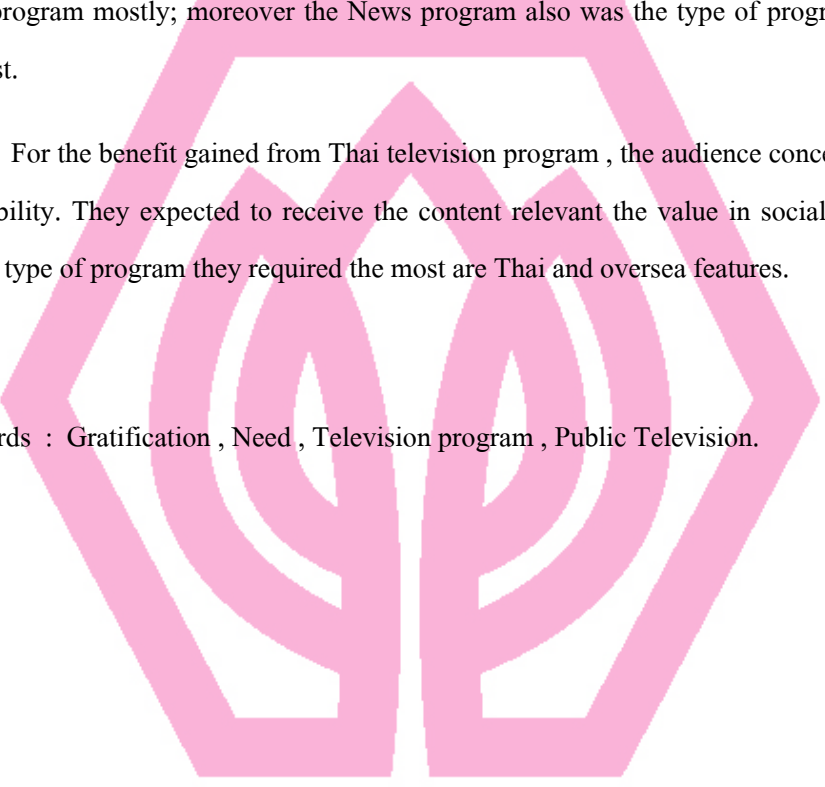
As gratification in viewing Thai PBS program, the audience satisfied in News, edutainment, education, feature, and the program for children. The programs which were watched popularly can be shown for each type as follows: “Pead-Pom” (News), “Don-Tri-Ka-

Wee-Sin” (edutainment), “Thai-Mung” (education), “Tong-Lok-Gkwang” (feature), and “English breakfast” (the program for children).

For the satisfaction of the audience towards the program’s time table, they satisfied in the News program mostly; moreover the News program also was the type of program they satisfied the most.

For the benefit gained from Thai television program , the audience concerned most on the accessibility. They expected to receive the content relevant the value in social and community, and the type of program they required the most are Thai and oversea features.

Keywords : Gratification , Need , Television program , Public Television.



มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

สารบัญ

หน้า

บทที่

1 บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
3. คำถามการวิจัย.....	4
4. ขอบเขตของการวิจัย.....	4
5. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
6. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5

2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจ.....	6
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโทรทัศน์สาธารณะ.....	11
- แนวคิดเรื่องคุณค่าในเนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ.....	21
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31

3 ระเบียบวิธีการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย.....	38
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
3. เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง.....	39
4. ขั้นตอนดำเนินงานวิจัย.....	40
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
7. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการศึกษา	
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	42
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการทางทีวีไทยสาธารณะ.....	44
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับชมรายการทางทีวีไทย.....	47
ตอนที่ 4 ความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมรายการทางทีวีไทย.....	53
ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการ คุณค่าที่ได้จากการรับชมทีวีไทย.....	55
ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรม การรับชมทีวีไทย.....	76
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
1. สรุปผลการวิจัย.....	87
2. อภิปรายผล.....	91
3. ข้อเสนอแนะ.....	93
บรรณานุกรม.....	96
ภาคผนวก.....	98
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	108

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1	จำนวนร้อยละ ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์..... 43
2	จำนวนร้อยละของระดับความถี่ที่ผู้ชมรับชมรายการทางทีวีไทย..... 44
3	จำนวนร้อยละของระยะเวลาในการชมรายการชมรายการทางทีวีไทยต่อวัน..... 45
4	จำนวนร้อยละของช่วงเวลาของวันที่ผู้ชมชมรายการทางทีวีไทย..... 45
5	จำนวนร้อยละเหตุผลในการรับชมรายการทางทีวีไทย..... 46
6	จำนวนร้อยละลักษณะของการรับชมรายการในการรับชมรายการทางทีวีไทย..... 46
7	จำนวนร้อยละของรายการประเภทข่าวที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ..... 47
8	จำนวนร้อยละของรายการประเภทสาระบันเทิงที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ..... 48
9	จำนวนร้อยละของรายการประเภทสารประโยชน์ที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ..... 49
10	จำนวนร้อยละของรายการประเภทสารคดีที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ..... 49
11	จำนวนร้อยละของรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชนที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ..... 50
12	จำนวนร้อยละความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อวัน เวลา และระยะเวลา ที่ออกอากาศของรายการ..... 51
13	จำนวนร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มี ต่อรูปแบบการนำเสนอของรายการ..... 52
14	จำนวนร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความต้องการคุณค่า ที่ได้รับชม รายการทางทีวีไทย..... 53
15	จำนวนร้อยละคุณค่าที่ผู้ชมต้องการให้รายการนำเสนอ..... 54
16	จำนวนร้อยละ ลักษณะรูปแบบการนำเสนอรายการทีวีไทย..... 54
17	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับระดับความต้องการคุณค่า ที่ได้จากการรับชมทีวีไทย..... 56
18	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับคุณค่าที่ต้องการ ให้ทีวีไทยนำเสนอ..... 58
19	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอ แบบละคร..... 60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอแบบเกมส์โชว์.....	62
21 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบสารคดีไทยและต่างประเทศ.....	64
22 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบทอล์คโชว์.....	66
23 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบถ่ายทอดสด.....	68
24 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบวาไรตี้.....	70
25 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบเรียลลิตี้.....	72
26 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบการนำเสนอรายการแบบวิเคราะห์ข่าว.....	74
27 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมเรื่องความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์.....	76
28 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมเรื่องเวลาในการรับชมต่อครั้ง.....	78
29 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมเรื่องช่วงเวลาในการรับชม.....	80
30 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมเรื่องเหตุผลในการรับชมรายการทางทีวีไทย.....	82
31 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมเรื่องลักษณะของการรับชมรายการทางทีวีไทย.....	84

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบที่

หน้า

1	ปรัชญาพื้นฐานของสื่อสาธารณะเปรียบเทียบกับสื่อเชิงพาณิชย์.....	12
---	---	----



มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การก่อตั้งสถานีโทรทัศน์สาธารณะในประเทศไทยนับเป็นการพัฒนาการดำเนินการของสื่อมวลชนประเภทสื่อวิทยุโทรทัศน์ให้มีบทบาทในการเป็นสถาบันที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนได้อย่างชัดเจนและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นเพราะสื่อโทรทัศน์นั้นมีบทบาทต่อระบบสังคมวัฒนธรรมและการเมืองโดยในอดีตที่ผ่านมาการดำเนินงานของสื่อวิทยุโทรทัศน์มีการจัดระบบในการดำเนินการอยู่ 2 ระบบคือ

1.รัฐเป็นผู้ให้บริการรัฐเข้ามามีอำนาจในการควบคุมสื่อและเป็นผู้สนับสนุนนโยบายโดยตรงแก่สถานีโทรทัศน์ไม่ต้องพึ่งพารายได้จากภาคธุรกิจเอกชนแต่ก็ยังมีข้อบกพร่องในด้านเนื้อหารายการถูกควบคุมโดยตรงจากรัฐขาดเสรีภาพของแหล่งเงินทุนสนับสนุนภาคประชาชนไม่มีส่วนร่วมในการกำกับดูแลการตอบสนองความต้องการของประชาชนขาดความยืดหยุ่นเกิดช่องว่างระหว่างผู้ผลิตกับผู้ชมในขณะเดียวกันนั้นรัฐก็มีอำนาจในการควบคุมและใช้สื่อเพื่อผลประโยชน์ในทางการเมือง

2.ระบบที่ธุรกิจเอกชนเป็นผู้ให้บริการเป็นการดำเนินงานด้วยระบบตลาดอยู่ภายใต้กลไกตลาดต้องพึ่งพารายได้หลักจากการโฆษณาผู้ชมรายการเปรียบเสมือนผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าต่างๆเจ้าของงบประมาณโฆษณาเข้ามามีบทบาทในการกำหนดรูปแบบเนื้อหาซึ่งจะเห็นได้จากรายการจะถูกผลิตตามสูตรรายการที่ได้รับความนิยมสื่อโทรทัศน์เปรียบเสมือนตลาดที่เป็นพื้นที่ให้ผู้ขายและผู้ซื้อมาพบกันทำให้เนื้อหารายการที่ตรงตามความต้องการของภาคธุรกิจเป็นรายการที่เข้าถึงประชาชนเพียงบางกลุ่มที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจเท่านั้นเนื้อหารายการไม่สามารถตอบสนองประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจเช่นกลุ่มผู้สูงอายุผู้ยากจน

ทั้งนี้ในการดำเนินงานและการนำเสนอเนื้อหาของสถานีโทรทัศน์ทั้งสองระบบในแต่ละสถานียังขึ้นกับปัจจัยพื้นฐานขององค์กรแต่ละแห่งว่ามีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานรูปแบบและวัฒนธรรมองค์กรรวมทั้งสถาบันต่างๆทางสังคมที่เป็นกลไกควบคุมและตรวจสอบอีกด้วยและไม่ว่าจะดำเนินการในระบบใดสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยก็ยังมีปัญหาที่สำคัญใน 3 ด้านคือไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมที่มีความต้องการและความสนใจที่แตกต่างกันการดำเนินการถูกแทรกแซงทางการเมืองและในด้านธุรกิจยังเป็นการค้าแบบอุปถัมภ์ไม่ใช่ระบบเปิดให้มีการแข่งขันในตลาดเสรีอย่างแท้จริงทำให้ไม่สามารถเป็นสื่อที่พึ่งประสงค์ได้

แนวคิดของการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์สาธารณะจึงเป็นการเปิดมิติใหม่และเป็นทางออกของการดำเนินการของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยที่มีปรัชญาและแนวทางในการดำเนินการที่ถือว่าประชาชนเป็นพลเมืองเจ้าของประเทศและสื่อสาธารณะเปรียบเสมือนสถานที่นัดพบซึ่งยินดีต้อนรับพลเมืองทุกคนโดยพลเมืองแต่ละคนมีฐานะเท่าเทียมกันสื่อสาธารณะเป็นเครื่องมือในการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ของประชาชนสร้างจินตนาการและความบันเทิงซึ่งทุกคนสามารถเข้าถึงได้ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าทีวีสาธารณะมีภาระหน้าที่คือการสร้างสรรค์ค่านิยมทางบวกให้เกิดขึ้นในสังคมซึ่งการดำเนินการของสื่อสาธารณะในประเทศต่าง ๆ นั้นมีการกิจที่มีความคล้ายคลึงกันโดยมุ่งนำเสนอรายการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนซึ่งเป็นการหน้าที่ที่สำคัญของสื่อโทรทัศน์ทั้งนี้ลักษณะสำคัญของสื่อสาธารณะคือต้องมีการตรวจสอบได้ มีการควบคุมเนื้อหารายการมุ่งเน้นคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ชมหลากหลายกลุ่มมีขนาดใหญ่เป็นเครือข่ายระดับประเทศเป็นอิสระจากการเมืองและการค้า

การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์สาธารณะในประเทศไทยนั้นดำเนินการภายใต้พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 โดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) (ภาษาอังกฤษ: Thai Public Broadcasting Service) หรือไทยพีบีเอส (Thai PBS) ทำหน้าที่เป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่ใช่ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณแต่ดำเนินการภายใต้ทุนทรัพย์เงินและรายได้ขององค์การ

สถานีโทรทัศน์ทีวีไทยหรือสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (ThaiPBS) เกิดจากการเปลี่ยนผ่านสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวีเมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ.2551 ภายหลังจากที่กรมประชาสัมพันธ์ได้มีคำสั่งกรมประชาสัมพันธ์ที่ 25/2551 ยุติการดำเนินการแพร่ภาพออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี เพื่อให้องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ดำเนินการออกอากาศต่อไปทั้งนี้เป็นไปตามบทเฉพาะกาลในมาตรา 57 ของพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 ที่ให้โอนบรรดากิจการอำนาจหน้าที่ ทรัพย์สินงบประมาณหนี้สิทธิคลื่นความถี่และภาระผูกพันของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานสถานีวิทยุโทรทัศน์ระบบยูเอชเอฟ (หมายความว่าสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี) ที่อยู่ในความดูแลของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีและกรมประชาสัมพันธ์ไปเป็นขององค์การ

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 พร้อมทั้งประกาศผังรายการเพื่อทดลองการออกอากาศในระยะแรกระหว่างวันที่ 1-14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. รายการที่สำคัญคือ “ร่วมคิดร่วมสร้างไทยพีบีเอส” ในเวลา 20.00 น. ซึ่งเป็นรายการสดที่จัดโดยฝ่ายข่าวและฝ่ายรายการของไทยพีบีเอสเพื่อรับฟังความคิดเห็นจาก

ตัวแทนบุคคลทุกภาคส่วนในสังคมถึงทัศนคติเกี่ยวกับทีวีสาธารณะและการกำหนดความเหมาะสมในการออกอากาศรายการประเภทต่างๆในแต่ละช่วงเวลาทั้งนี้ในช่วงเวลา 05.00-18.00 น.จะเป็นการฉายสารคดีเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ส่วนผังรายการอื่นในระยะแรกมีการนำละครอิงประวัติศาสตร์อย่าง “สามก๊ก”, ละครเด็ก “นะโมอิโรผู้น่ารัก”, รายการคุยข่าว “ตอบโจทย์”, รายการดนตรีที่ไม่ใช่เพลงตลาดอย่าง “ดนตรีวิถีศิลป์” กับ “108Music” รายการแก้ปัญหาสังคมอย่าง “เปิดปม” กับ “สถานีประชาชน”, รายการหนังสือ “Hot Shot Film” จับกลุ่มวัยรุ่นและรายการสารคดีท่องเที่ยวและธรรมชาติจากนั้นวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2551 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้เริ่มทำการออกอากาศอย่างเป็นทางการโดยกำหนดการแพร่ภาพออกอากาศตั้งแต่เวลา 05.00-24.00 น.ของทุกวัน

รายการส่วนใหญ่ในวันแรกของสถานีเป็นรายการข่าวและสารคดีและได้มีการปรับผังรายการเป็นระยะในช่วงต้นเดือนของแต่ละเดือนจนกระทั่งวันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2551 ส.ส.ท.ได้มีการเปิดตัวอัตลักษณ์ใหม่ของสถานีพร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อสถานีเป็น “ทีวีไทยทีวีสาธารณะ” และได้มีการปรับผังรายการให้มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนรวมถึงบันเทิงเชิงสาระมากขึ้นซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2551 ซึ่งทั้งนี้ประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการชมรายการที่มีคุณค่ามากมายดังนี้

1. รายการข่าวและรายการสถานการณ์ปัจจุบัน (เช่นรายการอภิปรายปัญหาเศรษฐกิจการเมืองและสังคม)ที่มีความเที่ยงตรงเป็นกลางและครบถ้วนรอบด้านไม่ถูกแทรกแซงจากฝ่ายรัฐบาลและกลุ่มทุนสามารถทำข่าวเชิงลึกและเปิดเผยเรื่องที่ประชาชนควรรู้แต่ไม่มีโอกาสรับรู้มาก่อน

2. รายการการศึกษาและบันเทิงสำหรับเด็กและเยาวชนที่เอื้อต่อการเรียนรู้พัฒนาสติปัญญาไม่มีพิษภัยจากความรุนแรงภาษาหยาบคายการดูถูกผู้อื่น(เช่นคนกลุ่มน้อย)ตลอดจนเนื้อหาทางเพศที่ไม่เหมาะสม

3. รายการสารคดีทั้งด้านวิทยาศาสตร์สังคมวัฒนธรรมที่มีคุณภาพสูงน่าติดตามและให้ความรู้ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

4. รายการบันเทิงที่สนุกเพลิดเพลินให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์และยกระดับรสนิยมของสังคม (ดังเช่นละครเกาหลีเรื่อง “แดจังกึม”)

ดังนั้นการดำเนินการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสตั้งแต่เริ่มเปิดสถานีที่ได้มีการทดลองออกอากาศและมีการปรับผังรายการเรื่อยมาจนถึงวันที่ได้มีการปรับเปลี่ยนอย่างเต็มรูปแบบจึงมีความสำคัญในศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะและศึกษาถึงระดับความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการของสถานีโทรทัศน์สาธารณะเพื่อสะท้อน

ความต้องการของประชาชนในฐานะผู้รับสารผู้ซึ่งได้รับประโยชน์จากการการชมรายการและจะได้รับการยกระดับความเข้าใจด้านสื่อและสร้างค่านิยมที่เหมาะสมของประชาชนรวมทั้งเพื่อที่จะทำให้อาณานิเทศน์สาธารณะนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์และเป็นแนวทางในสร้างสรรค์ผลิตรายการพร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นสาธารณะและมีคุณภาพเพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนในระยะยาวสำหรับอาณานิเทศน์สาธารณะต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาถึงระดับความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการอาณานิเทศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับความต้องการชมรายการอาณานิเทศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาถึงลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการอาณานิเทศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร

3. คำถามการวิจัย

1. ระดับความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการอาณานิเทศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
2. ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับความต้องการชมรายการอาณานิเทศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
3. ลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการอาณานิเทศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

4. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง“ความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการอาณานิเทศน์ของอาณานิเทศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครระยะเวลา 1 ปีตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2552 ถึง 31 มีนาคม 2552

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1.ความพึงพอใจหมายถึงการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อเหตุผลในการรับชมหรือความต้องการที่มีต่อรายการทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะ
- 2.ความต้องการหมายถึงความต้องการชมรายการทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะด้านข่าวสารสารประโยชน์ทางด้านการศึกษาระดับบัณฑิต
- 3.ลักษณะทางประชากรหมายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะอันได้แก่เพศอายุการศึกษาและรายได้ของประชาชน
- 4.รายการโทรทัศน์หมายถึงรายการที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะ
- 5.สถานีโทรทัศน์สาธารณะหมายถึงสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงระดับความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับความต้องการชมรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ได้ทราบถึงลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นและความต้องการของมาสโลว์

ทฤษฎีลำดับขั้นและความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of human needs)

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นระดับความของต้องการแรกซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐาน เป็นความต้องการเพื่อให้มีชีวิตอยู่รอด ความต้องการทางสรีระ

ขั้นที่ 2 ความต้องการด้านความปลอดภัย และความมั่นคง (Safety and security needs) เป็นความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคงของชีวิต คือ ความต้องการปกป้องคุ้มครอง ต้องการความมั่นคงของชีวิต ต้องการระเบียบวินัยในชีวิต ต้องการพ้นจากอันตราย หรือต้องการสุขภาพที่แข็งแรง ต้องการมีอนามัยที่ดี

ขั้นที่ 3 ความต้องการด้านสังคม (Social needs) คือความรู้สึกที่ดีต่อกัน การยอมรับ ซึ่งบางครั้งความต้องการทางสังคมทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ

ขั้นที่ 4 ความต้องการด้านอีโก้ : ความภาคภูมิใจ ชื่อเสียง สถานภาพและความเคารพตัวเอง (Ego needs) คือความต้องการความภูมิใจในความเป็นตัวของตัวเอง

ขั้นที่ 5 ความสนใจ (Self-Actualization) เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะตอบสนองศักยภาพส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วยทุกสิ่งที่บุคคลมีความสามารถจะต้องการเป็น นอกจากนี้แล้วมาสโลว์ ได้จำแนกความต้องการออกเป็นอีก 2 ด้านคือ

1. ความต้องการเรื่องสุนทรีย (Aesthetics needs) โดยธรรมชาติแล้วมนุษย์ต้องการเรื่องสุนทรีย

2. ความต้องการอยากรู้อยากเห็น (Curiosity needs)

นอกจากนี้มนุษย์ยังมีความต้องการ อยากรู้ (Need for Cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาพแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดัน ที่มนุษย์เรียนรู้มาจากการอยู่ร่วมในสังคม Kazu และคณะ , 1973 (อ้างถึงใน ยุบด เบ็ญจรงค์กิจ , 2534)

ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำองค์ประกอบ 3 อย่าง รวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ได้แก่

Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น

1. ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
2. ต้องการให้ลดน้อยลง
3. ต้องการให้ได้มา

Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

1. การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
2. การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
3. การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
4. การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

Reference คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอก ที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ได้แก่

1. ตนเอง
2. ครอบครัว
3. เพื่อนฝูง
4. สังคม รัฐบาล
5. ขนบประเพณี วัฒนธรรม
6. สิ่งแวดล้อมอื่นๆที่มีความหมายนัยลบ

Mc Quail และคณะ (อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริภักยะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
 - เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม
 - เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็นและการตัดสินใจ
 - สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
 - เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง
 - สร้างความรู้สึกที่มั่นคง
2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้กับบุคคล
 - ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
 - แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ

- มองทะลุภายในตนเอง

ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของบุคคลอื่น

- แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะในความเป็นเจ้าของ

- นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- ใช้แทนเพื่อน

- ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม

- สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. การต้องการความบันเทิง

- การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ

- การผ่อนคลาย

- ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกทางสุนทรีย์

- ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป

- ปลดปล่อยอารมณ์

- เป็นการกระตุ้นทางเพศ

คาสซาต้า และ แอนซ์ (Mary B. Cassata and Molef K. Anste) ได้ตั้งสมมติฐานเบื้องต้นของแนวทางการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ดังนี้

- ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจ

- ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากทั้งหมดที่มีอยู่

- ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อ นั้น จะสนองความต้องการ ความสนใจและมีความเกี่ยวข้องมากเพียงใด

- ผู้รับสารจะใช้สื่อใดๆนั้น โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตาม

ความเคยชินเดิม

สำหรับ Logman Dictionary of Contemporary English อธิบายว่าหมายถึง ภาวะ ที่มีความพอใจ หรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจ หรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจ ซึ่งก็คล้ายกับที่แม็คคอมส์และเบคเกอร์ (Maxwell E. McCombs and Lee BBecker) อธิบายไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อ หรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันออกไป และเหตุผล นั้นทำให้คนเลือกใช้สื่อต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนั้นหมายถึงอะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้นๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็จะเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลและนี่คือสิ่งที่เรียกว่าความพึงพอใจ

การศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของ เวนเนอร์ (Wenner) ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม (Orientation Gratification) รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Serveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่าง ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification) ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้สนทนากับผู้อื่นๆ ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการจูงใจ

3. การใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อ ดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาสื่อ เช่น การยึดถือผู้อ่านข่าว ที่เราชื่นชมเป็น แบบ อย่าง ในทางพฤติกรรม

4. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง (Para-Orientations Gratification) เช่นเป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนานเพื่อหนีจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

แมคเคลบลูมเมอร์และบราวน์ (D. Mcquail, Jay G. Blumler and J.R.Brown) ได้แบ่งความพึงพอใจจากการชมโทรทัศน์ของผู้ชมออกมาเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. การเบนความสนใจออกไปจากสภาพการณ์ในชีวิตจริง (Diversion) ผู้รับสารจะสามารถหลีกเลี่ยงหนีจากปัญหาชีวิต หรือความจำเจในงานประจำวัน ไปสู่โลกแห่งจินตนาการในโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ ซึ่งเท่ากับเป็นการหายไ้จากปัญหาชั่วคราว และเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด

2. การตอบสนองความต้องการเพื่อน หรือการมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่นๆ ของ สังคม (Personal Relation) เป็นการใช้สื่อเพื่อชดเชย เป็นรูปแบบที่เห็นได้ชัดมาก เช่นแม่บ้าน เปิด วิทยุทิ้งไว้เพื่อเป็นเพื่อนยามที่ต้องการอยู่คนเดียวตอนกลางวัน หรือการดูรายการโทรทัศน์ ในเวลา ที่อยู่คนเดียวด้วยเช่นกัน ผู้รับสารบางคนก็พบว่าเป็นการยาก ที่จะมีความสัมพันธ์ ทางสังคม อย่าง แท้จริงกับคนอื่นๆ จึงหันมาใช้สื่อเป็นเพื่อน นอกจากนั้นสื่อยังตอบสนองต่อ การใช้ประโยชน์ ทาง สังคม อีก เช่นการดูโทรทัศน์ช่วยสร้างประเด็นการสนทนา การถ่ายทอดประสบการณ์ หรือการ ถกเถียงเกี่ยวกับเรื่องราวในชีวิตประจำวัน ซึ่งทำให้การมีความสัมพันธ์กับสมาชิก คนอื่นๆ ในสังคม เป็นไปอย่างง่ายยิ่งขึ้น

3. การตอบสนอง ความต้องการด้านแสวงหาเอกลักษณ์ของส่วนบุคคล (Personal Identity) ผู้ชมรายการโทรทัศน์มักจะใช้สารที่ได้รับจากรายการมาเปรียบเทียบกับชีวิตเองหรือคนที่รู้

จักรการสำรวจความเป็นจริงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้เนื้อหาของรายการเพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจชีวิต

4. การใช้ประโยชน์ด้านการติดตามเหตุการณ์ต่างๆ (Serveillance) ให้รู้ทันสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น นอกจากนั้นบุคคลที่เป็นผู้นำความคิด (Opinion Leaders) ใช้สื่อติดตามข่าวสารเพื่อดำรงไว้ซึ่งบทบาททางสังคมของตน

บลูมเมอร์ (Jay G. Blumler) ได้แบ่งความพึงพอใจจากการใช้สื่อมวลชน คือหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ไว้ดังนี้

- การรู้เห็นเหตุการณ์ (Serveillance)
- ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity)
- ความเพเลิดเพลิน (Diversion)
- เอกลักษณะของปัจเจกบุคคล (Personal Identity)

กล่าวถึงลักษณะซับซ้อนของกลุ่มผู้ชมที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับสื่อในระดับที่แตกต่างกันดังนี้ (Clausse, 1968 อ้างใน ลัดดาวัลย์ อินทจักร, 2544 : 11)

กลุ่มผู้ชมที่สามารถรับสารได้ คือ จำนวนประชากรทั้งหมดที่คาดว่าจะสามารถรับการสื่อสารที่ส่งไปเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด

กลุ่มผู้ชมที่รับสารจริงๆ เป็นกลุ่มที่เปิดรับชมในวันเวลา ที่มีสถานีแต่ละแห่ง ได้เปิดให้บริการ

กลุ่มผู้ชมที่รับสารเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นส่วนย่อยของกลุ่มที่ 2 โดยจะให้ความสนใจกับเนื้อหาเฉพาะด้านอย่างแท้จริง

กลุ่มผู้ชมที่ได้รับผลจากการสื่อสารอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นกลุ่มที่เล็กที่สุด หมายถึงกลุ่มที่ซึมซับเอาสิ่งที่นำเสนอไว้ได้อย่างเต็มที่

Elliot ให้แง่คิดไว้อย่างน่าสนใจว่า ไม่ควรมองกลุ่มผู้ชมแค่เพียงปริมาณที่เปิดรับแต่ควรสนใจความหมายที่แท้จริงของการสื่อสาร ซึ่งก็คือ การถ่ายทอดความหมายที่เป็นระบบว่า สามารถบรรลุเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด (Elliot, 1972 อ้างใน ลัดดาวัลย์อินทจักร, 2544 : 12)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโทรทัศน์สาธารณะ

แนวคิดพื้นฐานของสื่อสาธารณะเป็นการหาคำตอบว่า สื่อสาธารณะคืออะไรและเหตุใด จึงต้องมีสื่อสาธารณะ โดย Cave and Brown (1990) และ Allan Brown (1996) มองว่าการ กระจายเสียงควรจะมีวัตถุประสงค์มากกว่าการให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมและผู้ฟังและมีได้มุ่งแสวงหากำไรสูงสุดให้กับผู้ผลิตเช่นเดียวกับสื่อพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ British Peacock Report ที่อธิบายว่าสื่อสาธารณะ คือ “ความพยายามเปลี่ยนแปลง ให้นโยบายสาธารณะเป็น ตัวกำหนด รูปแบบรายการแทนที่จะเป็นกฎเกณฑ์ทางการค้า”

เพื่อแสดงให้เห็นถึงพื้นฐานของสื่อสาธารณะที่ชัดเจนยิ่งขึ้น Atkinson and Raboy (1997) ได้สรุปถึงแรงผลักดัน 3 ประการที่ทำให้เกิดสื่อสาธารณะขึ้น ประการแรกคือ ปัจจัยทางเทคนิค เนื่องจากคลื่นความถี่เป็นทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด จึงเป็นหน้าที่ของรัฐในการเข้ามาจัดสรรทรัพยากรนี้ให้มีความเหมาะสม และเป็นไปเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมประการที่สองเนื่องจากความสำคัญของระบบการกระจายเสียงที่มีศักยภาพสูงต่อระบบการเมือง สังคมและวัฒนธรรม โดยเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าหากประชากรในประเทศใดได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและสมบูรณ์แล้ว (Perfect Information) รัฐบาลของประเทศนั้นย่อมไม่สามารถ ควบคุมระบบ สื่อสารเพื่อใช้ในทางมิชอบได้ แรงผลักดันสุดท้ายมาจาก

ความไม่เชื่อมั่นในกลไกตลาดจะทำให้ระบบการกระจายเสียงเป็นไป เพื่อการบริการสาธารณะได้ เนื่องจากปล่อยให้สื่อมวลชนอยู่ในความครอบครองของนักธุรกิจหรือ กลุ่มทุน สื่อนั้นย่อมมุ่งผลิตเนื้อหาเพื่อให้มี ผู้ชมรายการมากที่สุด เพราะจะทำให้ตนได้รับรายได้จากการโฆษณามากที่สุด ตามมา ดังนั้นระบบการกระจายเสียงเพื่อประโยชน์สาธารณะจึงไม่ สามารถเป็นระบบธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรสูงสุดได้

ในแง่ของความแตกต่างของสื่อสาธารณะและสื่อเชิงพาณิชย์ Atkinson and Raboy (1997) ยังชี้ให้เห็นถึงปรัชญาพื้นฐานที่แตกต่างกันระหว่างสื่อสาธารณะและสื่อเชิงพาณิชย์ใน 3 ด้าน โดยกล่าวว่า สื่อสาธารณะมีจุดมุ่งหมายที่จะเข้าถึงประชากรของประเทศ โดยมุ่งเน้นการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านต่างๆโดยเป็นเสมือน “พื้นที่สาธารณะ “ ของประชาชนทุกคนในประเทศ ในขณะที่สื่อเชิงพาณิชย์มีเป้าหมายทางการค้าและมีรายได้หลักมาจากการโฆษณา ผู้ชมรายการจึงเปรียบเสมือนเป็นผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าต่างๆ สื่อพาณิชย์จึงเปรียบเสมือนเป็นตลาดที่เป็นพื้นที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน กล่าวได้ว่าความแตกต่างที่ชัดเจนของสื่อเพื่อสาธารณะและสื่อเชิงพาณิชย์อยู่ที่จุดมุ่งหมายการดำเนินงานว่าจะมีเป้าหมายเพื่อการค้าหรือมุ่งเพื่อ

สร้างคุณภาพให้กับสังคม ซึ่งเป้าหมายดังกล่าวก็จะส่งผลต่อนโยบายและเนื้อหาต่างๆที่นำเสนอต่อสังคม

สื่อสาธารณะ	สื่อเชิงพาณิชย์
ประชากร(Citizen)	ผู้บริโภค (Consumer)
วัฒนธรรม (Culture)	เศรษฐกิจ (Economic)
พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere)	ตลาด (Market)

ภาพประกอบที่ 1 ปรัชญาพื้นฐานของสื่อสาธารณะเปรียบเทียบกับสื่อเชิงพาณิชย์
ที่มา: Atkinson and Raboy (1997)

การเปรียบเทียบระหว่างโครงสร้างสื่อแบบตลาด (Market Model) และ โครงสร้างสื่อแบบพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere Model)

บทสรุปของรูปแบบสื่อมวลชน

แนวคิด	โครงสร้างสื่อแบบตลาด	โครงสร้างสื่อแบบพื้นที่สาธารณะ
แนวคิดของสื่อมวลชนเป็นอย่างไร	องค์กรส่วนบุคคลเน้นเพื่อการขายสินค้า	ทรัพยากรส่วนรวมเพื่อเน้นการบริการแก่สาธารณะ
วัตถุประสงค์หลักของสื่อมวลชนคืออะไร	เพื่อเพิ่มผลประโยชน์สำหรับเจ้าของและผู้ถือหุ้น	เพื่อสนับสนุนความเคลื่อนไหวระหว่างความเป็นพลเมืองกับข้อมูลข่าวสารการศึกษาและการบูรณาการทางสังคม
ลักษณะการมองผู้ชม	เป็นผู้บริโภค	เป็นพลเมือง
มีบทบาทของการเป็นสื่อมวลชนต่อประชาชนอย่างไร	ความสนุกบันเทิงส่วนตัว, การโฆษณาและการขายสินค้า	เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและการเป็นพลเมือง

แนวคิด	โครงสร้างลือแบบตลาด	โครงสร้างลือแบบพื้นที่สาธารณะ
บทบาทของความหลากหลายและนวัตกรรม	นวัตกรรมถูกผลิตเพื่อสนองต่อผลกำไร, ถูกทำให้เป็นแบบมาตรฐาน/ความหลากหลายมีเพื่อใช้ เป็นกลยุทธ์สำหรับการเข้าถึงผู้ชมเฉพาะกลุ่ม	ความพอใจของสาธารณะ
มีการควบคุมอย่างไร	โดยส่วนมากจะถูกแทรกแซงโดยกลไกของตลาด	เพื่อรักษาผลประโยชน์ของสาธารณะ
รับผิดชอบและถูกตรวจสอบคือใคร	เจ้าของและผู้ร่วมถือหุ้น	สาธารณะและตัวแทนของรัฐบาล
วัดผลความสำเร็จอย่างไร	ผลกำไร	เพื่อการบริการผลประโยชน์ของสาธารณะ

นอกจากนั้น การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ ของ Brown (1996) จะช่วยให้เข้าใจความจำเป็นของการมีสื่อสาธารณะได้ชัดเจนยิ่งขึ้นเนื่องจากรายการของสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะที่เกือบจะสมบูรณ์เพราะรายจ่ายในการผลิตหรือรายการมีลักษณะเป็นต้นทุนที่คงที่ (Fixed cost) ส่วนต้นทุนในการออกอากาศไม่ขึ้นกับจำนวนสถานีหรือจำนวนผู้ชม ยิ่งไปกว่านั้น การรับชมหรือรับฟังรายการของคนๆหนึ่งก็ไม่ใช่การกีดกันคนอื่น ๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ต้นทุนหน่วยสุดท้าย (Marginal Cost) สำหรับผู้ผลิตรายการในการนำเสนอรายการให้กับคนดู ที่เพิ่มขึ้นหนึ่งคนจึงมีค่า เป็นศูนย์ เมื่อต้นทุนหน่วยสุดท้ายมีค่าน้อยกว่าต้นทุนเฉลี่ย (Average Cost) จึงเป็นการยากที่จะทำให้มีผู้สนใจผลิตรายการเพราะการแข่งขันในตลาดสมบูรณ์ (Competitive Market) นั้นจะสามารถตั้งราคาสินค้าได้เท่ากับต้นทุนหน่วยสุดท้ายเท่านั้น ซึ่ง ณ ราคา ดังกล่าว ก็จะทำให้ผู้ผลิตประสบปัญหาขาดทุน ดังนั้น “การโฆษณา” จึงเป็นทางการแก้ปัญหาหนี้ โดยผู้ผลิตสามารถให้ผู้ชมและผู้ฟังสามารถรับชมรายการได้โดยไม่ต้องเสียค่าบริการ แต่ผู้ผลิตผลักภาระต้นทุน การผลิตให้กับเจ้าของโฆษณาซึ่งคาดหมายว่าผู้ชมรายการจะเป็น “ผู้ซื้อสินค้า” ของตนในอนาคต Spence and Owen (1997) กล่าวว่ากระบวนการแก้ปัญหาด้วยวิธีดังกล่าว จะทำให้ผู้ผลิต รายการที่มีผู้ชมจำนวนมากและมีกำลังซื้อสินค้าซึ่งโดยมากมักจะเป็นรายการบันเทิงมากกว่าที่จะ เป็นรายการคุณภาพเพื่อคนกลุ่มน้อยดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ไม่ต้องพึ่งพิง โฆษณา ซึ่งจะทำให้สามารถดำเนินการผลิตรายการที่เป็นประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนได้นอกจากมุมมองในทางเศรษฐศาสตร์แล้ว วิชา อุดมฉันท (2544) ยังชี้ให้เห็นความจำเป็น ของสื่อสาธารณะในแง่ของ

สิทธิของประชาชน โดยกล่าวว่าหากปล่อยให้ระบบตลาดทำงานเอง สิทธิที่สำคัญสองประการของพลเมือง ได้แก่ สิทธิในการเลือกรายการอย่างมีข้อมูลและสิทธิในการเลือกรายการอย่างมีเสรีภาพเต็มที่ย่อมจะไม่ได้รับหลักประกัน เพราะผู้รับสารไม่มีโอกาสได้รู้รสนิยมของรายการในแนวอื่น และจะไม่มีโอกาสได้รับการยกระดับสนิยมด้วยสื่อที่มีคุณภาพสูงกว่านี้ ผู้รับสารจึงไม่คิดเรียกร้องให้มีสื่อหรือรายการที่ตนไม่เคยเห็นและไม่รู้จัก ขณะเดียวกันผู้ผลิตเองก็ จะไม่มีวันรู้ว่าตลาดต้องการสิ่งที่พวกเขาไม่เคยสนองให้ เมื่อเป็นเช่นนี้พลังขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์รายการที่มีคุณภาพจึงไม่เกิดขึ้นอย่างไรก็ตามสื่อสาธารณะไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบเหมือนกันในแต่ละประเทศ เพราะคุณค่า ทัศนคติรวมถึงพัฒนาการทางการเมืองและเศรษฐกิจในแต่ละสังคมย่อมแตกต่างกันออกไป จึงไม่มี รูปแบบที่เป็นสากลของสื่อสาธารณะความเป็นมาและความสำคัญของสื่อสาธารณะระบบการกระจายเสียงเพื่อสื่อสาธารณะมีรากฐานมาจากการกำเนิดของบรรษัทกระจายเสียงแห่งอังกฤษ BBC (British Broadcasting Corporation) เมื่อปีค.ศ.1927 ซึ่งทำให้แนวคิดเรื่องสื่อสาธารณะได้รับความสนใจในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของสื่อสาธารณะ กับสื่อเชิงพาณิชย์ (Commercial Broadcasting) แล้ว สื่อสาธารณะมีจุดมุ่งหมายที่จะเข้าถึงประชากรของประเทศ โดยมุ่งเน้นการสร้างและส่งเสริมคุณภาพชีวิตด้านต่างๆโดยเป็นเสมือน “พื้นที่สาธารณะ” ของประชาชนทุกคนในประเทศ ในขณะที่สื่อเชิงพาณิชย์มีเป้าหมายทางการค้าและมีรายได้หลักมาจากค่าโฆษณา ผู้ชมรายการจึงเปรียบเสมือน “ผู้บริโภค” ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าต่างๆ สื่อพาณิชย์จึงเปรียบเสมือนเป็นตลาดที่เป็นพื้นที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันBBC:ต้นแบบสื่อสาธารณะรัฐบาลอังกฤษเป็นผู้เสนอรายชื่อกฎการบริหาร BBC มีจำนวน 12 คน ที่มาจากสาขาอาชีพต่างๆ เพื่อเป็นคณะกรรมการบริหาร โดยมีธรรมนูญตราเป็นกฎหมายรับรองความเป็นอิสระของ BBC และได้รับการสนับสนุนจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการใช้สื่อ (License Fee) เป็นหลักโดยเก็บจากประชาชนผู้ที่มีเครื่องรับ BBC นับเป็นเครือข่ายระดับชาติทุกคนยอมรับในฐานะระบบกระจายเสียงเพื่อสาธารณะที่อุทิศตนให้บริการแก่สังคม และมีชื่อเสียงไปทั่วโลก สถานภาพที่เป็นอิสระจากทั้งรัฐและเป็นเอกชน จึงมีความกล้าที่จะนำเสนอรายการวิพากษ์วิจารณ์อย่างตรงไปตรงมา รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินการขององค์กรอย่างโปร่งใสPBS:สื่อสาธารณะแบบอเมริกันPBS เป็นองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร มีหน้าที่ในการจัดหารายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ และบริการที่เกี่ยวข้องให้กับสถานีต่างๆที่เป็นสมาชิกที่มีได้ดำเนินการเพื่อการค้าจำนวน 350 สถานีที่ให้บริการมี 50 มลรัฐของประเทศ โดยสถานีโทรทัศน์ที่เป็นสมาชิก PBS คือ ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตเพื่อการศึกษาซึ่งประกอบด้วย องค์กรชุมชนวิทยาลัย/มหาวิทยาลัย หน่วยงานของรัฐ สำนักงานการศึกษาท้องถิ่นหรือเขตเทศบาลเนื้อหารายการที่เป็นจุดเด่นของ PBS คือ บริการทางการศึกษาสำหรับเด็กตั้งแต่

ก่อนวัยเรียนจนถึงระดับอุดมศึกษา อย่างไรก็ดี ข้อวิจารณ์ที่มีต่อ PBS คือการเป็นระบบสาธารณะที่ต้องพึ่งพิงรายได้จากการบริจาคของภาคเอกชนมากขึ้น จึงทำให้เนื้อหารายการเริ่มเปลี่ยนไปเน้นรายการที่มีผู้ชมมากขึ้น NHK : สื่อสาธารณะตะวันออกเมื่อสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 SCAP ซึ่งมีนโยบายให้ญี่ปุ่นเป็นประชาธิปไตยจึงได้ยกเลิกกฎระเบียบต่างๆที่รัฐใช้ควบคุมสื่อ และออกกฎหมายกระจายเสียงในปี ค.ศ. 1950 กำหนดให้การกระจายเสียงเป็นระบบคู่ขนาน โดยระบบหนึ่งมี NHK ซึ่งจะเปลี่ยนโครงสร้างมาเป็นบรรษัทสาธารณะดูแลและดำเนินการเพื่อประโยชน์ของประชาชน มีรายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ฟังผู้ชม ส่วนอีกระบบจะเป็นการกระจายเสียงที่ดำเนินการโดยเอกชน โดยกำหนดให้ NHK มีหน้าที่ในการเผยแพร่รายการที่มีคุณภาพ ประเภทรายการข่าว การศึกษา วัฒนธรรม และรายการบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายและยกระดับวัฒนธรรมของชาติลักษณะเฉพาะและบทบาทของสื่อสาธารณะแม้ในแนวคิดพื้นฐานนักวิชาการส่วนใหญ่จะเห็นพ้องต้องกันถึงความจำเป็นในการมีสื่อสาธารณะเพื่อรักษาความสมดุลของระบบสื่อสารมวลชน

แต่ในแง่ของลักษณะเฉพาะและบทบาทของสื่อสาธารณะ ซึ่งเป็นการอธิบายกลไกของสื่อสาธารณะในทางนโยบายยังคงมีการนำเสนอแนวคิดที่หลากหลายในแง่ลักษณะเฉพาะ ที่สื่อสาธารณะควรมี Brant and Siune ได้สรุปว่าลักษณะสำคัญที่สื่อสาธารณะจะต้องมี คือ อยู่ในการกำกับดูแล (Accountability) ของตัวแทนประชาชน ได้รับรายได้บางส่วนจากสาธารณะ มีการควบคุมเนื้อหารายการโดยมุ่งเน้นคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้รับสารหลากหลายกลุ่ม ให้บริการแก่ประชาชนในสังคมอย่างทั่วถึง และมีความสามารถในการแข่งขันกับสื่อเชิงพาณิชย์ได้ Geaham and Davies (1997) ชี้ให้เห็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ขององค์การกระจายเสียงเพื่อสาธารณะว่า ต้องมีขนาดใหญ่ ต้องเป็นเครือข่ายระดับประเทศ และต้องอิสระจากอิทธิพลทางการเมืองและภาคการค้า โดยทั้งคู่มองว่าองค์การกระจายเสียงเพื่อสาธารณะคือ “ศูนย์กลางแห่งความเป็นเลิศ” (Center of Excellence) ที่ต้องดำเนินการผลิตรายการและออกอากาศด้วยตนเอง เป็นผู้วางมาตรฐานให้กับตลาด และสามารถกระตุ้นสื่อกระจายเสียงได้ทั้งระบบ โดยสื่อสาธารณะสามารถมีได้มากกว่าหนึ่งแห่งในประเทศเช่น BBC กับ Channel 4 ของอังกฤษ แต่ควรมีองค์กรหนึ่งที่มีขนาดใหญ่และมีกิจการที่สามารถสร้างการรวมตัวในแนวดิ่ง (Vertical Integration) ได้ โดยมีกิจกรรมที่ครอบคลุมตั้งแต่ การฝึกอบรม การผลิต การวางผังรายการ และการออกอากาศ Murdock (1997) เสนอนโยบายของสื่อสาธารณะในอีกด้านหนึ่ง โดยกล่าวว่าสื่อสาธารณะควรมีจุดมุ่งหมายที่การพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตย และมีพันธะสัญญาต่อสังคม 4 ประการ เป็นพื้นที่สำหรับการแสดงออก และอภิปรายอย่างมีเสรีภาพ ปราศจากอิทธิพลจากกลุ่มทุนและรัฐบาล ทุกคนสามารถเข้าถึงพื้นที่นี้ได้โดยไม่เสียค่าบริการเป็นเวทีสำหรับกลุ่มการเมืองที่มีอุดมการณ์แตกต่างกัน

สามารถนำเสนอความคิดเห็นของตนได้ ผู้ชมสามารถเข้าถึงสื่อสาธารณะในฐานะประชากร มิใช่ผู้บริโภค ในขณะที่หน่วยงานวิจัยด้านการกระจายเสียงของอังกฤษ (Broadcasting Research Unit: BRU) ได้อธิบายแนวคิดของการกระจายเสียงเพื่อสาธารณะว่าต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ 8 ประการดังนี้

1. สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกพื้นที่
2. มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับรสนิยมและความสนใจของทุกคน
3. ให้ความสำคัญกับชนกลุ่มน้อยเป็นพิเศษ
4. มีบทบาทในการสร้างชุมชนและเอกลักษณ์ของชาติ
5. ปราศจากผลประโยชน์
6. ได้รับเงินอุดหนุนโดยตรงจากสาธารณะ
7. มุ่งผลิตรายการที่มีคุณภาพเป็นสำคัญมากกว่าความต้องการจำนวนผู้ชม
8. ผู้ผลิตรายการมีเสรีภาพในการนำเสนอ

จะเห็นได้ว่าแนวคิดเรื่องลักษณะและบทบาทของสื่อสาธารณะ มีความหลากหลายและแตกต่างกันในรายละเอียดในปี ค.ศ.2000 World Radio and Television Councilซึ่งเป็นองค์กรเอกชนอิสระ (Non-government Organization) ที่ได้รับการสนับสนุนจาก UNESCO ได้กำหนดนิยามและหลักการของสื่อสาธารณะไว้ในแง่ของหลักการและเนื้อหารายการ ซึ่งนับเป็นกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมแนวคิดต่างๆ และมีความชัดเจน ดังนี้ในแง่ของหลักการพื้นฐาน (Principles) สิ่งที่สื่อสาธารณะพึงยึดถือ คือ

1. ความทั่วถึง (Universality) สื่อสาธารณะต้องสามารถเข้าถึงพลเมืองทุกคนทั่วประเทศซึ่งเป็นเป้าหมายด้านความเสมอภาคและความเป็นประชาธิปไตย เพื่อให้พลเมืองทุกคนยืนอยู่บนฐานเดียวกันโดยไม่คำนึงถึงสถานะทางสังคมหรือรายได้คุณสมบัติข้อนี้เป็นการผลักดันให้สื่อสาธารณะต้องดำเนินการเพื่อประชาชนทั้งประเทศและให้สื่อสาธารณะ “ถูกใช้” โดยคนจำนวนมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

2. ความหลากหลาย (Diversity) สื่อสาธารณะควรมีความหลากหลาย อย่างน้อยที่สุด 3 ด้าน นั่นคือ ประเภทของรายการที่นำเสนอ กลุ่มเป้าหมายและประเด็นถกเถียง สื่อสาธารณะต้องตอบสนองความสนใจของสาธารณะที่หลากหลาย โดยนำเสนอรายการหลากหลายประเภท ตั้งแต่รายการข่าวจนถึงรายการบันเทิงเบาๆ แต่ละรายการอาจตอบสนองกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีความคาดหวังต่อการรับสื่อที่แตกต่างกันในบั้นปลาย สื่อสาธารณะต้องสามารถเข้าถึงประชาชนทุกคนผ่านรายการทั้งหมดซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายไม่ใช่ผ่านรายการใดรายการหนึ่ง นอกจากนั้นสื่อสาธารณะต้องสามารถตอบสนองความสนใจและประโยชน์ของสื่อสาธารณะที่หลากหลาย ผ่านการรายงานประเด็นถกเถียงต่างๆ ในสังคมอย่างทั่วถึง ความหลากหลายและความเป็นสากลเป็นสิ่ง

ที่ต้องคำนึงถึงควบคู่กันในการผลิตรายการบางรายการอาจมีกลุ่มเยาวชนเป็นเป้าหมายได้บางรายการมีกลุ่มคนมีอายุเป็นเป้าหมาย แต่ท้ายที่สุดต้องให้แน่ใจว่าสื่อสาธารณะตอบสนองคนทุกกลุ่มในสังคม

3. ความเป็นอิสระ (Independence) สื่อสาธารณะต้องเป็นเวทีกลาง สำหรับการแสดงความคิดที่เป็นอิสระเป็นเวทีเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นและข้อวิจารณ์ สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ผลิตสื่อสาธารณะมีความเป็นอิสระ ต้องให้สื่อสาธารณะมีเสรีภาพในการแพร่ภาพกระจายเสียง โดยไม่ถูกคุกคามจากอำนาจรัฐและอำนาจทุนหากเนื้อหาของสื่อสาธารณะถูกแทรกแซงโดยรัฐบาลได้ประชาชนก็จะหมดความเชื่อถือหรือหากรายการของสื่อสาธารณะถูกออกแบบขึ้น โดยมุ่งหวังประโยชน์เชิงพาณิชย์เป็นที่ตั้งประชาชนก็จะไม่เข้าใจว่าทำไมพวกเขาถึงถูกขอให้จ่ายเงินช่วยเหลือสื่อสาธารณะทั้งที่มีเนื้อหาไม่แตกต่างจากสื่อพาณิชย์โดยทั่วไป

4. ความแตกต่างเฉพาะตัว (Distinctiveness) เนื้อหารายการของสื่อสาธารณะต้องแตกต่างจากเนื้อหาของสื่ออื่น ผู้ชมต้องสามารถแยกแยะความแตกต่างในเชิงคุณภาพและคุณลักษณะเฉพาะของรายการของสื่อสาธารณะได้ โจทย์ของสื่อสาธารณะจึงไม่ใช่แค่ผลิตรายการประเภทที่สื่ออื่นไม่สนใจผลิตเท่านั้น แต่ต้องผลิตอย่างแตกต่างด้วย โดยผลิตรายการทุกประเภทแต่ผลิตให้แตกต่างจากรูปแบบการผลิตของสื่ออื่น หลักการคือผู้ผลิตสื่อสาธารณะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ คิดรูปแบบรายการใหม่ คิดรายการประเภทใหม่ เป็นผู้กำหนดวาระของวงการ สื่อทัศน์ของโลก และปลูกฝังวงการแพร่ภาพกระจายเสียงต้นจากหลักด้วยในแง่ของเนื้อหารายการ (Program Content) สิ่งที่สื่อสาธารณะพึงยึดถือคือ เป็นกลางและให้สิ่งที่ เป็นประโยชน์ (Unbiased, Enlightening Information) รายการเพื่อบริการและผลประโยชน์ของสาธารณะ รายการที่มีจุดเด่น (Program That Leave Their Mark) การผลิตด้วยตัวเอง (In-House Production) เนื้อหาที่น่าสนใจเพื่อส่วนรวม (National Content) The Council of Europe's Independent Television Commission (2004) ยังได้นิยามความหมายของสถานีสาธารณะว่าเป็นสถานีที่มีลักษณะมีรายการหลากหลายตอบสนองรสนิยมและความสนใจที่หลากหลาย โดยคำนึงถึงการจัดผังรายการด้วยมีมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานทางเทคนิคที่มีคุณภาพสูงโดยมีทรัพยากรที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์และมีความแตกต่างเฉพาะตัว สามารถใช้สื่อใหม่ (new media) มาร่วมเสริมบทบาททางการศึกษาของสื่อสาธารณะได้อย่างเต็มที่ คำนึงถึงคนกลุ่มน้อยที่มีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ภาษา และสังคม ซึ่งอาจมีความต้องการและความสนใจเป็นพิเศษอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการศึกษา เช่น รายการสอนหนังสือ หรือรายการสำหรับคนพิการสนองความสนใจและประโยชน์ของภูมิภาคหรือชุมชน และเปิดโอกาสให้ภูมิภาคและชุมชนต่างๆ ได้รับรู้แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน แสดงลักษณะเฉพาะของชาติ หรือเป็น“เสียงของชาติ” (voice of the nation) นั่นคือเป็นเวทีกลางให้ประชาชนมีส่วนร่วมใน

วาระแห่งชาติต่างๆ มีรายการต้นแบบใหม่จำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีรายการที่ออกอากาศเป็นครั้งแรกหลายรายการ มีความยินดีที่จะรับเสียงจากการทำอะไรใหม่ๆ ทำทลายความคิดผู้ชมและเติมเต็มสถานีสื่อสารณะแห่งอื่นหรือสื่อพาณิชย์อื่น ความเป็นอิสระและปลอดอคติเป็นเวทีกลางสำหรับการถกเถียงแสดงความคิดเห็นที่หลากหลาย และให้ความรู้กับผู้ที่มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งเข้าถึงผู้ชมอย่างทั่วถึง มีโฆษณาจำกัด (สูงสุดไม่เกิน 7 นาทีต่อชั่วโมง ตลอดทั้งวัน) มีงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอไม่ว่าจะออกอากาศฟรีหรือเก็บเงิน ณ ราคาที่ทำให้ประชากรส่วนใหญ่เข้าถึงได้นอกจากนี้รายงานวิจัยเรื่อง “สื่อสาธารณะ” ยังได้กล่าวถึงมาตรการกำกับ และควบคุมดูแลเนื้อหารายการทั้งวิทยุและโทรทัศน์สาธารณะ โดยควรยึดหลักสำคัญในการนำเสนอเนื้อหา ได้แก่ มีเนื้อหาที่หลากหลายสอดคล้องกับรสนิยม และความสนใจของทุกคนนำเสนอรายการอย่างเป็นกลาง โดยไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดให้ความสำคัญกับกลุ่มคนที่ถูกละเลยจากสื่อพาณิชย์ (เช่น กลุ่มเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้มีรายได้น้อย เป็นต้น) เป็นพิเศษ มีบทบาทในการพัฒนาประชาธิปไตยมุ่งผลิตรายการที่มีคุณภาพเป็นสำคัญมากกว่าความต้องการจำนวนผู้ชมสื่อวิทยุโทรทัศน์กับบทบาทความเป็นสื่อสาธารณะสื่อวิทยุโทรทัศน์มีลักษณะเด่นอยู่ที่การนำเสนอภาพและเสียง เข้าถึงประชาชนในวงกว้างและมีผลต่อการโน้มน้าวผู้รับสารได้ดีกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้รัฐเข้ามามีบทบาทในการควบคุมสื่อโทรทัศน์ค่อนข้างมาก ส่วนภาคธุรกิจเอกชนหรือกลุ่มทุนต่างๆ เข้ามามีบทบาทต่อสื่อโทรทัศน์มากขึ้นภายหลังการเปิดสัมปทานของรัฐในยุคหลังก็มีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายขององค์กร มากกว่าที่จะดำเนินไปเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน จึงกล่าวได้ว่าสื่อวิทยุและโทรทัศน์ได้ทำหน้าที่ในการเป็น “สื่อสาธารณะ” ของสังคม น้อยกว่าศักยภาพที่ตนมีอยู่จากแนวคิดของ Habermas ที่ว่าสื่อมวลชนต้องมีบทบาทเป็นตัวกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลต่างๆ และต้องช่วยสะท้อนความคิดสาธารณะสู่ผู้บริหารประเทศ ในการนี้คนทุกกลุ่มต้องมีสิทธิในการใช้สื่อเท่าเทียมกัน และสื่อมวลชนก็ต้องเป็นพื้นที่สาธารณะที่เป็นอิสระจากการครอบงำของกลุ่มต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับระบบโทรทัศน์ในต่างประเทศจึงเห็นความไม่สมดุลของระบบอย่างชัดเจน เนื่องจากระบบโทรทัศน์ในต่างประเทศจะจัดให้มีสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะควบคู่ไปกับโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ โดยจัดแบ่งสัดส่วนตามความเหมาะสม การขาดหายไปของโทรทัศน์สาธารณะในประเทศไทยจึงทำให้สังคมสูญเสียประโยชน์อันพึงได้รับจากระบบสื่อมวลชนในหลายๆ ด้าน หากพิจารณาจากผลประโยชน์ของสาธารณะที่พึงได้รับจากสื่อสาธารณะซึ่งถือเป็นการดำเนินตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ มาตรา 40 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2543 จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สังคมไทยจะต้องร่วมกันผลักดันสถานีโทรทัศน์สาธารณะให้เกิดขึ้นจริงในประเทศไทย หากพิจารณาจากอิทธิพลของสื่อประเภทต่างๆ ที่มีต่อสังคมไทยแล้วนั้น จะพบว่าสื่อโทรทัศน์มี

นัยสำคัญต่อสังคมไทยมากที่สุดอย่างชัดเจนทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ ดังนั้น การผลักดันให้เกิดสื่อสาธารณะในประเทศไทยที่ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงได้และสามารถรักษาความสมดุลของระบบสื่อสารมวลชนไว้จึงต้องมุ่งไปที่การสร้าง “สถานีโทรทัศน์สาธารณะ” ขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องปรับแนวคิดและประสบการณ์จากต่างประเทศให้เหมาะสมกับลักษณะและบริบทของสังคมไทยต่อไป ความหมายของทีวีสาธารณะที่ทีวีสาธารณะแตกต่างจากโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ (เช่น ไอทีวีในอดีต) และโทรทัศน์ของรัฐที่มีอยู่ในปัจจุบัน กล่าวคือ ทีวีสาธารณะมีปรัชญาและแนวทางในการดำเนินการที่ถือว่าประชาชนเป็นพลเมืองเจ้าของประเทศและสื่อมีฐานะเป็นพื้นที่สาธารณะในการให้ข้อมูลข่าวสาร และเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ของประชาชน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งแตกต่างจากสื่อโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ทีวีสาธารณะต้องเป็นอิสระจากรัฐบาลและกลุ่มทุนจึงจะสามารถเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อประโยชน์สาธารณะได้อย่างแท้จริง การเป็นอิสระจากรัฐบาลจะช่วยให้สามารถนำเสนอข่าวสารที่ครบถ้วนรอบด้าน และตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลได้ส่วนการที่ต้องเป็นอิสระจากกลุ่มทุนนั้นเกิดจากในหลายกรณี กลุ่มทุนที่ดำเนินธุรกิจอย่างผิดกฎหมายหรือไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้สร้างความเดือดร้อนต่อประชาชนอย่างมาก สื่อโทรทัศน์จึงควรมีหน้าที่ตรวจสอบกลุ่มทุนด้วย นอกจากนี้กลุ่มทุนยังมีบทบาททางการเมืองอย่างกว้างขวาง การไม่เป็นอิสระจากกลุ่มทุนจะทำให้ไม่สามารถเสนอข่าวสารที่ครบถ้วนรอบด้านและตรวจสอบการกระทำของนักการเมืองซึ่งเกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจของกลุ่มทุนได้จากแนวคิดดังกล่าว ทีวีสาธารณะจึงมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีความเป็นอิสระในการดำเนินงานด้วยหลักประกันทางกฎหมายที่ป้องกันการแทรกแซงทางการเมือง และให้ความมั่นคงทางการเงินควบคู่ไปกับการห้ามโฆษณาเพื่อหลีกเลี่ยงจากการถูกแทรกแซงจากกลุ่มทุน แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีโครงสร้างการกำกับดูแลและระบบบรรษัทภิบาลที่ดี

2. ผลิตรายการคุณภาพสูงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เช่น รายการข่าวและรายการเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันซึ่งให้ข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วนรอบด้าน รายการการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชน และรายการที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

3. ผลิตและเผยแพร่รายการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีข้อกำหนดด้านมาตรฐานของรายการ (programming standard) และข้อบังคับด้านจริยธรรมของวิชาชีพ (code of conduct)

4. มีกลไกให้สังคมมีส่วนร่วม เช่น การสนับสนุนผู้ผลิตรายการอิสระทั้งผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนให้สามารถใช้โทรทัศน์ในการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และเรียนรู้ร่วมกัน และมีกลไกสำรวจความพึงพอใจของประชาชนอย่างสม่ำเสมอตลอดจนมีกลไกที่ประชาชนสามารถให้คำแนะนำและข้อคิดเห็น ร้องเรียน และตรวจสอบการดำเนินงานของทีวีสาธารณะได้โดยง่ายตาม

พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มาตรา 7 ในห้วงการมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม บนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้านสมดุลและเชื่อถือตรงต่อจรรยาบรรณ

2. ผลิตรายการทางด้านข่าวสารสารประโยชน์ทางการศึกษา และสาระบันเทิงที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูงเน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมือง และผลประโยชน์เชิงพาณิชย์และยึดถือผลประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

3. ส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อประโยชน์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นผ่านการบริการข่าวสารและสารประโยชน์อื่น

4. ส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน

5. สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดทิศทางการให้บริการขององค์การเพื่อประโยชน์สาธารณะ

6. สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์อื่น

การดำเนินการตาม ข้อ 2-5 ให้คำนึงถึงการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรมของประชาชน

ประโยชน์ของทีวีสาธารณะต่อประชาชนไทยประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการชมรายการที่มีคุณค่ามากมาย ดังนี้

1. รายการข่าวและรายการสถานการณ์ปัจจุบัน (เช่น รายการอภิปรายปัญหาเศรษฐกิจการเมือง และสังคม) ที่มีความเที่ยงตรง เป็นกลาง และครบถ้วนรอบด้าน ไม่ถูกแทรกแซงจากฝ่ายรัฐบาลและกลุ่มทุน สามารถทำข่าวเชิงลึก และเปิดเผยเรื่องที่ประชาชนควรรู้แต่ไม่มีโอกาสรับรู้มาก่อนได้

2. รายการการศึกษาและบันเทิงสำหรับเด็กและเยาวชนที่เอื้อต่อการเรียนรู้พัฒนาสติปัญญา ไม่มีพิษภัยจากความรุนแรง ภาษาหยาบคาย การดูถูกผู้อื่น (เช่น คนกลุ่มน้อย) ตลอดจนเนื้อหาทางเพศที่ไม่เหมาะสม

3. รายการสารคดีทั้งด้านวิทยาศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมที่มีคุณภาพสูง น่าติดตาม และให้ความรู้ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

4.รายการบันเทิงที่สนุกเพลิดเพลิน ให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์ และยกระดับสนิยมของคนในสังคม (ดังเช่นละครเกาหลีเรื่อง “แดจังกึม”) (การจัดตั้งทีวีสาธารณะในประเทศไทย 2550:4-5)

แนวคิดเรื่อง “คุณค่า” ในเนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ

เอกสารการสัมภาษณ์ของ bbc ชิ้นหนึ่งกล่าวถึงเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่สถานีโทรทัศน์ bbc สนับสนุนและส่งเสริมให้มีในรายการของตน กล่าวว่า เป้าหมายและแนวทางของรายการโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะนั้นจำเป็นที่จะต้องส่งเสริม “คุณค่า” 5 ประการ (5 Values) คือ democratic, culture, education, social & community and global ทั้งนี้แนวคิดคุณค่าดังกล่าวคือ

1. คุณค่าด้านประชาธิปไตย : หมายถึงรายการนั้นๆ มีเนื้อหาสนับสนุนและส่งเสริมแนวคิดประชาธิปไตย การมีส่วนร่วมในวิถีประชาธิปไตย หรือประเด็นสาธารณะ ทั้งประชาธิปไตยในแบบตัวแทน (representative democracy) หรือแบบโดยตรงหรือการเมืองด้านพลเมือง (direct/civil democracy) เป็นต้น

2. คุณค่าด้านวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ (Culture Value) : หมายถึงรายการนั้นๆ มีเนื้อหาที่ส่งเสริม แนวคิด วิถี ผลผลิตทางวัฒนธรรมที่ดีงามและสร้างสรรค์ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆทั้งในระดับชาติ ระดับท้องถิ่น และนานาชาติ แสดงถึงความหลากหลายของวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย ทั้งทางศาสนา ชนชั้น เพศ และกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ

3. คุณค่าด้านการศึกษา (Education Value) : หมายถึงรายการนั้นๆ มีเนื้อหาที่ส่งเสริมสนับสนุน การพัฒนาทักษะ ปัญญา ด้วยข้อมูล ความรู้ ที่มีคุณค่า เพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์นำไปใช้ประโยชน์ได้ในการดำเนินชีวิต โดยมีทั้งสาระและความบันเทิง

4. คุณค่าด้านสังคมและชุมชน (Social and Community Value) : รายการนั้นๆ มีเนื้อหาที่เน้นเสริมสร้าง สนับสนุน ความสามัคคี ความสามัคคี ความแตกต่าง หลากหลาย ทางความคิด ความเชื่อเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ การยอมรับซึ่งกันและกัน

5. คุณค่าด้านสังคมโลก (Global Value) : เนื้อหาสนับสนุนข้อมูลในระดับนานาชาติ ทั้งด้านข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจคุณลักษณะรายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ (qualification in TVs program for public interest) หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่มีลักษณะของเนื้อหา รูปแบบ วิธีการนำเสนอที่ดีในการช่วยสนับสนุนเสริมสร้างให้เนื้อหารายการสามารถสร้างประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเพื่อ

1. การส่งเสริมแนวคิดด้านประชาธิปไตย- Democracy คือรายการที่มีลักษณะส่งเสริมการพัฒนาระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยทั้งแบบรัฐสภาและการเมืองภาคพลเมือง

2. การส่งเสริมแนวคิดด้านการมีส่วนร่วม- Participation คือรายการที่มีลักษณะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็นต่อการบริหารราชการแผ่นดินและประเด็นที่สำคัญต่อสาธารณะซึ่งมีความคิดเห็นแตกต่างกันในสังคมบนพื้นฐานของข้อมูลที่ต้องการ

3. การส่งเสริมความหลากหลาย-Diversity คือรายการที่มีลักษณะความหลากหลายสำหรับประชาชนทุกภาคส่วนของประเทศ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันที่ต้องการ โดยมีความหลากหลายในเนื้อหารายการ (Diversity in Content) ความหลากหลายในรูปแบบของรายการ (Diversities in Format) และความหลากหลายในลักษณะของผู้ร่วมรายการ (Diversities in Participate)

4. การส่งเสริมและให้พื้นที่แก่คนที่ด้อยโอกาสและคนชายขอบ-Voiceless and Marginal คือ รายการที่มีลักษณะสนับสนุนให้กลุ่มชาติพันธุ์และคนส่วนน้อยมีพื้นที่ในรายการ มุ่งสร้างความรู้จักความเข้าใจกัน หรือการยอมรับกันของคนกลุ่มต่างๆ เช่นกลุ่มคนที่ไม่มีสิทธิมีเสียงในสังคม กลุ่มคนชายขอบ กลุ่มคนที่แตกต่างทางวัฒนธรรมหลักหรือเป็นชนกลุ่มน้อยในสังคม หรือกลุ่มคนที่ถูกละเลย เพิกเฉยจากสังคม

5. การสร้างพื้นที่สาธารณะเปิดโอกาสในการแสดงความคิดเห็น PublicSpace/Sphere คือ รายการที่มีลักษณะเป็นเวที/พื้นที่สาธารณะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยมีความสมดุลของความคิดเห็นฝ่ายต่างๆและการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล

6. ระดมข้อมูล ความคิดเห็นและการขับเคลื่อนทางสังคม Collectiveness & Mobilization คือรายการที่มีลักษณะการระดม ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนเพื่อประโยชน์สุขแห่งสาธารณะ

7. การผลิตเนื้อหาที่ผู้ชมส่วนมากเข้าถึง เข้าใจ และเป็นประโยชน์แก่คนส่วนมาก Universality คือรายการที่มีลักษณะเนื้อหาที่เข้าถึงผู้ชมทุกกลุ่ม

8. การจัดวางเนื้อหารายการที่ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม Accessibility คือ รายการที่มีลักษณะเนื้อหาที่ผู้ชมทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้ตามเวลาที่เหมาะสม

9. การส่งเสริมแนวคิดสมานฉันท์และบูรณาการทางสังคม Social Harmony and Integration คือรายการที่มีลักษณะเน้นสร้างความสมานฉันท์ ความสงบสุขและสันติสุขและบูรณาการสังคม

10. การสำรวจ สอดส่องและเฝ้าระวังภัยให้กับสังคม-Surveillance คือรายการที่มีลักษณะเน้นตรวจสอบ เฝ้าระวัง เปิดเผยมการทุจริต คอร์รัปชั่น ความไม่ยุติธรรมอาชญากรรม พฤติกรรมหรือการกระทำที่สร้างความเสียหายและปัญหาสังคม

11. การส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออก-Freedom of Expression คือรายการที่มีลักษณะเสรีภาพในการแสดงออก และการไม่แทรกแซงจากอำนาจใด

12. การสนับสนุนสร้างความปลอดภัยให้กับมนุษย์-Human Security คือรายการที่มีลักษณะปกป้องประชาชนในมิติสุขภาพโรคระบาด ความปลอดภัยในต่อร่างกาย และทรัพย์สินในขณะที่ข้อบังคับองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยว่าด้วยจริยธรรมของวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิตและการเผยแพร่รายการ พ.ศ.2552

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2551 ด้วยพันธกิจของการดำเนินงานที่มีเป้าหมายเพื่อประโยชน์สาธารณะไม่เป็นเรื่องการค้า เพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล หรือเพื่อประโยชน์ของกลุ่มการเมืองหรือกลุ่มผลประโยชน์ใดแต่เป็นองค์การสื่อสาธารณะที่มีความเป็นอิสระทางวิชาชีพและพันธกิจในการดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รวมทั้งสื่ออื่นเพื่อสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม บนพื้นฐานความเป็นไทย เสนอข่าวสารสารประโยชน์และสาระบันเทิง อย่างซื่อสัตย์ประโยชน์สาธารณะ สร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างเท่าเทียมกันสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดทิศทางการให้บริการขององค์การรวมทั้งการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

อาศัยตามอำนาจในมาตรา 42 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 คณะกรรมการนโยบายขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ออกข้อบังคับไว้ดังนี้

ข้อ 1.ข้อบังคับนี้เรียกว่า“ข้อบังคับองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยว่าด้วยจริยธรรมของวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิตและการเผยแพร่รายการพ.ศ. 2552”

ข้อ 2.ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3.ในข้อบังคับนี้

“องค์การ” หมายความว่า องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

“ผู้บริหารด้านข่าวหรือรายการ” หมายความว่า ผู้อำนวยการองค์การหรือผู้ที่ผู้อำนวยการองค์การมอบหมายให้เป็นผู้รับผิดชอบงานด้านข่าวหรือด้านรายการที่เผยแพร่ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และสื่ออื่นขององค์การ

“พนักงาน” หมายความว่า พนักงานและลูกจ้างที่ไม่มีตำแหน่งเป็นกรรมการบริหาร ผู้อำนวยการองค์การ หรือผู้บริหารระดับสูงขององค์การ

“ผู้ปฏิบัติงาน” หมายความว่า ผู้รับผิดชอบงานการผลิต การจัดหา และการเผยแพร่รายการทั้งที่เป็นพนักงานเต็มเวลาและบางเวลาขององค์การ รวมทั้งบุคคลภายนอกที่ทำงานด้านการผลิตรายการขององค์การ

“จริยธรรมของวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิตและการเผยแพร่รายการ” หมายความว่าหลักเกณฑ์หรือกฎที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินการกระทำของนักวิชาชีพด้านการผลิต การจัดหา และการเผยแพร่รายการขององค์กร หรือผู้ผลิตอิสระที่เป็นกลุ่มบุคคล หรือหน่วยงาน หรือสถาบัน ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ว่าการกระทำใดเป็นสิ่งที่ถูกต้องดีงาม ควรปฏิบัติ และการกระทำใดเป็นสิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติทั้งต่อตนเองและผู้อื่น

ข้อ 4. จริยธรรมด้านความถูกต้องเที่ยงตรง

4.1) การนำเสนอข่าวหรือข้อมูลต้องยึดถือข้อเท็จจริง ความถูกต้อง เที่ยงตรง โดยการเลือกแหล่งข่าว แหล่งข้อมูล การใช้ภาษา การกำหนดเนื้อหา และวิธีการหรือรูปแบบการนำเสนอ ต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบ ระมัดระวัง มีการตรวจสอบ ตรวจสอบเป็นหลักปฏิบัติสำคัญ

4.2) การรายงานข่าวหรือเหตุการณ์ ต้องรายงานตามความเป็นจริง ไม่แทรกความคิดเห็น ไม่บิดเบือน ไม่คาดเดา ไม่ชี้นำไม่สร้างความเข้าใจผิด หรือไม่ทำให้เกิดความตื่นกลัวอย่างเกินเหตุ

4.3) การรายงานข่าวหรือเหตุการณ์ปัจจุบัน ต้องแยกแยะให้ชัดเจนระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นเนื้อหาข่าวกับการวิเคราะห์ตีความเหตุผลที่แท้จริงกับการกล่าวอ้างว่าเป็นเหตุผล

4.4) ผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวและรายการ ต้องเปิดเผย ตรงไปตรงมา และชื่อตรงต่อผู้ที่ตกเป็นข่าว แหล่งข่าว ผู้ร่วมรายการ ผู้ให้ทัศนะความคิดเห็น รวมทั้งผู้ชมผู้ฟังรายการ

ข้อ 5. จริยธรรมด้านความสมดุลเป็นธรรม

5.1) การรายงานข่าวหรือการผลิตรายการ โดยเฉพาะในประเด็นสำคัญหรือประเด็นที่มีความขัดแย้งสูงต้องนำเสนอข้อมูลความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องอย่างรอบด้านสมดุลและเป็นธรรมในกรณีที่ต้องคัดค้านและ/หรือบุคลากรขององค์กรกลายเป็นข่าว นักข่าวหรือผู้นำเสนอรายการต้องรายงานหรือนำเสนออย่างชื่อตรง ถูกต้อง ไม่ลำเอียง และไม่ถือพวกพ้อง

5.2) ผู้ปฏิบัติงานต้องเคารพสิทธิส่วนบุคคล ในการปฏิเสธการให้สัมภาษณ์หรือการร่วมรายการ และต้องใช้วิจารณญาณในการแจ้งการปฏิเสธในรายการ ซึ่งการปฏิเสธดังกล่าวต้องไม่เป็นเหตุให้ยับยั้งการเชิญบุคคลอื่นหรือคู่กรณีที่มีประเด็นขัดแย้งกันมาออกอากาศ หรือมาแสดงทัศนะ ในกรณีเช่นนี้ผู้สัมภาษณ์ต้องทำหน้าที่อย่างเป็นธรรม

ข้อ 6. จริยธรรมด้านความเป็นอิสระของวิชาชีพความรับผิดชอบต่อสาธารณะและการไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน

6.1) ผู้บริหารหรือพนักงานต้องเป็นอิสระอย่างแท้จริงจากรัฐบาลกลุ่มและพรรคทางการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ หรือกลุ่มเคลื่อนไหวกดดัน เพื่อให้สาธารณะกดดัน เพื่อให้สาธารณชนเชื่อมั่นในความเป็นอิสระ และความเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

6.3) กองบรรณาธิการ หรือคณะผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ ต้องรักษาเอกสิทธิ์ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานอย่างคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ ผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ชมผู้ฟัง และความเชื่อถือต่อองค์การ สถานีและรายการ เป็นสำคัญ

6.5) ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้วิจารณญาณในการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความโหดร้ายทารุณ การกระทำที่ชั่วร้าย การกระตั่นความแตกแยก ความเกลียดชัง หรือการกระทำความรุนแรง

6.6) ผู้บริหารด้านข่าวและด้านรายการ พนักงานและผู้ปฏิบัติการต้องไม่นำเสนอข่าว รายการหรือจัดหาและผลิตรายการรายการเพื่อเอื้อประโยชน์อย่างเปิดเผย อย่างแอบแฝงหรือเพื่อ สร้างความได้เปรียบทางด้านธุรกิจ ทางการเมืองแก่บุคคล กลุ่มบุคคลหรือหน่วยงานใด รวมทั้งไม่ ใช่ว่า รายงานหรือรายการขององค์กรเป็นสิ่งที่แลกเปลี่ยนเพื่อประโยชน์ตนและพวกพ้อง

6.7) ผู้ปฏิบัติงานต้องหลีกเลี่ยงหรือใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบ ในการนำเสนอภาพ ข้อความ หรือสัญลักษณ์ของสินค้า บริการเพื่อธุรกิจการค้า การส่งเสริมการขายการนำเสนอชื่อหรือ สัญลักษณ์ของสินค้าและบริการเพื่อธุรกิจการค้า อาจกระทำได้เมื่อมีความจำเป็นเพื่องานข่าวหรือ รายการแต่ต้องปิดบังชื่อ ตราสินค้า สัญลักษณ์ เว้นแต่บริการหรือสินค้านั้นๆ เป็นข่าว หรือภาพ ชื่อ สัญลักษณ์นั้นเป็นภาพพื้นหลังที่ไม่โดดเด่นชัดแจ้งที่ไม่ส่อว่าเป็นการเจตนา หรือการหลีกเลี่ยงเป็น เหตุสุดวิสัย

6.8) พนักงานหรือผู้ได้รับมอบหมายให้ตัดสินใจในนามองค์กรเพื่อคัดเลือกผู้ผลิตอิสระ ต้องปฏิบัติหน้าที่อย่างซื่อสัตย์ไม่แอบแฝงผลประโยชน์ทั้งของตน ครอบครัวและพวกพ้องต้องตัดสินใจอย่างไม่เลือกปฏิบัติแต่ต้องใช้วิจารณญาณที่คำนึงถึงคุณภาพของรายการ ประโยชน์สาธารณะการใช้จ่ายที่คุ้มค่า การตอบสนองพันธกิจ วัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

ข้อ 7 จริยธรรมด้านการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ความเป็นส่วนตัวและคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล

7.1) การปฏิบัติงานทุกขั้นตอน การผลิตรายการในทุกประเภทและรูปแบบ ต้องเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่เสียดสีบุคคล กลุ่มบุคคล เพราะเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศสภาพ เพศวิถี อายุ ความพิการสภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะ

ของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจ หรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรมหรือทางความคิด
ทางการเมืองที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติทางการเมือง

7.2) การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ เพศสภาพ เพศวิถี ต้องดำเนินการอย่างเคารพ
ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ รวมทั้งสิทธิและเสรีภาพในการรับรู้ของประชาชนแต่ต้องมีเหตุผลและ
คำนึงถึงความเหมาะสมกับบรรทัดฐานและค่านิยมของสังคมและเพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

7.3) การนำเสนอเนื้อหาที่อาจล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัวและ/หรือทำร้ายความรู้สึกของ
บุคคลรวมทั้งการนำเสนอเรื่องราวและพฤติกรรมของบุคคลสาธารณะที่ส่งผลกระทบต่อส่วนรวม
หรือคนจำนวนมากจะกระทำได้เมื่อพิจารณาถี่ถ้วนแล้วว่าผลประโยชน์ของมหาชนในการรับรู้
ข่าวสารนั้นมีน้ำหนักมากกว่า

7.4) การรายงานข่าวหรือการเปิดเผยภาพที่ให้เห็นผู้ที่อยู่ในความทุกข์โศก ผู้ได้รับภัยจาก
หายนะ ผู้ที่อยู่ในภาวะทุกข์ยากลำบาก ทุกข์ทรมาน รวมทั้งผู้ป่วย ต้องดำเนินการอย่างเคารพศักดิ์ศรี
ความเป็นมนุษย์และนำเสนออย่างเหมาะสมและระมัดระวัง

ข้อ 8. จริยธรรมด้านการคุ้มครองเด็ก และเยาวชน จากรายการที่แสดงออกถึงความรุนแรง
การกระทำอันผิดกฎหมายหรือศีลธรรม อายุมข และภาษาอันหยาบคาย

8.1) ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้วิจารณญาณในการนำเสนอภาพ การใช้ภาษาถ้อยคำและน้ำเสียงให้
เหมาะสมโดยเฉพาะในการนำเสนอเนื้อหาความรุนแรง อัตลักษณ์ทางเพศเพศวิถี เพศสัมพันธ์
รวมทั้งเรื่องที่มีผลเสียหายต่อสถาบันครอบครัวและเรื่องที่มีความอ่อนไหวอื่นๆ

8.2) ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้วิจารณญาณในการนำเสนอเนื้อหา ภาษา ภาพ เสียง ที่อาจชักจูง
ผู้ชมผู้ฟังที่เป็นประเด็นและเยาวชนให้เห็นผิดเป็นชอบ หรือกระตุ้นพฤติกรรมการลอกเลียนแบบ
เช่น รายการที่มีเนื้อหาความรุนแรง การยั่วยวนทางเพศ การใช้ภาษาหยาบคาย กิจกรรมที่เสี่ยงภัยต่อ
ร่างกาย อายุมข การกระทำที่ผิดกฎหมายที่ขัดต่อศีลธรรม

8.3) ผู้ปฏิบัติงานต้องไม่ออกอากาศหรือตีพิมพ์ภาพและข้อมูลที่มีผลเสียต่อการพัฒนาการ
และการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน หรือมีผลเสียต่อบทบาทหน้าที่และสัมพันธภาพของสถาบัน
ครอบครัว

8.4) ผู้ปฏิบัติงานต้องหลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพเด็ก เยาวชน ที่ถูกทำร้าย ถูกทารุณ ถูก
คุกคามทางเพศ ตกเป็นผู้ต้องหา ผู้ต้องสงสัย ทั้งนี้หมายรวมถึงการไม่นำเสนอภาพ ข้อมูล ข้อความ
และสัญลักษณ์ใดที่สามารถเชื่อมโยงไปถึงเด็ก เยาวชน ที่ตกเป็นข่าว ที่ถูกกระทำที่ผู้ต้องหา ผู้
ต้องสงสัย เว้นแต่กระทำไปเพื่อประโยชน์ของเด็กหรือเยาวชนนั่นเอง

8.5) การรายงานข่าวหรือการนำเสนอรายการใดๆที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนต้อง
ดำเนินการอย่างคำนึงถึงการปกป้องศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และสวัสดิภาพของเด็กและเยาวชน

8.6) ข้อบังคับด้านจริยธรรมเพื่อการคุ้มครองเด็กและเยาวชน ที่กำหนดในข้อ 8 นี้ให้ครอบคลุมถึงสื่อทุกประเภทขององค์การ

ข้อ 9. จริยธรรมด้านการปฏิบัติต่อเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย และผู้ที่อยู่ในภาวะเศร้าโศก

9.1) การรายงานข่าวภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุ การปะทะ การสู้รบ การทำร้าย ต้องตระหนักถึงมนุษยธรรมและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ที่ตกอยู่ในภาวะทุกข์โศกลำบาก ขาดแคลน ทรมาณ โดยต้องนำเสนอด้วยความระมัดระวังและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ป่วย ผู้บาดเจ็บ ผู้ทันทูภัย ทรมาณ หรือผู้เสียชีวิตและครอบครัว

ข้อ 10. จริยธรรมด้านการปกป้องและปฏิบัติต่อแหล่งข่าวอย่างเป็นธรรม

10.1) ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้วิจารณญาณเป็นพิเศษสำหรับแหล่งข่าว หรือผู้ร่วมรายการที่เป็นเด็ก และเยาวชน หรือบุคคลที่กำลังอยู่ในความทุกข์ หรือผู้ที่มีความบกพร่องทางสมอง เพราะเป็นกลุ่มบุคคลที่อาจไม่ตระหนักถึงผลกระทบจากการให้สัมภาษณ์หรือการเข้าร่วมรายการ

10.2) การเสนอข่าว รายงาน หรือรายการที่มีการกล่าวหาบุคคล กลุ่มบุคคลนิติบุคคล ต้องระมัดระวังว่าผู้ที่ถูกกล่าวหาต้องได้รับสิทธิและโอกาสที่จะได้ตอบข้อกล่าวหาในข่าว ในรายงาน หรือในรายการเดียวกันและในเวลาที่เหมาะสม

10.3) การปกปิดแหล่งข่าว หรือการหาข่าวหรือข้อมูลอย่างไม่เปิดเผย ต้องมีเหตุผลอันสมควร หรือเพื่อประโยชน์ของมหาชนส่วนใหญ่หรือเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัยของแหล่งข่าว

10.4) ผู้ปฏิบัติงานต้องไม่จ่ายเงินแก่แหล่งข่าว ไม่รับรางวัลหรือผลประโยชน์ตอบแทน เพื่อให้เสนอข่าวและ/หรือไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำความผิดทำให้ขาดความเป็นธรรมและความเป็นอิสระแห่งวิชาชีพ

10.5) การแอบบันทึกเทป และการหาหลักฐานแบบลับควรเป็นวิธีการสุดท้ายเพราะอาจมีผลต่อความน่าเชื่อถือของข่าวหรือรายการขององค์การ ยกเว้นด้วยเหตุจำเป็นภายใต้เงื่อนไขของการทำข่าวแบบสืบสวนสอบสวนเพื่อเสนอสิ่งที่ประชาชนมีสิทธิรับรู้ การรายงานทางวิทยาศาสตร์ การรายงานพฤติกรรมทางสังคม การรายงานเพื่อปกป้องสิทธิผู้บริโภค ที่การใช้วิธีการบันทึกเทปอย่างเปิดเผยจะไม่ได้ข้อมูลตามความเป็นจริง

10.6) ก่อนออกอากาศเทปเสียงการพูดคุย หรือการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ในทุกรื่องหากเป็นการบันทึกแบบลับ ผู้ปฏิบัติที่รับผิดชอบในการผลิตรายการต้องแจ้งขออนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์หรือเจ้าของเสียงก่อน

ข้อ 11. จริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาอาชญากรรม หรือ พฤติกรรมที่เป็นภัยต่อสาธารณะ และเหตุร้ายแรงที่มีผลกระทบต่อบุคคลและสังคม

11.1) การเสนอข่าว หรือการรายงานประเด็นอาชญากรรมหรือภัยต่อสาธารณะต้องไม่ทำให้ประชาชนตื่นตระหนกอย่างเกินกว่าเหตุ ไม่สร้างผลกระทบต่อกระบวนการยุติธรรม ไม่ยั่วยุการประกอบอาชญากรรม ไม่ชักนำไปสู่พฤติกรรมกระเลินกระเรง หรือการก่อความไม่สงบ

11.2) ผู้ปฏิบัติงานต้องคำนึงถึงสิทธิส่วนตัวและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้เคราะห์ร้ายที่ตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ด้วยการรายงานข่าวโดยไม่ทำให้้อาย ไม่ทำให้เป็นตัวละครหรือไม่ทำให้รู้สึกถูกซ้ำเติม

11.3) ผู้ปฏิบัติงานต้องคำนึงถึงสิทธิของผู้ต้องสงสัย โดยไม่นำเสนอภาพและไม่ใช้ภาษาที่มีลักษณะเป็นการตัดสินผู้ต้องสงสัยหรือผู้ถูกกล่าวที่ยังไม่ผ่านการพิจารณาตัดสินของศาล และต้องหลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพผู้ต้องหาพร้อมของกลาง หรือภาพการทำแผนประกอบการรับสารภาพของผู้ต้องหาอย่างชี้นำผู้ชมผู้ฟังให้ตัดสินว่าผู้ต้องหาคือผู้กระทำความผิด

11.4) ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้วิจารณญาณเป็นพิเศษในการนำเสนอภาพหรือข่าวเกี่ยวกับการทำร้ายตนเอง การพยายามฆ่าตัวตาย การฆ่าตัวตาย ในรายการทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นเรื่องจริงหรือเรื่องที่แต่งขึ้น

ข้อ 12.) จริยธรรมในการนำเสนอเหตุการณ์และเนื้อหาการเมืองและนโยบายสาธารณะ

12.1.การเสนอข่าวหรือรายงานหรือรายงานเกี่ยวกับการเมือง และนโยบายสาธารณะ การโต้เถียงหรือความขัดแย้งทางการเมือง ต้องกระทำด้วยความซื่อตรงต่อข้อเท็จจริง ไม่โอนเอียง ฝักใฝ่ฝ่ายใด

12.2) ผู้สื่อข่าว ผู้รายงาน หรือการนำเสนอรายการ ต้องไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง ในรายการและต้องระมัดระวังการทำหน้าที่อย่างมิให้ถูกใช้หรือตกเป็นเครื่องมือของนักการเมือง

ข้อ 13. จริยธรรมในการนำเสนอเหตุการณ์ความขัดแย้ง การชุมนุม การประท้วง การจลาจล การปะทะ การปราบปรามที่รุนแรง การก่อการร้าย และภาวะสงคราม

13.1) ในภาวะที่เกิดความขัดแย้งในสังคม ที่ส่งผลกระทบในวงกว้าง ถือเป็นหน้าที่ขององค์กร ในการปฏิบัติงานด้านการผลิตและการเผยแพร่รายการอย่างมุ่งนำเสนอข้อมูล ความคิดเห็นที่หลากหลายครบถ้วน ไม่ลำเอียงเข้าข้างฝ่ายใด ทั้งต้องพยายามเสนอข้อมูล ความรู้ ความคิดเห็น เพื่อให้สังคมมีทางออกจากความขัดแย้ง

13.2) นักข่าว และผู้รายงาน ต้องตระหนักว่าบุคคลมีสิทธิเสรีภาพในการชุมนุมและการแสดงความคิดเห็นอย่างสงบและปราศจากอาวุธ

13.3) การรายงานข่าวการชุมนุม การประท้วง การจลาจล การก่อการร้าย ต้องรายงานอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ ด้วยความถูกต้องเที่ยงตรง และรับผิดชอบต่อสังคมทั้งต้องระมัดระวังในการเลือกใช้คำพูดและน้ำเสียงที่ไม่ปรองดอง ไม่ใส่อารมณ์ ไม่มีอคติ

13.4) การเสนอข่าว หรือรายงานต้องเลือกใช้คำเพื่อระบุถึงผู้ก่อเหตุอย่างถูกต้องและเหมาะสมหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงบุคคลว่าเป็นผู้ก่อการร้ายจนกว่าจะมีการพิพากษาคดีของศาล ยกเว้นเป็นการกล่าวของแหล่งข่าว แหล่งข่าว หรือผู้ให้ข้อมูลที่นักข่าวหรือผู้รายงานต้องอ้างถึงแหล่งข่าว แหล่งข้อมูล เมื่อมีการใช้คำนี้ ในกรณีผู้ก่อเหตุมีชื่อเฉพาะของกลุ่ม ก็ให้ระบุชื่อเฉพาะนั้น หลีกเลี่ยงการใช้ชื่อย่อกลุ่มแบบเหมารวม ที่ส่งผลต่อชื่อเสียงและความรู้สึกของผู้ถูกระบุอย่างเหมารวม

13.5) รายงานเหตุการณ์การปะทะการปราบปรามหรือภาวะตึงเครียดตามความเป็นจริง ไม่บิดเบือนสภาพความโหดร้ายทารุณที่เกิดขึ้น แต่ต้องเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของเหยื่อ และต้องใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจเสนอภาพที่มีรายละเอียดที่สยดสยอง หรือสะเทือนใจ

13.6) ในสถานการณ์ที่มีการข่มขู่คุกคาม หรือจับตัวประกันผู้ปฏิบัติงานควรรับฟังคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ตำรวจและฝ่ายความมั่นคงก่อนการเผยแพร่ออกอากาศข้อความหรือภาพ ที่อาจเป็นเหตุให้สถานการณ์ทวีความรุนแรงขึ้น แต่การปฏิบัติตามคำขอร้องของเจ้าหน้าที่และฝ่ายความมั่นคงที่ไม่ให้รายงานข้อมูลหรือตีพิมพ์ภาพบางภาพ รวมทั้งการขอร้องให้ออกอากาศข้อมูลบางอย่าง จะกระทำได้อีกเมื่อมีเหตุผลที่ดีและต้องไม่ให้ความร่วมมือ หรือปฏิบัติเพื่อออกอากาศข้อความหรือภาพที่รู้อย่างชัดเจนว่าเป็นเท็จ

ข้อ 14. จริยธรรมในการรายงานเหตุการณ์หายนะ อุบัติเหตุขนาดใหญ่ภัยธรรมชาติภาวะฉุกเฉิน

14.1) การรายงานเหตุการณ์หายนะและภาวะฉุกเฉินเช่น ภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศต้องให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาและความถูกต้องของข้อมูลโดยเฉพาะตัวเลขของผู้บาดเจ็บ ผู้เสียชีวิต รวมทั้งความเสียหาย

14.2) เมื่อเกิดเหตุหายนะและภาวะฉุกเฉินต้องรับรายงานเฉพาะข้อมูลที่สำคัญแต่ต้องไม่ละเลยการตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนการรายงาน

14.3.) การทำงานในภาวะเช่นนี้ มิใช่เพียงรายงานข่าวหรือเหตุการณ์ แต่ต้องช่วยส่งสัญญาณเตือนหรือขอความช่วยเหลือ เพื่อช่วยลดความสูญเสีย ความเสียหาย แต่ต้องระมัดระวังในความถูกต้องเที่ยงตรงตามข้อเท็จจริง และรักษาความเป็นกลางอย่างเคร่งครัด

ข้อ 15. จริยธรรมในการปฏิบัติงานเมื่อเกิดเหตุการณ์ข่มขู่ คุกคาม การจับตัวประกัน การลักพาตัว การจี้เครื่องบิน หรือ ยานพาหนะอื่น

15.1) การเผยแพร่ออกอากาศ คำข่มขู่ คุกคาม ต้องผ่านการหารือเจ้าหน้าที่ตำรวจหรือหน่วยงานความมั่นคง และต้องผ่านการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูงขององค์กร

15.2) การเสนอข่าว หรือรายงานเหตุการณ์การข่มขู่ คุกคาม การจับตัวประกันการลักพาตัว การจี้เครื่องบิน หรือยานพาหนะอื่น ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของบุคคลที่เกี่ยวข้อง และสวัสดิภาพของสาธารณะทั้งต้องระมัดระวังไม่ให้กลายเป็นเครื่องมือ หรือช่องทางการสื่อสารของผู้ก่อเหตุ

ข้อ 16. ให้กำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อธำรงจริยธรรมวิชาชีพการผลิต การจัดหาและการเผยแพร่รายการ สำหรับผู้ปฏิบัติงานใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ

ข้อ 17. หากผู้ปฏิบัติงานจงใจเจตนาละเลยฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับ จนก่อให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กร ถ้าเป็นพนักงานต้องถูกดำเนินการทางวินัย และอาจได้รับบทลงโทษตั้งแต่ ภาคทัณฑ์ ตัดค่าจ้าง พักงาน ให้ออกหรือไล่ออก ถ้าเป็นบุคคลภายนอกอาจถูกลดผลตอบแทนหรือเลิกจ้าง ทั้งนี้ ตามกระบวนการพิจารณาและวิธีดำเนินการที่โปร่งใสเป็นธรรมพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หมวด 4 การเผยแพร่รายการ มาตรา 43 รายการที่ให้บริการผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงหรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ขององค์กรต้องมีเนื้อหาและคุณค่าดังนี้

1. ข่าวสารที่มีผลกระทบต่อสาธารณะที่เสนออย่างเที่ยงตรงรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์รอบด้านและเป็นธรรม ในสัดส่วนที่พอเพียงในช่วงที่มีผู้รับชมและรับฟังมาก

2. รายการที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นที่สำคัญต่อสาธารณะซึ่งมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในสังคม บนพื้นฐานของข้อมูลที่ถูกต้องมีสมดุลของความคิดเห็นฝ่ายต่างๆละมีการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล

3. รายการที่ส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและรายการที่ส่งเสริมการศึกษาในวิทยาการสาขาต่างๆ และการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนอย่างเพียงพอ โดยคำนึงถึงเวลาที่เหมาะสมต่อการรับชมและรับฟัง

4. รายการกีฬา นันทนาการ และรายการที่ส่งเสริมสุขภาพ และคุณภาพชีวิตของประชาชน

5. รายการที่ส่งเสริมเอกลักษณ์ของความเป็นไทยความหลากหลายทางวัฒนธรรม และความสมานฉันท์ในสังคม ตลอดจนสนับสนุนให้ผู้ด้อยโอกาสในสังคมแสดงความคิดเห็นหรือจะเสนอข้อมูลของตน

6. รายการบันเทิงที่สร้างสรรค์ส่งเสริมคุณค่าที่ดีงามของสังคม หรือยกระดับสุนทรียภาพของประชาชน

7. รายการที่เป็นผู้สนับสนุนผู้ผลิตรายการอิสระ ซึ่งต้องจัดสรรเวลาให้อย่างเพียงพอการจัดทำผังรายการเป็นดุลยพินิจขององค์กร และต้องไม่มีลักษณะที่เอื้อประโยชน์หรือตอบแทนในเชิงพาณิชย์ผู้อำนวยการต้องจัดทำผังรายการเสนอต่อกรรมการบริหารเพื่ออนุมัติทุกสามเดือน ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงผังรายการอย่างมีนัยสำคัญ ให้ผู้อำนวยการจัดทำผังรายการที่มีการ

เปลี่ยนแปลงเสนอต่อกรรมการบริหารเพื่ออนุมัติในการจัดทำรายการตามวรรคหนึ่ง ให้กรรมการนโยบายกำหนดมาตรการโดยรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีบริการที่เหมาะสมในการส่งเสริมให้คนพิการสามารถเข้าถึงหรือใช้ประโยชน์รายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ขององค์กรได้

มาตรา 44 ให้องค์การจัดเก็บวัสดุที่บันทึกรายการที่มีการเผยแพร่อันเป็นที่สนใจของประชาชนเพื่อประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์ให้องค์การให้บริการแก่ประชาชนในการรับฟังและรับชมรายการที่บันทึกในวัสดุตามวรรคหนึ่งโดยเก็บค่าบริการได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มนฤดี ธาดาอานวยชัย ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจและความต้องการในหัวข้อเรื่อง “ความพึงพอใจและความคาดหวังของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น ความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น ตลอดจนความคาดหวังของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นทำการปรับปรุงในเรื่ององค์ประกอบรายการด้านต่างๆ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการโทรทัศน์ทุกวันครั้งละประมาณ 3-4 ชั่วโมงโดยเปิดรับรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นเพื่อความบันเทิงเป็นหลักในด้านความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น พบว่าค่อนข้างพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นโดยเห็นว่าสามารถตอบสนองความสนใจเรื่องทำให้ค้นพบสิ่งแปลกใหม่และความต้องการด้านผ่อนคลายความเครียดได้ดีที่สุดอีกทั้งยังมีความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นประเภทเพลง และองค์ประกอบรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นด้านเนื้อหามากที่สุด และต้องการให้โทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นปรับปรุงในด้านผู้ดำเนินรายการมากกว่าองค์ประกอบในด้านอื่นๆ โดยต้องการให้ผู้ดำเนินรายการพูดและเข้าใจภาษาไทยได้ดี

วุฒิชัย ผาสุขกานนท์ ได้ศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการพระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลำดับความสำคัญและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชมรายการพระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการรับชมมีแบบการรับชมได้ไม่นานและรับชมนานและส่วนใหญ่จะรับชมรายการพระพุทธศาสนาบ่อยคือประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน ปัจจัยของรายการที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านรูปแบบและวิธีการนำเสนอ รายการพระพุทธศาสนาโดยรูปแบบที่ชื่นชอบมากที่สุดคือธรรมบรรยายล้วน และแบบละครธรรม

อิสราวดิ ชำนาญกิจ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์” โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาทัศนคติทางการเมือง การคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเปิดรับชมรายการด้านการเมืองในลักษณะรูปแบบต่างๆ ซึ่งนำเสนอในรูปแบบรายการด้านการเมืองทางสถานีโทรทัศน์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า ในภาพรวมของผู้ชมรายการทางด้านการเมืองทางโทรทัศน์จะมีวัยกลางคนเป็นส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่ารูปแบบรายการไม่เป็นที่สนใจและดึงดูดใจของผู้ชมในวัยที่น้อยกว่าและกลุ่มเยาวชน สาเหตุเพราะเนื้อหาสาระยังไม่หลากหลายพอที่จะให้เยาวชนได้รับประโยชน์ ทั้งในเรื่องใกล้ตัวและไกลตัว นอกจากนี้ข้อมูลข่าวสารยังขาดในด้านการส่งเสริมคุณธรรม ความรู้ แนวคิด ความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและประเทศชาติ จึงเห็นควรที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายตลอดจนผู้มีอำนาจบริหารได้ร่วมมือกันแก้ไขปรับปรุงอย่างจริงจังเพื่อพัฒนาสื่อให้มีประสิทธิภาพ และเพื่อพัฒนาความเข้าใจของประชาชนในด้านการเมืองต่อไป

ลัดดา โปษยะพิสัยฐ์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางเศรษฐกิจจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาถึงระดับความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งปรากฏผลการวิจัยดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารทางเศรษฐกิจจากสื่อโทรทัศน์พบว่าความสนใจเปิดรับข่าวสารทางเศรษฐกิจในช่วงข่าวภาคค่ำ (19.00 -23.00 น.) จากสื่อโทรทัศน์ทุกวันโดยใช้เวลาในการชมข่าวสารทางเศรษฐกิจในแต่ละครั้งเป็นเวลา 5-10 นาทีและส่วนใหญ่มองมีความต้องการข่าวสารด้านเศรษฐกิจในระดับปานกลางถึงสูงซึ่งแบ่งเป็นความต้องการด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวสารทางเศรษฐกิจในส่วนของเนื้อหา พบว่าต้องการรับรู้ข่าวสารด้านราคาสินค้าและราคาน้ำมันมากในส่วน of รูปแบบการนำเสนอต้องการให้สื่อโทรทัศน์นำเสนอข่าวสารเศรษฐกิจในรูปแบบวิเคราะห์ข่าวแบบเจาะลึกมากที่สุดส่วนความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจจากสื่อโทรทัศน์ในระดับปานกลางถึงระดับสูงและพึงพอใจข่าวที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์

สุภาวดี เตียพิริยะกิจ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2538 ของเยาวชนอายุ 18-19 ปีในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชน ของเยาวชน 18-19 ปี ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเยาวชนอายุ 18-19 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

ต่อลักษณะรูปแบบการนำเสนอ และประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งทางสื่อมวลชนและเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการนำเสนอ และเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งกับการตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สส.ของเยาวชน อายุ 18-19 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 19 ปี กำลังศึกษาอยู่และส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาสูงสุด กำลังศึกษาปริญญาตรีในด้านพฤติกรรมและการเปิดรับสื่อมวลชนกลุ่มตัวอย่างรับชมสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ทั้งๆ ที่เป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งและความพึงพอใจการนำเสนอข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เพราะมีทั้งภาพและเสียงทั้งนี้ส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชน เพราะต้องการทราบความเคลื่อนไหวของพรรคการเมืองในช่วงเลือกตั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง โดยเกินกว่าครึ่งหนึ่งคิดว่าสื่อมวลชนมีส่วนทำให้ ตนตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้งสำหรับความพึงพอใจ

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรม การเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมรายการที่มีต่อการข่าวโทรทัศน์ และพฤติกรรมและการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อข่าวสารและรายการโทรทัศน์ มีความสนใจข่าวสารรายการโทรทัศน์และมีความต้องการข่าวสารรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน รวมทั้งมีความจำเป็นใช้ข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์ในชีวิตประจำวัน โดยข่าวสารที่จำเป็นต้องใช้ 5 อันดับแรก คือข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุสาเหตุการเลือกชมรายการข่าวโทรทัศน์ว่าเพื่อติดตามข่าวสาร รองลงมาคือ เพื่อผ่อนคลายอารมณ์และเพื่อนำไปสนทนากับผู้อื่น โดยได้นำข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุดรองลงมาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และนำไปเป็นหัวข้อการสนทนากับบุคคลอื่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อถือข่าวโทรทัศน์แต่มีความเห็นว่าการปรับปรุงการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ให้ดีขึ้น ทั้งด้านเนื้อหาของข่าว ประเภทและปริมาณของข่าว วิธีการนำเสนอ ตลอดจนการอ่านข่าวของผู้ประกาศให้ถูกต้องชัดเจนตามอักขระภาษาไทย สำหรับเหตุผลการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ส่วนใหญ่เลือกชมเพราะการนำเสนอดี รองลงมาคือเนื้อหาของข่าวดี สถานีโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเสนอข่าวในประเทศได้ดีที่สุด คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รองลงมาคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 ส่วนพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์นั้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 211 คน รับชมรายการข่าวโทรทัศน์ไม่เป็นประจำทุกวัน เนื่องจากเดินทางกลับถึงบ้านไม่ทันเวลานำเสนอข่าวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมข่าวโทรทัศน์พร้อมกับสมาชิกในครอบครัวและกว่าครึ่งหนึ่งกดปุ่มบังคับสลับไปมาทุกช่องเมื่อมีโฆษณา รองลงมาจะเลือกชมเฉพาะ

ข่าวบางประเภทที่ขอส่วนใหญ่นำเนื้อหาไปพูดคุยกับบุคคลอื่น หรือบุคคลในครัวเรือนแต่ไม่เคยแสดงปฏิกิริยาความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจให้ฝ่ายข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ได้ทราบผล

พัชรนันท์ เค็ดแก้ว ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสาระและความรู้และสารบันเทิงการจดจำและการนำไปใช้ประโยชน์” ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ประชาชนที่มีอายุ สถานภาพสมรส และอาชีพต่างกัน มีการรับชมรายการประเภทสาระความรู้แตกต่างกัน แต่ประชาชนที่มีเพศ การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีการรับชมรายการประเภทสาระความรู้ไม่แตกต่างกัน ประชาชนที่มีอายุ การศึกษาอาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการรับชมรายการประเภทสารบันเทิงแตกต่างกัน แต่ประชาชนที่มีเพศ และสถานภาพสมรสต่างกัน มีการรับชมรายการประเภทสารบันเทิงไม่แตกต่างกัน

2. การรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ มีความสัมพันธ์กับการจดจำได้และการนำไปใช้ประโยชน์ในระดับต่ำ

3. การรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสารบันเทิง มีความสัมพันธ์กับการจดจำได้ในระดับต่ำ แต่มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

4. การรับชมรายการประเภทสารบันเทิงมีระดับความสัมพันธ์กับการจดจำได้เท่าๆ กับการรับชมรายการประเภทความรู้ แต่การรับชมรายการประเภทสารบันเทิงมีระดับความสัมพันธ์กับการนำความรู้ต่าง ๆ ที่ได้ไปใช้ประโยชน์มากกว่าจากการรับชมรายการประเภทสาระความรู้

รัตนพร ไม้ตราวัฒนา ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชมรายการธุรกิจธุรกิจ เพื่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน” ผลการศึกษาพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เพศชาย มีอายุ 18-24 ปี และมีสถานภาพสมรสโสด ระดับการศึกษาในปัจจุบันหรือระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี โดยมีอาชีพเรียน/นักศึกษามากที่สุด ด้านพฤติกรรมการรับชมรายการธุรกิจธุรกิจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมในระดับปานกลาง กล่าวคือ โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมประมาณ 2 ครั้ง ต่อเดือน (รับชมบ้างเป็นบางครั้ง) สำหรับผู้ที่มีความถี่ในการรับชมน้อยมากก็เนื่องจากเหตุผลหลัก คือ ช่วงเวลาที่ออกอากาศไม่สะดวกแก่การรับชม สำหรับความตั้งใจในการรับชมว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมเฉพาะช่วงที่น่าสนใจ มีระยะเวลาในการปิดรับชมรายการประมาณ 30 นาที และมีลักษณะการรับชมรายการ โดยรับชมตามลำพังมากที่สุด และจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่คาดว่าจะได้รับจากการรับชมรายการในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับชมรายการในประเด็นเพื่อให้ได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเพศศึกษาที่ถูกต้องมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ถูกต้องในเรื่องเพศและลำดับถัดมา คือเพื่อให้ได้รับ

ความรู้ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากเพศสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีการถ่ายทอดความรู้และเนื้อหาสาระที่ได้รับชมรายการไปยังบุคคลอื่น โดยมีการถ่ายทอดในระดับมาก และบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างนำเนื้อหารายการไปถ่ายทอดหรือพูดคุยด้วยมากที่สุด คือ เพื่อนสนิทหรือเพื่อนร่วมงาน โดยเนื้อหาสาระที่มีการถ่ายทอดหรือพูดคุยมากที่สุด คือ ประเด็นการส่งเสริมการให้ความรู้ด้านเพศศึกษา รองลงมาคือ การพูดคุยในประเด็นความรู้ ความเข้าใจในมุมมองที่แตกต่างของชายหญิง และการพูดคุยในประเด็นความรู้ในเรื่องเพศศึกษาที่ถูกต้อง

ศิริพร วุฒิทวี ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสำรวจพฤติกรรมการรับชม และความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และส่วนใหญ่ชมข่าวภาคค่ำในช่วงที่สองโดยใช้เวลาในการชม 15-30 นาที ทางด้านลักษณะการรับชมรายการพบว่าส่วนใหญ่เปลี่ยนช่องชมสลับไปมากับรายการของช่องอื่น และได้รับชมรายการบันเทิง(ละครและการ์ตูน) ก่อนชมข่าวช่วงที่สอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงเวลาการออกอากาศข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็น 2 ช่วง ส่วนผลการวิจัยในส่วนความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำในด้านประเภทข่าวพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวช่วงแรกมีความพึงพอใจในข่าวอาชญากรรม, สก๊ิปข่าวและข่าวกีฬาในระดับมาก, กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวช่วงที่สองมีความพึงพอใจในข่าวกีฬา สก๊ิปข่าวและข่าวอาชญากรรมในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวทั้ง 2 ช่วง มีความพึงพอใจในสก๊ิปข่าว, ข่าวอาชญากรรมและข่าวกีฬาในระดับมาก ส่วนผลวิจัยในส่วนความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำในด้านองค์ประกอบของรายการข่าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวในช่วงแรก มีความพึงพอใจในผู้ประกาศข่าว, ไต่เต๋ข่าวและเนื้อหาในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวช่วงที่สองมีความพึงพอใจผู้ประกาศข่าว, การรายงานข่าวสดนอกสถานที่ และเนื้อหาในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวทั้ง 2 ช่วง มีความพึงพอใจในผู้ประกาศข่าว เนื้อหา และการจัดลำดับความสำคัญในระดับมาก และผลการวิจัยในส่วนความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำในด้านคุณภาพข่าวพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวช่วงแรก มีความพึงพอใจในการเขียนข่าวและการใช้ภาพประกอบข่าวทำให้สามารถเข้าใจประเด็นข่าว เนื้อหาความหมายของข่าวได้ชัดเจน, การนำเสนอข่าวที่รวดเร็วทันเหตุการณ์ เสนอข่าวได้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการ และเสนอข้อมูลข่าวเช่น ตัวเลข ชื่อ-นามสกุล สถานที่ เวลาการออกเสียงสะกดได้อย่างถูกต้อง เสนอเนื้อหารายละเอียดได้ถูกต้องและเสนอข่าวได้กระชับรัดกุมเข้าใจง่ายในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวในช่วงที่สองมีความพึงพอใจในการเสนอข่าวได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ การเขียนข่าวและการใช้ภาพประกอบข่าวทำให้สามารถเข้าใจประเด็นข่าว เนื้อหาความหมายของข่าวได้อย่างชัดเจน

และเสนอข้อมูลข่าว เช่น ตัวเลข ชื่อ – นามสกุล สถานที่ เวลา การออกเสียงสะกดคำได้อย่างถูกต้องในระดับมากและกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวทั้งสองช่วง มีความพึงพอใจในการเขียนข่าวและการใช้ภาพประกอบข่าว เนื้อหาความหมายของข่าวได้อย่างชัดเจน,เสนอข่าวได้รวดเร็วทันเหตุการณ์และเสนอข่าวได้กระชับรัดกุม เข้าใจง่ายในระดับมาก

อนิล วุฒิการณ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ พฤติกรรม การรับชม การรับรู้ การจดจำและความพึงพอใจรายการ “ กบนอกกะลา” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพรับจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุด มีรายได้ประมาณ 10,001-15,000 บาท

2. พฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ “กบนอกกะลา” ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกันออกไปโดยที่ในส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการรับชมแต่ละครั้งไม่แน่นอนมีการรับชมรายการโทรทัศน์ต่อครั้ง เป็นเวลาไม่มีความแน่นอนรับชมรายการในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์(เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด และรับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด

3. การรับรู้และจดจำที่มีต่อรายการสารคดี “กบนอกกะลา” ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ต่อรายการสารคดี กบนอกกะลา ที่แตกต่างกันออกไป โดยที่ในส่วนใหญ่มีการรับชมรายการ กบนอกกะลา บ้างเป็นครั้งคราว (2 ครั้งต่อเดือน) มีการรับชมรายการติดต่อกันมาเป็นเวลาประมาณ 1 ปี มากที่สุดคิด รู้จักรายการ “กบนอกกะลา” โดยการบังเอิญเปิดโทรทัศน์ไปพบเอง มากที่สุด องค์ประกอบในรายการที่รับรู้ได้มากที่สุดคือเนื้อหาของรายการแต่ละตอน องค์ประกอบในรายการที่จดจำได้มากที่สุดคือ รูปแบบการนำเสนอ

4. ความพึงพอใจต่อรายการ “กบนอกกะลา” ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรายการ กบนอกกะลา ในระดับปานกลางมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของรายการกบนอกกะลาในระดับมากที่สุดคือ ส่วนที่เป็นเกร็ดความรู้ที่แฝงมาในรายการส่วนความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของรายการด้านอื่นๆอยู่ในระดับปานกลาง สิ่งที่ผู้ชมรายการได้รับจากรายการกบนอกกะลามากที่สุดคือ เป็นการเพิ่มพูนความรู้

มูลนิธิสธารณสุขแห่งชาติ (มสช.) ร่วมกับศูนย์วิจัยเอแบคชนวัครมทางสังคมมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เสนอผลการสำรวจภาคสนามเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์สาธารณะ กรณีศึกษาประชาชนอายุ 18-60 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร” สอบถามเกี่ยวกับประเภทของรายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างสนใจติดตามชมใน 10 อันดับแรก มีดังนี้ 1) ข่าวประจำวัน (ร้อยละ 82.1) 2) ตะคร (ร้อยละ 51.6) 3)ตลก (ร้อยละ 35.6) 4) เพลง/มิวสิควิดีโอ

(ร้อยละ 32.2) 5) สารคดีท่องเที่ยว (ร้อยละ 32.0) 6) ข่าวสาร/บันเทิง (ร้อยละ 30.4) 7) ทอล์กโชว์ (ร้อยละ 29.2) 8) กีฬา (ร้อยละ 28.2) 9) เกมโชว์ (ร้อยละ 27.8) 10) สันทนาการ/วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน (ร้อยละ 20.7) เกี่ยวกับความเพียงพอของข่าวสารทางโทรทัศน์ที่มีอยู่ในขณะนี้ ผลสำรวจในประเด็นต่างๆมีดังนี้

- 1) ให้ความบันเทิงพบว่า ร้อยละ 76.1 ระบุเพียงพอ อีกร้อยละ 13.4 ระบุไม่เพียงพอและที่เหลือร้อยละ 10.5 ไม่แน่ใจ
- 2) ให้สาระความรู้ที่เป็นประโยชน์พบว่า ร้อยละ 56.0 ระบุเพียงพอ อีกร้อยละ 33.5 ระบุไม่เพียงพอและที่เหลือร้อยละ 10.5 ไม่แน่ใจ
- 3) ให้ข่าวสารอย่างรอบด้านเมื่อเกิดความขัดแย้งทางการเมืองพบว่า ร้อยละ 43.2 ระบุเพียงพอ อีกร้อยละ 39.8 ระบุไม่เพียงพอและที่เหลือร้อยละ 17.0 ไม่แน่ใจ
- 4) เปิดโอกาสให้ถกเถียงกันอย่างรอบด้านในประเด็นขัดแย้งทางสังคม ที่สำคัญพบว่า ร้อยละ 30.8 ระบุเพียงพอ อีกร้อยละ 47.6 ระบุไม่เพียงพอและที่เหลือร้อยละ 21.6 ไม่แน่ใจ
- 5) ให้ข่าวสารอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินหรือภัยธรรมชาติพบว่า ร้อยละ 56.5 ระบุเพียงพอ อีกร้อยละ 32.4 ระบุไม่เพียงพอและที่เหลือร้อยละ 11.1 ไม่แน่ใจ
- 6) เปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ พบว่า ร้อยละ 39.8 ระบุเพียงพอ อีกร้อยละ 45.8 ระบุไม่เพียงพอและที่เหลือร้อยละ 14.4 ไม่แน่ใจ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง“ความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”เป็นการวิจัยแบบสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับความต้องการชมรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครรายละเอียดขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นผู้ชมรายการทางทีวีไทยสาเหตุที่เจาะจงเลือกศึกษาเนื่องจากเป็นเขตที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นจึงมีความหลากหลายทางคุณลักษณะด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาคือประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ที่เคยรับชมรายการทางทีวีไทยที่วิเคราะห์โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน400 คนโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามานะ (Yamane,1973:725)

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

โดยที่

n= จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวอย่างและค่าเฉลี่ย

ของประชากร (= 0.05)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{5,710,883}{1 + 14277.21} = 399.97 \text{ คน}$$

3. เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 จากทั้งหมด 50 เขตผู้วิจัยจะไม่เก็บตัวอย่างจากทุกเขตแต่จะใช้การ Cluster Sampling คือเก็บตัวอย่างเพียงบางเขตเท่านั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดจำนวนเขตเพียง 10 เขตที่จะทำการเก็บตัวอย่างเท่านั้นรายละเอียด 50 เขต มีดังต่อไปนี้

- | | | |
|----------------|-----------------------|-----------------|
| 1. พระนคร | 18. ป้อมปราบศัตรูพ่าย | 35. สัมพันธวงศ์ |
| 2. ปทุมวัน | 19. บางรัก | 36. ยานนาวา |
| 3. สาทร | 20. บางคอแหลม | 37. ดุสิต |
| 4. บางซื่อ | 21. พญาไท | 38. ราชเทวี |
| 5. ห้วยขวาง | 22. พระโขนง | 39. คลองเตย |
| 6. ประเวศ | 23. บางเขน | 40. ดอนเมือง |
| 7. จตุจักร | 24. บางกะปิ | 41. ลาดพร้าว |
| 8. บึงกุ่ม | 25. หนองจอก | 42. มีนบุรี |
| 9. ลาดกระบัง | 26. ธนบุรี | 43. คลองสาน |
| 10. บางกอกน้อย | 27. บางพลัด | 44. บางกอกใหญ่ |
| 11. ภาษีเจริญ | 28. บางขุนเทียน | 45. จอมทอง |
| 12. คลิ่งชัน | 29. ราษฎร์บูรณะ | 46. หนองแขม |
| 13. สวนหลวง | 30. ดินแดง | 47. หลักสี่ |
| 14. สายไหม | 31. คันนายาว | 48. สะพานสูง |
| 15. วังทองหลาง | 32. คลองสามวา | 49. วัฒนา |
| 16. บางนา | 33. ทวีวัฒนา | 50. บางแค |
| 17. ทุ่งครุ | 34. บางบอน | |

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการ Simple Random Sampling คือจับฉลากจากเขต 50 เขตให้ได้มาซึ่งจำนวน 10 เขตโดยสุ่มได้เขตพระนครบางรักบางซื่อห้วยขวางบางกะปิหนองจอกดินแดงบางพลัดสายไหมดุสิต

ขั้นที่ 3 สุ่มตัวอย่างให้ได้จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรที่อยู่ในเขตที่สุ่มมาได้ โดยได้จำนวนตัวอย่างตามตาราง

ลำดับ	เขต	ประชากรทั้งหมด	จำนวนตัวอย่าง
1	พระนคร	65,835	22
2	บางรัก	49,730	17
3	บางซื่อ	150,547	51
4	ห้วยขวาง	76,402	26
5	บางกะปิ	149,860	51
6	หนองจอก	133,415	45
7	ดินแดง	144,461	49
8	บางพลัด	107,139	36
9	สายไหม	169,109	57
10	คูสิต	119,927	41

ขั้นที่ 4 ผู้วิจัยกำหนดที่จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือเลือกเฉพาะผู้ที่ชมรายการทางทีวีไทยทีวีสาธารณะสำหรับวิธีการให้ได้มาซึ่งตัวอย่างดังกล่าวจากประชากรในแต่ละเขตที่ต้องการผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามห้างสรรพสินค้าสถานที่ทำงานสถานที่ราชการสถานศึกษาเป็นต้นให้ได้ตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

4. ขั้นตอนดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบงานวิจัยให้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจโดยกำหนดประชากรเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานครและทำการหาจำนวนประชากรเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างให้ได้เหมาะสมจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถามโดยทำการวัดตัวแปรทั้งหมดที่ต้องการศึกษาและได้นำเครื่องมือวิจัยไปทดสอบ จากนั้นทำการเก็บข้อมูลอย่างถี่ถ้วนรอบคอบเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ถูกต้องและนำข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์สรุปและอภิปรายผลต่อไป

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากร

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการทางทีวีไทยทีวีสาธารณะ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับชมรายการทางทีวีไทยทีวีสาธารณะ

ส่วนที่ 4 ความต้องการการรับชมรายการทางทีวีไทยทีวีสาธารณะ

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับกับประชาชนทั่วไปในกรุงเทพมหานครที่ชมรายการทางทีวีไทยทีวีสาธารณะดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary Data) ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากข้อมูลเอกสารวารสารหนังสือสิ่งพิมพ์ต่างๆรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลเสร็จแล้วผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามจากนั้นนำแบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามวิธีการวิจัยทางสถิติและดำเนินการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง “ความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียงแบ่งออกเป็น 6 ตอน คือ

1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
2. พฤติกรรมการรับชมรายการทางทีวีไทย
3. ความพึงพอใจในการรับชมรายการทางทีวีไทยที่วิสาธารณะ
4. ความต้องการการรับชมรายการทางทีวีไทยที่วิสาธารณะ
5. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมทีวีไทย
6. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมทีวีไทย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาประกอบด้วย เพศ อายุระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน อธิบายผลการศึกษาด้วยจำนวนร้อยละ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์
ที่ใช้เป็นตัวอย่างใน การศึกษา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	182	46.1
	หญิง	213	53.9
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	76	19.2
	21 - 30 ปี	150	38.0
	31 - 40 ปี	88	22.3
	มากกว่า 40 ปี	81	20.5
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	69	17.5
	มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	78	19.7
	ป.ว.ส. หรืออนุปริญญา	59	14.9
	ปริญญาตรี	167	42.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	22	5.6
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	113	28.6
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	38	9.6
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	67	17.0
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	72	18.2
	รับจ้างงานอิสระ	69	17.5
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	36	9.1
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	74	18.7
	5,000 - 10,000 บาท	130	32.9
	10,000 - 20,000 บาท	108	27.3
	20,001 - 30,000 บาท	52	13.2
	30,001 - 40,000 บาท	19	4.8
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	12	3.0
รวม		395	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.9 และ 46.9 ตามลำดับ ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.3 ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือกลุ่มที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.2 ด้านการศึกษาจากตารางพบว่า ผู้ชมรายการส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 19.7 ส่วนกลุ่มที่น้อยที่สุดคือกลุ่มที่ จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5.6 ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาเป็น อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 18.2 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคืออาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ด้านรายได้ต่อเดือนจากตารางพบว่าผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมา เป็นกลุ่ม ที่มีรายได้ต่อ เดือน ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.3 ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่กลุ่มที่มี รายได้มากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการทางทีวีไทยที่วิสาธารณะ

พฤติกรรมการรับชมรายการทางทีวีไทยที่วิสาธารณะ ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ความถี่ ในการรับชมต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการรับชมโดยเฉลี่ยต่อวัน ช่วงเวลาที่รับชมรายการ เหตุผลใน การรับชม และรายการที่รับชมนำเสนอในรูปแบบตารางอธิบายด้วยจำนวนและร้อยละ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของระดับความถี่ที่ผู้ชมรับชมรายการทางทีวีไทย

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	163	41.3
5-6 วันต่อสัปดาห์	40	10.1
3-4 วันต่อสัปดาห์	75	19.0
1-2 วันต่อสัปดาห์	117	29.6
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ชม ชมรายการของทีวีไทยทุกวันคิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาเป็นชมรายการทางทีวีไทยสัปดาห์ละ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 29.6 ส่วนกลุ่มที่ ชมรายการ 5- 6 วันต่อสัปดาห์จะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 10.1

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของระยะเวลาในการชมรายการทางทีวีไทยต่อวัน

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 นาที	61	15.4
30 นาที - 1 ชั่วโมง	140	35.4
1-3 ชั่วโมง	130	32.9
มากกว่า 3 ชั่วโมง	64	16.2
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่ใช้เวลาชมรายการทางทีวีไทยวันละ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาเป็นคือชมวันละ 1 – 3 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 32.9 ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มที่ชมน้อยกว่า 30 นาทีต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 15.4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของช่วงเวลาของวันที่ผู้ชมชมรายการทางทีวีไทย

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
05:00-09.00 น.	39	9.9
09:01-12.00 น.	41	10.4
12:01-16.00 น.	47	11.9
16:01-18.00 น.	58	14.7
18:01-22.00 น.	167	42.3
22:01-00.45 น.	43	10.9
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้ชม ชมรายการทางทีวีไทยมากที่สุดคือช่วง 18.01 – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นช่วง 22.01 – 00.45 น. คิดเป็นร้อยละ 10.9 ส่วนช่วงเวลาที่มีคนชมน้อยที่สุดคือช่วงเวลา 05.00 – 09.00 น.

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละเหตุผลในการรับชมรายการทางทีวีไทย

เหตุผลเพราะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีโฆษณา	65	16.5
เป็นกลางและได้ความรู้	99	25.1
เป็นรายการเพื่อบริการและผลประโยชน์ของสาธารณะ	83	21.0
รายการน่าสนใจและมีความแตกต่างจากช่องอื่น	63	15.9
กลุ่มผู้ผลิตรายการมีความหลากหลาย	52	13.2
เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการ	33	8.4
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าเหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ชมเลือกโทรทัศน์ทางทีวีไทย คือ เพราะเป็นกลาง และได้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมาเพราะเป็นรายการเพื่อบริการ และผลประโยชน์ ของสาธารณะคิดเป็นร้อยละ 21.0 ส่วนเหตุผลที่ผู้ชมเลือกชมน้อยที่สุดคือ เพราะเปิดโอกาสให้ผู้ชม มีส่วนร่วมในรายการ คิดเป็นร้อยละ 8.4

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละลักษณะของการรับชมรายการในการรับชมรายการทางทีวีไทย

ลักษณะของการรับชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ชมตลอดรายการไม่เปลี่ยนไปช่องอื่น	27	6.8
ชมสลับไปมากับรายการของช่องอื่น	181	45.8
ชมเฉพาะรายการที่ชอบ	119	30.1
ชมไปพร้อมกับทำกิจกรรมอย่างอื่นไปด้วย	54	13.7
ชมทีวีย้อนหลัง/อัดรายการที่สนใจไว้	14	3.5
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าลักษณะการชมส่วนใหญ่ชมรายการทางช่องทีวีไทยสลับไปมากับรายการของช่องอื่นคิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาเป็นชมเฉพาะรายการที่ชอบคิดเป็นร้อยละ 30.1 ส่วนกลุ่มที่มีการชมทีวีย้อนหลัง/อัดรายการที่สนใจไว้ มีเพียงร้อยละ 3.5

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับชมรายการทางทีวีไทย

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมนี้ ประกอบด้วยศึกษาความพึงพอใจต่อรายการประเภท รายการข่าว รายการสาระบันเทิง รายการสาระ ประโยชน์ รายการสารคดี และประเภทรายการเด็ก และเยาวชน อธิบายด้วยจำนวนร้อยละ ประเภทเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ดังนั้นการคำนวณ ร้อยละในตารางจึงคำนวณจากฐานผู้ชมจำนวน 400 คน

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ของรายการประเภทรายการข่าวที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เปิดปม	135	34.5
ข่าวเช้า	126	32.2
ข่าวค่ำ	117	29.9
สถานีประชาชน	82	21.0
ชั่วโมงทำกิน	75	20.2
เวทีสาธารณะ	69	17.6
คนสู้โรค	63	16.1
ทีวีไทยสุดสัปดาห์	61	15.6
ที่นี่ทีวีไทย	48	12.3
ข่าวเที่ยง	44	11.3
ข่าวเที่ยงสุดสัปดาห์	44	11.3
ทันโลกกับชัยรัตน์ ถมยา	42	10.7
เปลี่ยนประเทศไทย	24	6.1

จากตารางที่ 7 พบว่ารายการประเภทข่าวที่ผู้ชมรับชมมากที่สุดได้แก่ รายการเปิดปม คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาเป็นรายการข่าวเช้า คิดเป็นร้อยละ 32.2 ส่วนรายการประเภทข่าว ที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือ รายการเปลี่ยนประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 6.1

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของรายการ ประเภทรายการสารบันเทิงที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ดนตรี กวี ศิลป์	102	26.4
108 Music ร้อยแปดดนตรี	101	26.1
ชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร	100	25.8
เรื่องเล่า 9 แผ่นดิน	99	25.6
ภาพยนตร์ซีรีส์ญี่ปุ่น	98	25.3
วิกสยาม	88	22.7
หนึ่งวันเดียวกัน	74	19.1
เปิดแดนซามูไร(วาบิซาบิ)	73	18.9
Hot Short Films	69	17.8
Golden Films	46	11.9

จากตารางที่ 8 พบว่ารายการประเภทสารบันเทิงที่ผู้ชมรับชมมากที่สุดได้แก่ ดนตรี กวี ศิลป์ คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาเป็นรายการ 108 Music ร้อยแปดดนตรี คิดเป็นร้อยละ 26.1 ส่วนรายการประเภทที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือ รายการ Golden Films คิดเป็นร้อยละ 11.9

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของรายการประเภทสารประโยชน์ที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ไทยมุง	124	31.9
คนละไม้คนละมือ	113	29.0
ครอบครัวเดียวกัน	102	26.2
One World โลกใบเดียวกัน	88	22.6
ชุมชนต้นแบบ	87	22.4
สอนศิลป์	84	21.6
คนเก่งภาษาไทย	72	18.5
หัวใจใกล้กัน	59	15.2
วิจัยไทยคิด	52	13.4
เปิดบ้านเวทีไทย	52	13.4
ความรู้คือประทีป	47	12.1

จากตารางที่ 9 พบว่ารายการประเภทสารประโยชน์ที่ผู้ชมรับชมมากที่สุดได้แก่ รายการไทยมุง คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาเป็นรายการคนละไม้คนละมือคิดเป็นร้อยละ 29.0 ส่วนรายการประเภทนี้ที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือ รายการความรู้คือประทีป คิดเป็นร้อยละ 12.1

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ของรายการ ประเภทการสารคดีที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ท่องโลกกว้าง	161	41.4
เสด็จประพาสต้น	132	33.9
Spirit of Asia...วิถีแห่งชีวิต	123	31.6
ฝนจากฟ้า	114	29.3
โลกหลากหลายมิติ	106	27.2
เฉียด	96	24.7
พันธุ์แสงรุ่ง	78	20.1

จากตารางที่ 10 พบว่ารายการประเภทสารคดีที่ผู้ชมรับชมมากที่สุดได้แก่ รายการท่องเที่ยวโลกกว้าง คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาเป็นรายการเสด็จประพาสต้น คิดเป็นร้อยละ 33.9 ส่วนรายการประเภทนี้ที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือ รายการพันแสงรุ่ง คิดเป็นร้อยละ 20.1

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละของรายการประเภทการเด็กและเยาวชน ที่ผู้ชมทีวีไทยพึงพอใจ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
English Breakfast	137	35.6
มดคันไฟ	103	26.8
ชมรมเพื่อนพอเพียง	91	23.6
กล่องนักคิด	87	22.6
ขบวนการนักอ่าน	70	18.2
คิดดี คิดดี	67	17.4
โพโรโระเพนกวินป่วน	66	17.3
สมองมันมัน	53	13.8
คนมีของ	46	17.1
แรงคิดทีวี	42	10.9
ตาต้าดีดี โตโต้ ไคโนจอมป่วน	28	7.3

จากตารางที่ 11พบว่ารายการเด็กและเยาวชนที่ผู้ชมรับชมมากที่สุด ได้แก่ รายการ English Breakfast คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาเป็นรายการมดคันไฟ คิดเป็นร้อยละ 26.8 ส่วนรายการประเภทนี้ที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือ รายการตาต้าดีดี โตโต้ ไคโนจอมป่วน คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ วัน เวลา และระยะเวลาที่
ออกอากาศของรายการ

ประเภทรายการ	ความพึงพอใจ					
	วัน		เวลา		ระยะเวลา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายการข่าว	361	91.4	361	91.4	350	88.6
รายการสารบันเทิง	318	80.5	316	80.0	299	75.7
รายการสารประโยชน์	335	84.8	334	84.6	307	77.7
รายการสารคดี	328	83.0	319	80.8	308	78.0
รายการเด็กและเยาวชน	334	84.6	326	82.5	337	85.3

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ชมส่วนใหญ่พึงพอใจรายการทั้ง 5 ประเภททั้งวัน เวลา และระยะเวลา โดย ผู้ชมพึงพอใจ วัน เวลา และระยะเวลา ในรายการประเภทข่าว ร้อยละ 91.4 และ 88.6 ตามลำดับ พึงพอใจ วัน เวลา และระยะเวลา ในรายการประเภท สารบันเทิง ร้อยละ 80.5 80.0 และ 75.5 ตามลำดับ พึงพอใจ วัน เวลา และระยะเวลา รายการประเภทสารประโยชน์ ร้อยละ 84.8 84.6 และ 77.7 ตามลำดับ พึงพอใจวัน เวลา ระยะเวลา รายการประเภทสารคดี 83.0 80.8 และ 78.0 ตามลำดับ และ พึงพอใจใน วัน เวลา และระยะเวลาในรายการประเภท รายการเด็กและเยาวชน ร้อยละ 84.6 82.5 และ 85.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจ ของ ผู้ชมที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอของรายการ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ(จำนวน :ร้อยละ)						$\bar{X}$ (S.D.)	ความ หมาย
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
3.1 รายการข่าว	5 (1.30)	6 (1.50)	71 (18.00)	160 (40.50)	153 (38.70)	395 (100.00)	4.14 (.851)	มาก
3.2 รายการสาระ บันเทิง	6 (1.50)	16 (4.10)	133 (33.70)	151 (38.20)	89 (22.50)	395 (100.00)	3.76 (.898)	มาก
3.3 รายการสาร ประโยชน์	6 (1.50)	14 (3.50)	112 (28.40)	163 (41.30)	100 (25.30)	395 (100.00)	3.85 (.892)	มาก
3.4 รายการสารคดี	5 (1.30)	16 (4.10)	109 (27.6)	155 (39.20)	110 (27.80)	395 (100.00)	3.88 (.905)	มาก
3.5 รายการเด็กและ เยาวชน	11 (2.78)	15 (3.80)	164 (41.52)	139 (35.19)	66 (16.71)	395 (100.00)	3.59 (.906)	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ชมรายการระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอของรายการสูงที่สุดคือรายการข่าวนี้อาจมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมากมีค่าเท่ากับ 4.14 รองลงมาเป็นรายการประเภทรายการสารคดีอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนกลุ่มที่ต่ำที่สุดคือความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดรายการรายการเด็กและเยาวชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 4 ความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมรายการทางทีวีไทย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความต้องการคุณค่า ที่ได้รับชมรายการทางทีวีไทย

	ระดับความต้องการ(จำนวน :ร้อยละ)						$\bar{X}$ (S.D.)	ความ หมาย
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
1.1 เข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกกลุ่ม	6 (1.52)	6 (1.52)	70 (17.72)	166 (42.03)	147 (37.22)	395 (100.00)	4.12 (.857)	มาก
1.2 มีความหลากหลายของรูปแบบรายการและเนื้อหา	3 (0.76)	9 (2.28)	95 (24.05)	174 (44.05)	114 (28.86)	395 (100.00)	3.98 (.831)	มาก
1.3 รายการไม่มีผลประโยชน์เชิงธุรกิจ	5 (1.27)	24 (6.08)	114 (28.86)	129 (32.66)	123 (31.14)	395 (100.00)	3.86 (.970)	มาก
1.4 การปกป้องสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิมนุษยชน	6 (1.52)	11 (2.78)	109 (27.59)	141 (35.70)	128 (32.41)	395 (100.00)	3.95 (.921)	มาก
1.5 รายการมีรูปแบบเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ของรายการนั้นๆ	4 (1.01)	15 (3.80)	108 (27.34)	171 (43.29)	97 (24.56)	395 (100.00)	3.87 (.864)	มาก
1.6 ส่งเสริมเสรีภาพการแสดงออกและเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วม	3 (0.76)	13 (3.29)	120 (30.38)	141 (35.70)	118 (29.87)	395 (100.00)	3.91 (.892)	มาก
1.7 มีพัฒนาการของการนำเสนอเนื้อหาให้ทันสมัยตลอดเวลา	5 (1.27)	13 (3.29)	108 (27.34)	151 (38.23)	118 (29.87)	395 (100.00)	3.92 (.902)	มาก
1.8 มีความน่าเชื่อถือเป็นกลาง	4 (1.01)	20 (5.06)	109 (27.59)	143 (36.20)	119 (30.13)	395 (100.00)	3.89 (.928)	มาก
1.9 ปราศจากประโยชน์การเมืองและกลุ่มพวกพ้องของผู้ผลิตรายการ	7 (1.77)	26 (6.58)	111 (28.10)	135 (34.18)	116 (29.37)	395 (100.00)	3.83 (.985)	มาก
1.10 มีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมประชาธิปไตย	6 (1.52)	19 (4.81)	110 (27.85)	135 (34.18)	125 (31.65)	395 (100.00)	3.90 (.957)	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ความต้องการคุณค่าจากการรับชมรายการของทีวีไทยที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด 10 เรื่อง โดยเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงที่สุดคือเรื่อง เข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับ มาก รองลงมาเป็นเรื่องมีความหลากหลายของรูปแบบรายการ

และเนื้อหาที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่มคือปราศจากประโยชน์การเมืองและกลุ่มพวกพ้องของผู้ผลิตรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนร้อยละ คุณค่าที่ผู้รับชมต้องการให้รายการนำเสนอ

คุณค่าด้าน	จำนวน	ร้อยละ
สังคมและชุมชน	81	20.5
เปิดโลกทัศน์	76	19.2
การศึกษา	66	16.7
วัฒนธรรมที่สร้างสรรค์	58	14.7
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน	58	14.7
ประชาธิปไตย	56	14.2
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าคุณค่าที่ผู้ชมต้องการให้รายการที่วิไทยนำเสนอมากที่สุดคือ คุณค่าด้านสังคมและชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมาเป็นคุณค่าด้าน เปิดโลกทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 19.2

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละ รูปแบบการนำเสนอรายการที่วิไทยควรมีลักษณะแบบใด

รูปแบบ	จำนวน	ร้อยละ
สารคดีไทยและต่างประเทศ	181	45.8
เกมส์โชว์	144	36.5
ละคร	135	34.2
วิเคราะห์ข่าว	125	31.6
วาไรตี้	118	29.9
ถ่ายทอดสด	88	22.3
ทอล์คโชว์	81	20.5
เรียลลิตี้	60	15.2

จากตารางที่ 16 พบว่า รูปแบบที่ผู้ชมรายการต้องการให้นำเสนอมากที่สุดคือ รูปแบบ สารคดีไทยและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาเป็นรูปแบบเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 36.5 และรูปแบบละครคิดเป็นร้อยละ 34.2

ตอนที่ 5

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชม ทวีไทย

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้ กับ ความต้องการของผู้ชมทวีไทย 3 ด้านได้แก่

- 1) ระดับความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมรายการทางทวีไทยโดยระดับความต้องการนี้แบ่งออกเป็น 3 ระดับได้แก่น้อยปานกลางและมาก
 - 2) ความต้องการให้รายการที่นำเสนอมีคุณค่าด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านประชาธิปไตยด้านวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ ด้านการศึกษา ด้านสังคมและชุมชน ด้านเปิดโลกทัศน์ ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน
 - 3) ความต้องการด้าน รูปแบบการนำเสนอ ได้แก่ ละคร เกมโชว์ สารคดีไทยและต่างประเทศทอล์คโชว์ ถ่ายทอดสด ไลฟ์สดเรียลิตี้ และ วิเคราะห์ข่าว
- สถิติที่ใช้ในการศึกษา คือการทดสอบไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับระดับความต้องการคุณค่า
ที่ได้จากการรับชมทีวีไทย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความต้องการคุณค่า				สถิติทดสอบ χ^2	P-value
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม		
เพศ	ชาย	58 (31.9)	61 (33.5)	63 (34.6)	182 (100.0)	1.234	0.540
	หญิง	79 (37.1)	64 (30.0)	70 (32.9)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	26 (34.2)	24 (31.6)	26 (34.2)	76 (100.0)	7.229	0.300
	21 - 30 ปี	63 (42.0)	44 (29.3)	43 (28.7)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	27 (30.7)	28 (31.8)	33 (37.5)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	21 (25.9)	29 (35.8)	31 (38.3)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	30 (43.5)	25 (36.2)	14 (20.3)	69 (100.0)	14.742	0.046
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	22 (28.2)	28 (35.9)	28 (35.9)	78 (100.0)		
	ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	12 (20.3)	20 (33.9)	27 (45.8)	59 (100.0)		
	ป.ว.ศ. หรืออนุปริญญา	63 (37.7)	47 (28.1)	57 (34.1)	167 (100.0)		
	ปริญญาตรี	10 (45.5)	5 (22.7)	7 (31.8)	22 (100.0)		

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความต้องการคุณค่า				สถิติทดสอบ χ^2	P-value
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	44 (38.9)	34 (30.1)	35 (31.0)	113 (100.0)	5.045	0.888
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	13 (34.2)	12 (31.6)	13 (34.2)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	24 (35.8)	21 (31.3)	22 (32.8)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	21 (29.2)	25 (34.7)	26 (36.1)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	26 (37.7)	18 (26.1)	25 (36.2)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	9 (25.0)	15 (41.7)	12 (33.3)	36 (100.0)		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	27 (36.5)	27 (36.5)	20 (27.0)	74 (100.0)	6.942	0.731
	5,000 บาท - 10,000 บาท	46 (35.4)	38 (29.2)	46 (35.4)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	36 (33.3)	33 (30.6)	39 (36.1)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	16 (30.8)	16 (30.8)	20 (38.5)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	6 (31.6)	9 (47.4)	4 (21.1)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	6 (50.0)	2 (16.7)	4 (33.3)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 17 พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมรายการจากทีวีไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ.05 มีเพียงตัวแปรเดียวคือ ระดับการศึกษาสูงสุด มีค่าไคส-แควร์เท่ากับ 14.742 มีค่า p - value เท่ากับ

0.046 ส่วน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับระดับความต้องการ
คุณค่าที่ได้จากการรับชมรายการจากทีวีไทย

ตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับคุณค่าที่ต้องการให้ทีวี
ไทยนำเสนอ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ประชากรไทย	วัฒนธรรมที่สร้างสรรค์	การศึกษา	สังคมและชุมชน	เปิดโลกทัศน์	อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมฯ	รวม	สถิติทดสอบ χ^2	P-value
เพศ	ชาย	28 (15.4)	29 (15.9)	29 (15.9)	37 (20.3)	33 (18.1)	26 (14.3)	182 (100.0)	1.971	0.853
	หญิง	25 (11.7)	29 (13.6)	39 (18.3)	44 (20.7)	43 (20.2)	33 (15.5)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	7 (9.2)	9 (11.8)	15 (19.7)	5 (6.6)	25 (32.9)	15 (19.7)	76 (100.0)	43.63	0.00
	21 - 30 ปี	12 (8.0)	26 (17.3)	29 (19.3)	31 (20.7)	32 (21.3)	20 (13.3)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	13 (14.8)	15 (17.0)	14 (15.9)	23 (26.1)	10 (11.4)	13 (14.8)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	21 (25.9)	8 (9.9)	10 (12.3)	22 (27.2)	9 (11.1)	11 (13.6)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่าม.ปลาย	16 (23.2)	9 (13.0)	11 (15.9)	16 (23.2)	9 (13.0)	8 (11.6)	69 (100.0)	23.757	0.253
	ม.ปลาย ปวช. หรือเทียบเท่า	12 (15.4)	16 (20.5)	10 (12.8)	13 (16.7)	17 (21.8)	10 (12.8)	78 (100.0)		
	ป.ว.ศ. หรืออนุปริญญา	10 (16.9)	10 (16.9)	9 (15.3)	11 (18.6)	9 (15.3)	10 (16.9)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	14 (8.4)	20 (12.0)	32 (19.2)	34 (20.4)	38 (22.8)	29 (17.4)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1 (4.5)	3 (13.6)	6 (27.3)	7 (31.8)	3 (13.6)	2 (9.1)	22 (100.0)		

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ประชากร วัยโดย		วัฒนธรรมที่ สร้างสรรค์	การ ศึกษา	สังคม และชุมชน	เปิด โลกทัศน์	อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	รวม	สถิติ ทดสอบ χ^2	P- value
อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	8 (7.1)	18 (15.9)	24 (21.2)	8 (7.1)	31 (27.4)	24 (21.2)	113 (100.0)	55.537	0.000
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3 (7.9)	2 (5.3)	10 (26.3)	12 (31.6)	7 (18.4)	4 (10.5)	38 (100.0)		
	พนักงาน บริษัท/ห้าง ร้านเอกชน	15 (22.4)	10 (14.9)	14 (20.9)	12 (17.9)	11 (16.4)	5 (7.5)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	11 (15.3)	9 (12.5)	6 (8.3)	24 (33.3)	12 (16.7)	10 (13.9)	72 (100.0)		
	รับจ้างงาน อิสระ	8 (11.6)	11 (15.9)	10 (14.5)	16 (23.2)	13 (18.8)	11 (15.9)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	8 (22.2)	8 (22.2)	4 (11.1)	9 (25.0)	2 (5.6)	5 (13.9)	36 (100.0)		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	10 (13.5)	14 (18.9)	15 (20.3)	11 (14.9)	12 (16.2)	12 (16.2)	74 (100.0)	17.24	0.87
	5,000 - 10,000 บาท	20 (15.4)	20 (15.4)	20 (15.4)	23 (17.7)	28 (21.5)	19 (14.6)	130 (100.0)		
	10,000 - 20,000 บาท	9 (8.3)	16 (14.8)	22 (20.4)	26 (24.1)	18 (16.7)	17 (15.7)	108 (100.0)		
	20,001 - 30,000 บาท	7 (13.5)	5 (9.6)	8 (15.4)	13 (25.0)	11 (21.2)	8 (15.4)	52 (100.0)		
	30,001 - 40,000 บาท	4 (21.1)	1 (5.3)	3 (15.8)	4 (21.1)	5 (26.3)	2 (10.5)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาท	3 (25.0)	2 (16.7)	0 (0.0)	4 (33.3)	2 (16.7)	1 (8.3)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 18 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับคุณค่าที่ต้องการให้ทีวีไทยนำเสนออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุและอาชีพ มีค่าไคส-แควร์ เท่ากับ 43.63 และ 55.537 มีค่า p – value เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ส่วน เพศ ระดับ การศึกษาสูงสุด และรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับคุณค่าที่ต้องการให้ทีวีไทยนำเสนอ

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอแบบละคร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ละคร			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
เพศ	ชาย	141 (77.5)	41 (22.5)	182 (100.0)	20.361	0.000
	หญิง	119 (55.9)	94 (44.1)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	37 (48.7)	39 (51.3)	76 (100.0)	12.427	0.006
	21 - 30 ปี	104 (69.3)	46 (30.7)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	61 (69.3)	27 (30.7)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	58 (71.6)	23 (28.4)	81 (100.0)		
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	33 (47.8)	36 (52.2)	69 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	55 (70.5)	23 (29.5)	78 (100.0)	21.366	0.000
	ป.ว.ศ. หรืออนุปริญญา	45 (76.3)	14 (23.7)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	118 (70.7)	49 (29.3)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	9 (40.9)	13 (59.1)	22 (100.0)		

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ละคร			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	69 (61.1)	44 (38.9)	113 (100.0)	3.341	0.648
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	28 (73.7)	10 (26.3)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	48 (71.6)	19 (28.4)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	47 (65.3)	25 (34.7)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	44 (63.8)	25 (36.2)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	24 (66.7)	12 (33.3)	36 (100.0)		
รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	45 (60.81)	29 (39.20)	74 (100.0)	3.882	.566
	5,000 บาท - 10,000 บาท	83 (63.85)	47 (36.15)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	74 (68.52)	34 (31.48)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	39 (75.0)	13 (25.0)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	11 (57.89)	8 (42.11)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	8 (66.67)	4 (33.33)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 19 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ กับรูปแบบการนำเสนอแบบละครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด มีค่าไค – สแควร์ เท่ากับ 20.361 12.427 และ 21.366 ตามลำดับ มีค่า P-value เท่ากับ 0.000 ทั้ง 3 ตัวแปร ส่วน อาชีพและรายได้ต่อเนื่องไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบ การนำเสนอแบบละคร

ตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอแบบเกมโชว์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		เกมโชว์			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
เพศ	ชาย	112 (61.5)	70 (38.5)	182 (100.0)	0.5862	0.4439
	หญิง	139 (65.3)	74 (34.7)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	38 (50.0)	38 (50.0)	76 (100.0)	9.6211	0.0221
	21 - 30 ปี	94 (62.7)	56 (37.3)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	63 (71.6)	25 (28.4)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	56 (69.1)	25 (30.9)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	35 (50.7)	34 (49.3)	69 (100.0)	12.418	0.015
	มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	46 (59.0)	32 (41.0)	78 (100.0)		
	ป.ว.ส. หรืออนุปริญญา	34 (57.6)	25 (42.4)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	121 (72.5)	46 (27.5)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	15 (68.2)	7 (31.8)	22 (100.0)		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	64 (56.6)	49 (43.4)	113 (100.0)	4.376	0.497
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26 (68.4)	12 (31.6)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	47 (70.1)	20 (29.9)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	48 (66.7)	24 (33.3)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	44 (63.8)	25 (36.2)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	22 (61.1)	14 (38.9)	36 (100.0)		

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	เกมส์โชว์			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
	ไม่เลือก	เลือก	รวม		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	42 (56.8)	32 (43.2)	5.4723	0.3610
	5,000 บาท – 10,000 บาท	79 (60.8)	51 (39.2)		
	10,000 บาท – 20,000 บาท	69 (63.9)	39 (36.1)		
	20,001 บาท – 30,000 บาท	38 (73.1)	14 (26.9)		
	30,001 บาท – 40,000 บาท	14 (73.7)	5 (26.3)		
	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	9 (75.0)	3 (25.0)		

จากตารางที่ 20 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอ แบบเกมส์โชว์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด มีค่าไค – สแควร์ เท่ากับ 9.6211 และ 12.418 ตามลำดับ มีค่า P-value เท่ากับ 0.022 และ 0.015 ส่วน เพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอแบบเกมส์โชว์

ตารางที่ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบสารคดีไทยและต่างประเทศ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		สารคดีไทยและต่างประเทศ			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
เพศ	ชาย	94 (51.6)	88 (48.4)	182 (100.0)	0.869	0.3511
	หญิง	120 (56.3)	93 (43.7)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	41 (53.9)	35 (46.1)	76 (100.0)	1.4389	0.6965
	21 - 30 ปี	85 (56.7)	65 (43.3)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	43 (48.9)	45 (51.1)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	45 (55.6)	36 (44.4)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	43 (62.3)	26 (37.7)	69 (100.0)	9.6708	0.0464
	มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	36 (46.2)	42 (53.8)	78 (100.0)		
	ป.ว.ส. หรืออนุปริญญา	40 (67.8)	19 (32.2)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	85 (50.9)	82 (49.1)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	10 (45.5)	12 (54.5)	22 (100.0)		

ตารางที่ 21 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		สารคดีไทยและต่างประเทศ			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	69 (61.1)	44 (38.9)	113 (100.0)	7.8157	0.1667
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	19 (50.0)	19 (50.0)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	28 (41.8)	39 (58.2)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	41 (56.9)	31 (43.1)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	35 (50.7)	34 (49.3)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	22 (61.1)	14 (38.9)	36 (100.0)		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	44 (59.5)	30 (40.5)	74 (100.0)	5.7978	0.3264
	5,000 บาท - 10,000 บาท	70 (53.8)	60 (46.2)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	62 (57.4)	46 (42.6)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	27 (51.9)	25 (48.1)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	7 (36.8)	12 (63.2)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	4 (33.3)	8 (66.7)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 21 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบสารคดีไทยและต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีเพียงตัวแปรเดียว คือระดับการศึกษาสูงสุด มีค่าไค – สแควร์ เท่ากับ 9.6708 มีค่า P-value เท่ากับ 0.0464 ส่วนเพศ อายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบสารคดีไทยและต่างประเทศ

ตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบทอล์คโชว์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ทอล์คโชว์			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
เพศ	ชาย	141 (77.5)	41 (22.5)	182 (100.0)	0.846	0.358
	หญิง	173 (81.2)	40 (18.8)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	59 (77.6)	17 (22.4)	76 (100.0)	0.7509	0.861
	21 - 30 ปี	121 (80.7)	29 (19.3)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	68 (77.3)	20 (22.7)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	66 (81.5)	15 (18.5)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	61 (88.4)	8 (11.6)	69 (100.0)	6.834	0.145
	มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	60 (76.9)	18 (23.1)	78 (100.0)		
	ป.ว.ส. หรืออนุปริญญา	42 (71.2)	17 (28.8)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	132 (79.0)	35 (21.0)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	19 (86.4)	3 (13.6)	22 (100.0)		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	93 (82.3)	20 (17.7)	113 (100.0)	2.349	0.799
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29 (76.3)	9 (23.7)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	56 (83.6)	11 (16.4)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	56 (77.8)	16 (22.2)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	53 (76.8)	16 (23.2)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	27 (75.0)	9 (25.0)	36 (100.0)		

ตารางที่ 22 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ทอล์คโชว์			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	60 (81.1)	14 (18.9)	74 (100.0)	3.562	0.614
	5,000 บาท - 10,000 บาท	100 (76.9)	30 (23.1)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	87 (80.6)	21 (19.4)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	43 (82.7)	9 (17.3)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	13 (68.4)	6 (31.6)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	11 (91.7)	1 (8.3)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 22 พบว่า ไม่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ใดที่มีความสัมพันธ์ทาง สถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบทอล์คโชว์

ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอ
รายการแบบถ่ายทอดสด

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ถ่ายทอดสด			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
เพศ	ชาย	136 (74.7)	46 (25.3)	182 (100.0)	1.750	0.1859
	หญิง	171 (80.3)	42 (19.7)	213 (100.0)		
REAGE	ไม่เกิน 20 ปี	67 (88.2)	9 (11.8)	76 (100.0)	13.732	0.003
	21 - 30 ปี	122 (81.3)	28 (18.7)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	65 (73.9)	23 (26.1)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	53 (65.4)	28 (34.6)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	55 (79.7)	14 (20.3)	69 (100.0)	5.183	0.269
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	55 (70.5)	23 (29.5)	78 (100.0)		
	ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	43 (72.9)	16 (27.1)	59 (100.0)		
	ป.ว.ศ. หรืออนุปริญญา					
	ปริญญาตรี	135 (80.8)	32 (19.2)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	19 (86.4)	3 (13.6)	22 (100.0)		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	101 (89.4)	12 (10.6)	113 (100.0)	17.417	0.004
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26 (68.4)	12 (31.6)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	47 (70.1)	20 (29.9)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	50 (69.4)	22 (30.6)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	57 (82.6)	12 (17.4)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	26 (72.2)	10 (27.8)	36 (100.0)		

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ถ่ายทอดสด			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	63 (85.1)	11 (14.9)	74 (100.0)	5.596	0.3476
	5,000 บาท - 10,000 บาท	104 (80.0)	26 (20.0)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	81 (75.0)	27 (25.0)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	36 (69.2)	16 (30.8)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	14 (73.7)	5 (26.30)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	9 (75.0)	3 (25.0)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 23 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับ รูปแบบการนำเสนอแบบถ่ายทอดสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ และ อาชีพ มีค่าไค – สแควร์ เท่ากับ 13.732 และ 17.417 มีค่า P-value เท่ากับ .003 และ .004 ตามลำดับ ส่วน เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบการถ่ายทอดสด

ตารางที่ 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบวาไรตี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		วาไรตี้			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
เพศ	ชาย	125 (68.7)	57 (31.3)	182 (100.0)	0.337	0.562
	หญิง	152 (71.4)	61 (28.6)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	44 (57.9)	32 (42.1)	76 (100.0)	8.279	0.041
	21 - 30 ปี	105 (70.0)	45 (30.0)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	65 (73.9)	23 (26.1)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	63 (77.8)	18 (22.2)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	50 (72.5)	19 (27.5)	69 (100.0)	3.612	0.461
	มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	49 (62.8)	29 (37.2)	78 (100.0)		
	ป.ว.ศ. หรืออนุปริญญา	41 (69.5)	18 (30.5)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	123 (73.7)	44 (26.3)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	14 (63.6)	8 (36.4)	22 (100.0)		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	78 (69.0)	35 (31.0)	113 (100.0)	7.956	0.159
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24 (63.2)	14 (36.8)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	44 (65.7)	23 (34.3)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	49 (68.1)	23 (31.9)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	50 (72.5)	19 (27.5)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	32 (88.9)	4 (11.1)	36 (100.0)		

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		วไรตี้			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	50 (67.6)	24 (32.4)	74 (100.0)	3.685	0.596
	5,000 บาท - 10,000 บาท	94 (72.3)	36 (27.7)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	70 (64.8)	38 (35.2)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	39 (75.0)	13 (25.0)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	14 (73.7)	5 (26.3)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	10 (83.3)	2 (16.7)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 24 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบถ่ายทอดสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ และ อาชีพ มีค่าไค – สแควร์ เท่ากับ 13.732 และ 17.417 มีค่า P-value เท่ากับ .003 และ .004 ตามลำดับ ส่วน เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบการถ่ายทอดสด

ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบเรียลลิตี

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		เรียลลิตี			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
เพศ	ชาย	150 (82.4)	32 (17.6)	182 (100.0)	1.450	0.221
	หญิง	185 (86.9)	28 (13.1)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	60 (78.9)	16 (21.1)	76 (100.0)	11.071	0.011
	21 - 30 ปี	120 (80.0)	30 (20.0)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	80 (90.9)	8 (9.1)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	75 (92.6)	6 (7.4)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	59 (85.5)	10 (14.5)	69 (100.0)	1.797	0.773
	มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	65 (83.3)	13 (16.7)	78 (100.0)		
	ป.ว.ศ. หรืออนุปริญญา	49 (83.1)	10 (16.9)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	145 (86.8)	22 (13.2)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	17 (77.3)	5 (22.7)	22 (100.0)		

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		เรียงลำดับ			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	92 (81.4)	21 (18.6)	113 (100.0)	5.777	0.329
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	35 (92.1)	3 (7.9)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	54 (80.6)	13 (19.4)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	63 (87.5)	9 (12.5)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	62 (89.9)	7 (10.1)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	29 (80.6)	7 (19.4)	36 (100.0)		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	64 (86.5)	10 (13.5)	74 (100.0)	5.775	0.329
	5,000 บาท - 10,000 บาท	106 (81.5)	24 (18.5)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	98 (90.7)	10 (9.3)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	43 (82.7)	9 (17.3)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	15 (78.9)	4 (21.1)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	9 (75.0)	3 (25.0)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 25 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอ แบบเรียงลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีเพียงตัวแปรเดียวคือ อายุ มีค่าไค – สแควร์ เท่ากับ 11.071 มีค่า P-value เท่ากับ .011 ส่วน เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบเรียงลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับรูปแบบการนำเสนอ
รายการแบบวิเคราะห์ข่าว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		วิเคราะห์ข่าว			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
เพศ	ชาย	127 (69.8)	55 (30.2)	182 (100.0)	0.317	0.573
	หญิง	143 (67.1)	70 (32.9)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	61 (80.3)	15 (19.7)	76 (100.0)	31.600	0.000
	21 - 30 ปี	112 (74.7)	38 (25.3)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	62 (70.5)	26 (29.5)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	35 (43.2)	46 (56.8)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษา สูงสุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	44 (63.8)	25 (36.2)	69 (100.0)	7.196	0.126
	มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า	59 (75.6)	19 (24.4)	78 (100.0)		
	ป.ว.ส. หรืออนุปริญญา	44 (74.6)	15 (25.4)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	112 (67.1)	55 (32.9)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	11 (50.0)	11 (50.0)	22 (100.0)		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	93 (82.3)	20 (17.7)	113 (100.0)	20.558	0.001
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	20 (52.6)	18 (47.4)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน เอกชน	45 (67.2)	22 (32.8)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	44 (61.1)	28 (38.9)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	49 (71.0)	20 (29.0)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	19 (52.8)	17 (47.2)	36 (100.0)		

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		วิเคราะห์ข่าว			สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่เลือก	เลือก	รวม		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	54 (73.0)	20 (27.0)	74 (100.0)	13.217	0.021
	5,000 บาท - 10,000 บาท	94 (72.3)	36 (27.7)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	77 (71.3)	31 (28.7)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	31 (59.6)	21 (40.4)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	7 (36.8)	12 (63.2)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	7 (58.3)	5 (41.7)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 26 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบวิเคราะห์ข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีค่าไค – สแควร์ เท่ากับ 31.600 20.558 และ 13.217 มีค่า P-value เท่ากับ .000 .001 และ .021 ส่วน เพศ และระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบวิเคราะห์ข่าว

ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมทีวีไทย

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้กับพฤติกรรมการรับชมทีวีไทยประกอบด้วยความถี่ในการ รับ ชม ต่อสัปดาห์เวลาในการรับชมต่อวัน ช่วงเวลาที่ท่านชมรายการทางทีวีไทยบ่อยที่สุด เหตุผล ในการรับชมรายการทาง ทีวีไทยและลักษณะของการรับชมรายการ สถิติที่ใช้ในการศึกษาคือ การทดสอบไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชม เรื่องความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ในหนึ่งสัปดาห์ท่านชมรายการทางทีวีไทยบ่อยแค่ไหน					สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ทุกวัน	5-6 วัน ต่อสัปดาห์	3-4 วัน ต่อสัปดาห์	1-2 วัน ต่อสัปดาห์	รวม		
เพศ	ชาย	84 (46.2)	19 (10.4)	37 (20.3)	42 (23.1)	182 (100.0)	7.186	0.066
	หญิง	79 (37.1)	21 (9.9)	38 (17.8)	75 (35.2)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	21 (27.6)	6 (7.9)	17 (22.4)	32 (42.1)	76 (100.0)	19.870	0.019
	21 - 30 ปี	57 (38.0)	16 (10.7)	26 (17.3)	51 (34.0)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	41 (46.6)	9 (10.2)	19 (21.6)	19 (21.6)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	44 (54.3)	9 (11.1)	13 (16.0)	15 (18.5)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่า ม. ปลาย	27 (39.1)	10 (14.5)	11 (15.9)	21 (30.4)	69 (100.0)	11.102	0.520
	ม. ปลาย / หรือ เทียบเท่า	34 (43.6)	10 (12.8)	14 (17.9)	20 (25.6)	78 (100.0)		
	ป.ว.ส. หรือ อนุปริญญา	21 (35.6)	9 (15.3)	14 (23.7)	15 (25.4)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	73 (43.7)	10 (6.0)	30 (18.0)	54 (32.3)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	8 (36.4)	1 (4.5)	6 (27.3)	7 (31.8)	22 (100.0)		

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ในหนึ่งสัปดาห์ท่านชมรายการทางทีวีไทยบ่อยแค่ไหน					สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ทุก วัน	5-6 วัน ต่อสัปดาห์	3-4 วัน ต่อสัปดาห์	1-2 วัน ต่อสัปดาห์	รวม		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	37 (32.7)	8 (7.1)	17 (15.0)	51 (45.1)	113 (100.0)	35.094	0.002
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	19 (50.0)	3 (7.9)	6 (15.8)	10 (26.3)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	27 (40.3)	3 (4.5)	19 (28.4)	18 (26.9)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	30 (41.7)	12 (16.7)	10 (13.9)	20 (27.8)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	30 (43.5)	11 (15.9)	14 (20.3)	14 (20.3)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	20 (55.6)	3 (8.3)	9 (25.0)	4 (11.1)	36 (100.0)		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	34 (45.9)	6 (8.1)	14 (18.9)	20 (27.0)	74 (100.0)	17.396	0.296
	5,000 - 10,000 บาท	49 (37.7)	19 (14.6)	21 (16.2)	41 (31.5)	130 (100.0)		
	10,000 - 20,000 บาท	49 (45.4)	12 (11.1)	20 (18.5)	27 (25.0)	108 (100.0)		
	20,001 - 30,000 บาท	16 (30.8)	2 (3.8)	14 (26.9)	20 (38.5)	52 (100.0)		
	30,001 - 40,000 บาท	7 (36.8)	1 (5.3)	5 (26.3)	6 (31.6)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	8 (66.7)	0 (0.0)	1 (8.3)	3 (25.0)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 27 พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชม โทรทัศน์ทีวีไทยด้าน ความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ และอาชีพ มีค่าไคสแควร์เท่ากับ 19.870 และ 35.094 P-value เท่ากับ 0.019 และ 0.002 ตามลำดับ ส่วน เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนไม่มีความสัมพันธ์ ทางสถิติกับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้าน ความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์

ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมมารับชมเรื่องเวลาในการรับชมต่อครั้ง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ในแต่ละวันท่านใช้เวลาในการชมรายการทางทีวีไทยมาก					สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ต่ำกว่า 30 น.	30 น.- 1 ชม.	1-3 ชม.	มากกว่า 3 ชม.	รวม		
เพศ	ชาย	28 (15.4)	75 (41.2)	58 (31.9)	21 (11.5)	182 (100.0)	7.810	0.050
	หญิง	33 (15.5)	65 (30.5)	72 (33.8)	43 (20.2)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	17 (22.4)	34 (44.7)	19 (25.0)	6 (7.9)	76 (100.0)	12.485	0.187
	21 - 30 ปี	24 (16.0)	49 (32.7)	51 (34.0)	26 (17.3)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	9 (10.2)	30 (34.1)	32 (36.4)	17 (19.3)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	11 (13.6)	27 (33.3)	28 (34.6)	15 (18.5)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่า ม. ปลาย	16 (23.2)	25 (36.2)	20 (29.0)	8 (11.6)	69 (100.0)	21.658	0.042
	ม. ปลาย / หรือเทียบเท่า	9 (11.5)	32 (41.0)	19 (24.4)	18 (23.1)	78 (100.0)		
	ป.ว.ศ. หรืออนุปริญญา	7 (11.9)	14 (23.7)	26 (44.1)	12 (20.3)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	22 (13.2)	64 (38.3)	58 (34.7)	23 (13.8)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	7 (31.8)	5 (22.7)	7 (31.8)	3 (13.6)	22 (100.0)		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	23 (20.4)	45 (39.8)	34 (30.1)	11 (9.7)	113 (100.0)	20.307	0.160
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4 (10.5)	13 (34.2)	15 (39.5)	6 (15.8)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	7 (10.4)	26 (38.8)	26 (38.8)	8 (11.9)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	12 (16.7)	19 (26.4)	25 (34.7)	16 (22.2)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	12 (17.4)	26 (37.7)	15 (21.7)	16 (23.2)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3 (8.3)	11 (30.6)	15 (41.7)	7 (19.4)	36 (100.0)		

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ในแต่ละวันท่านใช้เวลาในการชมรายการทางทีวีไทยมากน้อยเพียงใด					สถิติทดสอบ χ^2	P - valu e
		ต่ำกว่า 30	30 น.-	1 – 3	มากกว่า	รวม		
		น.	1 ชม.	ชม.	3 ชม.			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	13 (17.6)	26 (35.1)	23 (31.1)	12 (16.2)	74 (100.0)	16.791	0.332
	5,000 บาท - 10,000 บาท	26 (20.0)	44 (33.8)	38 (29.2)	22 (16.9)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	6 (5.6)	47 (43.5)	37 (34.3)	18 (16.7)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	8 (15.4)	16 (30.8)	21 (40.4)	7 (13.5)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	5 (26.3)	4 (21.1)	7 (36.8)	3 (15.8)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	3 (25.0)	3 (25.0)	4 (33.3)	2 (16.7)	12 (100.0)		

จากตารางที่ 28 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้านเวลาในการรับชมต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ.05 ได้แก่ เพศ และ ระดับการศึกษาสูงสุด มีค่าไคสแควร์เท่ากับ 19.870 และ 35.094 P-value เท่ากับ 0.019 และ 0.002 ตามลำดับ ส่วน อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้านเวลาในการรับชมต่อครั้ง

ตารางที่ 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมมารับชมเรื่อง
ช่วงเวลาในการรับชม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ช่วงเวลาที่ท่านชมรายการทางทีวีไทยบ่อยที่สุด						สถิติทดสอบ χ^2	P - value	
		05:00- 09:00 น.	09:01- 12:00 น.	12:01- 16:00 น.	16:01- 18:00 น.	18:01- 22:00 น.	22:01- 00.45 น.			รวม
เพศ	ชาย	19 (10.4)	16 (8.8)	16 (8.8)	30 (16.5)	75 (41.2)	26 (14.3)	182 (100.0)	8.089	0.151
	หญิง	20 (9.0)	25 (12.0)	31 (15.0)	28 (13.0)	92 (43.0)	17 (8.0)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	4 (5.3)	9 (11.8)	5 (6.6)	18 (23.7)	32 (42.1)	8 (10.5)	760 (100.0)	42.650	0.000
	21 - 30 ปี	10 (6.7)	12 (8.0)	16 (10.7)	19 (12.7)	67 (44.7)	26 (17.3)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	8 (9.1)	6 (6.8)	16 (18.2)	11 (12.5)	42 (47.7)	5 (5.7)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	17 (21.0)	14 (17.3)	10 (12.3)	10 (12.3)	26 (32.1)	4 (4.9)	81 (100.0)		
ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่าม.ปลาย	8 (11.6)	7 (10.1)	10 (14.5)	13 (18.8)	24 (34.8)	7 (10.1)	69 (100.0)	29.065	0.086
	ม.ปลาย ป.ว.ช. / เทียบเท่า	8 (10.3)	7 (9.0)	8 (10.3)	13 (16.7)	36 (46.2)	6 (7.7)	78 (100.0)		
	ป.ว.ส. หรือ อนุปริญญา	5 (8.5)	11 (18.6)	15 (25.4)	7 (11.9)	16 (27.1)	5 (8.5)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	15 (9.0)	13 (7.8)	13 (7.8)	23 (13.8)	81 (48.5)	22 (13.2)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญา ตรี	3 (13.6)	3 (13.6)	1 (4.5)	2 (9.1)	10 (45.5)	3 (13.6)	22 (100.0)		
	นักเรียน/ นักศึกษา	6 (5.3)	13 (11.5)	9 (8.0)	22 (19.5)	48 (42.5)	15 (13.3)	113 (100.0)		
อาชีพ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4 (10.5)	4 (10.5)	2 (5.3)	4 (10.5)	20 (52.6)	4 (10.5)	38 (100.0)	44.817	0.009
	พนักงานบริษัท/ ห้างร้านเอกชน	7 (10.4)	1 (1.5)	4 (6.0)	11 (16.4)	33 (49.3)	11 (16.4)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	5 (6.9)	10 (13.9)	16 (22.2)	9 (12.5)	26 (36.1)	6 (8.3)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	9 (13.0)	8 (11.6)	10 (14.5)	5 (7.2)	32 (46.4)	5 (7.2)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8 (22.2)	5 (13.9)	6 (16.7)	7 (19.4)	8 (22.2)	2 (5.6)	36 (100.0)		

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ช่วงเวลาที่ทำนชมรายการทางทีวีไทยบ่อยที่สุด						สถิติ ทดสอบ χ^2	P - value
		05.00- 09.00 น.	09.01- 12.00 น.	12.01- 16.00 น.	16.01- 18.00 น.	18.01- 22.00 น.	22.01- 00.45 น.		
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5 (6.8)	8 (10.8)	7 (9.5)	15 (20.3)	33 (44.6)	6 (8.1)	20.999	0.693
	5,000 บาท - 10,000 บาท	15 (11.5)	15 (11.5)	14 (10.8)	18 (13.8)	56 (43.1)	12 (9.2)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	9 (8.3)	8 (7.4)	15 (13.9)	15 (13.9)	46 (42.6)	15 (13.9)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	4 (7.7)	8 (15.4)	8 (15.4)	8 (15.4)	20 (38.5)	4 (7.7)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	5 (26.3)	2 (10.5)	2 (10.5)	1 (5.3)	6 (31.6)	3 (15.8)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	1 (8.3)	0 (0.0)	1 (8.3)	1 (8.3)	6 (50.0)	3 (25.0)		

จากตารางที่ 29 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้านช่วงเวลาในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ และ อาชีพ มีค่าไคสแควร์เท่ากับ 42.650 และ 44.817 ค่า P-value เท่ากับ 0.000 และ 0.009 ตาม ลำดับ ส่วน เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับ พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้าน ช่วงเวลาในการรับชม

ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมเรื่อง
เหตุผลในการรับชมรายการทางทีวีไทย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		เหตุผลในการรับชมรายการทางทีวีไทย						สถิติทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่มีโฆษณา	เป็นกลางๆ	เพื่อ บริการฯ	น่าสนใจๆ	กลุ่มผู้ผลิต รายการฯ	เปิดโอกาสฯ		
เพศ	ชาย	32 (17.6)	39 (21.4)	35 (19.2)	31 (17.0)	29 (15.9)	16 (8.8)	3.602	0.608
	หญิง	38 (17.8)	55 (25.8)	48 (22.5)	32 (15.0)	23 (10.8)	17 (8.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	20 (26.3)	19 (25.0)	10 (13.2)	11 (14.5)	8 (10.5)	8 (10.50)	20.144	0.166
	21 - 30 ปี	22 (14.7)	37 (24.7)	28 (18.7)	27 (18.0)	24 (16.0)	12 (8.0)		
	31 - 40 ปี	14 (15.9)	19 (21.6)	19 (21.6)	13 (14.8)	16 (18.2)	7 (8.0)		
	มากกว่า 40 ปี	14 (17.3)	19 (23.5)	26 (32.1)	12 (14.8)	4 (4.9)	6 (7.4)		
ระดับการศึกษา สูงสุด	ต่ำกว่า ม.ปลาย	13 (18.8)	14 (20.3)	11 (15.9)	11 (15.9)	7 (10.1)	13 (18.8)	23.406	0.269
	ม.ปลาย /เทียบเท่า	14 (17.9)	16 (20.5)	18 (23.1)	14 (17.9)	9 (11.5)	7 (9.0)		
	ป.ว.ส. หรือ อนุปริญญา	15 (25.4)	12 (20.3)	9 (15.3)	11 (18.6)	9 (15.3)	3 (5.1)		
	ปริญญาตรี	23 (13.8)	47 (28.1)	41 (24.6)	24 (14.4)	24 (14.4)	8 (4.8)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	5 (22.7)	5 (22.7)	4 (18.2)	3 (13.6)	3 (13.6)	2 (9.1)		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	23 (20.4)	28 (24.8)	17 (15.0)	18 (15.9)	17 (15.0)	10 (8.8)	19.777	0.758
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	5 (13.2)	10 (26.3)	12 (31.6)	4 (10.5)	5 (13.2)	2 (5.3)		
	พนักงานบริษัท/ ห้างร้านเอกชน	13 (19.4)	11 (16.4)	19 (28.4)	13 (19.4)	8 (11.9)	3 (4.5)		
	ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	8 (11.1)	21 (29.2)	14 (19.4)	10 (13.9)	11 (15.3)	8 (11.1)		
	รับจ้างงานอิสระ	16 (23.2)	15 (21.7)	11 (15.9)	12 (17.4)	8 (11.6)	7 (10.1)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	5 (13.9)	9 (25.0)	10 (27.8)	6 (16.7)	3 (8.3)	3 (8.3)		

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		เหตุผลในการรับชมรายการทางทีวีไทย						สถิติ ทดสอบ χ^2	P - value
		ไม่มี	เป็น	เพื่อ	นำ	กลุ่มผู้ผลิต	เปิดโอกาส		
		โฆษณา	กลางๆ	บริการๆ	สนใจๆ	รายการๆ	ๆ		
รายได้ ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	16 (21.6)	14 (18.9)	8 (10.8)	15 (20.3)	13 (17.6)	8 (10.8)	32.336	0.149
	5,000 - 10,000 บาท	23 (17.7)	32 (24.6)	24 (18.5)	17 (13.1)	20 (15.4)	14 (10.8)		
	10,000 - 20,000 บาท	18 (16.7)	31 (28.7)	25 (23.1)	19 (17.6)	10 (9.3)	5 (4.6)		
	20,001 - 30,000 บาท	9 (17.3)	11 (21.2)	15 (28.8)	9 (17.3)	4 (7.7)	4 (7.7)		
	30,001 - 40,000 บาท	4 (21.1)	5 (26.3)	4 (21.1)	2 (10.5)	2 (10.5)	2 (10.5)		
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	0 (0.0)	1 (8.3)	7 (58.3)	1 (8.3)	3 (25.0)	0 (0.0)		

จากตารางที่ 30 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้านเหตุผลในการรับชมรายการทางทีวีไทย

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชม เรื่อง
ลักษณะของการรับชมรายการทางทีวีไทย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ลักษณะของการรับชมรายการ						สถิติ ทดสอบ χ^2	P - value
		ชมตลอดๆ	ชมสลับไปมาๆ	ชมเฉพาะ รายการๆ	ชมไป พร้อมๆๆ	ชมทีวี่ ย้อนหลัง	รวม		
เพศ	ชาย	13 (7.1)	80 (44.0)	54 (29.7)	29 (15.9)	6 (3.3)	182 (100.0)	1.615	0.806
	หญิง	18 (8.5)	97 (45.5)	65 (30.5)	25 (11.7)	8 (3.8)	213 (100.0)		
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	3 (3.9)	40 (52.6)	27 (35.5)	2 (2.6)	4 (5.3)	76 (100.0)	27.601	0.006
	21 - 30 ปี	12 (8.0)	65 (43.3)	48 (32.0)	22 (14.7)	3 (2.0)	150 (100.0)		
	31 - 40 ปี	6 (6.8)	39 (44.30)	24 (27.3)	12 (13.6)	7 (8.0)	88 (100.0)		
	มากกว่า 40 ปี	10 (12.3)	33 (40.7)	20 (24.7)	18 (22.2)	0 (0.0)	81 (100.0)		
ระดับ การศึกษา สูงสุด	ต่ำกว่าม.ปลาย	8 (11.6)	31 (44.9)	19 (27.5)	8 (11.6)	3 (4.3)	69 (100.0)	13.106	0.665
	ม.ปลาย /เทียบเท่า	5 (6.4)	36 (46.2)	27 (34.6)	8 (10.3)	2 (2.6)	78 (100.0)		
	ป.ว.ศ. หรือ อนุปริญญา	4 (6.8)	28 (47.5)	21 (35.6)	5 (8.5)	1 (1.7)	59 (100.0)		
	ปริญญาตรี	10 (6.0)	75 (44.9)	46 (27.5)	29 (17.4)	7 (4.2)	167 (100.0)		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4 (18.2)	7 (31.8)	6 (27.3)	4 (18.2)	1 (4.5)	22 (100.0)		
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	6 (5.3)	55 (48.7)	37 (32.7)	11 (9.7)	4 (3.5)	113 (100.0)	21.490	0.369
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4 (10.5)	20 (52.6)	9 (23.7)	5 (13.2)	0 (0.0)	38 (100.0)		
	พนักงานบริษัท/ห้าง ร้านเอกชน	5 (7.5)	33 (49.3)	19 (28.4)	10 (14.9)	0 (0.0)	67 (100.0)		
	ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	6 (8.3)	24 (33.3)	23 (31.9)	14 (19.4)	5 (6.9)	72 (100.0)		
	รับจ้างงานอิสระ	6 (8.7)	29 (42.0)	24 (34.8)	6 (8.7)	4 (5.8)	69 (100.0)		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4 (11.1)	16 (44.4)	7 (19.4)	8 (22.2)	1 (2.8)	36 (100.0)		

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ลักษณะของการรับชมรายการ					สถิติ ทดสอบ χ^2	P - value	
		ชมตลอด ๑	ชมสลับ ไปมา๑	ชมเฉพาะ รายการ๑	ชมไป พร้อมๆ๑	ชมทีวี่ ย้อนหลัง			รวม
รายได้ ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	4 (5.4)	31 (41.9)	27 (36.5)	9 (12.2)	3 (4.1)	74 (100.0)	23.533	0.263
	5,000 บาท - 10,000 บาท	14 (10.8)	65 (50.0)	33 (25.4)	12 (9.2)	6 (4.6)	130 (100.0)		
	10,000 บาท - 20,000 บาท	8 (7.4)	48 (44.4)	35 (32.4)	15 (13.9)	2 (1.9)	108 (100.0)		
	20,001 บาท - 30,000 บาท	3 (5.8)	23 (44.2)	14 (26.9)	11 (21.2)	1 (1.9)	52 (100.0)		
	30,001 บาท - 40,000 บาท	1 (5.3)	8 (42.1)	3 (15.8)	5 (26.3)	2 (10.5)	19 (100.0)		
	มากกว่า 40,000 บาท	1 (8.3)	2 (16.7)	7 (58.3)	2 (16.7)	0 (0.0)	12 (100.0)		
	ขึ้นไป								

จากตารางที่ 31 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชม โทรทัศน์ทีวีไทยด้านลักษณะของการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีเพียงตัวแปรเดียวคือ อายุ มีค่าไคสแควร์เท่ากับ 27.601 ค่า P-value เท่ากับ 0.006 ส่วนเพศ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ ทีวีไทยด้าน ลักษณะของการรับชม

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครและศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับความต้องการชมรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษา ลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสถานีโทรทัศน์สาธารณะในเขต กรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเป็นการศึกษาจากประชากรที่เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 395 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling)และเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นลักษณะทางด้านประชากร ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ส่วนที่ 3 เป็นการตอบคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย และส่วนที่ 4 เป็นการตอบคำถามเกี่ยวกับความต้องการการรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย

ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่สถิติเชิงพรรณนา คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1.สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.9 และ 46.9 ตามลำดับ ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา เป็น กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.3 ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มี อายุไม่ เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.2 ด้านการศึกษา จากตารางพบว่าผู้ชมรายการส่วนใหญ่ จบ การศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบ เท่า คิดเป็นร้อยละ 19.7 ส่วนกลุ่มที่น้อยที่สุดคือกลุ่มที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5.6 ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาเป็น อาชีพค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 18.2 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคืออาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ด้านรายได้ต่อเดือนจากตารางพบว่าผู้ชมรายการส่วนใหญ่มี รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มี รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.3 ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด ได้แก่กลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.0

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการทางทีวีไทยทีวีสาธารณะ

1. ลักษณะการรับชมส่วนใหญ่ผู้ชม ชมรายการของทีวีไทยทุกวันคิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาเป็นชมรายการทางทีวีไทยสัปดาห์ละ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 29.6 ส่วนกลุ่มที่ ชมรายการ 5- 6 วันต่อ สัปดาห์จะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 10.1
2. ระยะเวลาในการรับชมผู้ชมส่วนใหญ่ใช้เวลาชมรายการทางทีวีไทยวันละ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาเป็นกึ่งชมวันละ 1 – 3 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 32.9 ส่วน กลุ่มที่มีจำนวนน้อย ที่สุดคือกลุ่มที่ชมน้อยกว่า 30 นาทีต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 15.4
3. ช่วงเวลาการรับชมช่วงเวลาที่ผู้ชม ชมรายการทางทีวีไทยมากที่สุด คือช่วง 18.01 – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นช่วง 22.01 – 00.45 น. คิดเป็นร้อยละ 10.9 ส่วนช่วงเวลา ที่มีคนชมน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 05.00 – 09.00 น.
4. เหตุผลในการรับชมเหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ชมเลือกโทรทัศน์ทางทีวีไทยคือเพราะเป็นกลาง และได้ความรู้คิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมาเพราะเป็นรายการเพื่อบริการและผลประโยชน์ของ สาธารณะคิดเป็นร้อยละ 21.0 ส่วนเหตุผลที่ผู้ชมเลือกชมน้อยที่สุดคือเพราะเปิดโอกาสให้ผู้ชมมี ส่วนร่วมในรายการคิด เป็นร้อยละ 8.4

5. พฤติกรรมการรับชมลักษณะการชมส่วนใหญ่ชมรายการทางช่องทีวีไทยสลับไปมารักรายการของช่องอื่นคิด เป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาเป็น ชมเฉพาะรายการที่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 30.1 ส่วนกลุ่มที่มีการชมทีวี ย้อนหลัง/อัดรายการที่สนใจไว้ มีเพียงร้อยละ 3.5

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับชมรายการทางทีวีไทย

1. รายการประเภทข่าวที่ผู้ชมรับชมมากที่สุดได้แก่ รายการเปิดปม คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาเป็นรายการข่าวเช้า คิดเป็นร้อยละ 32.2 ส่วนรายการประเภทข่าวที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือ รายการเปลี่ยนประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 6.1

2. รายการประเภทสารบันเทิงที่ผู้ชมรับชมมากที่สุดได้แก่ คนตรี กวี ศิลป์ คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาเป็นรายการ 108 Music ร้อยแปดคนตรี คิดเป็นร้อยละ 26.1 ส่วนรายการประเภทนี้ที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือ รายการ Golden Films คิดเป็นร้อยละ 11.9

3. รายการประเภทสารประโยชน์ที่ผู้ชมรับชมมากที่สุดได้แก่ รายการไทยมุง คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาเป็นรายการคนละไม้คนละมือคิดเป็นร้อยละ 29.0 ส่วนรายการประเภทนี้ที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือรายการความรู้คือประทีป คิดเป็นร้อยละ 12.1

4. รายการประเภทสารคดีที่ผู้ชมรับชมมากที่สุดได้แก่ รายการท่องโลกกว้าง คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาเป็นรายการเสด็จประพาสต้น คิดเป็นร้อยละ 33.9 ส่วนรายการประเภทนี้ที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือ รายการพันแสงรุ่ง คิดเป็นร้อยละ 20.1

5. รายการเด็กและเยาวชน ที่ผู้ชมรับชมมากที่สุดได้แก่ รายการ English Breakfast คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาเป็นรายการมดคันไฟ คิดเป็นร้อยละ 26.8 ส่วนรายการประเภทนี้ที่มีผู้ชมชมน้อยที่สุดคือ รายการตาดีดี่ โตได้ ไคโนจอมป่วน คิดเป็นร้อยละ 7.3

6. ระดับความพึงพอใจต่อวันและเวลาในการนำเสนอรายการประเภทต่างๆ ผู้ชมส่วนใหญ่พึงพอใจรายการทั้ง 5 ประเภททั้งวัน เวลา และระยะเวลา โดย ผู้ชมพึงพอใจ วัน เวลา และระยะเวลา ในวันเวลาและระยะเวลา ร้อยละ 91.4 91.4 และ 88.6 ตามลำดับพึงพอใจ วัน เวลา และระยะเวลา ในรายการประเภทสารบันเทิง ร้อยละ 80.5 80.0 และ 75.5 ตามลำดับ พึงพอใจ วัน เวลา และระยะเวลา รายการประเภทสารประโยชน์ ร้อยละ 84.8 84.6 และ 77.7 ตาม ลำดับ พึงพอใจวัน เวลา ระยะเวลา รายการประเภทการสารคดี 83.0 80.8 และ 78.0 ตามลำดับ และพึงพอใจใน วัน เวลา และระยะเวลาในรายการประเภท รายการเด็กและเยาวชน ร้อยละ 84.6 82.5 และ 85.3 ตามลำดับ

7. ผู้ชมรายการระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอของรายการสูงที่สุดคือรายการข่าวมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมากมีค่าเท่ากับ 4.14 รองลงมาเป็นรายการ

ประเภทรายการสารคดีอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนกลุ่มที่ต่ำที่สุดคือความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดรายการรายการเด็กและเยาวชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมรายการทางทีวีไทย

1. ความต้องการคุณค่าจากการรับชมรายการของทีวีไทยที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดทั้ง 10 เรื่อง โดยเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงที่สุดคือเรื่อง เข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับ มาก รองลงมาเป็นเรื่อง มีความหลากหลายของรูปแบบรายการและเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับ มาก ส่วนเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่มคือ ปราศจากประโยชน์การเมือง และกลุ่มพวกพ้องของผู้ผลิตรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

2. คุณค่าที่ผู้ชมต้องการให้รายการทีวีไทยนำเสนอมากที่สุดคือ คุณค่าด้านสังคมและชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมาเป็นคุณค่าด้าน เปิดโลกทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 19.2

3. รูปแบบที่ผู้ชมรายการต้องการให้นำเสนอมากที่สุด คือ รูปแบบสารคดีไทยและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาเป็นรูปแบบเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 36.5 และรูปแบบละคร คิดเป็นร้อยละ 34.2

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมทีวีไทย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมรายการจากทีวีไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีเพียงตัวแปรเดียวคือระดับการศึกษาสูงสุดส่วนเพศอายุอาชีพและรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับระดับความต้องการคุณค่าที่ได้จากการ รับชมรายการจากทีวีไทย

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับคุณค่าที่ต้องการให้ทีวีไทยนำเสนอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุและอาชีพส่วนเพศระดับการศึกษาสูงสุดและรายได้ ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับคุณค่าที่ต้องการให้ทีวีไทยนำเสนอ

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบละครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด เท่ากับ 20.361 ส่วน อาชีพ และรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอแบบละคร

4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบเกมโชว์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด ส่วน เพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอแบบเกมโชว์

5.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบสารคดีไทย และต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีเพียงตัวแปรเดียว คือระดับการศึกษา สูงสุด ส่วนเพศ อายุ อาชีพและ รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบสารคดีไทยและต่าง ประเทศ

6.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบถ่ายทอดสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ และ อาชีพ ส่วน เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบการถ่ายทอดสด

7.ลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบวาไรตี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีเพียงตัวแปรเดียวคือ อายุ ส่วน เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับ รูปแบบการนำเสนอรายการแบบวาไรตี้

8.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบเรียลลิตี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีเพียงตัวแปรเดียวคือ อายุ ส่วน เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความ สัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบเรียลลิตี้

9.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอแบบวิเคราะห์ข่าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วน เพศ และระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอรายการแบบวิเคราะห์ข่าว

10. ไม่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ใดที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับรูปแบบการนำเสนอ รายการแบบทอล์คโชว์

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมทีวีไทย

1.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทย ด้าน ความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ.05 ได้แก่ อายุ และ อาชีพส่วนเพศระดับการศึกษาสูงสุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับ พฤติกรรม การรับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้าน ความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์

2.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทย ด้านเวลาในการรับชมต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ เพศ และ ระดับการศึกษาสูงสุด ส่วน อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับ พฤติกรรมการ รับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้านเวลาในการรับชมต่อครั้ง

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทย ด้านช่วงเวลาในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ อายุ และ อาชีพ

ส่วน เพศ ระดับการศึกษาสูงสุดและ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับพฤติกรรม การรับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้านช่วงเวลาในการรับชม

4.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทย ด้านลักษณะของการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีเพียงตัวแปรเดียวคือ อายุ ส่วน เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับ พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทีวีไทยด้าน ลักษณะของการรับชม

5.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับพฤติกรรมการรับชม โทรทัศน์ ทีวีไทยด้านเหตุผลในการรับชมรายการทางทีวีไทย

2.อภิปรายผล

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการของสถานีโทรทัศน์ สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้นกลุ่มผู้ชมรายการที่เปิดรับชมรายการส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิงโดยส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีและนิยมเปิดรับชมรายการทางสถานี โทรทัศน์ไทยทีวีทุกวันและจำนวนชั่วโมงในการรับชมใช้ระยะเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง โดย ช่วงเวลา ที่นิยมเปิดรับชมคือเวลา 18.00 น. 22.00 น. โดยมีเหตุผลในการรับชมรายการของสถานี เพราะมีความเป็นกลางและได้รับความรู้ส่วนความพึงพอใจในการรับชมรายการประเภทข่าวและ สารคดีกับการศึกษาของ Kazt และคณะเกี่ยวกับมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของ มนุษย์ว่าจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอกคือการติดต่อเพื่อรับข่าวสารความรู้ใน ขณะ que การศึกษาของ Mc Quail และคณะศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจาก สื่อมวลชนว่ามีความต้องการสารสนเทศเพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองสภาพปัจจุบันที่ อยู่รอบตัวและสังคมอีกทั้งยังสนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความคั่งสันใจซึ่งจากผลวิจัย เห็นได้จากการความพึงพอใจในประเภทรายการข่าวของผู้ชมมีมากส่วนความต้องการที่ใช้เป็น เครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติผู้ชมจะได้จากการรับชมรายการประเภท สารประโยชน์นอกจากนั้นรายการที่ผู้ชมนิยมชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยคือ รายการ ประเภทรายการเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นประเภทรายการที่สะท้อนแนวคิดของสื่อสาธารณะในการ ผลิตรายการคุณภาพสูงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในขณะที่ผู้ชมมีความพึงพอใจสูง ต่อวัน เวลา และระยะเวลาที่ออกอากาศ ของรายการประเภทต่างๆของสถานีทีวีไทยและยังมีความพึงพอใจต่อ รูปแบบการนำเสนอของรายการประเภทข่าวและสารคดีอยู่ในระดับมากโดยมีความสัมพันธ์กับ สมมติฐานเบื้องต้นของแนวทางการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ คาสซาต้า และ แอนซ์ (Mary B. Cassata and Molefi K. Anste) ว่าผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหา

ข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากทั้งหมด ที่มีอยู่ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อ นั้นจะสนองความต้องการความสนใจและมีความเกี่ยวข้องมากเพียงใดและผู้รับสารจะใช้สื่อๆ ใดนั้นโดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชิน ซึ่งก็คล้ายกับที่แม็คคอมส์และเบคเกอร์ (Maxwell E. McCombs and Lee B Becker) อธิบายไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือ เปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันออกไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกใช้สื่อต่าง ประเภทกันคำว่าเหตุ ผลนั้นหมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้นๆสามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคล นั้นได้ ซึ่งก็จะเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลและนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ

ด้านความต้องการคุณค่าที่ได้รับจากการชมรายการทางทีวีไทยว่าเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกกลุ่ม และมีความหลากหลายของรูปแบบรายการและเนื้อหา ซึ่งสอดคล้อง World Radio and Television Council ที่ได้กำหนดหลักการของสื่อสาธารณะไว้ในแง่ของหลักการและเนื้อหารายการ ที่สื่อสาธารณะพึงยึดถือคือ

1.ความทั่วถึง (Universality) สื่อสาธารณะจะต้องสามารถเข้าถึงพลเมืองทุกคนทั่วประเทศ ซึ่งเป็น เป้าหมายด้านความเสมอภาคและความเป็นประชาธิปไตย เพื่อให้พลเมืองทุกคนยืน อยู่บนพื้นฐานเดียวกัน โดยไม่คำนึงถึงสถานะทางสังคมหรือรายได้ คุณสมบัติข้อนี้เป็นการผลักดัน ให้สื่อสาธารณะต้องดำเนินการเพื่อประชาชนทั้งประเทศ และให้สื่อสาธารณะ "ถูกใช้" โดยคนจำนวนมาก ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

2. ความหลากหลาย (Diversity) สื่อสาธารณะควรมีความหลากหลาย อย่างน้อยที่สุด 3 ด้าน นั่นคือ ประเภทของรายการที่น่าเสนอ กลุ่มเป้าหมายและประเด็นถกเถียง สื่อสาธารณะ ต้องตอบสนองความสนใจของสาธารณะที่หลากหลายโดยนำเสนอรายการหลากหลายประเภท ตั้งแต่รายการข่าวจนถึงรายการบันเทิงเบาๆ แต่ละรายการอาจตอบสนองกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีความคาดหวังต่อการรับสื่อแตกต่างกันในบั้นปลาย สื่อสาธารณะต้องสามารถเข้าถึงประชาชน ทุกคนคนผ่านรายการทั้งหมดซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายไม่ใช่ผ่านรายการใดรายการหนึ่ง นอกจากนั้นสื่อสาธารณะต้องสามารถตอบสนองความสนใจและประโยชน์ของสาธารณะที่หลากหลาย ผ่านการรายงานประเด็นถกเถียงต่างๆ ในสังคมอย่างทั่วถึง ความหลากหลายและความเป็น สาธารณะเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงควบคู่กันในการผลิตรายการบางรายการอาจมีกลุ่มเยาวชนเป็นเป้าหมาย บางรายการมีกลุ่มคนมีอายุเป็นเป้าหมายแต่ท้ายที่สุดต้องให้แน่ใจว่าสื่อสาธารณะตอบสนองคนทุกกลุ่มในสังคม

ส่วนคุณค่าที่ผู้ชมต้องการให้รายการทางสถานีทีวีไทยนำเสนอมากที่สุดคือคุณค่าทางด้านสังคมและชุมชน และการเปิดโลกทัศน์ ร่องลงมา ซึ่งจากทฤษฎีลำดับขั้นและความ ต้องการของ มาสโลว์ (Maslow s hierarchy of human needs)

3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) คือความรู้สึกที่ดีต่อการยอมรับ ซึ่งบางครั้งความต้องการทางสังคมทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ นอกจากนี้มนุษย์ยังมีความอยากรู้อยาก (Need for Cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาพแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะรู้ เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้มาจากการอยู่ร่วมในสังคม สอดคล้อง Mc Quail และคณะศึกษาตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนว่ามีความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อมองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของบุคคลอื่นแสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะในความเป็นเจ้าของนำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ใช้แทนเพื่อนช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคมสร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัวเพื่อน และสังคม

3. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ชมเลือกรับชมโทรทัศน์ทางทีวีไทยคือ เพราะความเป็นกลางและได้ความรู้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นชัดว่าการดำเนินการสถานีโทรทัศน์สาธารณะ ในแง่ของหลักการของสื่อสาธารณะและหลักการในแง่ของเนื้อหารายการสิ่งที่สื่อสาธารณะควรยึดถือ คือ การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นกลางและเป็นประโยชน์

1.2 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวมีระดับความพึงพอใจในระดับมากดังนั้นทางสถานีควรให้ความสำคัญและเน้นการผลิตและพัฒนาการนำเสนอรายการข่าวเพื่อให้เป็นจุดแข็งของสถานีและสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนจากสถานีอื่นๆ เนื่องจาก รายการข่าวเป็นรายการที่ผู้ชมให้ความสำคัญกับการนำเสนอที่เป็นกลางทั้งนี้เป็นการสอดคล้องกับนโยบายและการปฏิบัติงานของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยที่ชัดเจนและแตกต่างจากสถานีอื่น

1.3 ความต้องการคุณค่าจากการรับชมรายการของทีวีไทยมีค่าเฉลี่ยมาก โดยเฉพาะการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกกลุ่มซึ่งทำให้สถานีโทรทัศน์ทีวีไทยควรพิจารณาในเรื่องความต้องการทั้งเนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการให้สอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมทุกกลุ่มที่มีความแตกต่างกันซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานของสื่อสาธารณะที่ควรยึดถือเพื่อสะท้อนความหลากหลายของสังคมและเป็นพื้นที่ให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มเฉพาะต่างๆอย่างเหมาะสมทั้งในชุมชนและระดับชาติ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรศึกษาถึงการจัดวางผังรายการของสถานีโทรทัศน์สาธารณะโดยการจัดทำวิจัยเพื่อการจัดตารางออกอากาศทั้งการทำการวิจัยผู้ชมการวิจัยรายการ

2.3 ควรศึกษาถึงผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์สาธารณะที่สอดคล้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะ

2.4 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริบทที่มีผลต่อการดำเนินงานและการบริหารงานของสถานีโทรทัศน์สาธารณะในประเทศไทย



มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- บุญชม ศรีสะอาด. 2535 . การวิจัยเบื้องต้น.กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุบผา เบ็ญจรงค์กิจ. 2538. “การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ: ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.” วารสารนิเทศศาสตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2539. บทบาทของรัฐในทางด้านสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- เบญจพร งามเกริกโชติ. 2537. “ความต้องการด้านเนื้อหาและการนำเสนอวิธีการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่สำหรับผู้หญิงทำงานนอกบ้านทางสื่อโทรทัศน์.” วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. 2537. “การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนพร ไม้ตราวัฒนา. 2544. “พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวกึ่งสารเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน.” วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วุฒิชัย ผาสุขกานนท์. 2541. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการพระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดา ไปยยะพิสัย. 2544. “ความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนฤดี ธาดาอานวยชัย. 2540. “ความพึงพอใจและความคาดหวังของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น.” วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาวดี เตียพิริยะกิจ. 2538. “ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไปพ.ศ. 2538 ของเยาวชนอายุ 18-19 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริพร วุฒิทวี. 2542. “การสำรวจพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7.” วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อนิล วุฒิกุล. 2549. “พฤติกรรม การรับชมการรับรู้ การจดจำ และความพึงพอใจ รายการ “กบนอกกะลา” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ว.ม.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิสราวดี ชำนาญกิจ. 2541. “ทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์.” วิทยานิพนธ์ ว.ม.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- “ทิศทางทีวีสาธารณะไทย.” 2552. www.kriengsak.com
- สมชัย สุวรรณบรรณ. “สื่อสาธารณะสร้างสังคมคุณภาพ: มองบีบีซี เทียบทีวีไทย.” 2552. www://sapa.thaipbs.or.th



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง“ความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะ
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง:

1. แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว
แบบสอบถามแบ่งเป็น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากร

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการทางทีวีไทยทีวีสาธารณะ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับชมรายการทางทีวีไทยทีวีสาธารณะ

ตอนที่ 4 ความต้องการการรับชมรายการทางทีวีไทยทีวีสาธารณะ

2. ขอให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง
หรือความคิดเห็นของท่าน

ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถาม

ศุติรักษ์ เนื่องชมภู

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

() มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า

() ป.ว.ส. หรืออนุปริญญา

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา

() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน

() ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว

() รับจ้างงานอิสระ

() พ่อบ้าน/แม่บ้าน

() อื่นๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 5,000 บาท
- () 5,000 บาท – 10,000 บาท
- () 10,000 บาท – 20,000 บาท
- () 20,001 บาท – 30,000 บาท
- () 30,001 บาท – 40,000 บาท
- () มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการทางทีวีไทย

1. ในหนึ่งสัปดาห์ท่านชมรายการทางทีวีไทยบ่อยแค่ไหน

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

2. ในแต่ละวันท่านใช้เวลาในการชมรายการทางทีวีไทยมากน้อยเพียงใด

- () ต่ำกว่า 30 นาที
- () 30 นาที – 1 ชั่วโมง
- () 1-3 ชั่วโมง
- () มากกว่า 3 ชั่วโมง

3. ช่วงเวลาที่ท่านชมรายการทางทีวีไทยบ่อยที่สุด

- () 05:00-09.00 น.
- () 09:01-12.00 น.
- () 12:01-16.00 น.
- () 16:01-18.00 น.
- () 18:01-22.00 น.
- () 22:01-00.45 น.

4. เหตุผลในการรับชมรายการทางทีวีไทย

- () เพราะไม่มีโฆษณา
- () เพราะเป็นกลางและได้ความรู้
- () เพราะเป็นรายการเพื่อบริการและผลประโยชน์ของสาธารณะ
- () เพราะรายการน่าสนใจและมีความแตกต่างจากช่องอื่น
- () เพราะกลุ่มผู้ผลิตรายการมีความหลากหลาย
- () เพราะเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการ

5. ลักษณะของการรับชมรายการ

- () ชมตลอดรายการไม่เปลี่ยนไปช่องอื่น
- () ชมสลับไปมากับรายการของช่องอื่น
- () ชมเฉพาะรายการที่ชอบ
- () ชมไปพร้อมกับทำกิจกรรมอย่างอื่นไปด้วย
- () ชมทีวีย้อนหลัง
- () อัดรายการที่สนใจไว้

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับชมรายการทางทีวีไทย

1. ท่านมีความพึงพอใจรายการใดมากที่สุด

1.1 ประเภทรายการข่าว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ รายการข่าวเช้า | ☐ รายการชั่วโมงทำกิน |
| ☐ รายการทีวีไทยสุดสัปดาห์ | ☐ รายการข่าวเที่ยง |
| ☐ รายการคนสู้โรค | ☐ รายการสถานีประชาชน |
| ☐ รายการเวทีสาธารณะ | ☐ รายการข่าวค่ำ |
| ☐ รายการทันโลกกับชัยรัตน์ ถมยา | ☐ รายการเปลี่ยนประเทศไทย |
| ☐ รายการเปิดปม | ☐ รายการที่นี่ทีวีไทย |
| ☐ รายการข่าวเที่ยงสุดสัปดาห์ | |

1.2 ประเภทรายการสาระบันเทิง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ รายการดนตรี กวี ศิลป์ | ☐ รายการviksyam |
| ☐ รายการเรื่องเล่า ๑ แผ่นดิน | ☐ รายการชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร |
| ☐ รายการภาพยนตร์ซีรีส์ญี่ปุ่น | ☐ รายการไทยโซว์ |
| ☐ รายการหนึ่งวันเดียวกัน | ☐ รายการ Hot Short Films |
| ☐ รายการ 108 Music ร้อยแปดดนตรี | ☐ รายการ Golden Films |
| ☐ รายการเปิดแดนซามูไร(วาบิซาบิ) | |

1.3 ประเภทรายการสารประโยชน์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ รายการ One World โลกใบเดียวกัน | ☐ รายการสอนศิลป์ |
| ☐ รายการไทยมุง | ☐ รายการครอบครัวเดียวกัน |
| ☐ รายการคนละไม้คนละมือ | ☐ รายการชุมชนต้นแบบ |
| ☐ รายการวิจัยไทยคิด | ☐ รายการหัวใจใกล้กัน |
| ☐ รายการเปิดบ้านเวทีไทย | ☐ รายการคนเก่งภาษาไทย |
| ☐ รายการความรู้คือประทับใจ | |

1.4 ประเภทรายการสารคดี (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ รายการพันแสงรุ่ง | ☐ รายการฝนจากฟ้า |
| ☐ รายการ Spirit of Asia...วิถีแห่งชีวิต | ☐ รายการท่องโลกกว้าง |
| ☐ รายการเสด็จประพาสต้น | ☐ รายการเห็ด |
| ☐ รายการโลกหลากหลายมิติ | |

1.5 ประเภทรายการเด็กและเยาวชน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ รายการ English Breakfast | ☐ รายการ คิดดี คิดดี |
| ☐ รายการชมรมเพื่อนพอเพียง | ☐ รายการขบวนการนักอ่าน |
| ☐ รายการกล่องนักคิด | ☐ รายการแรงคิดทีวี |
| ☐ รายการคนมีของ | ☐ โฟโรโรเพนกวินป่วน |
| ☐ นักล้าปริศนาหุ่นขาว | ☐ รายการมดคันไฟ |
| ☐ รายการตาดีดี โตโต ไดโนจอมป่วน | ☐ รายการสมองมันมัน |

2. ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อวัน เวลาและระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการ

ประเภทรายการ	ความพึงพอใจ					
	วัน		เวลา		ระยะเวลา	
	พอใจ	ไม่พอใจ	พอใจ	ไม่พอใจ	พอใจ	ไม่พอใจ
2.1. รายการข่าว						
2.2.รายการสาระบันเทิง						
2.3.รายการ สารประโยชน์						
2.4.รายการสารคดี						
2.5.รายการเด็กและ เยาวชน						

3. ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีรูปแบบการนำเสนอของรายการ

ประเภทรายการ	ความพึงพอใจ	
	พอใจ	ไม่พอใจ
3.1. รายการข่าว		
3.2.รายการสาระบันเทิง		
3.3.รายการสารประโยชน์		
3.4.รายการสารคดี		
3.5.รายการเด็กและเยาวชน		

ส่วนที่ 4 ความต้องการคุณค่าที่ได้จากการรับชมรายการทางทีวีไทย

1. ท่านต้องการให้ทีวีไทยมีหลักการในการนำเสนอรายการอย่างไร

หัวข้อ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.1. เข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกกลุ่ม					
1.2. มีความหลากหลายของรูปแบบรายการและเนื้อหา					
1.3. รายการไม่มีผลประโยชน์เชิงธุรกิจ					
1.4. การปกป้องสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิมนุษยชน					
1.5. รายการมีรูปแบบเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ของรายการนั้นๆ					
1.6. ส่งเสริมเสรีภาพการแสดงออกและเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วม					
1.7. มีพัฒนาการของการนำเสนอเนื้อหาให้ทันสมัยตลอดเวลา					
1.8. มีความน่าเชื่อถือเป็นกลาง					
1.9. ปราศจากประโยชน์การเมืองและกลุ่มพวกพ้องของผู้ผลิตรายการ					
1.10. มีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมประชาธิปไตย					

2. ท่านต้องการให้รายการที่นำเสนอมีคุณค่าด้านใดมากที่สุด

- () คุณค่าด้านประชาธิปไตย
- () คุณค่าด้านวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์
- () คุณค่าด้านการศึกษา
- () คุณค่าด้านสังคมและชุมชน
- () คุณค่าด้านเปิดโลกทัศน์
- () คุณค่าด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน

3. รูปแบบการนำเสนอควรมีลักษณะแบบใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ละคร
- () เกมสัโซว์
- () สารคดีไทยและต่างประเทศ
- () ทอล์กโชว์
- () ถ่ายทอดสด
- () วาไรตี้
- () เรียลลิตี้
- () วิเคราะห์ข่าว

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวสุดารักษ์ เนื่องชมภู
วัน/เดือน/ปีเกิด	วันที่ 20 เมษายน 2516
สถานที่เกิด	เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 51/37 หมู่บ้านพฤษภา 17 ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตบางเขน
ประวัติการศึกษา	นศ.บ (การสื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ นศ.ม (การโฆษณา) มหาวิทยาลัยศรีปทุม

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY