

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการข่าวต่างประเทศ ในยุคทีวีดิจิทัล” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่าจะนำผลการวิจัยไปปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบรายการข่าวต่างประเทศให้เข้ากับความต้องการของผู้ชม และเพื่อเป็นการพัฒนารูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล รวมถึงดึงดูดผู้ชมให้หันมาชมข่าวต่างประเทศเพื่อรับรู้ความเป็นไปของโลกมากยิ่งขึ้น โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ 5 ประการ ได้แก่ 1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ติดตามรับชมข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบของรายการข่าวต่างประเทศ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมการรายงานข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบของรายการข่าวต่างประเทศ 3. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการรายงานข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบของรายการข่าวต่างประเทศ 4. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการติดตามข่าวต่างประเทศการในยุคทีวีดิจิทัล ในด้านต่างๆ ของผู้รับชม เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบของรายการข่าวต่างประเทศ 5. เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบการนำเสนอรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรต้นไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชม และทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล โดยมีประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมข่าวต่างประเทศเป็นต้นแปรตาม เพื่อให้ได้ผลลัพธ์คือ การพัฒนารูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 6 สมมติฐาน ได้แก่ 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล แตกต่างกัน 2. พฤติกรรมการเปิดรับชมการรายงานข่าวต่างประเทศต่างกัน ทัศนคติต่อการรายงานข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล แตกต่างกัน 3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้รับประโยชน์จากการรายงานข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล แตกต่างกัน 4. พฤติกรรมการเปิดรับชมการรายงานข่าวต่างประเทศต่างกัน ได้รับประโยชน์จากการรายงานข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล แตกต่างกัน 5. ทัศนคติต่อการรายงานข่าวที่ต่างกัน ความต้องการรูปแบบการนำเสนอข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล ต่างกัน

ส่วนวิธีการดำเนินการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม โดยกลุ่มเป้าหมายคือ ประชากรในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยจำแนกเป็น 8 เขตการปกครองได้แก่เขต

ลาดกระบัง บางเขน สวนหลวง จตุจักร ลาดพร้าว บางกะปิ มีนบุรี และเขตประเวศ จำนวนเขต
ละ 50 คน

สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล ผู้วิจัยขอสรุป
ผลการวิจัยออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล
3. ทักษะคดีที่มีต่อรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล
4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมรายการข่าวต่างประเทศ ในยุคทีวีดิจิทัล
5. สมมติฐานงานวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 เป็นเพศ
หญิง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีระดับอายุระหว่าง อายุ 20-30 ปี จำนวน 198 คน คิด
เป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และส่วน
ใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือแต่งงานแล้ว จำนวน 123
คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ซึ่งส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อย
ละ 57.0 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8, ระดับมัธยมศึกษา
ตอนปลาย/ปวช จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0, ระดับอนุปริญญา/ปวส จำนวน 34 คน คิด
เป็นร้อยละ 8.5, ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และระดับ ปริญญาเอก
จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน จำนวน 134 คน
คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0
ตามด้วยเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 68 คน จำนวน 17.0, ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน
52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และสุดท้ายคืออาชีพค้าขายจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5
ขณะเดียวกันส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2
รองลงมาคือต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ตามด้วย 20,001 – 25,000
บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามด้วย 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็น

ร้อยละ 13.5 ตามด้วย 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และสุดท้ายมี รายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

2. พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุควีดิโอ

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุควีดิโอจำนวน 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ 2 ครั้ง/สัปดาห์ ตามด้วย ชมทุกวัน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และสุดท้าย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.0 และส่วนใหญ่จะรับชมในเวลา 12.01 น.- 15.00 น. จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ 18.01 น. - 21.00 น. จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 ตามด้วย 21.01 น. - 00.00 น. จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ตามด้วย 06.00 น – 09.00 น. จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ตามด้วย 09.01 น. - 12.00 น. จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามด้วย 15.01 น. - 18.00 น. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 และสุดท้ายคือช่วงเวลา 01.00 น. - 05.59 น. จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ส่วนอุปกรณ์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการรับชมส่วนใหญ่คือ สมาร์ททีวี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ สมาร์ทโฟน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 ตามด้วย โทรทัศน์ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามด้วย คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และสุดท้ายรับชมผ่านแท็บเล็ต จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ขณะที่ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างติดตามรับชมรายการข่าวต่างประเทศนั้น ส่วนใหญ่ติดตามมาแล้วนาน มากกว่า 2 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ตามด้วย 6 เดือน – 1 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 1-2 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ส่วนสถานที่ในการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุควีดิโอ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับชมในที่พักอาศัย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือที่ทำงาน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2, ระหว่างการเดินทาง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2, สถาบันการศึกษาจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2, สถานที่ราชการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8, โรงพยาบาล จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และตามศูนย์อาหารต่างๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ขณะที่ลักษณะการรับชมส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามคือ เปิดรับชมสลับไป-มาระหว่างช่องอื่นๆ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ เปิดชม ตั้งแต่ต้นจนจบโดยไม่เปลี่ยนช่อง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ตามด้วยการ ชมเฉพาะ หัวข้อข่าวที่น่าสนใจ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 และสุดท้ายคือ เปิดทิ้งไว้เฉยๆ และทำ กิจกรรมอื่นควบคู่ไปด้วย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชื่นชอบผู้ประกาศทั้งหญิงและชาย จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาคือ

ผู้ประกาศชาย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และ ผู้ประกาศหญิงจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ขณะเดียวกันผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบการชมข่าวต่างประเทศในหมวดข่าวสังคม จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 รองลงมาคือข่าวกีฬา จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ตามด้วย ข่าวระหว่างประเทศ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามด้วย ข่าวเศรษฐกิจ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 ตามด้วยข่าวการเมือง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 และข่าวอาชญากรรมจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และสุดท้ายชอบรับชมข่าวในประเภทอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ขณะเดียวกันเหตุผลส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่รับชมข่าวต่างประเทศคือ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือชอบรูปแบบการนำเสนอข่าว รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ตามด้วยเพื่อติดตามทิศทางเศรษฐกิจของโลก จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตามด้วยชอบการนำเสนอภาพข่าวที่สอดคล้องและน่าติดตาม จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 และชอบในตัวผู้ประกาศข่าวต่างประเทศ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ส่วนลักษณะการรายงานข่าวต่างประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบคือ ลักษณะอ่านข่าว จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือเล่าข่าว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามด้วยสรุปข่าวจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และข่าวต่างประเทศออนไลน์จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ขณะที่ระยะเวลาในการรับชมข่าวต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ที่ 1 ชั่วโมง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ 5 นาที จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามด้วย 10 นาที จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามด้วย 30 นาที จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ 15 นาทีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

3. ทักษะคดีของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติจากรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลในภาพรวมคือด้านความแม่นยำของข่าวมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.85) รองลงมาคือด้านเนื้อหาของข่าว (ค่าเฉลี่ย = 3.81) ตามด้วยด้านความทันสมัยของรูปแบบรายการข่าวต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.72) และด้านความรวดเร็วของข่าวน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.71) โดยสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านได้ดังนี้

ทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาของข่าว กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในด้านนี้ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.81) โดยมีทัศนคติต่อความถูกต้องกระชับจับใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.05) รองลงมาคือนำเสนอเรื่องจริงทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย = 3.90) ตามด้วยเนื้อหาข่าวสดใหม่ไม่ล้าหลัง

(ค่าเฉลี่ย = 3.75) และมีการระบุแหล่งที่มาของข่าวชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 3.72) สุดท้ายคือเป็นกลาง ไม่เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย = 3.66)

ทัศนคติที่มีต่อความทันสมัยของรูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในด้านนี้ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.72) โดยมีทัศนคติต่อเนื้อหาสอดคล้องกับสถานการณ์โลกในปัจจุบันมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.79) รองลงมาคือรูปแบบรายการง่ายต่อความเข้าใจ (ค่าเฉลี่ย = 3.73) ตามด้วยรูปแบบทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย = 3.72) สุดท้ายรูปแบบรายการทำให้น่าติดตาม (ค่าเฉลี่ย = 3.67)

ทัศนคติที่มีต่อด้านความรวดเร็วของข่าว กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในด้านนี้ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.71) โดยมีทัศนคติต่อการทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย = 3.80) รองลงมาคือภาพเหตุการณ์ประกอบข่าวรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย = 3.77) ตามด้วยนำเสนอได้รวดเร็วจนสามารถปรับตัวหรือวางแผนดำเนินธุรกิจได้ทันต่อสถานการณ์โลก (ค่าเฉลี่ย = 3.66) และสุดท้ายมีการติดตามข่าวที่เป็นสถานการณ์ต่อเนื่องจนได้ข้อมูลดีของสถานการณ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.63)

4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมรายการข่าวต่างประเทศ ในยุคทีวีดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล ในภาพรวมด้านการพัฒนาตนเองมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.73) รองลงมาคือด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านด้านความบันเทิง (ค่าเฉลี่ย = 3.64) และสุดท้ายคือด้านสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.56) โดยสามารถอธิบายรายละเอียดความถึงพอใจในแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านการพัฒนาตนเอง กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.73) โดยได้รับประโยชน์เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทราบเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลกในแต่ละวัน (ค่าเฉลี่ย = 4.03) รองลงมาคือเพื่อให้เป็นคนทันยุคทันสมัย (ค่าเฉลี่ย = 3.82) ตามด้วยนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน (ค่าเฉลี่ย = 3.61) และสุดท้ายสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อนำไปต่อยอดกับธุรกิจของตัวเอง (ค่าเฉลี่ย = 3.49)

ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.64) โดยได้รับประโยชน์เพื่อนำไปใช้เตือนภัยที่อาจเกิดขึ้นในสังคม (ค่าเฉลี่ย = 3.76) รองลงมาคือนำข่าวสารที่ได้รับไปพูดคุยและแบ่งปันข้อมูลกับผู้อื่นในสังคมของท่าน (ค่าเฉลี่ย = 3.63) ตามด้วยนำไปแบ่งปันในสังคมของตนเอง เพื่อให้เกิดการพัฒนาและปรับตัวได้ทันต่อโลกในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย = 3.62) และสุดท้ายนำไปใช้เพื่อแนะนำผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย = 3.55)

ด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.64) โดยได้รับประโยชน์เพื่อผ่อนคลายความเครียด (ค่าเฉลี่ย = 3.78) รองลงมาคือเพื่อรับรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง และเพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมและความบันเทิงต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก (ค่าเฉลี่ย = 3.62) และสุดท้ายเพื่อติดตามพัฒนาการด้านศิลปวัฒนธรรมและความบันเทิง (ค่าเฉลี่ย = 3.55)

ด้านสารสนเทศ กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.56) โดยได้รับประโยชน์เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานของตัวเอง (ค่าเฉลี่ย = 3.56) รองลงมาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.50) ตามด้วยเพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงความน่าเชื่อถือของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย = 3.46) และสุดท้ายเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับประกอบการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย = 3.38)

5. สมมติฐานงานวิจัย

5.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลต่างกัน

ปัจจัยด้านเพศ เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านอายุ ช่วงอายุที่ต่างกันที่ต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านสถานภาพ พบว่าสถานภาพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านอาชีพ พบว่าอาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านรายได้ พบว่ารายได้ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลแตกต่างกัน

5.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศที่ต่างกันส่งผลให้เกิดความแตกต่างในทัศนคติต่อการรายงานข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล

5.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้รับประโยชน์จากการรายงานข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัลแตกต่างกัน

5.4 พฤติกรรมการเปิดรับการรายงานข่าวต่างประเทศต่างกัน ได้รับประโยชน์จากการรายงานข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์แตกต่างกัน

5.5 ทักษะคติต่อรายงานข่าวต่างประเทศมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมข่าวต่างประเทศ ดังนี้

5.5.1 ทักษะคติต่อรายงานข่าวต่างประเทศด้านความทันสมัยของรูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์และด้านความแม่นยำของข่าวมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมข่าวต่างประเทศ

5.5.2 ทักษะคติต่อรายงานข่าวต่างประเทศด้านความรวดเร็วของข่าวและด้านเนื้อหาของข่าวไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมข่าวต่างประเทศ

ดังนั้น ทักษะคติต่อรายงานข่าวต่างประเทศด้านความทันสมัยของรูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์และด้านความแม่นยำของข่าว เป็นตัวพยากรณ์การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมข่าวต่างประเทศ

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการข่าวต่างประเทศ ในยุคที่วีดิทัศน์” สามารถอภิปรายผลได้ 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ปัจจัยส่วนบุคคล ทั้งด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวมีความต้องการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์แตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางด้านประชากรของ ยูปล เบ็ญจรงค์กิจ (2543) ที่เชื่อในความคิดที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความ เป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างไปด้วย ซึ่งแนวคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ Defleur and Bcll-Rokeach (1996) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล หรือ ลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่มๆ ได้ คือ บุคคลที่มีพฤติกรรม

คล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในระดับชั้นทางสังคมเดียวกัน จะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกันและทฤษฎีความแตกต่างของบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อนและได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารที่ต่างกัน การสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมทั่วไปแตกต่างกันด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านเพศ

เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมมารับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ปรเมศ สตะเวทิน, 2533) ที่กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากทั้งในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทของเพศ ผู้หญิงมักจะมีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และให้ความสนใจกับรายละเอียดของสิ่งต่างๆ รอบตัวมากกว่าผู้ชายและเพศยังเป็นตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ซึ่งความแตกต่างทางเพศนี้ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเพศชายและหญิง พบว่าเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และวิทยุมากกว่าเพศชาย ดังนั้น เพศหญิงจึงมีแนวโน้มที่จะเปิดรับชมรายการคุยข่าวที่มีการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านทางสถานีโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับ (Wilo Goidhaborsadore and Yates, 2002 หน้า 114 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์ 2546) ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดๆ ก็ตาม จะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และ ประชากรเพศหญิง (Female) ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีจำนวนที่ใกล้เคียงกันเพราะธรรมชาติได้สร้างความสมดุลทางเพศมาให้กับประชากรทุกกลุ่มเพศ เป็นปัจจัยพื้นฐานด้านร่างกายที่แตกต่างกันของบุคคล เป็นสถานภาพที่มีมาแต่กำเนิดของบุคคล เมื่อเป็นสมาชิกของกลุ่ม เพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วงวัยก็มีความแตกต่างกันด้วย ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดจากการรับข่าวสารนั้นด้วย

1.2 ปัจจัยด้านอายุ

อายุถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดความแตกต่าง สาเหตุเพราะเรื่องราวและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ผ่านเข้ามาในชีวิต แต่ละช่วงเวลาของอายุนั้นแตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับแนวคิดของ ฌ็อง-ปอล ซาทูร์ (1957) ที่ว่า เมื่อคนเรามีช่วงอายุต่างกัน มักมีความต้องการต่างกัน ประกอบกับในยุคการสื่อสารไร้พรมแดน ที่สะท้อนถึงแนวคิด การดำเนินชีวิต และโดยเฉพาะการเข้าถึงโลกอินเทอร์เน็ตที่ต่างกันออกไป หากแบ่งกลุ่มผู้รับสารออกเป็นกลุ่มตามช่วงอายุจะพบว่า กลุ่มในยุค Baby Boomer ที่มีอายุระหว่าง 46 – 64 ปี ที่ใช้ชีวิตเรียบง่าย มีความอดทนและขยันมาก ไม่ถนัดกับการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีเหมือนกับคนยุค Gen Y ที่มีอายุประมาณ 17 – 33 ปี ที่ใช้ชีวิตส่วนใหญ่กับอินเทอร์เน็ต เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีการสื่อสาร ในแต่ละช่วงอายุของผู้รับสารมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและความต้องการในการใช้ประโยชน์ ความถึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปตามช่วงอายุ

ดังนั้น ช่วงอายุในกลุ่มนี้ต้องการข่าวสารที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ตัวแปรด้านอายุนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนเรามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ในวัยเด็กจะมีการใช้สื่อโทรทัศน์สูงมาก สำหรับวัยผู้ใหญ่ การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์จะมีมากพอๆ กัน เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปี ขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง เพราะสายตาเสื่อมลงและเวลามีมากขึ้น(ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

1.3 ปัจจัยด้านสถานภาพ

พบว่าสถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยูทิวบีวิดีโอ ในเรื่อง ความถี่ในการรับชม/สัปดาห์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวต่างประเทศหรือข่าวอื่นๆ ระยะเวลาในการติดตามรับชมรายการข่าวต่างประเทศจากสื่อในประเทศไทย สถานที่ที่ใช้รับชมรายการข่าวต่างประเทศมากที่สุด ลักษณะการรับชมรายการข่าวต่างประเทศของสื่อต่างๆ ผู้ประกาศข่าวที่ชอบ รูปแบบข่าวต่างประเทศที่ชอบ และระยะเวลาในการรับชมการนำเสนอข่าวต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.4 ระดับการศึกษา

พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยูทิวบีวิดีโอ ในเรื่อง ความถี่ในการรับชม/สัปดาห์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวต่างประเทศหรือข่าวอื่นๆ ระยะเวลาในการติดตามรับชมรายการข่าวต่างประเทศจากสื่อในประเทศไทย สถานที่ที่ใช้รับชมรายการข่าวต่างประเทศมากที่สุด ลักษณะการรับชมรายการข่าว

ต่างประเทศของสื่อต่างๆ ผู้ประกาศข่าวที่ชอบ รูปแบบข่าวต่างประเทศที่ชอบ และระยะเวลาในการรับชมการนำเสนอข่าวต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.5 อาชีพ

อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล ในเรื่อง ความถี่ในการรับชม/สัปดาห์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวต่างประเทศหรือข่าวอื่นๆ ระยะเวลาในการติดตามรับชมรายการข่าวต่างประเทศจากสื่อในประเทศไทย สถานที่ที่ใช้รับชมรายการข่าวต่างประเทศมากที่สุด ลักษณะการรับชมรายการข่าวต่างประเทศของสื่อต่างๆ ผู้ประกาศข่าวที่ชอบ รูปแบบข่าวต่างประเทศที่ชอบ และระยะเวลาในการรับชมการนำเสนอข่าวต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.6 รายได้

รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล ในเรื่อง ความถี่ในการรับชม/สัปดาห์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวต่างประเทศหรือข่าวอื่นๆ ระยะเวลาในการติดตามรับชมรายการข่าวต่างประเทศจากสื่อในประเทศไทย สถานที่ที่ใช้รับชมรายการข่าวต่างประเทศมากที่สุด ลักษณะการรับชมรายการข่าวต่างประเทศของสื่อต่างๆ ผู้ประกาศข่าวที่ชอบ รูปแบบข่าวต่างประเทศที่ชอบ และระยะเวลาในการรับชมการนำเสนอข่าวต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ทัศนคติของบุคคลเป็นความรู้สึกทางใจที่มีต่อสิ่งใดๆ ของบุคคลซึ่งมีอิทธิพล อย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของบุคคลและมีผลต่อกลุ่มทางสังคม เกี่ยวข้องในการดำเนิน กิจกรรมต่างๆทุกๆด้านในสังคมของมนุษย์ทุกสังคมเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude) มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้คล้ายๆ กัน ซึ่งผู้ศึกษาได้ค้นคว้า รวบรวมและขอนำมาสรุปอ้างอิงดังนี้ Martin Fishlein (อ้างถึงใน ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข พงษ์ หาญยุทธ. (2548), หน้า 37) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกเอนเอียงที่จะมีปฏิกิริยาเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือนิ่งเฉยต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

Daryl Bem (อ้างถึงใน ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข พงษ์ หาญยุทธ. (2548) หน้า 37) ทัศนคติเป็นความรู้สึกของคนเราที่พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่าง ๆ ในสังคม

ทริแอนดิส (อ้างถึงใน สิทธิพันธ์ พุทธหุน 2547, หน้า 91) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติเป็นความคิดที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำต่อสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ทางสังคมนั้น โดยทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ คือ ความรู้หรือความคิด (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) ซึ่งหมายถึงสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม และ ความพร้อมที่จะกระทำ (Predisposition To Act)

พงศ์สันต์ ศรีสมทรัพย์ และ ปิยะนุช เงินคล้าย, 2550, หน้า 75) ได้สรุป ความหมาย และอธิบายเกี่ยวกับ ทักษะคิดที่ ทักษะคิด หมายถึง ความรู้สึกทางใจของแต่ละ บุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ประสบการณ์ความนึกคิดและความเชื่อของแต่ละบุคคล ความรู้สึกทางใจของแต่ละบุคคลในเรื่องราวใดๆ จะมีระดับที่แตกต่างกันออกไป ตั้งแต่ระดับที่เป็นความชอบหรือไม่ชอบ ระดับที่เป็นประสบการณ์ที่ได้รับการไตร่ตรอง จนถึงระดับที่เป็นการนำไปปฏิบัติ ทักษะคิดของบุคคลจึงเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิด ความคิดและพฤติกรรมไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง

โรเซ็นเบอร์ก, 1960 (อ้างถึงใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2536, หน้า 194-195) ได้สรุปและอธิบายทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างแนวคิดกับความรู้สึก (Cognitive- Affective Consistency Theory) ว่า ทักษะคิดจะได้รับผลกระทบไม่เฉพาะที่เนื่องจาก อิทธิพลการโน้มน้าวเข้าสู่ภาวะสมดุล ยิ่งขึ้นกับความรู้สึกเป็นสุขหรือทุกข์อันเนื่องจาก แนวโน้มการเพิ่มผลตอบแทนสูง และลดการสูญเสียให้น้อยที่สุด ทฤษฎีกลุ่มนี้ได้อธิบายไว้ แก่ปัญหาความไม่สมดุลของความรู้สึกที่แตกต่างกันหลายวิธี และพยากรณ์อันดับของ วิธีการที่ควรใช้มากที่สุด วิธีง่าย ๆ ที่จะเข้าสู่ภาวะสมดุล คือพยายามก่อนแล้วใช้วิธีที่มีความถี่สูงสุด โรเซ็นเบอร์กได้เน้นความสำคัญของความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบ ของทักษะคิด คือ แนวคิดและความรู้สึก เมื่อใดก็ตามที่มีความไม่สอดคล้องกันระหว่าง องค์ประกอบทั้งสองเหนือระดับหนึ่งย่อมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบใด องค์ประกอบหนึ่ง หรือทั้งสององค์ประกอบ เพื่อนำไปสู่ภาวะความสอดคล้อง และเชื่อว่าการเปลี่ยนองค์ประกอบหนึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนอีกองค์ประกอบหนึ่งของทักษะคิด นอกจากนั้นการเปลี่ยนทักษะคิดโดยผ่านกระบวนการเร้าด้วยวิธีสื่อสาร ส่วนใหญ่เน้นการ เปลี่ยนองค์ประกอบความรู้ นั่นคือการให้ข้อมูลใหม่ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนองค์ประกอบความรู้สึกและการเปลี่ยนทักษะคิด

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์(2535 หน้า104-105)ได้สรุปคุณลักษณะของทักษะคิดว่ามี 6 รูปแบบ คือ

1. ทักษะคิดเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่มีติดตัวมาแต่เกิด ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทักษะคิด การสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านกระบวนการปะทะสังสรรค์กับสิ่งต่างๆ ในสังคม จะมีผลโดยตรงต่อทักษะคิด

2. ทักษะคิดมีคุณลักษณะของการประเมิน (evaluative nature) ทักษะคิดเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่ เกี่ยวกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือ เหตุการณ์ ซึ่งจะเป็นสื่อกลางทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ทักษะคิดมีธรรมชาติของการประเมิน เป็นความคิด หรือความเชื่อที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย การที่บุคคลหนึ่งจะมี ทักษะคิดอย่างไร ต่อสิ่งใด ขึ้นอยู่กับการประเมิน

ความรู้ความคิด หรือความเชื่อที่มีเกี่ยวกับสิ่งนั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประเมินเกิดความรู้สึกทางบวก หรือทางลบต่อสิ่งดังกล่าว ผลการประเมินอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ทักษะคติต่อสิ่งเดียวกัน อาจแตกต่างกันตาม เพศ อายุ หรืออาชีพ

3. ทักษะคติมีคุณภาพและความเข้ม (quality and intensity) คุณภาพและความเข้ม ของทักษะคติจะเป็นสิ่งที่บอกถึงความแตกต่างของทักษะคติที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่างๆ เมื่อบุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็อาจมีทักษะคติทางบวกหรือทักษะคติทางลบต่อสิ่งนั้น นั่นคือก่อให้เกิดสภาวะความพร้อมที่จะเข้าหาหรือหลีกเลี่ยงสิ่งดังกล่าว ส่วนความเข้มจะบ่งชี้ถึงความมากน้อยของทักษะคติทางบวก หรือลบ หรือบ่งชี้ระดับการประเมิน เช่น ชอบมาก ชอบปานกลาง ชอบน้อย

4. ทักษะคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลง (permanence) ทักษะคติมีลักษณะที่แฝง แน่นลึก ซึ่ง เนื่องจากสิ่งที่ประเมินมีความชัดเจนถูกต้องแน่นอน หรือมีการสั่งสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านการเรียนรู้มานานพอ ในกรณีเช่นนี้ การเรียนรู้สิ่ง ใหม่ หรือการบังคับให้แสดงพฤติกรรมนั้นๆ อยู่เสมอ ก็อาจไม่มีผลทำให้ทักษะคติที่มีอยู่ ไม่เปลี่ยนแปลง

5. ทักษะคติต้องมีสิ่งที่หมายถึง (attitude object) ที่แน่นอน นั่นคือทักษะคติต่อ อะไร ต่อบุคคล ต่อสิ่งของหรือต่อสถานการณ์

6. ทักษะคติมีลักษณะความสัมพันธ์ ทักษะคติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งของกับบุคคลอื่น หรือกับสถานการณ์ และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกงูใจ (Motivation affect)

สรุปความหมายและแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทักษะคติการศึกษาทักษะคติเพื่อให้เราทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งจะออกมาในรูปของการตอบรับหรือปฏิเสธก็ได้ ทักษะคติของบุคคลสามารถแสดงออกมาเป็นคำพูดซึ่งเราเรียกว่าเป็นความคิดเห็น ทั้งทักษะคติและความคิดเห็นเป็นสิ่งที่ แยกจากกันไม่ออก

ทักษะคติของบุคคลมีองค์ประกอบอยู่ 3 ประการ คือ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และองค์ประกอบทางพฤติกรรม นอกจากนี้ ทักษะคดียังแยกออกเป็นทักษะคติทางบวก ทางลบ และการเฉยๆไม่มีทักษะคติ การตอบสนองต่อสิ่งที่เราเรียนรู้ที่เราเรียกว่าเป็นทักษะคตินั้นจะมีรูปแบบต่างกัน คือทักษะคติด้านความรู้สึก ทักษะคติด้านความเข้าใจ และทักษะคติด้านการกระทำ ทั้ง 3 แบบนี้ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นในทิศทางเดียวกันเสมอ

วิยดา เกียวกุล (2538) วิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับรายการโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชากรที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน ขณะที่ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้

ประโยชน์ และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

พัชรินทร์ เศรษฐทิพย์ (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ และมีความต้องการข่าวสารจากรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน โดยข่าวสารที่จำเป็นต้องใช้ 5 อันดับแรก คือ ข่าวการเมือง สังคม เศรษฐกิจ ต่างประเทศและข่าวกีฬา โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความเชื่อถือข่าวโทรทัศน์แต่มีความเห็นว่า ควรปรับปรุงรายการข่าวโทรทัศน์ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านเนื้อหาของข่าว ประเภทและปริมาณข่าว วิธีการนำเสนอ ตลอดจนการอ่านข่าวของผู้ประกาศข่าวให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย ส่วนพฤติกรรมการรับชมข่าวโทรทัศน์นั้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 211 คน รับชมรายการข่าวไม่ประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ส่วนอีก 49.4 ชมเป็นประจำทุกวัน สาเหตุที่ไม่สามารถชมข่าวได้ทุกวัน เนื่องจากเดินทางกลับบ้านไม่ทันเวลาการนำเสนอข่าว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมข่าวโทรทัศน์พร้อมกับสมาชิกในครอบครัว ส่วนพฤติกรรมขณะชมรายการข่าวส่วนใหญ่จะกดปุ่มสลับไปมาเมื่อมีโฆษณา รองลงมาจะเลือกชมเฉพาะข่าวบางประเภทที่ชอบ และส่วนน้อยจะเปิดชมเพียงช่องเดียวตั้งต้นจนจบรายการ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศ ในยุคทีวีดิจิทัล

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล ในรูปแบบต่างๆ ที่ทำการศึกษแบ่งออกเป็น 5 ข้อได้แก่ (1) สถานที่รับชม (2) อุปกรณ์ที่ใช้รับชม (3) ความถี่ในการรับชม (4) ช่วงเวลาในการรับชม (5) ลักษณะในการรับชม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวัฒน์ สงวนงาม (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. ที่อ้างถึง ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman, 1951) มีความเห็นแนว เดียวกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความ สนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวอปลส์ (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการ เหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้นย่อมเป็นไปตามบทบาทและ สถานภาพทางสังคมของผู้รับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้นตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทาง การสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตาม ความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้ง ทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งด้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993:65 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคมเพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ ป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาพวะ (Context) สภาพวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมอง

ว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1973) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษา สภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้ พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้ำหนัก และ พฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของ ข่าวสาร หรือ อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบ เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm,) กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effect) และผลที่จะได้ (Promise of Reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

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

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสารประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้น อาจมีสาเหตุอื่นๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสารประโยชน์ของ ข่าวสาร ตลอดจนคนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน แต่ โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์, 2544) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การ บริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภค สื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อม มีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ให้นำข่าวสารจาก บุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกันโรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้ การ สื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารสื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากใน กรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจ ยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความ เข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมี อิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความ สนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดย มีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม

(ประมะ สตะเวทิน 2532 อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540) ตัวอย่างของ สื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ ไปสเตอร์ โบปลิว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ

เฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมา ประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสาร เฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ ผู้รับสารจะรับไว้ ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคล แต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และ วัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันยอมทำให้มี พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

ส่วนที่ 3 ทักษะที่มีต่อรูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุควีดิทัศน์

งานวิจัยฉบับนี้ได้แบ่งทักษะที่มีต่อรูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุควีดิทัศน์เอาไว้ เป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ทักษะต่อความทันสมัยของรูปแบบรายการข่าว (2) ทักษะต่อความ รวดเร็วของข่าว (3) ทักษะต่อเนื้อหาของข่าว (4) ทักษะต่อความแม่นยำของข่าว สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Martin Fishlein (อ้างถึงใน ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกขพงษ์ หาญยุทธ. (2548), หน้า 37) ทักษะนี้ หมายถึงความรู้สึกเอนเอียงที่จะมีปฏิกิริยาเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือนิ่งเฉยต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกขพงษ์ หาญยุทธ. (2548), หน้า 37) ทักษะนี้เป็น ความรู้สึกของคนเราทางที่พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่าง ๆ ในสังคม

สิทธิพันธ์ พุทธิพน (2547, หน้า 91) ให้ความหมายของทักษะนี้ไว้ว่า ทักษะนี้เป็นความคิด ที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำต่อสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ทางสังคมนั้น โดย ทักษะนี้มี 3 องค์ประกอบ คือ ความรู้หรือความคิด (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) ซึ่งหมายถึง สิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม และ ความพร้อมที่จะกระทำ (Predisposition To Act)

พงศ์สันต์ ศรีสมทรัพย์ และ ปิยะนุช เงินคล้าย, (2550, หน้า 75) ได้สรุป ความหมาย และ อธิบายเกี่ยวกับ ทักษะนี้ว่า ทักษะนี้ หมายถึง ความรู้สึกทางใจของแต่ละ บุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ประสบการณ์ความนึกคิดและความเชื่อของแต่ละบุคคล ความรู้สึกทางใจของแต่ละ บุคคลในเรื่องราวใดๆ จะมีระดับที่แตกต่างกันออกไป ตั้งแต่ระดับที่เป็นความชอบหรือไม่ชอบ ระดับที่เป็นประสบการณ์ที่ได้รับการไตร่ตรอง จนถึงระดับที่เป็นการนำไปปฏิบัติ ทักษะนี้ของ บุคคลจึงเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิด ความคิดและพฤติกรรมไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, (2536, หน้า 194-195) ได้สรุปและอธิบายทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างแนวคิดกับความรู้สึก (Cognitive- Affective Consistency Theory) ว่า ทักษะคนใดจะได้รับผลกระทบไม่เฉพาะที่เนื่องจาก อิทธิพลการโน้มน้าวเข้าสู่ภาวะสมดุล ยังขึ้นกับความรู้สึกเป็นสุขหรือทุกข์อันเนื่องจาก แนวโน้มการเพิ่มผลตอบแทนสูงและลดการสูญเสียที่น้อยที่สุด ทฤษฎีกลุ่มนี้ได้อธิบายวิธี แก้ปัญหาความไม่สมดุลของความรู้สึกที่แตกต่างกันหลายวิธี และพยากรณ์อันดับของ วิธีการที่ควรใช้มากที่สุด วิธีง่าย ๆ ที่จะเข้าสู่ภาวะสมดุล คือพยายามก่อนแล้วใช้วิธีที่มีความถี่สูงสุด โรเซ็นเบอร์กได้เน้นความสำคัญของความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบ ของ ทักษะคนใด คือ แนวคิดและความรู้สึก เมื่อใดก็ตามที่มีความไม่สอดคล้องกันระหว่าง องค์ประกอบทั้งสองเห็นระดับหนึ่งย่อมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบได้ องค์ประกอบหนึ่ง หรือทั้งสององค์ประกอบ เพื่อนำไปสู่ภาวะความสอดคล้อง และเชื่อว่าการเปลี่ยนองค์ประกอบหนึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนอีกองค์ประกอบหนึ่งของทักษะคนใด นอกจากนั้นการเปลี่ยนทักษะคนใดโดยผ่านกระบวนการ ไร้ตัววิธีสื่อสาร ส่วนใหญ่เน้นการ เปลี่ยนองค์ประกอบความรู้ นั่นคือการให้ข้อมูลใหม่ ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนองค์ประกอบความรู้สึกและการเปลี่ยนทักษะคนใด

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์(2535 หน้า104-105)ได้สรุปคุณลักษณะของทักษะคนใด ว่ามี 6 รูปแบบคือ

1. ทักษะคนใดเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่มีติดตัวมาแต่เกิด ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทักษะคนใด การสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านกระบวนการปะทะสังสรรค์กับสิ่งต่างๆ ในสังคม จะมีผลโดยตรงต่อทักษะคนใด

2. ทักษะคนใดมีคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative nature) ทักษะคนใดเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่ เกี่ยวกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือ เหตุการณ์ ซึ่งจะเป็นสื่อกลางทำให้เกิดปฏิริยาตอบสนอง ทักษะคนใดมีธรรมชาติของการประเมิน เป็นความคิด หรือความเชื่อที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย การที่บุคคลหนึ่งจะมี ทักษะคนใดอย่างไร ต่อสิ่งใด ขึ้นอยู่กับการประเมินความรู้ความคิด หรือความเชื่อที่มีเกี่ยวกับสิ่งนั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประเมินเกิดความรู้สึกทางบวก หรือทางลบต่อสิ่งดังกล่าว ผลการประเมินอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ทักษะคนใดต่อสิ่งเดียวกัน อาจแตกต่างกันตาม เพศ อายุ หรืออาชีพ

3. ทักษะคนใดมีคุณภาพและความเข้ม (Quality and Intensity) คุณภาพและความเข้ม ของทักษะคนใดจะเป็นสิ่งที่บอกถึงความแตกต่างของทักษะคนใดที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่างๆ เมื่อบุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็อาจมีทักษะคนใดทางบวกหรือทักษะคนใดทางลบต่อสิ่งนั้น นั่นคือก่อให้เกิดสภาวะความ

พร้อมที่จะเข้าหาหรือหลีกเลี่ยงสิ่งดังกล่าว ส่วนความเข้มแข็งจะบ่งชี้ถึงความมากน้อยของทัศนคติทางบวก หรือลบ หรือบ่งชี้ระดับการประเมิน เช่น ชอบมาก ชอบปานกลาง ชอบน้อย

4. ทัศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลง (Permanence) ทัศนคติมีลักษณะที่แฝง แน่นลึก ซึ่ง เนื่องจากสิ่งที่ประเมินมีความชัดเจนถูกต้องแน่นอน หรือมีการส่งเสริมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านการเรียนรู้มานานพอ ในกรณีเช่นนี้ การเรียนรู้สิ่งใหม่ หรือการบังคับให้แสดงพฤติกรรมนั้นๆ อยู่เสมอ ก็อาจไม่มีผลทำให้ทัศนคติที่มีอยู่ ไม่เปลี่ยนแปลง

5. ทัศนคติต้องมีสิ่งที่หมายถึง (Attitude Object) ที่แน่นอน นั่นคือทัศนคติต่อ อะไร ต่อ บุคคล ต่อสิ่งของหรือต่อสถานการณ์

6. ทัศนคติมีลักษณะความสัมพันธ์ ทัศนคติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งของกับบุคคลอื่น หรือกับสถานการณ์ และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกงูใจ (Motivation Affect)

สรุปความหมายและแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติการศึกษาทัศนคติเพื่อให้เราทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งจะออกมาในรูปของการตอบรับหรือปฏิเสธก็ได้ ทัศนคติของบุคคลสามารถแสดงออกมาเป็นคำพูดซึ่งเราเรียกว่าเป็นความคิดเห็น ทั้งทัศนคติและความคิดเห็นเป็นสิ่งที่ แยกจากกันไม่ออก

ทัศนคติของบุคคลมีองค์ประกอบอยู่ 3 ประการ คือ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และองค์ประกอบทางพฤติกรรม นอกจากนั้น ทัศนคดียังแยกออกเป็นทัศนคติทางบวก ทางลบ และการเฉยๆไม่มีทัศนคติ การตอบสนองต่อสิ่งที่เราเรียนรู้ที่เราเรียกว่าเป็นทัศนคตินั้นจะมีรูปแบบต่างกัน คือทัศนคติด้านความรู้สึก ทัศนคติด้านความเข้าใจ และทัศนคติด้านการกระทำ ทั้ง 3 แบบนี้ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นในทิศทางเดียวกันเสมอ

วียดา เกียวกุล (2538) วิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับรายการโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชากรที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน ขณะที่ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ และมีความต้องการข่าวสารจากรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน โดยข่าวสารที่จำเป็นต้องใช้ 5 อันดับแรก คือ ข่าวการเมือง สังคม เศรษฐกิจ ต่างประเทศและข่าวกีฬา โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความเชื่อถือข่าวโทรทัศน์แต่มี

ความเห็นว่าการปรับปรุงรายการข่าวโทรทัศน์ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านเนื้อหาของข่าว ประเภทและปริมาณข่าว วิธีการนำเสนอตลอดจนการอ่านข่าวของผู้ประกาศข่าวให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย ส่วนพฤติกรรมการรับชมข่าวโทรทัศน์นั้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 211 คน รับชมรายการข่าวไม่ประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ส่วนอีก 49.4 ชมเป็นประจำทุกวัน สาเหตุที่ไม่สามารถชมข่าวได้ทุกวัน เนื่องจากเดินทางกลับบ้านไม่ทันเวลาการนำเสนอข่าว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมข่าวโทรทัศน์พร้อมกับสมาชิกในครอบครัว ส่วนพฤติกรรมขณะชมรายการข่าวส่วนใหญ่จะกดปุ่มสลับไปมาเมื่อมีโฆษณา รองลงมาจะเลือกชมเฉพาะข่าวบางประเภทที่ชอบ และส่วนน้อยจะเปิดชมเพียงช่องเดียวตั้งต้นจนจบรายการ โดยผลการวิจัยพบว่าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อรายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับพอใจ "มาก" มีค่าเฉลี่ยค่าเฉลี่ยด้านความทันสมัยของรูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์ เท่ากับ 3.72, ค่าเฉลี่ยด้านความรวดเร็วของข่าว เท่ากับ 3.71, ค่าเฉลี่ยด้านเนื้อหาของข่าว เท่ากับ 3.81 และค่าเฉลี่ยด้านความแม่นยำของข่าว เท่ากับ 3.85

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผู้วิจัยเห็นว่า มีประเด็นบางอย่างที่สำคัญจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การทำวิจัย เรื่องการพัฒนารูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะรับชมในช่วงเวลา 12.01 น. – 15.00 น. และสนใจในข่าวกีฬาเป็นหลักซึ่งเป็นข่าวที่มีภาพประกอบตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นมากที่สุด ส่วนข่าวประเภทอื่นๆ ก็มีการติดตามน้อยลงตามๆ กันไป ดังนั้นจึงควรนำยุทธศาสตร์การพัฒนารายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วีดิทัศน์นำมาประยุกต์ใช้ ในการเพิ่มเรตติ้งให้กับข่าวประเภทอื่นๆ รวมถึงเพิ่มการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในช่วงเวลาอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาให้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นบุคลากรในองค์กรที่มีหน้าที่รับผิดชอบการนำเสนอทุกภาคส่วน จึงควรศึกษาความเป็นไปของเทคโนโลยีและความทันสมัยของเนื้อหาของข่าว และรูปแบบการนำเสนอให้ทันสมัยอยู่เสมอ รวมถึงการใส่ลูกเล่นใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการติดตามรับชมมากยิ่งขึ้น

2. ควรเพิ่มเนื้อหาที่สำคัญที่เกิดขึ้นในต่างประเทศให้รวดเร็วกว่าเดิม โดยเฉพาะเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบต่อประชาชนทุกระดับ และมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการนำเสนอมากยิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มเวลาในการออกอากาศรายการข่าวต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้นด้านเทคนิคควรปรับกราฟิกรายการให้มีความทันสมัยและน่าติดตามมากยิ่งขึ้น เช่นควรมีลูกเล่นการเคลื่อนไหวต่างๆ

ให้นำสนใจ นอกจากนั้นตัวผู้ประกาศต้องสามารถดึงให้ผู้ชมสนใจติดตามจนจบรายการได้และอธิบายได้ง่ายต่อความเข้าใจด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรสำรวจความต้องการด้านข่าวสารของผู้ชมที่มีความหลากหลายกลุ่มอายุว่าต้องการข่าวสารในรูปแบบใดและต้องการได้รับประโยชน์เพื่อนำไปใช้ในด้านใดบ้าง เพื่อให้ข่าวมีคุณค่าและผู้ผลิตรายการจะได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบรายการข่าวต่างประเทศ ทั้งในเนื้อหาและอื่นๆ มานำเสนอได้ตามความต้องการ

2. ควรศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค ของรายการข่าวต่างประเทศโดยรวมของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนารายการให้ดียิ่งขึ้น

3. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเฉพาะในกรุงเทพมหานคร จึงทำให้ขอบเขตของการวิจัยยังไม่กว้างเท่าที่ควร ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างที่กว้างกว่านี้ ไปถึงกลุ่มผู้ชมรายการข่าวต่างประเทศในต่างจังหวัด เพื่อให้ได้ผลที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ด้วย

4. ควรมีการศึกษาเชิงประเมินผลการได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วิถีดิจิทัลในแต่ละด้าน เพื่อให้ทราบว่าผู้ชมมีการใช้ประโยชน์หลังจากการรับชมรายการข่าวต่างประเทศมากน้อยเพียงใด ในเรื่องใดบ้าง ซึ่งผลจากการประเมินจะช่วยให้สามารถกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของรายการข่าวต่างประเทศได้ในอนาคต

จากการที่ผู้วิจัยทำวิจัยเรื่อง "การพัฒนารูปแบบรายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล" ผู้วิจัยจึงนำเอาผลการวิจัยและองค์ความรู้ต่างๆ มาผนวกไว้ด้วยกันจนเป็น "รูปแบบการพัฒนา รายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล ของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย" ดังนี้

รูปแบบการพัฒนารายการข่าวต่างประเทศในยุคทีวีดิจิทัล

ในการจัดทำยุทธศาสตร์เพื่อการจัดการครั้งนี้จะใช้รูปแบบของ "9 P's Paradigm" ที่ประกอบ ส่วนผสมของยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

1. Policy (นโยบาย)
2. Purposes (วัตถุประสงค์)
3. People (กลุ่มเป้าหมาย)
4. Program (รายการ)
5. Public (ช่องทางการเผยแพร่)
6. Public Relations (การประชาสัมพันธ์)
7. Partner (คู่ค้า)
8. Presenter (ผู้นำเสนอเนื้อหาสาระ)
9. Presentation (แนวทางในการนำเสนอ)

รายละเอียดของส่วนผสมทั้ง 10 P's มีดังต่อไปนี้

1. Policy (นโยบาย)

เพื่อให้จุดมุ่งหมายในการพัฒนารูปแบบข่าวต่างประเทศสำเร็จลุล่วงได้ จะต้องประกาศ นโยบายที่มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. รายการข่าวต่างประเทศ จะต้องนำเสนอข่าว, ข้อเท็จจริง ให้ผู้ชมสามารถรับชมและ เข้าใจได้อย่างทันทั่วทั้ง
2. รายการข่าวต่างประเทศ จะต้องนำเสนอข่าวที่เป็นกลาง และมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ
3. รายการข่าวต่างประเทศ จะต้องนำเสนอข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม
4. รายการข่าวต่างประเทศ จะต้องพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้ทันสมัยและน่าติดตาม ยิ่งขึ้น
5. รายการข่าวต่างประเทศ จะต้องนำเสนอข่าวที่อยู่ในกระแส เพื่อให้เกิดการติดตาม รับชมอย่างต่อเนื่อง
6. กำหนดให้มีหน่วยงานพิเศษในการดูแลรายการข่าวต่างประเทศ โดยให้เป็นความร่วมมือของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเนื้อหาข่าวต่างประเทศ และนักออกแบบรายการโทรทัศน์

2. Purpose (วัตถุประสงค์)

1. วัตถุประสงค์โดยรวม (Overall Objectives) ต้องการให้รายการข่าวต่างประเทศในยุคที่วิถีดิจิทัล มีพื้นที่ในการนำเสนอเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากทั่วโลก เพื่อให้เกิดการรับรู้ที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Objectives) ต้องการให้ประชาชนเกิดความสนใจและอยากติดตามข่าวต่างประเทศในยุคที่วิถีดิจิทัล ของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ รวมถึงคิด วิเคราะห์ แยกแยะต่อสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลกและนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

3. วัตถุประสงค์ด้านการสื่อสาร (Communication Objectives) ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริง ของสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโลก ที่เป็นกลางและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนหันมาติดตามการรับชมรายการข่าวต่างประเทศจากสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

3. People (กลุ่มเป้าหมาย)

กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกกลุ่มรายได้ ในทุกพื้นที่ของประเทศไทย

4. Program (รายการ)

4.1 เป็นรายการข่าวต่างประเทศที่หลากหลาย

4.1.1 ข่าวสังคม คือ ข่าวทั่วไปที่เกิดขึ้นในสังคม ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุต่างๆ เหตุการณ์ขโมย หรือคดีความต่างๆ ที่เป็นที่น่าสนใจของสังคม อาทิเช่น คดีหวนย 30 ล้าน, คดีทนายทคนดัง ขับรถชนคนเสียชีวิตหรือข่าวผู้มีอิทธิพลใช้อำนาจในทางที่มีชอบ เป็นต้น

4.1.2 ข่าวการเมือง คือข่าวที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลและนักการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นไปของประเทศชาติ อาทิเช่น รัฐมนตรีเสนอนโยบายต่างๆ ให้กับรัฐบาลเพื่อพิจารณาเพื่อนำมาพัฒนาประเทศ หรือ ข่าวการกำหนดวันเลือกตั้ง เป็นต้น

4.1.3 ข่าวอาชญากรรม คือข่าวที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงในสังคม ที่คนร้ายก่อเหตุฆ่าชิงทรัพย์, ฆ่าข่มขืนและการกระทำผิดทางอาญาอื่นๆ เป็นต้น

4.1.4 ข่าวกีฬา คือข่าวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ต่างๆ หรือผลการแข่งขันต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ในทุกประเภทกีฬา เช่นฟุตบอล, บาสเก็ตบอล, เทนนิส หรือการประกาศวางมือของนักกีฬาและโค้ชต่างๆ

4.1.5 ข่าวเศรษฐกิจ คือ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับ การผลิต การจำหน่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของประชาชน รวมถึงด้านการให้บริการและการท่องเที่ยวที่มีปัจจัยกระตุ้น

ต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ เช่น ข้าราชการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

4.1.6 ข้าวระหว่างประเทศ คือ ข้าวที่ประเทศใดประเทศหนึ่ง เกิดความสัมพันธ์ หรือ เกิดความขัดแย้งกับอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งก่อให้เกิดผลต่างๆ เช่น ข้าวการทำสงครามระหว่าง 2 ประเทศ หรือข้าวที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจับมือกับอีกประเทศเพื่อดำเนินกิจกรรมใดๆ ร่วมกันเป็นต้น

4.2 ลีลาการนำเสนอจะต้องเป็นลีลาที่กระชับ ฉับไว เป็นกลาง น่าเชื่อถือ ทำให้ประชาชนสนใจ

4.3 เนื้อหามุ่งเน้นไปที่การรายงานข้าวทั้งในสถานการณ์ข้าวด่วนและสถานการณ์ทั่วไปที่เป็นประเด็นสำคัญและคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อประชาคมโลก

5. Public (ช่องทางเผยแพร่)

การนำเสนอข้าวต่างประเทศนั้นควรจะนำเสนอในทุกช่วงข้าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์ โดยตั้งเป็นช่วงข้าวต่างประเทศโดยเฉพาะ และหากเกิดเหตุด่วนควรจะนำเสนอทันทีไม่ว่าจะในช่วงที่มีรายการใดๆ เป็นช่วงของข้าวด่วนสั้นๆ เพื่อให้ประชาชนรับทราบได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นควรนำเสนอใน Facebook ด้วยเนื่องจากปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่จะเล่น Facebook เพิ่มขึ้น ทำให้การกระจายข้าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นด้วย

6. Public Relations (การประชาสัมพันธ์)

เพื่อเผยแพร่ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ว่าการข้าวต่างประเทศ นำเสนอข้าวที่มีประโยชน์ และน่าสนใจเพียงใด และจะต้องมีการประชาสัมพันธ์รายการดังกล่าวในช่องทางต่างๆ ต่อไปนี้

1. เว็บไซต์ (Web Site) ของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ เพื่อแนะนำรายการ
2. ตั้งกระทู้เกี่ยวกับสถานการณ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดการสนทนาในเฟซบุ๊กของสถานีโทรทัศน์
3. ทางสถานีโทรทัศน์ให้ผู้นำเสนอแจ้งติดตามความคืบหน้าเพิ่มเติมทางช่องทางอื่นๆ หรือ รายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกเป็นข้อความตัววิ่งอักษรหน้าจอโทรทัศน์

4. นำเสนอในสื่อออนไลน์อื่นๆ เกี่ยวกับรายการข้าวต่างประเทศ รวมถึงสื่ออื่นๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงประโยชน์ของรายการข้าวต่างประเทศ

5. คิวสโลแกนของรายการข้าวต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการจดจำและสามารถติดตามได้อย่างง่ายดาย เพราะหากมีสโลแกนประจำรายการ ชื่อเหล่านั้นอาจถูกขึ้นบน Google และง่ายต่อการค้นหาติดตาม

7. Partners (คู่ค้า)

การดำเนินรายการข่าวต่างประเทศ จำเป็นต้องมีคู่ค้าที่เป็นสถานีข่าวในต่างประเทศ เพื่อให้ได้รับข่าวสดใหม่ตลอดเวลาและทันท่วงที อาทิเช่นสำนักข่าว BBC, Reuter, CNN, AP News, FOX, CCTV เป็นต้น ซึ่งสำนักข่าวเหล่านี้จะส่งข้อมูลมาให้ทันทีที่มีข่าวเกิดขึ้น เพราะเป็นสถานีข่าวโดยเฉพาะ ไม่มีรายการบันเทิงมาคั่น ทำให้เชื่อว่ามีข่าวสดใหม่ตลอดเวลา

8. Presenter (ผู้นำเสนอเนื้อหาสาระ)

เพื่อให้รายการเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ผู้นำเสนอไม่ว่าจะเป็นผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าว พิธีกรจะต้องเป็นผู้ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

8.1 ผู้ประกาศข่าว

8.1.1 ควรมีความรู้, ความเข้าใจในเนื้อหาของข่าวที่จะอ่านให้ผู้รับชมรายการได้ดูและฟัง

8.1.2 อ่านออกเสียงอักขระให้ถูกต้อง, กระชับฉับไว

8.1.3 สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ดี ในกรณีที่บทข่าวผิดพลาด หรือเกิดข้อผิดพลาดทางเทคนิค

8.1.4 สามารถเชื่อมโยงข่าวต่างๆ ได้อย่างราบรื่น

8.2 ผู้สื่อข่าว

8.2.1 เขียนเนื้อหาในอยู่ในกรอบความเป็นจริง ไม่ใส่สีตีข่าว หรือนิ่งเทียนเขียนข่าวโดยไร้ที่มาที่ไป

8.2.2 นำเสนอข่าวที่น่าสนใจ และง่ายต่อความเข้าใจของผู้รับชม

8.2.3 สื่ลการนำเสนอในช่วงที่มีการรายงานสด จะต้องสอดคล้องกับสถานการณ์เพื่อให้เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่อง

8.3 พิธีกร

8.3.1 สามารถควบคุมเวลาและสถานการณ์เฉพาะหน้าในช่วงการนำเสนอข่าวได้ดี

8.3.2 มีความรู้ความเข้าใจในตัวเนื้อหาข่าวที่ได้รับหน้าที่ในการเป็นพิธีกรรายการข่าวต่างประเทศนั้นๆ

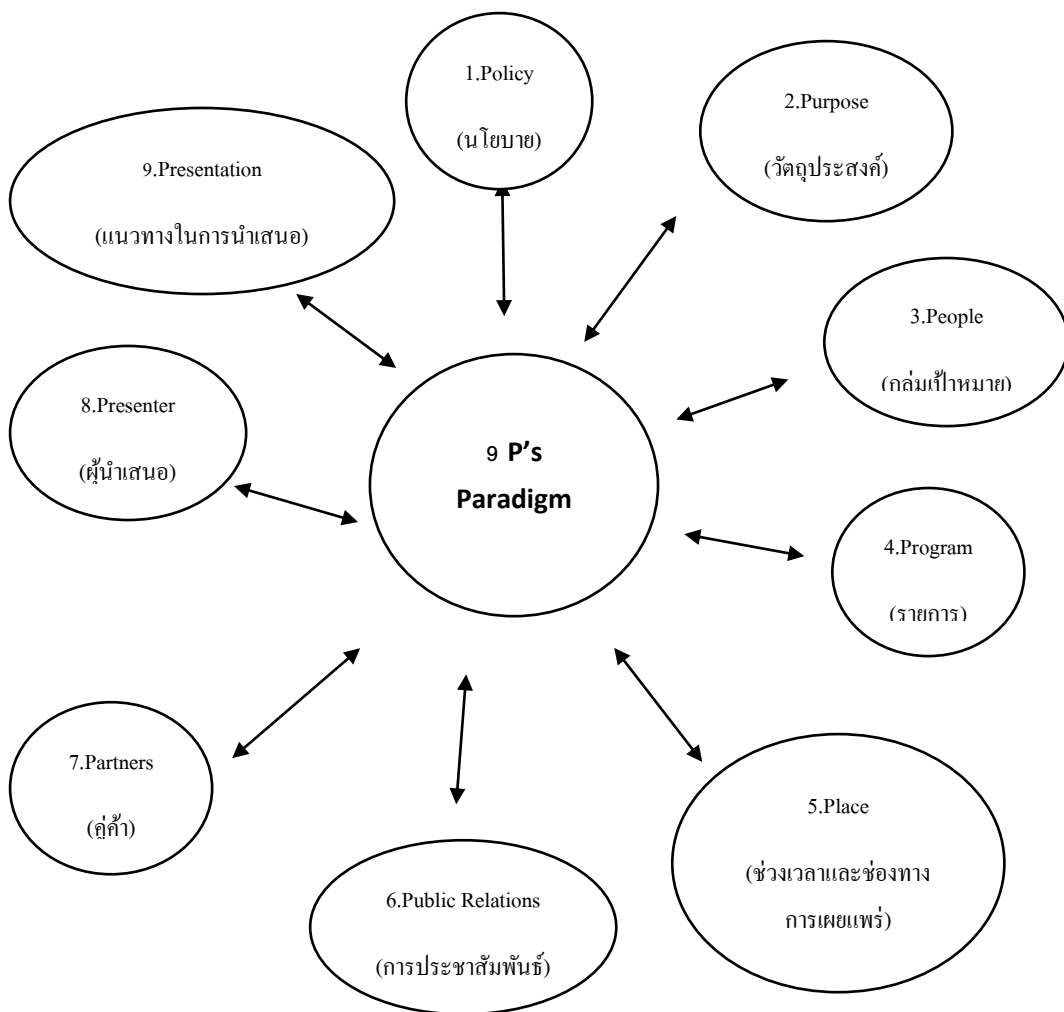
8.3.3 สื่ลท่าทางและอารมณ์ให้เหมาะสมกับแต่ละประเภทข่าวที่นำเสนอ

8.3.4 การแต่งกายให้เหมาะสมเช่นข่าวกีฬา ควรจะแต่งกายให้อยู่ในชุดเสื้อผ้ากีฬา เป็นต้น

9. Presentation (แนวทางในการนำเสนอ)

1. เนื้อหาใหม่ ความสดใหม่ ทันต่อสถานการณ์
2. กระชับ ฉับไว ทันเหตุการณ์ ทั้งตัวผู้นำเสนอและการใช้คำต่างๆ ในเนื้อหาข่าว
3. เข้าใจง่าย เล่าเรื่องได้ชัดเจนและครบถ้วน
4. เป็นเรื่องที่ใกล้ตัวและเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะสามารถโยงกับตนเองได้
5. ภาพและเสียงคมชัด น่าสนใจและน่าติดตาม
6. ควรนำเสนอเหตุการณ์สำคัญๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที

จากรายละเอียดของยุทธศาสตร์ตามแนวทางของ “9 P’s Paradigm” สามารถจัดทำเป็นแผนภาพ (Diagram) ได้ดังต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 5.1 : แผนภาพ (Diagram) 9 P's Paradigm