บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง “ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าว เพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ” นี้ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัยตามหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ผู้อำนวยการฝ่ายข่าวหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ผู้ดำเนินรายการ บรรณาธิการหรือโปรดิวเซอร์หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ จากรายการประเภทคุยข่าวหรือรายการฮาร์ดทอล์ค 5 รายการ 5 สถานีโทรทัศน์ รวมทั้งสิ้น 15 คน ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นที่ทำการศึกษาในแต่ละหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับทัศนคติต่อรายการคุยข่าว

ทัศนคติต่อรายการคุยข่าว

การเท่าทันต่อเหตุการณ์

ประเด็นการเท่าทันต่อสถานการณ์ มีความเหมาะสมกับการนำมาพูดคุยในรายการฮาร์ดทอล์ค เพราะรายการฮาร์ดทอล์คเป็นรายการสดที่ถ่ายทำวันต่อวัน เป็นรายการที่นำประเด็นที่ร้อนแรงในแต่ละวัน หรือประเด็นที่มีอัตราความสนใจจากคนดูมาก เป็นประเด็นที่คนกำลังเกิดความสงสัยอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้น ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาที่ทันต่อสถานการณ์ก็จะตอบโจทย์ให้กับคนดูในยุคปัจจุบันได้มากที่สุด อีกทั้งการเจาะลึกขยายความในหลายมิติ การนำเสนอเนื้อหาของข่าวที่มีมุมมองที่หลากหลาย มีการถกเถียงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น ปมกฎหมาย ความคืบหน้า ผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมถึงทัศนคติของหลายฝ่ายต่อเรื่องนั้นๆ จะสามารถเรียกความสนใจจากคนดูได้และเพิ่มเรตติ้งให้กับรายการได้เช่นเดียวกัน

Talk Of The Town (ประเด็นที่เป็นกระแส)

Talk Of The Town (ประเด็นที่เป็นกระแส) ถือว่าเป็นประเด็นที่มีความเหมาะสมไม่ต่างจากประเด็นการเท่าทันต่อสถานการณ์ เพราะว่า Talk Of The Town หรือประเด็นที่เป็นกระแสก็คือประเด็นข่าวที่ผู้คนพูดถึงกันเยอะ ผู้คนกำลังให้ความสนใจในเรื่องนั้นๆ หรืออยากรู้ในทุกแง่ทุกมุมของเรื่องราวที่เกิดขึ้นเหล่านั้น ทั้งยังอยากจะรู้ในแง่มุมที่แปลกแตกต่างจากที่ตนเองเคยได้ยินมา ทั้งนี้รายการอาจจะเลือกนำเสนอในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งเพื่อให้คนดูได้รับรู้ข่าวสารเรื่องนั้นๆ ได้หลากหลายแง่มุมมากยิ่งขึ้น แต่ต้องกลับไปดูนโยบายของแต่ละช่องว่า มีลักษณะอย่างไร เช่น ทีวีของรัฐ กับ ทีวีของเอกชน ก็มีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกัน แม้ว่าบางเรื่องจะเป็นประเด็นเดียวกันก็ตาม อีกทั้งหลายๆ ประเด็นที่ถูกหยิบยกมาพูดคุยในรายการฮาร์ดทอล์คมากกว่าในสมัยก่อนที่นิยมนำเรื่องการเมืองและเศรษฐกิจมาพูดคุย เนื่องจากประเด็นที่กำลังเป็นกระแสจะถูกผู้คนในสังคมพูดถึงมาก ซึ่งจะสามารถตอบโจทย์เรื่องของเรตติ้งได้ด้วย เพราะเรตติ้งถือเป็นอีกหนึ่งตัวชี้วัดที่สำคัญของรายการ ควบคู่กับเรื่องคุณธรรม จริยธรรม เช่นเดียวกับความอยู่รอดของธุรกิจสื่อ แต่ควรมองถึงคุณค่าของข่าวด้วย เพราะบางเรื่อง Talk Of The Town ก็จริง แต่ไม่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมจึงไม่ควรนำมาพูดคุยในรายการ เพราะปัจจุบันประเด็นที่เป็นกระแสสามารถมีได้ทุกชั่วโมง ดังนั้นทีมงานต้องเลือกการนำเสนอเนื้อหาหรือประเด็นในการออกอากาศให้ดี ซึ่งต้องอยู่บนพื้นฐานของข่าว เพราะข่าวยังไงต้องยึดหลัก ข้อเท็จจริง ความถูกต้อง ที่สำคัญข่าวคือต้องน่าเชื่อถือ

แนวทางการแก้ปัญหา

แนวทางการแก้ไขปัญหาถือว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญมาก แต่ต้องเลือกประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อสังคมเป็นวงกว้าง เพราะรายการไม่สามารถนำเอาปัญหาทั้งหมดมาแก้ไขให้ได้ แต่ผลที่ได้หลังการนำเสนอนั้น โดยส่วนมากจะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นๆ ที่ยื่นมือเข้ามาให้ความช่วยเหลือ จึงทำให้เกิดผลดีและเป็นคุณค่าทางจิตใจต่อผู้ที่ประสบปัญหาหรือแม้กระทั่งทีมงานที่เกี่ยวข้องในการหาแนวทางแก้ไขปัญหานั้นๆ เพราะบางเรื่องหากผู้ที่มีความเดือนร้อนไปร้องเรียนที่หน่วยงานภาครัฐเองอาจจะไม่ได้รับความสนใจจากเจ้าหน้าที่มากนัก แต่เมื่อมีสื่อเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้เกิดการช่วยเหลือที่รวดเร็วขึ้น อีกทั้งในบางเรื่องยังเป็นบทเรียนให้กับคนดูที่อาจจะเกิดเหตุการณ์คล้ายกัน หรืออาจประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกันแต่ไม่รู้จะหาทางออกได้อย่างไร ทั้งนี้ในทุกๆ ปัญหาต้องมีการติดตามผลภายหลังออกอากาศ โดยอาศัยการนำเสนอของสื่อหลายๆ สำนัก เพื่อช่วยทำให้เกิดการกระตุ้นการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ที่รับผิดชอบให้ดำเนินการแก้ไขปัญหา หรือการนำไปสู่การต่อยอดการแก้ไขปัญหา จึงจะถือว่าเป็นความสำเร็จ

ของสื่อมวลชน เพราะการช่วยเหลือบุคคล สังคม ประเทศ เป็นอีกหนึ่งหน้าที่หลักของสื่อมวลชนนั่นเอง

เนื้อหารายการคุยข่าว

ในยุคที่มีการแข่งขันเรื่องเรตติ้งของทีวีดิจิทัล การเลือกประเด็นเนื้อหาในการนำเสนอมักจะเลือกประเด็นเนื้อหาที่มีแนวโน้มว่าสังคมโดยส่วนใหญ่ให้ความสนใจ ดังนั้นรายการหรือทีมงานจึงต้องปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน โดยเลือกประเด็นที่เป็นกระแสสังคมมานำเสนอมากขึ้น แต่ไม่ทิ้งอุดมการณ์หลักของวิชาชีพสื่อมวลชน โดยประเด็นที่เลือกมาก็ต้องเลือกเสนอในแง่คิดต่างๆ ให้มีความหลากหลาย ทั้งยังต้องสังเกตทิศทางที่ผู้คนให้ความสนใจและจำเป็นที่จะต้องรู้มากที่สุด อีกหนึ่งประเด็นที่เลือกมาพูดคุยในรายการจะต้องเป็นประเด็นที่ช่องอื่นไม่เคยนำเสนอมาก่อน แต่ก่อนนำเสนอจะต้องตรวจสอบก่อนว่าเรื่องเหล่านั้นเกิดขึ้นจริงหรือไม่ หรือเหมาะที่จะมานำเสนอหรือไม่ การเลือกประเด็นในการนำเสนอแบ่งออกเป็นเรื่อง ภัยใกล้ตัว การเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม และสังคม ตามลำดับ รายการต้องเลือกประเด็นที่มีความสำคัญที่สุด โดยคำนึงถึงคุณค่าของการนำเสนอ อีกทั้งประเด็นที่คัดเลือกมานำเสนอจะต้องมีองค์ประกอบภาพและบุคคลในข่าวที่จะสามารถมาพูดคุยได้ ซึ่งในปัจจุบันยอมรับว่ารายการลดประเด็นเรื่องนโยบายลงเพื่อให้คนดูจับต้องได้ ทั้งนี้การนำเสนอรายการจะต้องแฝงข้อคิดในด้านต่างๆ ไปให้คนดูด้วย ปัจจุบันมีรายการรูปแบบใหม่เกิดขึ้น โดยมีผู้ดำเนินรายการนำประเด็นเด่นๆ ประจำสัปดาห์มาพูดคุยในมุมมองของผู้ดำเนินรายการเอง การนำเสนอลักษณะจะเป็นลักษณะของการพูดคุย โดยให้ผู้ชมทางบ้านได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบรายการที่ประสบความสำเร็จเรตติ้งดีในลำดับต้นๆ

ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การทำรายการ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ให้ระดับพึงพอใจปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.002 และเมื่อพิจารณารายหัวข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ ให้ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ผู้ดำเนินรายการ รองลงมา คือ เนื้อหาหรือประเด็นข่าว มีระดับความพึงพอใจมาก ส่วนทีมงาน และแขกรับเชิญ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง และเทคนิคอื่นๆ มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29, 3.93, 2.93, 2.86 และ 1.00 ตามลำดับ

การวิจัยเชิงปริมาณ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับชมรายการคุยข่าวของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ

2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ

3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การทำรายการคุยข่าวของสถานีโทรทัศน์

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับชมรายการคุยข่าวแตกต่างกัน

2. การเปิดรับชมรายการคุยข่าวของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติรายการคุยข่าวแตกต่างกัน

3. ทัศนคติต่อรายการคุยข่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากประชากรที่ผู้วิจัยทำการศึกษามีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณจากสูตรการไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดให้ระดับค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้การประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดให้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 การเปิดรับชมรายการคุยข่าว

ตอนที่ 3 ทัศนคติผู้ชมต่อรายการคุยข่าว

ตอนที่ 4 กลยุทธ์ของรายการคุยข่าว

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้ การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และการศึกษาวิจัยเชิง

ปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อประเภทรายการข่าว เพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ทำการศึกษาโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามจากตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และตอนที่ 2 การเปิดรับชมรายการคุยข่าว

2. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ในการหาค่าเฉลี่ยของคะแนนในตอนที่ 3 ทัศนคติผู้ชมต่อรายการคุยข่าว และตอนที่ 4 กลยุทธ์ของรายการคุยข่าว

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ทัศนคติผู้ชมต่อรายการคุยข่าว และตอนที่ 4 กลยุทธ์ของรายการคุยข่าว

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานนั้น ผู้วิจัยใช้สถิติการทดสอบ One – Way ANOVA และPearson Correlation เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 และตอนที่ 4

สรุปผลการวิจัยข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 208 คน (ร้อยละ 52.00) รองลงมาเป็นเพศหญิง 192 คน (ร้อยละ 48.00)

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปีมากที่สุด จำนวน 156 คน (ร้อยละ 39.00) รองลงมาคือ อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 120 คน (ร้อยละ 30.00) อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 94 คน (ร้อยละ 23.50) อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.50) และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2.00)

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 240 คน (ร้อยละ 60.00) มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับปริญญา จำนวน 112 คน (ร้อยละ 28.00) และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน (ร้อยละ 12.00)

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่คือ พนักงานบริษัท จำนวน 207 คน (ร้อยละ 51.80) รองลงมาคือ อาชีพส่วนตัว จำนวน 91 คน (ร้อยละ 22.80) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 53 คน (ร้อยละ 13.30) นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 33 คน (ร้อยละ 8.30) และรับจ้าง จำนวน 16 คน (ร้อยละ 4.00)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 98 คน (ร้อยละ 24.50) รองลงมาคือ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 97 คน (ร้อยละ 24.30) 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 83 คน (ร้อยละ 20.80) ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไปนั้น มีจำนวน 61 คน (ร้อยละ 15.30) เท่ากัน

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 257 คน (ร้อยละ 64.30) คือ สถานภาพโสด รองลงมาคือ สมรส จำนวน 134 คน (ร้อยละ 33.50) และหย่าร้าง จำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.30)

ตอนที่ 2 การวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการเปิดรับชมรายการคุยข่าว

การเปิดรับชมทั่วไป พบว่า ผู้ชมจำนวน 149 คน (ร้อยละ 37.30) เปิดรับชมรายการคุยข่าวทุกวัน ผู้ชมจำนวน 115 คน (ร้อยละ 28.80) เปิดรับชมรายการ 2 – 3 วัน/สัปดาห์ ผู้ชมจำนวน 85 คน (ร้อยละ 21.30) เปิดรับชมรายการ 4 – 6 วัน/สัปดาห์ ผู้ชมจำนวน 28 คน (ร้อยละ 9.50) เปิดรับชมรายการ 1 วัน/สัปดาห์ และผู้ชมจำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.30) แล้วแต่มีโอกาสจึงจะได้รับชมรายการคุยข่าว ทั้งนี้ จำนวน 135 คน (ร้อยละ 33.80) รับชมรายการคุยข่าวจนจบรายการ ผู้ชมจำนวน 112 คน (ร้อยละ 28.00) รับชมจำนวน 21 – 30 นาที ผู้ชมจำนวน 53 คน (ร้อยละ 13.30) รับชมจำนวน 11– 15 นาที ผู้ชมจำนวน 44 คน (ร้อยละ 11.00) รับชมจำนวน 5 – 10 นาที ผู้ชมจำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.80) รับชมจำนวน 16 – 20 นาที และผู้ชมจำนวน 13 คน (3.30) รับชมรายการน้อยกว่า 5 นาที

ช่วงเวลาที่มีการเปิดรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. จำนวน 247 คน (ร้อยละ 61.80) รองลงมา คือ ช่วงเวลา 06.00 – 09.00 น. จำนวน 92 คน (ร้อยละ 23.00) ช่วงเวลา 15.01 – 18.00 น. จำนวน 30 คน (ร้อยละ 7.50) ช่วงเวลา 09.01 – 12.00 น. จำนวน 19 คน (ร้อยละ 4.80) และช่วงเวลา 12.01 – 15.00 น. จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.00) ทั้งนี้ มีผู้ชมจำนวน 250 คน (ร้อยละ 62.50) ที่รับชมรายการคุยข่าวทางสถานีโทรทัศน์มาเป็นเวลามากกว่า 2 ปี รองลงมา คือ รับชมมาเป็นระยะเวลา 6 เดือน – 1 ปี จำนวน 49 คน (ร้อยละ 12.30) รับชมมาเป็นระยะเวลา 1 – 2 ปี จำนวน 39 คน (ร้อยละ 9.80)

รับชมมาเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 33 คน (ร้อยละ 8.30) และรับชมมาเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 1 เดือน จำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.30) โดยจำนวน 160 คน (ร้อยละ 40.00) จะเปลี่ยนสลับไปสลับมากับรายการอื่นในช่องอื่น ส่วนผู้ชมจำนวน 124 คน (ร้อยละ 31.00) รับชมรายการอย่างสนใจตลอดรายการโดยไม่เปลี่ยนช่อง ผู้ชมจำนวน 92 คน (ร้อยละ 23.00) เปิดรายการไว้เป็นเพื่อขณะที่ทำอย่างอื่น และผู้ชมจำนวน 24 คน (ร้อยละ 6.00) มักรับชมเมื่อผู้อื่นเปิดรายการให้ชมจึงนั่งชมไปเรื่อยๆ

ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่แล้วเหตุผลที่ทำให้เปิดรับชมรายการคุยข่าวของผู้ชมจำนวน 291 คน (ร้อยละ 72.80) คือ ประเด็นหรือเนื้อหาที่นำมาพูดคุย ส่วนผู้ชมจำนวน 64 คน (ร้อยละ 16.00) นั้นคือ ผู้ดำเนินรายการ ผู้ชมจำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.50) รับชมเนื่องจากตัวของรายการ ผู้ชมจำนวน 14 คน (ร้อยละ 3.50) รับชมเนื่องจากแขกรับเชิญ และผู้ชมจำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.30) รับชมเนื่องจากสถานีโทรทัศน์

ตอนที่ 3 การวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อรายการที่แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความสำคัญของผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อรายการที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ พบว่า

ด้านการเท่าทันต่อเหตุการณ์ พบว่า ผลรวมในด้านการเท่าทันต่อสถานการณ์ของผู้ชมรายการคุยข่าวให้ระดับความคิดเห็นในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ชมรายการคุยข่าวให้ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การได้รับข้อมูลข่าวสารรวดเร็ว ทำให้ไม่ตกข่าว มีความรู้เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน และการนำข้อมูลที่ได้จากรายการไปพูดคุยกับผู้อื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, 4.20 และ 4.07 ตามลำดับ

ด้าน Talk Of The Town (ประเด็นที่เป็นกระแส) พบว่า ผลรวมในด้าน Talk Of The Town (ประเด็นที่เป็นกระแส) ของผู้ชมรายการคุยข่าวให้ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ชมรายการคุยข่าว ให้ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การเป็นรายการที่ทำให้สังคมเกิดความตื่นตัว การนำประเด็นเด่นในสังคมมาพูดคุย จึงทำให้รายการมีความน่าสนใจมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, 4.32 และ 4.21 ตามลำดับ

ด้านแนวทางการแก้ปัญหา พบว่า ผลรวมในด้านแนวทางการแก้ปัญหาของผู้ชมรายการคุยข่าวให้ระดับความคิดเห็นในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ชมรายการคุยข่าว ให้ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การเป็นแนวทางที่ช่วย

แก้ปัญหาสังคม ช่วยคลี่คลายปัญหาให้กับแหล่งข่าวหรือแขกรับเชิญ ทั้งยังทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ หลังจากรับชมรายการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, 4.11 และ 3.99 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหารายการคุยข่าว การเมือง อาชญากรรม กระแสโซเชียลมีเดีย สังคมและสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและปัญหาปากท้อง พบว่า ผลรวมในด้านเนื้อหารายการคุยข่าว การเมือง อาชญากรรม กระแสโซเชียลมีเดีย สังคมและสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและปัญหาปากท้องของผู้ชมรายการคุยข่าวให้ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ชมรายการคุยข่าว ให้ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ข่าวอาชญากรรม ข่าวกระแสโซเชียลมีเดีย ข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อม ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจและปัญหาปากท้อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29, 4.24, 4.24, 4.21 และ 4.18 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อรายการคุยข่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการ

ระดับความสำคัญของทัศนคติต่อรายการคุยข่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการ พบว่า โดยรวมผู้ชมรายการคุยข่าวให้ระดับความคิดเห็นในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และเมื่อพิจารณารายหัวข้อ พบว่าผู้ชมรายการคุยข่าว ให้ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเท่ากันสองตัวแปรเป็นอันแรก คือ ผู้ดำเนินรายการ เนื้อหาหรือประเด็นข่าว และ แขกรับเชิญ ทีมงาน และเทคนิคอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24, 4.24, 4.16, 4.15 และ 4.08 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิจัยข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับชมรายการคุยข่าวแตกต่างกัน

เพศ

ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันจะมีการเปิดรายการคุยข่าวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อายุ

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการคุยข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย พบว่า ผู้ชมรายการคุยข่าวที่อายุต่ำกว่า 20 ปี มีการเปิดรับชม

รายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี และ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีการเปิดรับชมรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีการเปิดรับชมรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีการเปิดรับชมรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับการศึกษา

ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการเปิดรายการคุยข่าวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อาชีพ

ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรายการคุยข่าวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีการเปิดรายการคุยข่าวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สถานภาพ

ผู้ชมที่มีสถานภาพแตกต่างกันจะมีการเปิดรายการคุยข่าวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อรายการที่แตกต่างกัน

เพศ

เพศของผู้ชมรายการคุยข่าวที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อายุ

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย พบว่า ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 21 – 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .01 ทั้งนี้ผู้ชมรายการคุยข่าวที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ยังแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 31 – 40 ปี และอายุ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 31 – 40 ปี และอายุ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับการศึกษา

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อาชีพ

อาชีพของผู้ชมรายการคุยข่าวที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย พบว่า ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีรายได้ 35,001 – 45,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท มีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีรายได้ 35,001 – 45,000 บาท และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท มีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีรายได้ 35,001 – 45,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท มีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถานภาพ

สถานภาพของผู้ชมรายการคุยข่าวที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการคุยข่าวที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติต่อรายการคุยข่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการ

การเท่าทันต่อเหตุการณ์

ทัศนคติเกี่ยวกับการเท่าทันเหตุการณ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .643 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับปานกลาง

Talk Of The Town (ประเด็นที่เป็นกระแส)

ทัศนคติเกี่ยวกับ Talk Of The Town (ประเด็นที่เป็นกระแส) โดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .633 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับปานกลาง

แนวทางการแก้ปัญหา

ทัศนคติเกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .593 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับปานกลาง

เนื้อหารายการคุยข่าว

ข่าวการเมือง

ทัศนคติเกี่ยวกับข่าวการเมืองโดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .581 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับปานกลาง

ข่าวอาชญากรรม

ทัศนคติเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรมโดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .615 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับปานกลาง

ข่าวจากกระแสโซเชียลมีเดีย

ทัศนคติเกี่ยวกับข่าวจากกระแสโซเชียลมีเดียโดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .605 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับปานกลาง

ข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อม

ทัศนคติเกี่ยวกับข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .591 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับปานกลาง

ข่าวเศรษฐกิจและปัญหาปากท้อง

ทัศนคติเกี่ยวกับข่าวเศรษฐกิจและปัญหาปากท้องโดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .595 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับปานกลาง

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง “ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าว เพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ” มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผู้ดำเนินรายการ ถือว่ามีความสำคัญกับรายการฮาร์ดทอล์คอย่างมาก ซึ่งต้องเป็นคนที่รอบรู้เท่าทันเรื่องราวข่าวสารในทุกๆด้าน เป็นคนที่อยากรู้ อยากสืบ อยากเจาะในประเด็นที่นำเสนอ ต้องมีไหวพริบการแก้ไขปัญหาและการตั้งคำถามแขกรับเชิญ และควรตอบโต้แหล่งข่าวได้อย่างมีเหตุมีผล มีอวัจนภาษา คือ สีหน้าท่าทางของผู้ดำเนินรายการที่ส่งให้แขกรับเชิญรวมถึงเป็นผู้เล่าและสรุปเรื่องเก่ง เพราะบางครั้งคนดูอาจสรุปเรื่องไม่ทัน หรือไม่ได้ดูรายการตั้งแต่แรกเริ่ม ดังนั้นการจับใจความและการสรุปเรื่องราวจะสามารถดึงดูดความน่าสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้หัวข้อผู้ดำเนินรายการมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจที่มากที่สุด สอดคล้องกับข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณที่มีคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าผู้ดำเนินรายการถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุดของกลยุทธ์การทำรายการ โดยไม่ว่าจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ หรือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการล้วนให้ความสำคัญในเรื่องผู้ดำเนินรายการมากที่สุดเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภวัฒน์ สงวนงาม (2557) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าผู้ชมให้ความสำคัญที่สุดคือพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่สามารถทำให้รายการดำเนินไปด้วยความน่าสนใจ อีกทั้งในส่วนของพฤติกรรมผู้ดำเนินรายการที่ทำการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร (2554) ที่ศึกษาวิจัยถึงเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชน

ทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเปิดรับชมในด้านพิธีกร/ผู้ดำเนินรายการมากที่สุด คือ มีความเป็นกันเอง บุคลิกและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สร้างความสนุกสนานในรายการได้

ประเด็นและเนื้อหา ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญกับรายการฮาร์ดทอล์คเป็นอย่างมาก โดยประเด็นที่นำมาพูดคุยมักเป็นประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ ผู้คนอยากรู้อยากหาคำตอบ ไม่ว่าจะเป็นทั้งในโซเชียลมีเดียหรือตามสื่อต่างๆ ดังนั้นการนำเสนอจะต้องเป็นการเจาะลึกหาคำตอบให้ได้มากกว่าข้อมูลที่ผู้คนในสังคมรู้อยู่แล้ว อีกทั้งต้องเจาะลึกข่าวในมุมมองที่หลากหลาย ทั้งนี้ประเด็นหรือเนื้อหาที่โดนใจหรือตรงกับความต้องการของคนในสังคมจะทำให้ผู้คนเลือกที่จะดูรายการนั้นๆ ซึ่งจะสะท้อนผ่านทางสถิติและเรตติ้งความนิยมของคนดูรายการฮาร์ดทอล์ค จึงเป็นตัวกำหนดเรตติ้งในวันนั้นได้เป็นอย่างดี โดยหัวข้อเนื้อหาหรือประเด็นข่าวมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ส่วนข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณมีคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.24 ซึ่งอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และเมื่อสอบถามจากผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างถึงสาเหตุการเลือกรับชมรายการคุยข่าว พบว่าส่วนใหญ่หรือจำนวน 291 คน (ร้อยละ 72.80) เลือกเปิดรับชมรายการเพราะสนใจเนื้อหาและประเด็นข่าวที่ถูกนำมาพูดคุยในรายการมากกว่าสาเหตุอื่นๆ แสดงให้เห็นว่าในองค์ประกอบของเนื้อหาหรือประเด็นข่าวสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ ถือว่าน้อยกว่าองค์ประกอบของผู้ดำเนินรายการ แต่ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการล้วนให้ความสำคัญในเรื่องผู้ดำเนินรายการมากที่สุดเช่นเดียวกันกับองค์ประกอบของผู้ดำเนินรายการ สอดคล้องกับมารียา ไชยเศรษฐ์ (2546) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "ความคาดหวังการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการที่นี่ประเทศไทยทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5" พบว่าความพึงพอใจที่มีต่อรายการในด้านเนื้อหา และการดำเนินรายการนั้นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจในเรื่องเนื้อหาที่นำเสนอน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์ในระดับมากที่สุด และพึงพอใจในเรื่องเนื้อหาที่นำเสนอแต่ละครั้งชัดเจนไม่คลุมเครือ และเจาะลึกในระดับน้อยที่สุด ทั้งนี้จากการศึกษาของผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40.00 มีรับชมรายการแบบเปลี่ยนสลับไปสลับมากับรายการอื่นในช่องอื่น จากข้อมูลเหล่านี้พบว่าผลการศึกษาสอดคล้องกับงานเขียนของชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง "รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์" พบว่าผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์มักมีสมาธิสั้น และให้ความสนใจอยู่เพียงช่วยระยะเวลาที่จำกัด ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของวิทยุโทรทัศน์ที่เอื้ออำนวยความสะดวกใน

การเปิดรับชม ทำให้เกิดการเปลี่ยนช่องการรับชมไปสถานีอื่นได้ง่าย และผู้ชมยังมีทางเลือกในการรับชมได้หลายสถานี

แขกรับเชิญ ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญกับรายการที่มีลักษณะเหมือนการเสวนาเป็นอย่างมาก ปัจจุบันท่ามกลางการแข่งขันด้านเรตติ้งของรายการฮาร์ดทอล์คที่มีแทบทุกช่อง อีกทั้งเวลาออกอากาศที่ไล่เลี่ยกัน ทุกรายการย่อมอยากได้แขกรับเชิญที่เป็นเจ้าของเรื่องหรือเป็นคนในข่าวนั้นมาเป็นตัวละครหลักในรายการ แต่หากว่ารายการไม่สามารถเชิญแหล่งข่าวคนสำคัญมาได้ ก็จำเป็นต้องมีการวางแผนว่าควรเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องคนใดมาร่วมรายการ โดยหัวข้อแขกรับเชิญมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ส่วนข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณมีคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นว่าแขกรับเชิญของกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์มีความสำคัญเพียงแค่ระดับปานกลาง แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการที่มีระดับความพึงพอใจในด้านแขกรับเชิญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของมนัสนันท์ อภิรมย์วิจัย (2554) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งพบว่าปัจจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบรายการข่าวบันเทิงที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเปิดรับชม รองจากด้านความทันสมัยของประเด็นข่าวบันเทิง คือ ด้านแขกรับเชิญ ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ในรายการข่าวบันเทิงยังอยู่ในกระแสความสนใจ

ทีมงาน ถือว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญเนื่องจากต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งเบื้องลึกเบื้องหลังของเนื้อหาที่จะนำเสนอ ต้องเป็นคนที่มีความหลงใหลใส่ใจในข่าวสูง ทั้งนี้ทีมงานต้องรับเป็นผู้ที่สามารถทนต่อความกดดันได้ดี ต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ต้องไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค มีความคล่องแคล่วในตนเอง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพราะปัจจุบันทีวีทุกช่องมีรายการฮาร์ดทอล์คจึงทำให้เกิดการแข่งขันสูง อีกทั้งทีมงานต้องเป็นคนที่คิดประเด็น ติดตามข่าว ประสานงานกับแหล่งข่าวหรือผู้ดำเนินรายการ และการเชิญแขกรับเชิญมาร่วมรายการ รวมถึงการแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ จึงถือว่าทีมงานนั้นมีความสำคัญเท่าๆ กับผู้ดำเนินรายการ เพราะจะส่งผลต่อการทำงานที่ราบรื่นและส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของรายการโดยรวม โดยหัวข้อทีมงานมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ส่วนข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณที่มีคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นว่าสำหรับองค์ประกอบด้านทีมงาน กลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการ

เทคนิคอื่นๆ หรือภาพ แสง สี เสียงถือเป็นส่วนที่ทำให้รายการทีวีมีความน่าสนใจ แต่ไม่เท่ากับองค์ประกอบอื่นๆ ที่กล่าวถึงข้างต้น เพราะรายการฮาร์ดทอล์คเป็นรายการซักถามแขกรับเชิญหรือกล่าวถึงสถานการณ์บางอย่างอย่างมีเหตุมีผล ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับเนื้อหามากกว่า แต่หากมีวิธีการใช้กราฟิกช่วยในการนำเสนอมีก็จะมีความน่าสนใจ เพราะบางเรื่องมีรายละเอียดเยอะ การเล่าเรื่องอย่างเดียวอาจจะไม่เห็นภาพ ดังนั้นต้องใช้กราฟฟิกหรืออินโฟกราฟฟิกเข้ามาช่วยในการสรุปเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งต้องอาศัยมุมกล้องเพื่อให้คนดูได้เห็นถึงสีหน้า ท่าทาง แววตาของแขกรับเชิญและผู้ดำเนินรายการ เพราะหากไม่ใส่ใจรายละเอียดพวกนี้อาจจะทำให้ผู้ดำเนินรายการเกิดความกังวล หรือภาพหน้าจอออกมาไม่น่าสนใจ คนดูเกิดความเบื่อหน่าย โดยหัวข้อเทคนิคอื่นๆ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจที่น้อยที่สุด ส่วนข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณที่มีคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.08 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก แต่ก็เป็นองค์ประกอบที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบเทคนิคอื่นๆ มีความสำคัญน้อยที่สุดของกลยุทธ์การทำรายการ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ หรือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการล้วนให้ความสำคัญในเรื่องเทคนิคน้อยที่สุด แต่ก็มีความสำคัญที่ทำให้รายการคุยข่าวน่าสนใจ สอดคล้องกับ ดวงกมล เทวพิทักษ์ (2542) ที่ศึกษาเรื่อง “ลักษณะเนื้อหาข่าวสาร และจินตนาการบันเทิงในข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทย” พบว่ากลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อประเด็นการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาสร้างสรรค์เนื้อหาข่าว การตัดต่อภาพ การนำกราฟิกตัวอักษรใต้ภาพข่าวมาใช้ในรายการทำให้มีสีสันจนเกิดความน่าสนใจในการรับชมรายการ

ผลจากข้อมูลการสำรวจเกี่ยวกับกลยุทธ์การทำรายการ

1. ผลการวิจัยเกี่ยวกับความแตกต่างด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการเปิดรับชมรายการคุยข่าว

จากการวิจัย พบว่าผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการคุยข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้จะพบว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ชมรายการคุยข่าวที่อายุต่ำกว่าจะมีอัตราการเปิดรับชมรายการคุยข่าวมากกว่าผู้ชมที่มีอายุมากกว่า เนื่องมาจากความต้องการในการติดตามเหตุการณ์ การนำความรู้จากรายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน การนำข้อมูลเพื่อไปเผยแพร่ต่อผู้อื่น หรือการรับชมรายการย้อนหลังผ่านทางโซเชียลมีเดียที่ผู้มีอายุมากกว่ามักรับชมสิ่งต่างๆ ได้ยากมากกว่า มีการคิดที่รอบคอบมากกว่า จึงทำให้อัตราการรับชมมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่าสอดคล้องกับการศึกษาของทอแรนซ์ (Tarrance, 1962, อ้างถึง

ใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546, หน้า 75) ที่ว่าอายุที่เพิ่มขึ้นของบุคคลจะทำให้บุคคลมีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น อายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรม และบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้นสอดคล้องกับผลการศึกษาของไมเยอร์ (Myer, 1999, p. 5, อ้างถึงใน สุชา จันทร์เอม, 2544, หน้า 63) นอกจากนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2547, หน้า 372) ได้สรุปการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการใช้สื่อ พบว่าปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนไป เพราะบุคคลมักจะเปลี่ยนสถานที่ๆ ตนเองใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ตามแต่กิจกรรมในแต่ละช่วงชีวิต ดังนั้นแบบแผนของการใช้เวลาที่เปลี่ยนไปลักษณะของกิจกรรมที่ทำรวมไปถึงบุคคลแวดล้อมล้วนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฏจักรชีวิต คนที่อยู่ในวัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันออกไป ดังนั้นคนวัยต่างกันจะมีลักษณะการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันด้วย โดยเฉพาะกลุ่มคนที่อยู่ในวัยทำงานมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาความบันเทิง เพื่อลดความเครียดจากการทำงาน เช่น การเปิดรับละคร ซีรีย์ ภาพยนตร์ รายการเกมส์โชว์ เป็นต้น

2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์มีทัศนคติต่อรายการคุยข่าว

จากการวิจัย พบว่าผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีทัศนคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้พบว่าผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่มากมีทัศนคติแตกต่างกันกับผู้ชมรายการคุยข่าวที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่าตนเอง เนื่องจากความต้องการในการเท่าทันเหตุการณ์ การเกาะกระแสของข่าวสาร การแสดงออกถึงแนวทางการแก้ปัญหา หรือแม้กระทั่งเนื้อหาของรายการคุยข่าวส่งผลต่อทัศนคติของผู้ชมรายการ ดังเช่นงานวิจัยของมนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร (2554) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 26 – 35 ปีมากที่สุด การศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่ปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท โดยมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ แบบทุกวันมากที่สุดโดยเปลี่ยนช่องสลับไปมากับรายการช่องอื่นหรือเปลี่ยนเมื่อมีโฆษณามากที่สุด การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของรายการข่าวบันเทิงที่เปิดรับชม

ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของรายการที่เปิดรับชม ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สุดในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง คือ คลายเครียดจาก การเรียน การทำงานและปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีมีอิทธิพลมากที่สุดในการเปิดรับชม ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภา พนัสบดี และสรรเพชญ พนัสบดี (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “รายการขายสินค้าตรงทางโทรทัศน์กับการรู้เท่าทันสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า 1) ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการรู้เท่าทันรายการขายสินค้าตรงทางโทรทัศน์ในมิติสุนทรียศาสตร์มาก รองลงมา คือ มิติความรู้ มิติอารมณ์และมิติจริยธรรมปานกลาง 2) ระดับการศึกษาต่างกันมีการรู้เท่าทันรายการขายสินค้าตรงทางโทรทัศน์มิติอารมณ์ และมิติจริยธรรมต่างกัน 3) การเปิดรับชมประเภทรายการสินค้าและบริการที่ต่างกันมีการรู้เท่าทันรายการขายสินค้าตรงทางโทรทัศน์ มิติความรู้ และมิติจริยธรรมต่างกัน

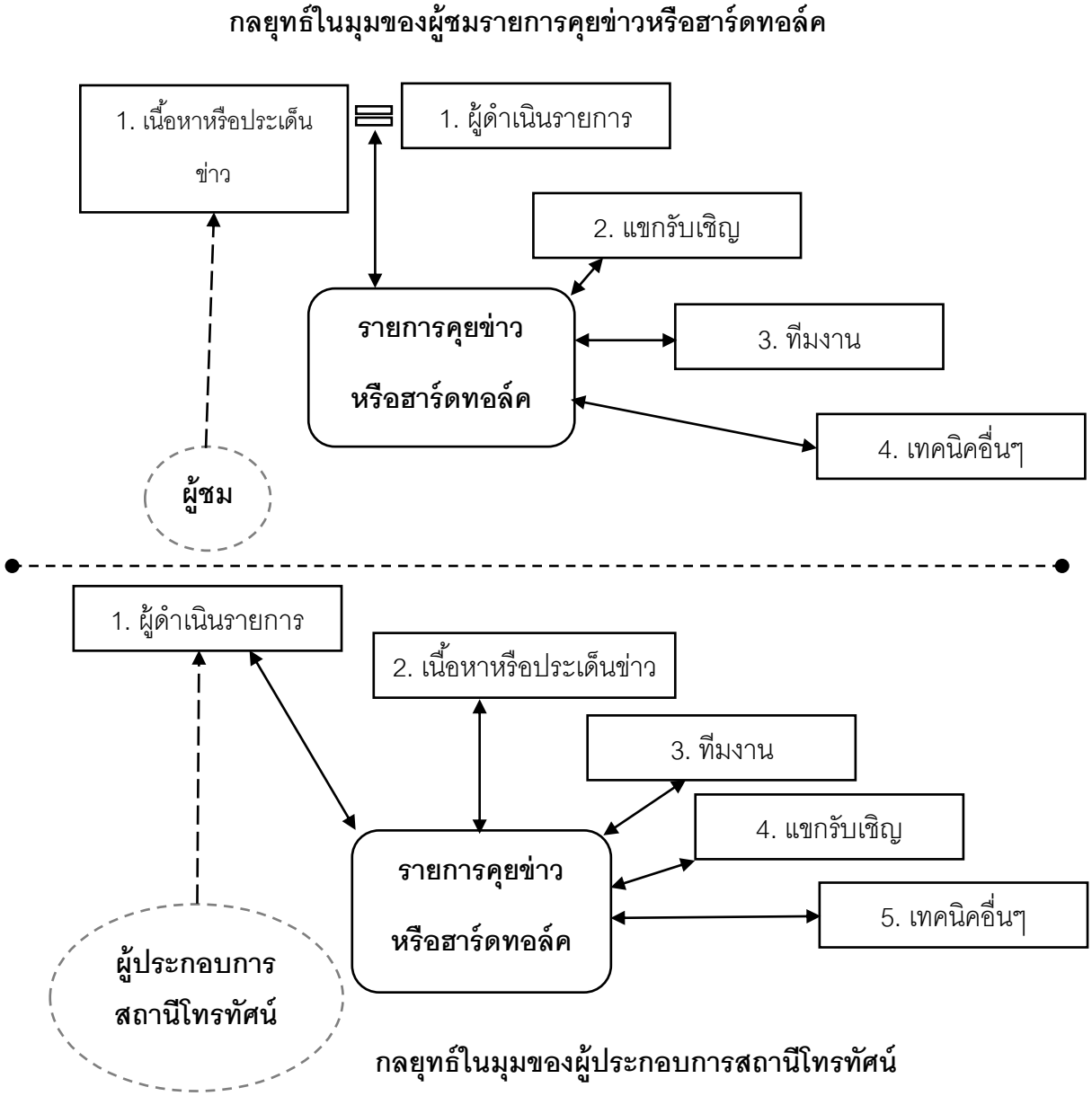
3. การวิเคราะห์ผลทัศนคติต่อรายการคุยข่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการ

ทัศนคติเกี่ยวกับการเท่าทันเหตุการณ์ของเนื้อหาในรายการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับสูง เนื่องจากการเท่าทันเหตุการณ์นั้นมีหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นการได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว ทำให้ไม่ตกข่าว ทำให้มีความรู้เพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน หรือการนำข้อมูลที่ได้จากรายการไปพูดคุยกับผู้อื่น ส่วนทัศนคติเกี่ยวกับ Talk Of The Town (ประเด็นที่เป็นกระแส) โดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับสูง อันเนื่องมาจากการจะทำให้รายการเกิดภาวะ Talk Of The Town หรือการเป็นกระแส ต้องเป็นรายการที่นำประเด็นเด่นในสังคมมาพูดคุย ทำให้สังคมเกิดความตื่นตัว หรือทำให้รายการมีความน่าสนใจมากขึ้นจากเดิม และทัศนคติเกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วยระดับสูง ทั้งนี้สำหรับการดำเนินรายการเพื่อให้ผู้ชมรายการเกิดความต้องการในการการรับชมนั้นควรสอดแทรกแนวทางการแก้ปัญหาที่ช่วยคลี่คลายปัญหาให้กับแหล่งข่าวหรือแขกรับเชิญ การทำให้เกิดส่วนร่วมในการช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายหลังการรับชมรายการ หรือการเป็นแนวทางในการช่วยแก้ไขปัญหาสังคม สอดคล้องกับที่ ชาร์ลส์ เค อัทคิน (Charles k. Atkin, 1973 อ้างอิงใน ณัฐพรหม อินทุยศ. 2553 : 137) กล่าวไว้ว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อยกว่า พร้อมทั้งแม็คคอมบส์ และเบ็คเคอร์ (McCombs and Becker, 1979 อ้างอิงใน เพชร เพ็ชรสวัสดิ์, 2548,

หน้า 19) ที่ได้ให้ความเห็นว่าบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์สิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย อีกทั้งเพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) การรับรู้และมีส่วนในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆ ตัว และเขมรินทร์ จุลมาศ (2549) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างความเป็นจริงทางสังคมของรายการ “เรื่องจริงผ่านจอ” และการรับรู้ของผู้ชม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าเนื้อหาที่นำเสนอในรายการเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในสังคม เปรียบเสมือนกระจกที่สะท้อนปัญหาสังคม โดยนำเสนอเนื้อหาอย่างตรงไปตรงมาและเจาะครบทุกประเด็น ทำให้เกิดอารมณ์ร่วมกับเหตุการณ์และรู้สึกเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของรายการ ในด้านการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนผู้ผลิตรายการเรื่องจริงผ่านจอ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการนำเสนอเนื้อหาในรายการว่ามีความเป็นกลาง ในส่วนของการเกิดพฤติกรรมการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน อันเนื่องมาจากการรับชมรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนำไปใช้ในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นการเตือนภัย อุบัติเหตุ หรือมีไว้เป็นอุทาหรณ์ในการใช้ชีวิต ใช้สำหรับการสนทนาในวงเพื่อน การบอกต่อ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

ส่วนทัศนคติเกี่ยวกับเนื้อหารายการคุยข่าวที่ประกอบด้วยข่าวการเมือง ข่าวอาชญากรรม ข่าวจากกระแสโซเชียลมีเดีย ข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อม และข่าวเศรษฐกิจและปัญหาปากท้องมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การทำรายการนั้น สอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารของเบอรกูน (Burgoon, M. 1974, หน้า 153) ที่กล่าวถึงการเลือกเปิดรับ หรือการเลือกใช้สื่อ (Selective Exposure) ถือเป็นขั้นแรกของการเลือกช่องทางการสื่อสาร โดยในแต่ละวันนั้น บุคคลมีข่าวสารมากมายจากผู้ส่งสารหรือสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ มากมาย เช่น การเลือกเปิดวิทยุกระจายเสียง การเลือกเปิดรับช่องรายการโทรทัศน์ แต่เนื่องจากเวลาและความสามารถอันจำกัดในการรับสาร รวมทั้งความต้องการ ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ หรือแม้กระทั่งทัศนคติต่อผู้ส่งสารที่แตกต่างกัน ดังนั้น บุคคลจึงเลือกที่จะเปิดรับสื่อและข่าวสารตามความสนใจและความต้องการของตน รวมถึงการเลือกบริโภคสื่อที่นำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนเอง และพัชรินทร์ เศวตสุทธิพันธ์ (2537) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อข่าวสารและรายการโทรทัศน์ มีความสนใจข่าวสารรายการโทรทัศน์ และมีความต้องการข่าวสารรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน รวมทั้งมีความจำเป็นต้องใช้ข่าวสารจากรายการข่าวในชีวิตประจำวัน

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณสามารถสรุปตามแผนภาพดังนี้



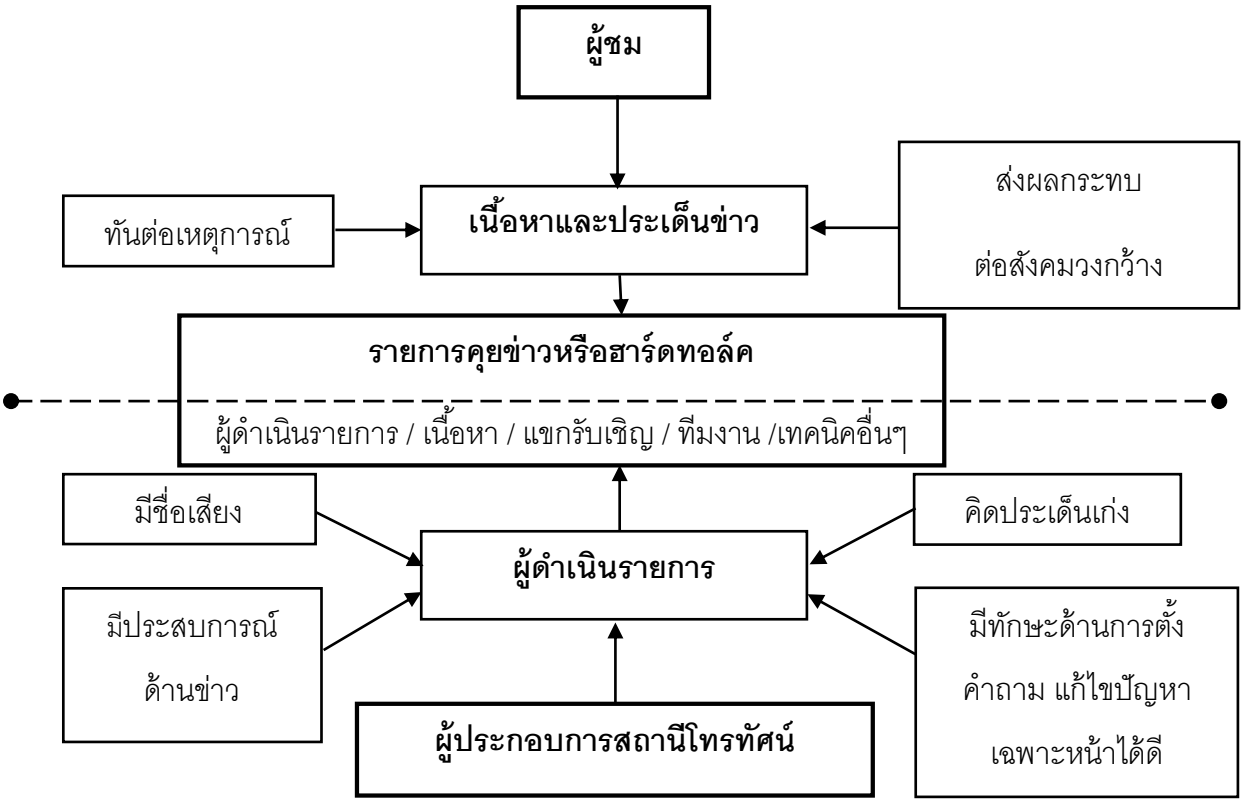
ภาพประกอบที่ 5.1 Hard News talk18.1

ที่มา : ทินณภพ พันธะนาม, 2561

จากภาพประกอบที่ 5.1 อธิบายได้ว่า ผู้ชมให้ความสำคัญกับประเด็นหรือเนื้อหามากที่สุดเป็นอับดับแรกในการเลือกรับชมรายการ และมองถึงกลยุทธ์การทำรายการที่จะประสบความสำเร็จและมีคุณภาพว่าประเด็นหรือเนื้อหา และ ผู้ดำเนินรายการ มีความสำคัญเท่ากันส่วน

แขกรับเชิญ ทีมงาน และเทคนิคอื่น คือ ฉาก แสง สี เสียง มีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ ซึ่งมีทัศนคติสวนทางกับฝั่งผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์หรือผู้ผลิตรายการงทั้งผู้อำนวยการฝ่ายข่าวหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ผู้ดำเนินรายการ และบรรณาธิการ โปรดิวเซอร์หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย มองถึงกลยุทธ์การทำรายการคุยข่าวหรือรายการฮาร์ดทอล์คที่จะประสบความสำเร็จและมีคุณภาพได้ต้องอาศัยทักษะความสามารถของผู้ดำเนินรายการเป็นอันดับแรก ลำดับรองลงมา คือ เนื้อหาหรือประเด็นข่าว ทีมงาน และแขกรับเชิญที่จะทำให้รายการมีความน่าสนใจ ส่วนเทคนิคอื่นๆ คือ ฉาก แสง สี เสียง เป็นเพียงองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์แต่ไม่ได้มีความสำคัญมากนัก

จากผลสรุปการศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อ สร้างกลยุทธ์การทำรายการ สรุปเป็นรูปแบบของการทำรายการได้ดังนี้



ภาพประกอบที่ 5.2 Hard News Talk18.2

ที่มา : ทินณภพ พันธะนาม, 2561

จากภาพประกอบที่ 5.2 จะเห็นว่าผู้ชมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เรตติ้งของรายการคุยข่าวหรือฮาร์ดได้รับความนิยม ลำดับแรกที่ผู้ชมจะเลือกเปิดรับชมนั่นคือเนื้อหาหรือประเด็นข่าวที่

ถูกนำมาพูดคุยในรายการโดยต้องเป็นเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์แปลกใหม่ และเกิดผลกระทบต่อสังคมวงกว้าง ขณะที่ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ เลือกที่จะให้ความสำคัญกับผู้ดำเนินรายการเป็นลำดับแรก และเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง มีประสบการณ์ด้านข่าว เป็นผู้ที่คิดประเด็นเก่ง มีทักษะในการตั้งคำถามกับแขกรับชิญที่ร่วมรายการ เนื่องจากรายการประเภทนี้แตกต่างจากรายการข่าวประเภทอื่น ซึ่งต้องอาศัยความสามารถของผู้ดำเนินรายการที่มาพร้อมกับความมีชื่อเสียง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าว เพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากการวิจัยเห็นได้ชัดว่าในหัวข้อผู้ดำเนินรายการและหัวข้อเนื้อหาหรือประเด็นข่าวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อกลยุทธ์การทำข่าวมากที่สุดทั้งจากการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพราะถือว่าองค์ประกอบทั้ง 2 ตัวนี้เป็นสิ่งที่จะสามารถยึดใจผู้ชมและทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกหรืออารมณ์ร่วมได้มากที่สุด การดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการในเนื้อหาหรือประเด็นข่าวที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม จะทำให้ผู้ชมเกิดการติดตาม ประกอบกับรูปแบบการทำข่าวหรือเนื้อหาข่าวที่มีการเจาะลึก มีการวิเคราะห์เหตุผลของเหตุการณ์ที่เกิด และการเท่าทันเหตุการณ์ จะส่งผลทำให้ผู้ชมเกิดการติดตามรายการข่าวมากยิ่งขึ้น

2. ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าช่องทางการรับชมรายการข่าวถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง เนื่องจากในปัจจุบันการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่เป็นไปอย่างเร่งรีบ การใช้ชีวิตโดยส่วนใหญ่ก็อยู่ภายนอกที่พักอาศัย ดังนั้นการรับชมรายการข่าวผ่านทางโทรทัศน์อาจจะมีความไม่สะดวก หรือรับชมได้น้อยลง จึงทำให้ในปัจจุบันมีการรับชมรายการข่าวผ่านทางอุปกรณ์ต่างๆ อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น ทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้นอีกมากในอนาคต ดังนั้นผู้ประกอบการหรือบรรณาธิการประจำรายการข่าวควรให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าว ทั้งในแง่ของอุปกรณ์ และการจัดรูปแบบหรือเนื้อหาของรายการให้เหมาะสมสำหรับการรับชมผ่านอุปกรณ์เหล่านี้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เนื่องด้วยระยะเวลาที่จำกัด ทำให้ผู้วิจัยศึกษากลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพเฉพาะผู้ที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ จึงเล็งเห็นว่าในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจะทำการวิจัยเพิ่มเติม ดังนี้

1. ทำการวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไป เพื่อสำรวจทัศนคติจากกลุ่มคนที่อยู่นอกสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ เนื่องจากรายการข่าวนั้นเป็นรายการที่มีการเผยแพร่ไปทั่วประเทศ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องได้รับความคิดเห็นในการคิดกลยุทธ์การทำรายการในหลายๆ ด้าน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การทำรายการให้มีประสิทธิภาพมายิ่งขึ้น

2. ทำการวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางความต้องการในด้านต่างๆ ของการนำเสนอข่าวในมุมกว้าง เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ซึ่งข้อมูลเชิงลึกต่อไป

3. ในการทำการวิจัยครั้งต่อไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลควรเก็บในทุกๆ ภาคของประเทศ เนื่องจากรายการข่าวถือว่ามีผู้ชมที่ดูรายการอยู่ทั่วทั้งประเทศ ซึ่งลักษณะของประชากรในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกันในบริบทที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ และมีทัศนคติต่อรายการที่แตกต่างกัน โดยผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนากลยุทธ์รายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมที่อยู่ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ