

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมรายการเชิงเล่าข่าวในรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีเป้าหมาย วิธีการดำเนินการวิจัย สรุปผล และการอภิปรายผลวิจัย ตลอดจนข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 เป้าหมายการวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษานโยบาย กลยุทธ์การตลาดและรูปแบบ เนื้อหาและการนำเสนอรายการข่าวแบบเล่าข่าวในรายการ เรื่องเด่นเย็นนี้ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมข่าวแบบเล่าข่าวในรายการ เรื่องเด่นเย็นนี้ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
3. เพื่อศึกษาผู้ชมว่ารับรู้ต่อภาพลักษณ์รายการและ ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวแบบเล่าข่าวในรายการ เรื่องเด่นเย็นนี้ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อย่างไร

วิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์บุคคลที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร การผลิตรายการข่าว รวมทั้งผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ เพื่อศึกษาด้านนโยบาย กลยุทธ์การตลาด รูปแบบ เนื้อหา การนำเสนอรายการข่าวแบบการเล่าข่าวในรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รวมทั้งการสัมภาษณ์นักวิชาการนิเทศศาสตร์ เพื่อทราบถึงมุมมอง ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการ

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประยุกต์วิธีการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่ม ผู้เคยชมรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

5.2 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ **เชิงเล่าข่าวใน** รายการ **เรื่องเด่นเย็นนี้** ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปรากฏผลโดยสรุปดังนี้

ลักษณะทางประชากรผู้ชม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 55 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 45 ส่วนใหญ่ช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.25 รองลงมาคือช่วงอายุ 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 21 ช่วงอายุ 46-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 19 ช่วงอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 17 ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.25 และช่วงอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.5 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมาคือมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 28.75 และสถานภาพหย่า/ม่าย คิดเป็นร้อยละ 16 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 24 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 20.75 และมีมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.25 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.25 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.25 ข้าราชการรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.75 และอื่นๆ (เกษียณ) คิดเป็นร้อยละ 2 มีระดับรายได้ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาคือมีระดับรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5 ระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19 ระดับรายได้ 30,001 -50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.25 รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15 และรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.75



สำหรับการสรุปผลการวิจัยส่วนอื่นๆ มีดังนี้

1.1 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

1. นโยบาย กลยุทธ์การตลาดและรูปแบบ เนื้อหาและการนำเสนอรายการข่าวแบบเล่าข่าวในรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่านโยบายของรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีเสนอข่าวในรูปแบบของการเล่าข่าวแบบวิเคราะห์เจาะลึกจากผู้ประกาศข่าวที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีความเป็นกลาง ถูกต้องแม่นยำ ความรวดเร็ว จับใจทันต่อเหตุการณ์ และสร้างสรรค์ สังคม โดยให้ความสำคัญกับทุกข่าว ทั้งสถานการณ์ประจำวัน การเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา หรือแม้แต่ข่าวพระราชสำนัก ขึ้นอยู่ว่าประเด็นข่าวในวันนั้นช่วงเวลานั้นผู้ชมให้ความสนใจ ข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนเชิงลึกค้นหาความจริงในสิ่งที่เป็นข้อกังขา ข้อสงสัยที่ยังไม่ได้คลี่คลายให้กระจ่าง และการกำหนดวาระข่าวในประเด็นข่าวที่ใกล้ชิดประชาชน ข่าวชาวบ้าน มีการลงพื้นที่นำปัญหามาตีแผ่และแนวทางแก้ไขจากผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งข่าวเหล่านี้สามารถเข้าถึงผู้ชมและสร้างการมีส่วนร่วมได้ ตามแนวคิด (concept) ของครอบครัวข่าว เข้าถึงทุกข่าว เข้าถึงทุกคน แต่ขณะเดียวกันการเล่าข่าวบางครั้งเป็นการสุมเสียงต่ออารมณ์เอนเอียงตามผู้เล่าข่าวได้มาก ดังนั้นการเล่าข่าวต้องอยู่ในพื้นฐานของข้อเท็จจริง ต้องไม่เติมแต่งข่าวที่ทำให้คนดูเกิดความสับสน ซึ่งทั้งหมดนั้นขึ้นอยู่กับมุมมองและวิจารณญาณของผู้ชม

แนวการเสนอข่าวดังกล่าวเป็นไปตามแนวทางที่ พิศิษฐ์ ชวลาธวัช ได้กล่าวไว้ว่าข่าว คือความจริงที่สมบูรณ์เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากอดีตสู่ปัจจุบันอย่างมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องจะสมมติให้อะไรต่างๆเกิดขึ้นเองไม่ได้และความเป็นจริงนั้นมีผลมาจากพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมและมีผลกระทบต่อคนหมู่มากตั้งแต่ระดับท้องถิ่น ประเทศและมวลมนุษยโลก

ตรงกับที่ Ralph S. Izard (อ้างถึงใน สนมพร ฉิมเฉลิม, 2541) กล่าวไว้ว่า ข่าว คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือกำลังจะเกิด และมีความสำคัญที่สร้างความสนใจแก่ผู้อ่านเป็นจำนวนมาก และข่าวที่สำคัญที่สุดคือข่าวที่สร้างความพอใจแก่คนจำนวนมาก ในประเด็นประเภทของข่าวนั้น

Ah Phillip H. Auit ศาสตราจารย์ทางวารสารศาสตร์ของมหาวิทยาลัยมินเนโซตา ในสหรัฐอเมริกาได้ให้ความหมายของคำว่า “ข่าว” ไว้ 4 ลักษณะคือ 1.ข่าวเป็นรายงานของ เหตุการณ์หนึ่ง กระชับ ชัดเจน จัดเสนอได้ในระยะเวลาอันเหมาะสม 2.ก่อนที่จะเป็นข่าว จะต้องมีการรวบรวมข้อมูลประกอบเหตุการณ์ในข่าวนั้นอย่างถูกต้องและสมบูรณ์ 3. การรายงานข่าวให้ เหมาะสมกับระยะเวลาการนำเสนอได้กระชับ และชัดเจนเป็นผลเนื่องมาจากความสามารถของ ผู้เรียบเรียง ผู้เขียน ผู้รายงานข่าวนั้น 4. เนื้อเรื่องของข่าวตลอดจนแง่มุมที่นำมาเสนอนั้น เป็นที่ น่าสนใจของผู้อ่าน ผู้ฟังและผู้ชม

ส่วนผู้ที่ทำหน้าที่เล่าข่าว หรือ ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ที่ถูกต้อง I. E. Fang, 1972 : 113-117 (อ้างถึงใน สนมพร ฉิมเฉลิม, 2541) ได้กล่าวถึงวิธีการปฏิบัติดังนี้ ผู้ประกาศข่าวต้องพูดจาได้ ชัดเจน (Speaking Clearly ผู้ประกาศข่าวควรมีความเข้าใจในข่าว (Sense of News) เพราะในการ อ่านข่าวควรใช้ภาษาที่แสดงถึงความรู้สึกกับเหตุการณ์ในข่าวบ้าง เช่น การแสดงความรู้สึกเสียใจ ต่อการสูญเสียเรื่องเศร้า หรือเรื่องของความทารุณโหดร้าย ผู้ประกาศข่าวต้องใจเข้าเนื้อหา (Knows his Subject) ต้องอ่านข่าวให้ผู้ชมเข้าใจถึงเรื่องที่กำลังอ่านอยู่ ไม่ว่าจะป็นเนื้อหา การอ่านชื่อหรือ คำได้อย่างถูกต้อง ผู้ประกาศต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ (Smooth Flow) เพื่อให้การอ่านข่าว ออกอากาศเป็นไปได้อย่างราบรื่น ผู้ประกาศข่าวต้องทำงานประสานกับฝ่ายอื่นๆ ได้ดี เช่น ผู้กำกับให้เวลาการบรรยายภาพ 5 วินาที ผู้ประกาศข่าวก็จะต้องอ่านตามเวลา ถ้าอ่านไม่ทัน หรือ อ่านผิด ผู้ประกาศต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ โดยต้องตัดสินใจว่าควรกล่าวคำขอโทษทันที หรือ อ่านข้ามไปเลย เพราะปกติแล้วการกล่าวคำขอโทษสั้นๆ ก็ไม่ได้ทำให้ผู้ประกาศข่าวเกิดความอับอายอะไร เพราะผู้ชมก็ต้องเข้าใจว่าทุกสิ่งทุกอย่างอาจเกิดจากความผิดพลาดได้ ในกรณีนี้ผู้ประกาศ ข่าวก็อาจจะใช้อารมณ์ขันเข้าช่วยทำให้บรรยากาศดีขึ้น

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ารายการเรื่องเด่นเย็นนี้ใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงบูรณาการทุก รูปแบบ ทั้งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยให้ผู้ประกาศข่าวในช่วงบ่ายพูดโยงให้ติดตามชม ข่าวในช่วงเย็น การตอบคำถามเพื่อแจกของรางวัล เช่น แจกเสื้อของรายการ นอกจากนี้ยังมีการ ส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์ (SMS) การใช้โปรคิวเซอร์วางแผนการนำเสนอทั้งพิธีกร การแต่งหน้า การแต่งกาย แสงไฟ ฯลฯ เพื่อการเข้าถึง การจดจำ และให้คนดูมีส่วนร่วม ซึ่ง(คณัย เทียนพุด, 2550) เขียนไว้ในบทความ “4’Cs ส่วนผสมใหม่ของการตลาดสมัยใหม่ ที่เป็นConvergence

Communication หรือ Integrated Marketing Communication (IMC) โดยกล่าวถึงการบูรณาการการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรว่า หมายถึง จะใช้เครื่องมือทางการตลาดทั้งหมด เช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ พนักงานขาย โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ เพื่อสื่อสารทั้ง 4Ps ให้ลูกค้าได้รับรู้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Seth Godin (2003) พูดถึง “วัวสีม่วง” (Purple Cow) ซึ่งมีแนวคิดมาจากการมองตลาดในปัจจุบันว่า ทำไมวัวจะต้องเป็นสีขาวหรือสีน้ำตาลเท่านั้น ถ้าวัวเป็นสีม่วงจะทำให้คนจดจำได้มากน้อยแค่ไหน นั่นจึงเป็นที่มาของ Purple Cow ที่อธิบายกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ได้คือว่า ควรสร้างให้เกิด “การจดจำทางการตลาด” หรือ “Remarkable Marketing” เพราะเมื่อใดก็ตามที่ นักการตลาดสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ จดจำได้ ความสำเร็จในผลิตภัณฑ์นั้นก็เกิดขึ้นทันที และเมื่อความนิยมในผลิตภัณฑ์ลดลง ก็หมายความว่านักการตลาดจะต้องสร้าง “วัวสีม่วง” ตัวใหม่ออกมา

นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์ด้านเวลาในการนำเสนอข่าวที่รวดเร็วกว่าช่องอื่น เพื่อช่วงชิงการนำเสนอให้คนดูเกิดความรู้สึกสด ใหม่ เป็นผู้นำในการเสนอข่าว นอกจากนี้ยังใช้วิทยุคลื่น 106 สถานีครอบครั้วข่าวเป็นอีกหนึ่งช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงคนดูมากยิ่งขึ้นด้วย ตรงกับแนวคิดของ คณีย์ เทียนพุ่ม ที่กล่าวไว้ในเรื่องของ “Convergence” การรวมเข้าด้วยกัน ทั้งนี้เพราะว่า ความสำเร็จของกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ ผลิตภัณฑ์ใดๆ หรือการขาดพันธมิตร ผลิตภัณฑ์นั้นไม่มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ และตรงกับคำว่า “Channels” หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งแต่เดิมจะพูดถึง สถานที่ (Place) แต่ในการตลาดสมัยใหม่เป็นเรื่องการบริหารช่องทาง (Channel Management) ทั้งนี้เพราะว่าปัจจุบันมีช่องทางการจัดจำหน่ายเกิดขึ้นมากมาย และบางครั้งผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ สามารถที่จะนำไปถึงลูกค้าเป้าหมายได้หลายช่องทาง ซึ่งรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ใช้ช่องทางในการสื่อสารกับผู้ชมหลายๆช่องทาง ใช้สื่อทั้งทางโทรทัศน์หน้าจอช่อง 3 ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ถ่ายทอดทางสถานีวิทยุเอฟเอ็ม 106 อินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ของช่อง 3 ทำกิจกรรมกับผู้ชมในรูปแบบการส่ง SMS แจกรางวัล ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมทั้งการทำกิจกรรมนอกสถานที่ให้พิธีกรเข้าร่วมเวทีคอนเสิร์ต ร่วมเวทีสัมมนา สื่อสิ่งพิมพ์ในนิตยสารรายปักษ์ของช่อง 3 และคาดว่าในอนาคตจะมีการพัฒนาสามารถดูข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้แบบเรียลไทม์ในเว็บไซต์ของช่อง 3 ได้ด้วย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายขยายฐานเพิ่มจำนวนผู้ชม

รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ มีการจัดรูปแบบรายการและเนื้อหาที่เหมาะสมกับคนดู ให้ความสำคัญกับทุกข่าว สถานการณ์ประจำวัน ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวสืบสวนสอบสวนเชิงลึก ข่าวชาวบ้าน ข่าวกีฬา หรือแม้แต่ข่าวพระราชสำนัก ข่าวภัยพิบัติทั่วไป ขึ้นอยู่ในห้วงเวลานั้น ประชาชนให้ความสนใจในประเด็นใดในขณะเดียวกันก็มีข่าวเบาะแทรกอยู่ด้วย เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกคลายเครียด เช่น ข่าวสังคม ในช่วงรอบวันทันข่าว และรายการข่าว เป็นต้น โดยการนำเสนอได้กำหนดไว้ชัดเจนว่าช่วงนี้คนดูเป็นกลุ่มใด ต้องเสนอข่าวประเภทใด และกำหนดผู้ประกาศข่าวที่มีความรู้ในด้านนั้นๆ อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการนำเสนอ และนำเฮลิคอปเตอร์มาใช้รายงานข่าว ทำให้เกิดความรวดเร็ว น่าสนใจได้เป็นอย่างดี ซึ่งตรงกับลักษณะการนำเสนอข่าวในรูปแบบโทรทัศน์ คือ สามารถกระตุ้นและดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี นอกจากภาพและเสียงจะเป็นตัวโดดเด่นในการนำเสนอเนื้อหาเข้ามาสร้างความประทับใจ ความสนใจซึ่งประกอบด้วย สาระ (Messages) ที่เป็นความจริงใหม่ สด น่าสนใจ และมีผลกระทบ โดยมีเป้าหมายตอบสนอง ผู้รับสาร (Source) และอาศัย สื่อ (Channel) โทรทัศน์ ที่นำเสนอโดยการถ่ายภาพเหตุการณ์ประกอบเนื้อหา เป็นวิธีการหนึ่งในการถ่ายทอด ข่าวสาร (Information), ทักษะคติ (Attitude) และอารมณ์ (Emotion) ข่าวเป็นเนื้อหาของสื่อมวลชนที่มีความสำคัญยิ่งอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข่าวโทรทัศน์ ซึ่งเป็นรายการที่ตอบสนองต่อบทบาทของโทรทัศน์ในการเผยแพร่ข่าวสารสู่สังคมโดยตรง (สายสม วงศาสุลักษณ์, 2535) รายการข่าวโทรทัศน์มีความสด ทันต่อเหตุการณ์บอกเล่าข่าวสารต่างๆ ตลอดจนเรื่องราวของสังคมไทยที่สามารถตอบสนองความสนใจใคร่รู้ของประชาชนอย่างมาก ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ให้ความสำคัญกับรายการดังกล่าวสูง มีการแข่งขันทั้งด้านรูปแบบรายการ การนำเสนอเนื้อหา และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตรายการ ทั้งนี้เพราะทุกสถานีถือว่ารายการข่าว คือ ภาพพจน์และหน้าตาของสถานี สิ่งสำคัญของข่าวโทรทัศน์ คือ ต้องมี เนื้อหาโดยรวมเหตุการณ์สรุป เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร และทำไม ซึ่งเมื่อรวมกับลักษณะของสื่อโทรทัศน์แล้ว ข่าวโทรทัศน์ควรมีความหมายคือ ข่าวสารที่เกิดขึ้นใหม่ น่าสนใจ มีผลกระทบต่อสาธารณชน ซึ่งบันทึกภาพได้ เพื่อจัดทำรายการของข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และการวิเคราะห์ข่าว

2. พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมข่าวแบบเล่าข่าวในรายการ เรื่องเด่นเย็นนี้ของ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ผลการวิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการชมรายการทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 69.75 ชมรายการสัปดาห์ละ 5-6 วัน (เกือบทุกวัน) คิดเป็นร้อยละ 25.25 ชมรายการสัปดาห์ละ 3-4 วัน คิดเป็น ร้อยละ 3 และชมรายการสัปดาห์ละ 1-2 วัน คิดเป็นร้อยละ 2 โดยระยะเวลาในการชมรายการมานานมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.75 ชมรายการมากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.25 ชมรายการมากกว่า 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และชมรายการมากกว่า 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 4.25 อีกทั้งยังประเมินตนเองในฐานะผู้ชมรายการโดยรับรู้ตนเองว่าเป็นแฟนประจำของรายการ คิดเป็นร้อยละ 43.25 เป็นแฟนพันธุ์แท้ คิดเป็นร้อยละ 35.75 และเป็นผู้ชมปกติ คิดเป็นร้อยละ 21 พฤติกรรมการชมพบว่าชมช่วงที่ 3 ของรายการ(สรยุทธ เจาะข่าวเด่น) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.75 ชมช่วงเปิดรายการ (ข่าวสังคม/ชาวบ้าน) คิดเป็นร้อยละ 24 ชมช่วงท้ายรายการ (ข่าวกีฬา) คิดเป็นร้อยละ 16.25 ชมช่วงที่ 2 ของรายการ (ข่าวการเมือง/เศรษฐกิจ) คิดเป็นร้อยละ 16 และชมตลอดทุกช่วงรายการ คิดเป็นร้อยละ 12

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความชอบสรยุทธ สุทัศนะจินดา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.5 ชอบวราภรณ์ สมพงษ์ คิดเป็นร้อยละ 15.5 ชอบบัญชา ชุมชัยเวทิจ คิดเป็นร้อยละ 14.5 ชอบธีระ รัชญญ์ไพบุลย์ คิดเป็นร้อยละ 13.75 ชอบสาธิต กรีกุล คิดเป็นร้อยละ 13.5 ชอบณัฐกร เทวกุล คิดเป็นร้อยละ 10.25 สายสวรรค์ ขยันยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 8 นิธินาถ ราชนิยม คิดเป็นร้อยละ 2.75 และพลวรรณ บุญละเอียดคิดเป็นร้อยละ 2.25 และชมรายการเรื่องเด่นเย็นนี้จากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 93.75 ทางวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 3.25 และทั้งโทรทัศน์และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 3 โดยรับชมรายการที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 81.25 ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ที่สาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 6.25 และในรถ คิดเป็นร้อยละ 2 ทั้งยังเคยมีส่วนร่วมชมกับรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ คิดเป็นร้อยละ 55.75 และไม่เคยมีส่วนร่วม คิดเป็นร้อยละ 44.25 เคยมีส่วนร่วมชมกับรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ผ่านทาง SMS คิดเป็นร้อยละ 53.25 และทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 26.75 ซึ่งมีส่วนร่วมในประเด็นร่วมทนายผล ชิงรางวัล คิดเป็นร้อยละ 43 ต้องการได้สื่อเรื่องเด่นเย็นนี้ คิดเป็นร้อยละ 42 แสดงความรู้สึกใน

โอกาสต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 41.25 การบ้านการเมือง คิดเป็นร้อยละ 28.5 และบอกเล่าเรื่องราวทั่วไปร้อยละ 21.5

ผลการวิจัยดังกล่าวอธิบายได้ตามแนวคิดทฤษฎีการเปิดรับข่าวว่าการที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตามผู้รับสารจะเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน (Selective Processes) (อนุชิต มุรธาทิพย์, 2542 : 20) กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ในการรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ โดยการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure Attention) เปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยทั่วไปผู้รับสารจะเลือกรับรู้ข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อกทศนคติ ความสนใจ เพื่อสนับสนุนความคิดเดิมของตน ส่วนในการเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการ กรันกรองขั้นต่อมาเมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วผู้รับสารจะเลือกรับรู้ เลือกตีความหมายตามความเข้าใจ กทศนคติประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการความคาดหวังตามแรงจูงใจของตนเองและตามสภาวะร่างกายทางอารมณ์ เป็นต้น และสุดท้ายการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจ ความต้องการ กทศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งในบางครั้งผู้รับสารก็ลืมเนื้อหาของสาร ในส่วนไม่ตรงกับความสนใจของตน (พีระ จิรโสภณ, 2535)

นอกจากนี้ยังอธิบายได้ตาม วิลเบอร์ ชแรมม์ (อ้างถึงใน อนุชิต มุรธาทิพย์, 2542 : 21) ยังชี้ให้เห็นองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวเช่น (1) ประสบการณ์ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน (2) การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน (3) ภูมิหลังผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะให้ความสนใจต่อเนื้อหาข่าวสารต่างกัน (4) การศึกษาและสภาพแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสารที่ต่างกัน (5) ความสามารถในการรับสื่อเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับที่แตกต่างกัน (6) บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงกทศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร (7) อารมณ์สถานภาพทางอารมณ์อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร ดังนั้นพฤติกรรมการ

เปิดรับรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้ ส่วนใหญ่แล้วเป็นผู้ชมที่เป็นแฟนพันธ์แท้ของรายการที่รับชมเป็นประจำ ต้องเป็นข่าวที่นำเสนอต้องเป็นเรื่องใกล้ตัวสังคมชาวบ้าน และการเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นผ่าน SMS แล้วมีรางวัล มีส่วนสำคัญในการเปิดรับชมรายการเรื่องเด่นเย็นนี้

สำหรับผลการวิจัยด้าน การตอบสนองความพึงพอใจจากการชมรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ในภาพรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ทำให้ได้รู้ข่าวฉับไวทันสมัย ทันเหตุการณ์จากรายการนี้ และทำให้ได้ความรู้ใหม่ นำสนใจจากรายการนี้ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ ดังนี้ (1) ทำให้ได้สาระนำไปใช้ประโยชน์ได้จากรายการนี้ (2) ทำให้ได้รู้จักคนในสังคมเดียวกัน มีความเห็นใจเพื่อนมนุษย์มากขึ้นจากรายการนี้ (3) ทำให้ได้ร่วมลุ้น ร่วมผลัดกันสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นในสังคมร่วมกับ คนอื่นๆ โดยทางอ้อมจากรายการนี้

จากข้างต้นอิงกับแนวทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ของ Mc Quail และคณะในด้านของความต้องการสารสนเทศ คือ ทราบเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพสังคมปัจจุบันและสังคมโลก เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติความคิดเห็นและการตัดสินใจ สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาด้วยตนเอง และสร้างความรู้สึกรับประกันโดยใช้ความรู้ที่ได้จากสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสาร เกิดจากความเชื่อว่าผู้รับสารจะเลือกรับสารที่มีความสอดคล้องกับความสนใจ และความต้องการของตนเอง การศึกษาในเรื่องนี้ส่วนใหญ่จะเน้นการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเนื้อหาสารของผู้ชมรายการโทรทัศน์

แคทซ์ (Katz) บลูมเลอร์ (Blumler) และ เกอร์วิทซ์ (Gurvitich) (อ้างถึงใน พีระ จิระ โภณ, 2540) ได้อธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของผู้รับสารดังนี้ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแสวงข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ อันก่อให้เกิดผลคือการได้รับความพึงพอใจตามความต้องการและผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ดังนั้นการที่รายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้จะได้รับ

ความพึงพอใจหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประเด็นข่าว ว่ามีความน่าสนใจ มีความสด เนื้อหามีสาระ เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และต้องเป็นข่าวที่สร้างสรรค์

ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรียงลำดับ ดังนี้ ได้รับความพึงพอใจด้านเนื้อหาคุณภาพข่าว ได้รับความพึงพอใจด้านการวิเคราะห์แสดงความคิดเห็น ได้รับความพึงพอใจด้านความเหมาะสม ลีลาการเล่าข่าวในรายการนี้ ได้รับความพึงพอใจด้านความเหมาะสมในการทำหน้าที่ของพิธีกร ได้รับความพึงพอใจด้านความเหมาะสมของช่วงเวลาของรายการนี้ ด้านการแจกรางวัลในรายการข่าวในรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้ ได้รับความพึงพอใจด้านความเหมาะสมของปริมาณโฆษณาในรายการนี้

อธิบายได้ตามทฤษฎีของ Palmgreen และคณะ, 1985 :14 (อ้างถึงใน อนุชิต มุรธาทิพย์, 2542) ได้สรุปสมมติฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้อย่างรวบรัดดังนี้ 1. ผู้รับสารมีความกระตือรือร้น (Active) 2. การใช้สื่อของผู้รับสารส่วนใหญ่จะถูกมองว่าผู้รับสารมีเป้าหมาย (Goal Directed) 3. จะมีการแข่งขันกับแหล่งอื่นๆ ในการได้มาซึ่งการตอบสนองความพึงพอใจ 4. ผู้รับสารเชื่อมโยงความต้องการ (Needs) ของตนในการเลือกใช้สื่อ 5. การบริโภคสื่ออาจบรรลุนความพึงพอใจได้แตกต่างกันถึงแม้ว่า 6. เนื้อหาสื่อเพียงอย่างเดียวนั้นไม่สามารถใช้ในการพยากรณ์ความพึงพอใจอย่างถูกต้อง 7. คุณลักษณะของสื่อ (Media Characteristics) จะเป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการ (Needs) ในแต่ละครั้งแตกต่างกัน 8. ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองนั้นมีจุดเริ่มต้นที่เนื้อหาสื่อการเปิดรับหรือไม่เปิดรับ หรือสถานการณ์ทางสังคมที่มีการเปิดรับสื่อเกิดขึ้น รายการเรื่องเด่นเย็นนี้จะได้รับความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการหรือไม่ จุดเริ่มต้นต้องเน้นเนื้อหาคุณภาพข่าว พิธีกรข่าวในการเล่าข่าวและ การแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์เจาะลึก

3. การรับรู้ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวแบบเล่าข่าวในรายการ เรื่องเด่นเย็นนี้ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของรายการเรื่องเด่นเย็นนี้พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อพบว่าระดับการรับรู้ที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ เป็นแบบอย่างรายการข่าวที่ดี และเป็นรายการสนุกสนานน่าติดตาม ส่วนการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ

อยู่ในระดับปานกลาง คือ (1) เป็นรายการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (2) มีความเป็นกลางทางการเมือง (3) เป็นรายการความคิดเห็นของพิธีกรรมมากกว่าข้อเท็จจริง (4) มุ่งเน้นการแข่งขันทางการตลาดมากเกินไป (แข่งขันกับรายการช่องอื่น) (5) เล่าข่าวแบบชี้นำไปสู่ความรู้สึกของพิธีกรรมมากเกินไป (6) เป็นรายการบันเทิงมากกว่ารายการข่าว

ซึ่งผลการวิจัยภาพลักษณ์ดังกล่าวอธิบายได้ตาม แพทริเซีย แอนเดอร์สัน และเลียวนาร์ด รูบิน (Patricia M. Anderson and Leonard g. Rubin, 1986 : 53) อธิบายว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรเปรียบเสมือนคน ซึ่งย่อมจะมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน รายการเรื่องเด่นเย็นนี้จึงถูกรับรู้ทั้งในมิติที่ดีและไม่ดี ซึ่งสะท้อนถึงบุคลิกภาพของรายการในสายตาผู้ชมภาพลักษณ์จากมุมมองนี้ เป็นสิ่งที่วงการธุรกิจการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ให้ความสนใจอย่างมาก เพราะเป็นภาพที่เกิดจากความรู้สึกนึกคิดของบุคคลอื่น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการประเมินสถานภาพของตนเองได้ถูกต้องว่า ปัจจุบันภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นไปในทิศทางใด เพราะการมีภาพลักษณ์ที่ดีย่อมทำให้ประชาชนเชื่อถือไว้วางใจ ในทางตรงข้ามหากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีแล้ว ย่อมไม่เป็นที่ศรัทธาและน่าเชื่อถือ

เคนเนธ อี โบลดิ้ง (Kenneth E Boulding) กล่าวไว้ว่า การสร้างภาพลักษณ์เป็นเรื่องของความรู้สึกและอารมณ์ที่เรามีต่อสิ่งต่างๆ เป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย อันเนื่องมาจากประสบการณ์ของตัวเอง แต่ข้อจำกัดคือ เราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งที่ได้เสมอไป ดังนั้นเราจะได้เพียง “ภาพ” ซึ่งเราจะต้องมาตีความโดยตัวเราเอง ซึ่งต้องใช้ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติของเราในการตีความนั้นๆ ดังนั้นภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการตีความโดยผ่านประสบการณ์ตรงและประสบการณ์โดยอ้อมแทนความหมายเชิงอัตวิสัยของสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้มาเป็นการตีความหรือสิ่งประทับใจ ภาพที่ปรากฏจะเป็นตัวแทนของการรับรู้ในเชิงความหมายที่ผ่านกระบวนการรับรู้ย่อยเลือกสรร และก่อให้เกิดการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งกระบวนการนี้คือ กระบวนการภาพลักษณ์ ประกอบด้วย 4 ส่วน ซึ่งต่างก็มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันไป สามารถจะแยกจากกันได้อย่างเด็ดขาด คือ (1.)องค์ประกอบเชิงการรับรู้ ซึ่งบุคคลจะได้จากการสังเกตโดยตรง อันจะนำไปสู่การรับรู้ หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้มันเอง โดยจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ หรือความคิดต่างๆ ก็ได้ (2.) องค์ประกอบเชิงความรู้สึก อันได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ

อันเป็นความรู้สึกที่มีได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ (3). องค์ประกอบเชิงการเรียนรู้ ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับประเภท คุณสมบัติ ความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการเรียนรู้ (4) องค์ประกอบเชิงการกระทำ เป็นองค์ประกอบของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเจตนาหรือความ มุ่งหมาย ซึ่งเป็นแนวทางของการปฏิบัติตอบโต้ต่อสิ่งเร้า เป็นผลพวงต่อการปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบเชิงความรู้สึกและเชิงการเรียนรู้ ดังนั้นการรับรู้ภาพลักษณ์รายการของผู้ชม พิธีกรข่าว เนื้อหาข่าวที่นำเสนอออกไปเป็นส่วนสำคัญ เพราะถ้ามีการนำเสนอข่าวที่ดี มีความเป็นกลาง ถูกต้องแม่นยำ เล่าข่าวบนพื้นฐานข้อเท็จจริง มีความรับผิดชอบต่อสังคม แม้จะมีการตลาด และบันเทิงเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ถ้าแบ่งเนื้อหาในการนำเสนอให้เหมาะสม ก็จะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์รายการที่ดีในสายตาและความรู้สึกของผู้ชมได้ และจะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือ ความนิยมในรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้

ด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (พิธีกร) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมากมี 2 ข้อ ดังนี้ พิธีกรชายบุคลิกภาพดี พิธีกรหญิงสวยน่ารัก ระดับปานกลาง 1 ข้อ ดังนี้ พิธีกรข่าวทำตัวเป็นดารานักแสดงมากเกินไป เมื่อจำแนกตามความน่าเชื่อถือในตัวพิธีกรทั้งหมด 9 คน สามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ คุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา คุณวราภรณ์ สมพงษ์ คุณธีระ รัชญะไพบุลย์ คุณบัญญัติ ชุมชัยเวท คุณสายสวรรค์ ขยันยิ่ง คุณสาธิต กรีกุล คุณนิธินาถ ราชนิยม คุณณัฐฎกร เทวกุล คุณพลวรรธน์ บุญละออ

นอกจากนี้ยังจำแนกคุณสมบัติในแต่ละบุคคล ดังนี้ ความเชื่อถือในการเป็นพิธีกรของคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมากที่สุด มี 4 ข้อ ดังนี้ เป็นคนที่น่าเชื่อถือ มีความรู้มากเพียงพอ เป็นคนฉลาดเฉลียวแหลม มีไหวพริบ มีประสบการณ์มากเพียงพอ ระดับมาก มี 5 ข้อ ดังนี้ เป็นคนพูดจาคล่องแคล่วฉะฉาน เป็นนักสื่อสารมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นคนมีบุคลิกภาพดี มีลักษณะเป็นพิธีกรที่ผ่านการศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับนิเทศศาสตร์ หรือการสื่อสารมวลชนมาก่อน เป็นนักสื่อสารมวลชนที่มีจริยธรรม ระดับปานกลาง 5 ข้อ ดังนี้ เป็นคนใจกับปากไม่ตรงกัน เป็นคนคงเส้นคงวา เสมอต้นเสมอปลาย เป็นคนดูไม่เป็นมิตรนัก เป็นคนดูแล้วมีชีวิตชีวาไม่น่าเบื่อ เป็นคนเจ้าเล่ห์ เหลี่ยมจัดไม่น่าไว้วางใจ

จากบทสรุปข้างต้นเกี่ยวกับความเชื่อถือในการเป็นพิธีกรของทั้ง 9 คนนั้น สามารถอิงกับ ทฤษฎีของชิมป์ (Shimp, 1979) (อ้างถึงใน สนมพร นิมเฉลิม, 2542) ได้กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ ของ ผู้ส่งสาร (Source Credibility) คือชุดของการรับรู้ (An Entire Set of Perception) ที่ผู้รับสารมีต่อ ผู้ส่งสาร ซึ่งประกอบด้วย ความเชี่ยวชาญ (Expertise) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าผู้ส่งสารมี ความรู้ มีประสบการณ์ มีทักษะและมีความชำนาญทั้งยังมีความสามารถในการสื่อสารเรื่องใดเรื่อง หนึ่ง ความน่าไว้วางใจ (Trust worthiness) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าผู้ส่งสาร มีความ เชื่อตรง อบอุ่นเมื่อได้ใกล้ชิดหรือสื่อสารด้วย ความคล่องแคล่ว (Dynamic) หมายถึง การที่ผู้รับสาร ประเมินว่าผู้ส่งสารมีลักษณะกระตือรือร้น มีการตื่นตัว รวดเร็ว เป็นต้น และความมีศักยภาพ (Potential) ในที่นี้หมายรวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านรูปร่างที่สง่างาม น่าเสียง ตลอดจนงานที่มีหน้าตาดี เป็นต้น

นอกจากนี้ยังอิงได้กับเบอร์โล และเลเมอร์ต (Berlo and Lemert อ้างถึงใน อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2537 : 37) ในด้านการศึกษามิติของความน่าเชื่อถือโดยใช้การวิเคราะห์ องค์ประกอบ พบว่า มิติหรือองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือประกอบด้วยความสามารถ (competence) ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) และความมีพลวัต (dynamic) องค์ประกอบสอง ตัวแรกสอดคล้องกับมิติความเฉลียวฉลาดและลักษณะท่าทางตามแนวคิดของอริสโตเติล และ สอดคล้องกับความชำนาญ และความน่าไว้วางใจ ตามแนวคิดของโฮฟแลนด์ แจนนิส และเคลลี แต่ องค์ประกอบตัวที่สามแตกต่างจากความปรารถนาดีตามแนวคิดของอริสโตเติล หรือความตั้งใจตาม แนวคิดของโฮฟแลนด์และคณะ ความมีพลวัตตามแนวคิดของ เบอร์โลและเลเมอร์ต เกี่ยวข้องกับ กิจกรรมหรือความมีชีวิตชีวาของผู้ส่งสาร (McCroskey, 1978) สรุปได้ว่าหน้าที่ผู้ชมจะให้ความ เชื่อถือแหล่งสาร (พิธีกร) ในรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ พิธีกรข่าวต้องมีกับความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ มีไหวพริบปฏิพานและเป็นสื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถเล่า ข่าวได้คล่องแคล่ว ผู้ชมรู้สึกอบอุ่นร่วมทั้งรูปร่างหน้าตาที่ดี มีบุคลิกภาพที่น่าไว้วางใจ

1.2 สรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยในส่วนของ การทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

สมมติฐาน 1.1 ผลการวิจัยผู้ชมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 26-35 โดยพบว่าการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความถี่ในการรับชมรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้ กลุ่มผู้ชมระดับอาชีวศึกษามีพฤติกรรมความถี่ในการรับชมโดยเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มผู้ชมที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อนี้ อธิบายได้ตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) ได้ว่าผู้ชมที่มีลักษณะประชากรต่างกัน โดยเฉพาะในความแตกต่างด้านการศึกษา นั้นพบว่ากลุ่มผู้ชมที่มีการศึกษาด้อยกว่ามีความถี่ในการรับชมรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้มากกว่ากลุ่มผู้ชมที่มีการศึกษาสูง

สมมติฐาน 1.2 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรของผู้ชมที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นลักษณะประชากรด้านรายได้เท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้พบว่ากลุ่มเพศชายมีความพึงพอใจต่อการรับชมมากกว่าผู้หญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) ได้เช่นกันว่ากลุ่มผู้ชมที่มีลักษณะประชากรต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับชมรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้ต่างกัน โดยเฉพาะ ผู้ชมที่มีอายุ 18-25 ปี จะมีความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้สูงกว่าช่วงอายุอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผู้ชมที่มีอาชีพรับจ้างจะมีความพึงพอใจในการรับชมรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้สูงกว่าอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน และ ธุรกิจส่วนตัว

ส่วนสมมติฐานที่ 2 พบว่าลักษณะประชากรต่างกันทุกด้านของผู้ชมมีความสัมพันธ์กันกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของรายการต่อการชมรายการข่าวแบบเล่าข่าวในรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ทั้งนี้ส่วนใหญ่รับรู้ภาพลักษณ์ของรายการในเชิงบวก ตั้งแต่ ระดับปานจนถึงระดับดี โดยกลุ่มเพศ



ชายรับรู้ภาพลักษณ์ในทางบวกมากที่สุดกลุ่มเพศหญิง โดยผู้ชมที่มีอายุ 18-25 ปี มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของรายการต่อการชมรายการเรื่องเด่นเย็นนี้มากที่สุด และอยู่ในระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปลาย มีอาชีพรับจ้าง มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของรายการต่อการชมรายการข่าวแบบเล่าข่าวในรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลทดสอบสมมติฐานนี้สามารถอธิบายได้ทฤษฎีการรับรู้ ซึ่งการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านต่างๆต่อรายการของผู้ชมมีความแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามรสนิยม ตามทัศนคติและความพึงพอใจของแต่ละคน ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีแบ่งหรือจำแนกกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) และทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) ผู้ชมที่มาจากกลุ่มสังคมต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับกลุ่มปฐมภูมิ เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อนต่างกันก็จะมีการรับรู้ต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.1 ข้อเสนอแนะในเชิงประยุกต์เพื่อปฏิบัติ

(1) จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่ารายการเล่าข่าวอาจมีการชี้นำของพิธีกร ทำให้ขาดความเป็นภาววิสัย (Objectivity) จึงมีข้อเสนอแนะว่า การจัดทำรายการประเภทเล่าข่าว ควรระมัดระวังการใส่ความคิดเห็น หรือ ความรู้สึกปนเปื้อนเท็จจริงในข่าว สิ่งที่จะเพิ่มเติมโดยพิธีกรข่าวได้ ควรจำกัดขอบเขตเฉพาะแค่การอธิบายตามข้อเท็จจริง โดยต้องไม่ใส่ความรู้สึกลงไป

(2) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการช่วยให้รายการข่าวประเภทเล่าข่าวเพิ่มความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันสามารถเพิ่มยอดผู้ติดตามชมรายการ แต่ก็ควรมีขอบเขตที่เหมาะสมและคำนึงถึงหัวใจของรายการข่าวที่เน้นสาระข้อเท็จจริง ความเที่ยงตรงมากกว่าความสนุกสนานบันเทิง นอกจากนี้การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชมก็ต้องเน้นสาระในเชิงประเด็นข่าวมากกว่าแค่ร่วมชิงรางวัล หรือของชำร่วย ซึ่งไม่เป็นประโยชน์เชิงข่าวและทำให้รายการข่าวไม่แตกต่างไปจากการโปรโมทสินค้าแบบลดแลกแจกแถมชิงรางวัล

(3) จากผลการวิจัยเชิงปริมาณสอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่าผู้ชมติดตามชมรายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้เพราะสนุกไม่น่าเบื่อ แต่อย่างไรก็ตามผู้ชมไม่ยอมให้พิธีกรข่าวทำตัว

เป็นนักแสดงมากเกินไป ดังนั้นข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงจึงเห็นว่าการนำเสนอรายการข่าวแบบเล่าข่าวสร้างความสนใจให้ติดตามได้ดีเหมาะกับกลุ่มผู้ชมที่ไม่จำเป็นต้องมีการศึกษาสูง แต่ก็ต้องมีขอบเขตเหมาะสมกับรายการข่าว

(4) ผลการวิจัยพบว่ารายการข่าวช่วงวิเคราะห์เจาะข่าวของคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ได้รับความสนใจจากผู้ชมสูง ดังนั้นรายการข่าวประเภทวิเคราะห์เจาะลึกหรือสืบสวน (investigative reporting) จึงควรส่งเสริมมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอเพื่อประยุกต์ในเชิงวิชาการ

(1) การวิจัยครั้งต่อไปควรมุ่งศึกษาเจาะลึกกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาค เพื่อเปรียบเทียบความต้องการในการรับชมที่อาจจะแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค

(2) ควรเน้นทำการวิจัยเปรียบเทียบรายการข่าว และผู้ดำเนินรายการข่าวกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ในประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน

(3) มุ่งสนใจทำการวิจัยวิเคราะห์การเล่าข่าวของผู้ดำเนินการในการรายงานข่าวช่วงภาวะวิกฤต หรือช่วงที่มีเหตุการณ์ที่เป็นที่สนใจในสังคม

(4) ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาในเชิงวัฒนธรรมของผู้รับสาร เกี่ยวกับการชมรายการข่าวโทรทัศน์ เปรียบเทียบกับการติดตามข่าวสารในส่วนอื่นๆ