

การรับรู้และทัศนคติ ที่มีต่อรายการเต็ดข่าวเด่น ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

Perception and Attitudes Toward Dedkaoden by Channel 7 of the Bangkok Audience

มนัสวรรณ หลินพันธุ์¹

Manatsawan Linpun¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อรายการเต็ดข่าวเด่น ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือประชาชน 8 เขตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามชนิดที่ให้กรอกคำตอบเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติ *t test One-way ANOVA* และ *Scheffe* ผลการศึกษาพบว่าผู้ชมรับรู้เกี่ยวกับรายการเต็ดข่าวเด่นระดับมาก โดยส่วนใหญ่รับรู้ว่าการเชิญให้ร่วมกิจกรรมในแฟนเพจ เต็ดข่าวเด่น รับรู้วารายการออกอากาศช่วงเวลาประมาณ 15.00 -15.30 น. และรับรู้ว่าการเชิญชวนและส่งเสริมให้คนทำความดี เรียงตามลำดับ

ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติต่อรายการเต็ดข่าวเด่น ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 โดยรวมในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับได้คือ ด้านผู้ประกาศข่าว รองลงมาคือด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว และด้านเทคนิคการผลิตรายการ

นอกจากนั้นยังพบว่าการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมรายการด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว ด้านผู้ประกาศข่าว แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมด้านเทคนิคการผลิตรายการ

คำสำคัญ : การรับรู้, ทัศนคติ, รายการเต็ดข่าวเด่น, รายการโทรทัศน์, รายการข่าว, สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

¹ บรรณาธิการ, ฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

Editor, News department, Bangkok Broadcasting i& TV.Co.,Ltd.

998/1 ซอยร่วมศิริมิตร แขวงจอมพล เขตจตุจักร กทม.10900

E-mail tukch7@yahoo.com

Abstract

The objective of this research is to study the audiences' perception and attitude toward the "Ded-Kaow-Den" news program aired through Channel 7, Thailand. It is conducted by the survey research design using questionnaires as data-gathering with the sample size of 400 people from the 8 areas in Bangkok, Thailand. The statistical data analysis tools are T Test, One-way ANOVA and Scheffe.

The result has shown that the audiences perceived the news program mostly through the three-top rating measures which are perceiving of the invitation on Fan Page activities, perceiving schedule time of Ded-Kaow-Den program at 3.00 p.m. – 3.30 p.m., and perceiving the program's campaign for stimulating people to perform benefaction, respectively.

The audiences' attitude on "Ded-Kaow-Den" program found that they had perception at a high level which each aspect considered are ranking from highest to lowest as follows: news anchor, news content presentation, and technique of news producing.

The perception is also relative to its audiences' attitude in terms of news content presentation and news anchor, while it is not related to the technique of news production.

Keywords : Perception, Attitudes, Ded-Khow-Den, Television (T.V.) Program, News Program, Channel 7

บทนำ

สังคมไทยปัจจุบันเป็นสังคมแห่งข่าวสาร ซึ่งสื่อมวลชนมีการนำเสนอข่าวอย่างรวดเร็ว และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งหากจะเจาะจงไปถึงสื่อโทรทัศน์ ปัจจุบันก็มีจำนวนมากขึ้นทั้งสื่อฟรีทีวีและเคเบิลทีวี ซึ่งแต่ละองค์กรต่างให้ความสำคัญกับรายการข่าว เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ความสนใจมากขึ้น รายการข่าวกลายเป็นช่องทางสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับสถานีฯ

สำหรับการเสนอข่าว และรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในรอบ 3 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ.2554-2556) ก็มีปริมาณเพิ่มขึ้นมาก โดยข่าวที่ฝ่ายข่าวช่อง 7 ผลิตเอง เริ่มจากข่าวเช้า ข่าวเต็ด ห้องข่าว 7 สี ข่าวเที่ยง เต็ดข่าวเด่น ข่าวภาคค่ำช่วง 1 ข่าวภาคค่ำช่วง 2 ต่อเนื่องไปจนถึง

ข่าวเต็ดภาคดึก รวมทั้งรายการคอข่าวนอกจากนั้น ยังเปิดให้บริษัทภายนอกเข้ามาผลิตรายการข่าวร่วมด้วย ประกอบด้วยรายการเช้าที่หมอชิต และ ประเด็นเต็ด 7 สี

สำหรับรายการเต็ดข่าวเด่นเป็นรายการข่าวที่ไม่ใช่ไพรม์ไทม์ผู้ติดตามข่าวช่วงนี้ จะรับชมที่บ้านหรือไม่ก็ที่ทำงาน ก่อนเดินทางกลับบ้าน หรือก่อนตลาดหุ้นปิด เพื่อทราบสถานการณ์ที่หลากหลาย ทั้งด้านบ้านเมือง เศรษฐกิจ สังคม ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน สภาพการจราจร รวมทั้งสภาพอากาศ เพื่อที่จะเตรียมตัวรับมือในช่วงเย็น โดยส่วนใหญ่รายการต่างๆ จะเสนอเป็นรูปแบบแนวเล่าข่าว ให้ดูสบายๆผู้ชมรู้สึกเป็นกันเอง

กรณีศึกษา ผู้ทำการวิจัย ซึ่งเป็นบรรณาธิการข่าว รับผิดชอบผลิตรายการเต็ดข่าวเด่น พบว่ามีผู้ชมสนใจติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่อง

เนื่อง และทางสถานียังมีนโยบายให้ปรับปรุงและพัฒนารายการนี้อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานทางประชากรของผู้ชมรายการเต็ดข่าวเด่น ศึกษาการรับรู้และศึกษาทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการเต็ดข่าวเด่น โดยเป็นการศึกษาเรื่องสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ทราบประสิทธิผลของสื่อว่ามีความเหมาะสมและศึกษาด้านผู้รับสาร เพื่อนำไปปรับปรุงรายการให้สื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับผลการศึกษาคั้งนี้นอกจากจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 แล้ว ยังจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อื่นๆ ที่จะใช้พัฒนาปรับปรุงรายการ ทั้งด้านเนื้อหา ด้านผู้ประกาศ และด้านเทคนิคการผลิตรายการ ให้ตอบสนองได้ตรงกับความต้องการ ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความสนใจของผู้รับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นประโยชน์กับการพัฒนารายการโทรทัศน์ในประเทศต่อไป

วิธีการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้ใช้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 400 ชุด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่อาศัยอยู่ 8 เขตของกรุงเทพมหานคร ที่เคยชมรายการเต็ดข่าวเด่นทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ระหว่างเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2557 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายและจับสลากเลือกเขตจากทั้งสิ้น 50 เขต จากเขตชั้นใน 2 เขต เขตชั้นกลาง 3 เขต และเขตชั้นนอก

3 เขต รวม 8 เขต โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และได้ใช้วิธีการสุ่มแบบสัดส่วนในจำนวนเขตละ 50 คน รวมจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามวัดการรับรู้และทัศนคติของผู้ชมรายการเต็ดข่าวเด่น แบ่งออกเป็น 4 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ถึงเนื้อหา การนำเสนอ และการผลิตรายการเต็ดข่าวเด่น ซึ่งเป็นคำถามแบบถูกหรือผิด

ส่วนที่ 3. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ชมรายการเต็ดข่าวเด่นเป็นคำถามแบบมาตราส่วน 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert's Scale

ส่วนที่ 4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการ (เป็นลักษณะปลายเปิด)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามมาพิจารณาโครงสร้างแบบสอบถาม (Construct Validity) เนื้อหาและภาษาที่ใช้ (Content Validity) เพื่อให้แบบสอบถามตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐาน และมีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ในส่วนของทัศนคติด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว ได้ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.86 ด้านผู้ประกาศข่าว ได้ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.873 ด้านผู้เทคนิคการผลิตรายการ ได้ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.914 และผลการทดสอบความเชื่อมั่นในส่วนของทัศนคติของผู้ชมรายการเต็ดข่าวเด่นทั้งฉบับ ได้ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.935

การเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างตามเขตที่กำหนด

ไว้ จำนวน 8 เขต ในกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มตัวอย่างจับสลากได้ตัวแทนของเขตชั้นใน 2 เขต เขตชั้นกลาง 3 เขตและเขตชั้นนอก 3 เขต และแจกแบบสอบถาม ตามเขตที่จับสลากได้ประกอบด้วย เขตปทุมวันเขตพญาไท เขตสวนหลวง เขตคันนายาว เขตลาดพร้าว เขตลาดกระบัง เขตหลักสี่ และเขตบางบอน

หลังจากได้แบบสอบถามกลับคืนมาแล้วได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับ จากนั้นจึงให้คะแนน โดยใน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปมาเป็นค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้รายการเต็ดข้าวเต๋น ในที่นี้การรับรู้มีผลต่อการจดจำในด้านการนำเสนอเนื้อหา ด้านผู้ประกาศ และด้านการผลิตรายการ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ใช่ กับ ไม่ใช่ เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ตอบถูก ได้ 1 คะแนน

ตอบผิด ได้ 0 คะแนน

มีเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายของระดับคะแนนโดยแบ่งเป็นช่วง ๆ และ แปลผลคะแนนพิจารณาแบบอิงเกณฑ์ตามแบบของวิเชียร เกตุสิงห์ (2526, หน้า 9) ดังนี้

0.68 – 1.00 หมายความว่า มีการรับรู้รายการเต็ดข้าวเต๋นมาก

0.34 – 0.67 หมายความว่า มีการรับรู้รายการเต็ดข้าวเต๋นปานกลาง

0.00 – 0.33 หมายความว่า มีการรับรู้รายการเต็ดข้าวเต๋นน้อย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ชมรายการเต็ดข้าวเต๋น ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการนำเสนอ และด้านการผลิตรายการ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale มีเกณฑ์กำหนดการให้

คะแนน ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543, หน้า 100) ระดับคะแนน

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

สำหรับการแปลผลคะแนนเฉลี่ยของทัศนคติ ที่ผู้ชมในกรุงเทพมหานคร มีต่อรายการเต็ดข้าวเต๋นนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (class interval) มีความหมายในการประเมิน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.79 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.80-2.59 หมายถึงผลการประเมินอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.60-3.39 หมายถึงผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.40- 4.19 หมายถึงผลการประเมินอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.20- 5.00 หมายถึงผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอข่าวในรายการเต็ดข้าวเต๋น ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open End) ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ แบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation-SD) สถิติ t test และกรณีเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้สถิติ

วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะนำไปเปรียบเทียบกับเป็นรายคู่ตามวิธีของ Scheffe และใช้สถิติของเพียร์สัน (Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาระดับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.0 มีอายุมากที่สุดในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.0 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.2 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.5

การรับรู้เกี่ยวกับรายการเด็ดข่าวเด่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้รายการเด็ดข่าวเด่นอยู่ในระดับมาก โดยการรับรู้มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ มีการเชิญให้ร่วมกิจกรรมในแฟนเพจเด็ดข่าวเด่นรองลงมาคือเรื่อง รายการออกอากาศช่วงเวลาประมาณ 15.00 -15.30 น.และถัดมาคือมีการเชิญชวน และส่งเสริมให้ทำความดี

ทัศนคติที่มีต่อรายการเด็ดข่าวเด่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในภาพรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีทัศนคติในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านผู้ประกาศข่าว รองลงมาคือ ด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว และด้านเทคนิคการผลิตรายการ ตามลำดับ

เมื่อแบ่งเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าวระดับมากคือข่าวมีเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์ มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และ มีความน่าสนใจ

ในด้านผู้ประกาศข่าวของรายการนั้นกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติระดับมากในด้านการอ่านได้

ชัดเจน น่าสนใจดี และมีภาพลักษณ์ที่ดี

ในด้านเทคนิคการผลิตรายการ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือผู้ประกาศข่าวมีความเหมาะสมในการทำหน้าที่ การใช้ภาพประกอบ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาของข่าว และผู้ชมสามารถติดตามความเคลื่อนไหว และรู้ทันเหตุการณ์ต่างๆได้จากรายการ

ในการศึกษาวิจัยพบว่าการรับรู้ของผู้ชมรายการเด็ดข่าวเด่นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว และด้านผู้ประกาศข่าว แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเทคนิคการผลิตรายการ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

ด้านการรับรู้ของผู้ชมรายการเด็ดข่าวเด่นทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาพบว่าผู้ชมรับรู้เกี่ยวกับรายการเด็ดข่าวเด่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้รายการเด็ดข่าวเด่นมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ มีการเชิญให้ร่วมกิจกรรมในแฟนเพจเด็ดข่าวเด่น โดยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเรื่อง รายการออกอากาศช่วงเวลาประมาณ 15.00 -15.30 น. ถัดมาคือมีการเชิญชวน และส่งเสริมให้ทำความดี โดยอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้ชมรายการรับรู้เรื่องที่ทางรายการนำเสนอเป็นประจำ โดยมีทั้งภาพและผู้ประกาศพูดย้ำเชิญชวนให้ผู้ชมรายการสามารถมีส่วนร่วมกับทางรายการได้ จึงเห็นได้ว่า ผู้ชมรับรู้ถึงเรื่องการมีส่วนร่วมทางรายการ โดยสามารถเข้าร่วมกับทางรายการได้ง่ายๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารแบบใหม่

ทัศนคติของผู้ชมรายการเด็ดข่าวเด่นทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีทัศนคติในด้านต่างๆ ที่ศึกษาดังนี้

ด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว พบว่าผู้ชมมีทัศนคติว่าเนื้อหาข่าวมีความทันต่อเหตุการณ์อยู่ในระดับสูงสุด ข่าวมีความชัดเจนเข้าใจง่าย และข่าวมีความจับใจ ทันเหตุการณ์ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ผู้ชมข่าวโทรทัศน์ในช่วงบ่าย ซึ่งไม่ใช่ช่วงเวลาไพรม์ไทม์ และยังสามารถเป็นรายการครึ่งชั่วโมง ผู้ชมจึงต้องการรับชมรายการข่าวที่ จับใจ ไม่จำเป็นต้องเจาะลึก และต้องเป็นข่าวที่เข้าใจง่าย ๆ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับชมได้

ด้านผู้ประกาศข่าว การศึกษาพบว่าผู้ชมมีทัศนคติต่อผู้ประกาศระดับมาก โดยเห็นว่าผู้ประกาศอ่านข่าวได้อย่างชัดเจน น่าเสียดายที่ผู้ประกาศมีบุคลิกภาพที่ดีและผู้ประกาศมีความเป็นมืออาชีพ เป็นเรื่องสำคัญ แต่เห็นว่าทัศนคติต่อผู้ประกาศในด้าน การมีอำนาจ มีความเด็ดขาดนั้น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เนื่องจากนโยบายของทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ให้ความสำคัญกับเรื่องบุคลิกภาพ หน้าตา การใช้เสียงที่ถูกต้อง ชัดเจน แต่ไม่สนับสนุนเรื่องการแสดงความเป็นอำนาจหรือก้าวล่วงไปแสดงความคิดเห็นในเนื้อหาข่าว จึงทำให้ผู้ประกาศข่าวช่อง 7 มีภาพลักษณ์ที่คล้าย ๆ กัน คือมีความเป็นมืออาชีพแต่ไม่แข็งกร้าว จึงเป็นจุดเด่นให้ผู้ชมชื่นชอบและมีทัศนคติด้านผู้ประกาศในรายการเด็ดข่าวเด่นอย่างชัดเจน

ด้านการผลิตรายการที่ผู้ชมให้ความสำคัญกับผู้ประกาศ ซึ่งนอกจากด้านบุคลิกรูปร่างหน้าตาแล้ว เทคนิคการผลิตรายการยังให้ความสำคัญกับเสื้อผ้า หน้า ผม ท่วงท่าการเดิน ยืน ของผู้ประกาศ ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับฉากและเนื้อหาของรายการข่าวแต่ละช่วงในรายการ ภาพประกอบข่าว และการรู้ทันเหตุการณ์ต่างๆจากรายการได้ตามลำดับ รองลงมาคือการตั้งชื่อหัวข้อข่าว ชื่อช่วงที่มีความเหมาะสม รวมทั้งภาพกราฟฟิคที่ใช้ประกอบในฉากและเนื้อหาข่าว มีความเข้าใจง่าย แสดงว่า ผู้ชมส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อภาพที่ปรากฏหน้าจอ ว่าให้เป็นภาพที่น่าดู สวยงาม เข้าใจ

ง่าย เพื่อให้ได้เนื้อหาข่าวที่ตนเองสนใจ ควบคู่ไปกับจะต้องรู้สึกผ่อนคลาย สบายตา เมื่อรับชม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. เนื้อหาข่าวในรายการเด็ดข่าวเด่นควรพัฒนาให้มีความจับใจ ภาพใหม่ๆ ทันต่อเหตุการณ์ สอดคล้องกับเนื้อหาข่าว และตรงกับความสนใจของผู้ชมในช่วงนั้น มีการรายงานสดจากนอกสถานที่ ที่ทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งควรเสนอข่าวแต่ละข่าวให้มีความสมดุลและเท่าเทียมกัน จุดเด่นของรายการคือผู้ประกาศ ทางสถานีควรที่จะเสริมศักยภาพของผู้ประกาศให้มีศักยภาพมากขึ้น

2. ควรนำเสนอข่าวที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้ชมในช่วงนั้นให้เพิ่มมากขึ้น และมีความชัดเจนในการนำเสนอทั้งภาพและเสียง โดยเฉพาะเรื่องการจราจร ซึ่งเป็นเรื่องที่คนกรุงเทพฯ ให้ความสนใจมากเป็นอันดับต้นๆ โดยอาจใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านทางเฟสบุ๊ค เชื่อมต่อกับภาพจากภาพสดการจราจร เพื่อให้ผู้ชมใช้นึกถึงรายการเด็ดข่าวเด่น หากต้องการรู้สภาพการจราจร รวมทั้งควรให้ความสำคัญกับจราจรในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของรายการให้ขยายไปในวงกว้างขึ้น

3. ควรจะศึกษาจุดแข็ง – จุดอ่อน ของรายการข่าวจากช่องอื่น แล้วนำมาเปรียบเทียบกับรายการข่าวของ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 โดยเฉพาะหลังจากที่วีดิทัศน์ออกอากาศได้อย่างเต็มรูปแบบ จะทำให้คู่แข่งของสถานีมีมากขึ้น จึงจำเป็นต้องตอกย้ำความต่างของข่าวช่อง 7 เมื่อเทียบกับช่องอื่น โดยพิจารณาจากจุดเด่นเดิม ที่ช่อง 7 มีอยู่นั้นคือการเสนอข่าวแบบชาวบ้าน ซึ่งเป็นข่าวที่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบกับเรื่องปากเรื่องท้อง หรือเรื่องที่ชาวบ้านให้ความสนใจ

4. การวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในต่างจังหวัด ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ผลวิจัยได้ข้อสรุปที่สามารถเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการข่าวให้เหมาะสมกับประชาชนในต่างจังหวัดด้วย

5. ควรจะวิจัยในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้แนวคิดจากกลุ่มผู้ชม ที่ติดตามรายการอย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่สนับสนุนทุนการศึกษาตลอดการเรียน สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่อนุญาตให้ไปศึกษา และให้นำข้อมูลบางส่วนจากการผลิตรายการเด็ด ขาวเด่น มาใช้ประกอบการทำวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้งขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญที่สละเวลาในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องของบทความชิ้นนี้ จนทำให้บทความสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

บุญชม ศรีสะอาด.(2543) *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย* (ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาธการพิมพ์.
วิเชียร เกตุสิงห์. (2526). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช