

[ทินณภพ , กาญจนา หน้า 323-333]



ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ

Attitude of Viewers towards Viewing Hardnews Talk Programme
To Create Strategic Television Programme.

ทินณภพ พันธะนาม* คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

กาญจนา มีศิลป์วิกัย** คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Tinnapop Panthanam. Faculty of Communication Arts, Sripatum University.

Kanjana Meesilpawikkai. Faculty of Communication Arts, Sripatum University.

Email : Thinnapop_p@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับชมรายการคุยข่าวของผู้ชม เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมต่อการเปิดรับชมรายการคุยข่าว เพื่อศึกษากลยุทธ์การทำรายการคุยข่าวของสถานีโทรทัศน์ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพสัมภาษณ์บุคคลแบบเจาะลึก (Depth Interview) รวม 15 คนจากผู้อำนวยการฝ่ายข่าวหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ผู้ดำเนินรายการ บรรณาธิการหรือโปรดิวเซอร์หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย จากรายการคุยข่าวหรือฮาร์ดทอล์ค 5 รายการ 5 สถานีโทรทัศน์ ส่วนการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีสำรวจความคิดเห็นจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์หรือผู้ผลิตรายการ มองถึงกลยุทธ์การทำรายการคุยข่าวหรือรายการฮาร์ดทอล์คที่จะประสบความสำเร็จและมีคุณภาพ ว่าต้องอาศัยทักษะความสามารถของผู้ดำเนินรายการเป็นอันดับแรก ลำดับรองลงมา คือ เนื้อหาหรือประเด็นข่าว ที่น่าสนใจ และแซกรับเชิญที่จะทำให้รายการมีความน่าสนใจ ส่วนเทคนิคอื่นๆ คือ ฉาก แสง สี เสียง เป็นเพียงองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์แต่ไม่ได้มีความสำคัญมากนัก สวนทางกับผู้ชมที่ให้ความสำคัญกับประเด็นหรือเนื้อหามากที่สุดเป็นอันดับแรกในการเลือกรับชม และมองถึงกลยุทธ์การทำรายการที่จะประสบความสำเร็จและมีคุณภาพว่า ประเด็นหรือเนื้อหาและผู้ดำเนินรายการ มีความสำคัญเท่ากัน ส่วนแซกรับเชิญ ที่น่าสนใจ และเทคนิคอื่นๆ คือ ฉาก แสง สี เสียง มีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ

คำสำคัญ : ทัศนคติดูรายการคุยข่าวกลยุทธ์การทำรายการ

*ทินณภพ พันธะนาม : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

**กาญจนา มีศิลป์วิกัย (ผศ.ดร) : หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Abstract

The purposes of this research are: to examine viewers' exposure to hardnews talk programmes; to study the attitude of viewers towards viewing hardnews talk programmes; to study television stations' strategies in producing hardnews talk programmes. This research was qualitative and quantitative. Qualitative research was conducted by depth interviews with a total 15 persons who were news department directors, authorized persons, programme hosts, editors or producers from 5 hardnews talk programmes broadcast by 5 television stations. Quantitative research was conducted by data-collecting surveys upon 400 samples. Research instruments included interviews and surveys. Statistics used in this research consisted of content analysis for interview data, and frequency, percentage, means, and standard deviation analyses for survey data.

The results show that news stations or producers consider that a successful and quality hardnews talk programme mostly relies on the host's talents, followed by the news contents, crew members, and guests to attract viewers. Other effects such as settings and lighting are necessary not very important. On the contrary, viewers consider the news contents their top priority in viewing a programme, seeing that a successful and quality hardnews talk programme requires both contents and host's talents equally, followed by guests, crew members, and other effects such as settings and lighting respectively.

Key Words : ATTITUDE, TOWARDS HARDNEWS TALK, STRATEGIC TELEVISION

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบเมื่อปี 2558 ตามประกาศของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ทำให้ฟรีทีวี จากเดิมที่มี ช่อง3, ช่อง5, ช่อง7, ช่อง9, ช่อง11 และ ช่องThaiPBS เพิ่มจำนวน มาเป็น 48 ช่อง สถานีโทรทัศน์ต่างต้องสร้าง ความนิยม จุดเด่น และ จุดขายการจดจำผ่านกลยุทธ์การตลาดสร้างความแตกต่างและตรงใจกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นรายการคุยข่าวหรือรายการฮาร์ดทอล์คเป็นอีกหนึ่งรายการสำคัญที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ทั้งหมดต้องแข่งขันทำรายการเพื่อดึงดูดผู้รับชมและเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ให้สูงขึ้น

มานะ ศรีธรรมาภรณ์ (2561, สัมภาษณ์) ได้ระบุไว้ว่า รายการฮาร์ดทอล์คเป็นรายการสนทนาหรือเสวนาข่าว ที่องค์ประกอบสำคัญคือ ผู้ดำเนินรายการ ประเด็นที่นำมาพูดคุย แกร็บเชิฐ ทีมงาน และเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอ โดยผู้ดำเนินรายการมีหน้าที่ซักถามแกร็บเชิฐที่ถูกเชิฐเข้ามาพูดคุย ซึ่งต้องอาศัยทักษะความสามารถของผู้ดำเนินรายการเป็นสำคัญในการดึงดูดผู้ชมให้เกิดความน่าสนใจและต้องอาศัยแกร็บเชิฐที่มีความโดดเด่นในเรื่องนั้นๆมาพูด รวมถึงทีมงาน และเทคนิคการนำเสนอภาพในการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์มาเป็นตัวประกอบสำคัญให้รายการเกิดความสำเร็จ

ปัจจุบันกลุ่มรายการฮาร์ดทอล์คส่วนใหญ่มักนำประเด็นดรามามาทางสังคมมาพูดคุย ซึ่งหากเปรียบเทียบกับยุคก่อนถือว่าเป็นประเด็นที่เล็กมาก สาเหตุที่ทำให้ต้องหยิบยกประเด็นทางสังคมมาเป็นเพราะปัจจัยทางการเมืองและต้องการสร้างเรตติ้งให้คนมาติดตามรายการมากขึ้น เนื่องจากส่งผลต่อธุรกิจและความอยู่รอดของสื่อ ซึ่งกลยุทธ์ทำรายการคุยข่าวต้องอาศัยความสามารถของผู้ดำเนินรายการ รวมถึงการเลือก

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

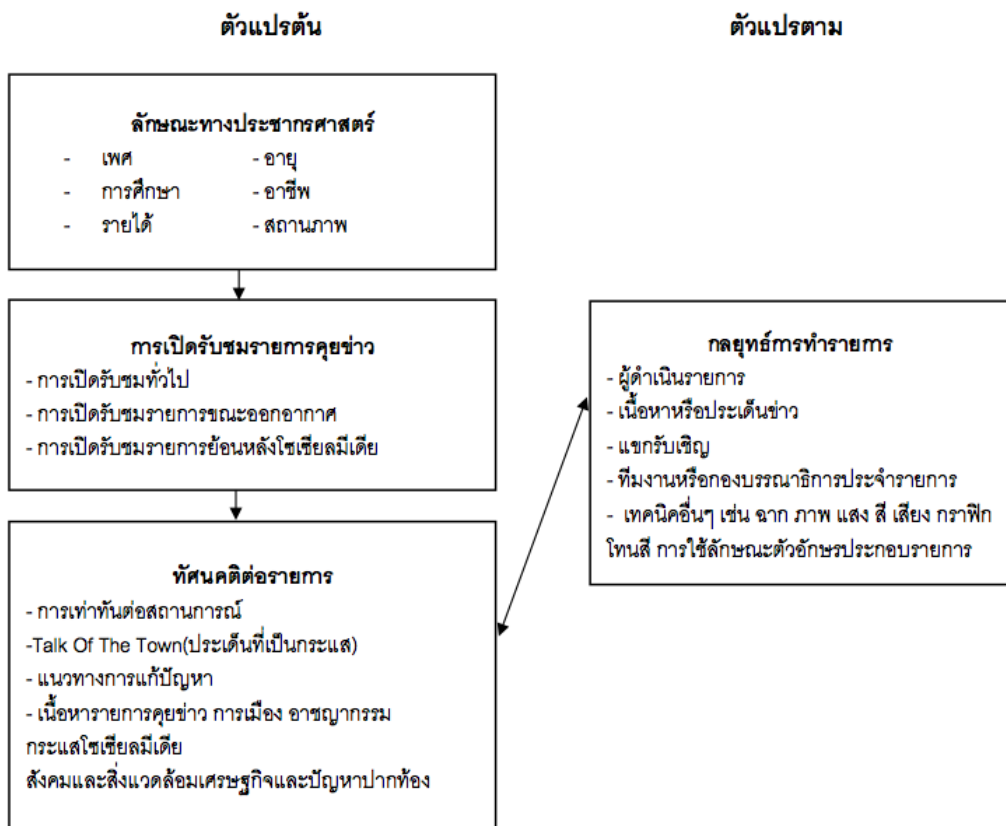
ประเด็นข่าว แขกรับเชิญ ทีมงาน และเทคนิคอื่นๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้มีความน่าสนใจและมีคุณภาพ (มานะ ตรียาภิวัฒน์, 2561, สัมภาษณ์) จนได้รับความนิยม

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาด้านทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการทั้งนี้เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบของรายการให้มีความน่าสนใจ มีคุณค่าและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับชมรายการคุยข่าวของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การทำรายการคุยข่าวของสถานีโทรทัศน์

กรอบแนวคิดในการวิจัยเชิงปริมาณ



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยเชิงปริมาณ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อได้ข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์ตามแนวคิดทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษา และนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างนั้นตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอผลการวิจัยเป็นเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อภิปรายข้อมูล และบรรยายเพื่อหาข้อสรุปทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์โดยตรงกับผู้บริหารและผู้ผลิตรายการซึ่งประกอบไปด้วย 15 ราย ดังนี้

รายการคมชัดลึก สถานีโทรทัศน์เนชั่นทีวีช่อง22

1. บัญชา แซ่แข็งขัน บรรณาธิการควบคุมการออกอากาศ
2. เอกรัฐ ตะเคียนนุช ผู้ดำเนินรายการ
3. ธิญญา บุญศรีโรจน์ โปรดิวเซอร์รายการ

รายการคนชนข่าวสถานีโทรทัศน์ทรูโฟร์ยู ช่อง24

4. ชูชาติ เพ็ชรโต บรรณาธิการบริหารฝ่ายข่าว
5. ไม่นาย เย็นบุตร ผู้ดำเนินรายการ
6. สิริกานต์ คำดี โปรดิวเซอร์รายการ

รายการดราม่าไฮเซลล์ สถานีโทรทัศน์ช่องวันช่อง31

7. ปรัชญา ชีพเจริญรัตน์ บรรณาธิการบริหารฝ่ายข่าว
8. พิระวัฒน์ อัฐนาค ผู้ดำเนินรายการ
9. ธนโชติ ธรรมะสุจริต ผู้ช่วยโปรดิวเซอร์รายการ

รายการถามตรงตรง สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวีช่อง32

10. ประณต วิเลปสุวรรณ บรรณาธิการบริหารฝ่ายข่าว
11. จอมขวัญ หลาวเพชร ผู้ดำเนินรายการ
12. จุฬิ ภู โปรดิวเซอร์รายการ

รายการเป็นเรื่องเป็นข่าว สถานีโทรทัศน์พีพีทีวีช่อง36

13. เสถียร วิริยะพรรณพงศา ผู้ดำเนินรายการและบรรณาธิการบริหาร
14. พุทธิฉัตร จินดาวงศ์ บรรณาธิการข่าว
15. อรรณพ หมั่นพล ผู้ช่วยบรรณาธิการรายการ

ขั้นตอนในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดการดำเนินงานวิจัย โดยทำการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ด้วยการเก็บข้อมูลด้วยแนวทางต่อไป นี้ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของผู้ผลิตรายการคุยข่าวหรือฮาร์ดทอล์ค พร้อมกับการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ชมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาข้อมูลของทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าว เพื่อกลยุทธ์การทำรายการคุยข่าว

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากการศึกษาเอกสาร ตำราวิชาการ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ ต่าง ๆ เพื่อการแสวงหาข้อมูลที่ได้มาซึ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์หลักของการวิจัย ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการนำไปตั้งคำถามการวิจัย การวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย ซึ่งจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

จากเนื้อหาข่าวสารที่พบจากสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ รายการโทรทัศน์ รวมถึงเนื้อหาจากเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาสาระเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อกลยุทธ์การทำรายการ

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

รายการคุยข่าว หมายถึง รายการสารคดีทอล์ค เป็นรายการข่าวอีกหนึ่งประเภท ที่มีแขกรับเชิญมาร่วมพูดคุยในรายการ โดยมีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่ในการควบคุมรายการ ทั้งการตั้งคำถามกับแขกรับเชิญ เพื่อให้ได้คำตอบที่สอดคล้องกับประเด็นที่นำมาพูดคุยในแต่ละวัน

กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึงวิธีดำเนินการวางแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับผลิตรายการคุยข่าว ทั้งการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ของสถานีโทรทัศน์ที่นำมาใช้ในการผลิตรายการคุยข่าว เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพและประสิทธิผลตลอดจนสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของรายการเพื่อจุดมุ่งหมายในการชนะคู่แข่งหรือหลบหลีกอุปสรรคต่างๆ ให้รายการคุยข่าวประสบความสำเร็จตามที่วางไว้ทั้งเรื่องเรตติ้ง คุณภาพ และค่าโฆษณาหรือกำไรทางธุรกิจสื่อ โดยแบ่งกลยุทธ์การทำรายการคุยข่าวหรือเป็นหมวดหมู่ดังนี้ ผู้ดำเนินรายการ เนื้อหาหรือประเด็นข่าว แขกรับเชิญ ทีมงานกองบรรณาธิการหรือโปรดิวเซอร์ประจำรายการ และเทคนิคอื่นๆ เช่น ฉาก ภาพ แสง สี เสียง กราฟิก โทนีส์ ที่ทำให้รายการเกิดความน่าสนใจและประสบความสำเร็จ

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือความสนใจในการเลือกรับชมรายการคุยข่าว ของผู้ชมทั่วไป ซึ่งมีผลต่อความนิยมในการดูรายการคุยข่าวในแต่ละช่อง ซึ่งมีปัจจัยของเนื้อหาข่าวเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการเลือกรับชม ประกอบด้วย ประเด็นข่าวการเมือง อาชญากรรม กระแสข่าวโซเชียลมีเดีย สังคมสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่าง กรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaire) จำนวน 1 ชุด โดยลักษณะคำถาม ปลายปิดและปลายเปิด (Closed-ended Question และ Open-ended Question) โดยเป็นผู้แบบสอบถามด้วยตนเองแต่สามารถเสนอข้อแนะหรือแสดงความเห็นได้ ซึ่งมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้ศึกษาดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ และตรวจสอบเครื่องมือ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ต่างๆ และผลงานศึกษา ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าว เพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ

2. ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขและปรับปรุงให้เหมาะสมตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา

4. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบแบบสอบถามและหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

5. ปรับปรุงเครื่องมือตามผู้เชี่ยวชาญแนะนำ

6. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนการเก็บจริง ซึ่งผู้ศึกษาได้ทดสอบเครื่องมือศึกษา โดยหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรค่า

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงวันที่ 4 พฤศจิกายน 2560 ถึง 10 พฤษภาคม 2561

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับฝ่ายผู้บริหารและผู้ผลิตรายการคุยข่าวรวมถึงแบบสอบถามจากผู้ชมกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ ผู้วิจัยจึงได้วางแผนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ถอดเทปการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทุก ๆ รายการอย่างละเอียด แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาอ่านทบทวนและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแบ่งกลุ่มข้อมูลที่ได้ เพื่อวางแผนการนำเสนอข้อมูลจากนั้นนำแนวคิดและทฤษฎีที่ได้อบรมไว้ มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อหาผลสรุปของการวิจัย และนำข้อสรุปมาแยกเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน จัดทำตาราง เพื่อแสดงให้เห็นถึงทัศนคติและกลยุทธ์การทำรายการ ของฝ่ายผู้บริหารและผู้ผลิตรายการคุยข่าว

การวิจัยเชิงปริมาณ

จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ชมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran ที่สามารถประมาณค่าทางสถิติโดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งนี้การวิเคราะห์ตัวแปรต่าง ๆ เพื่อศึกษาปริมาณมากน้อยของคำตอบ ใช้หลักเกณฑ์วัดแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัด 5 ระดับของไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) หลังจากให้คะแนนทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว จึงนำมาสรุปผลรวมคะแนนและนำมาคำนวณเป็นค่าเฉลี่ย เพื่อใช้ในการแปลความหมาย

เมื่อได้คำตอบทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณตามตัวแปรที่ตั้งไว้แล้วแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์มาสรุปถึงทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ

ผลการวิจัย (Result)

ผลการศึกษาวิจัยด้านทัศนคติของผู้ชมรายการคุยข่าวหรือฮาร์ดทอล์ค จากผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่ามีจำนวน 291 คน (ร้อยละ 72.80) เลือกเปิดรับชมรายการเพราะเนื้อหาและประเด็นข่าวที่ถูกลำดับมาพูดคุยในรายการมากกว่าสาเหตุอื่นๆ ขณะที่ผู้ชมจากกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40.00 จะเปลี่ยนสลับไปมาชมรายการในช่องอื่นหากไม่พึงพอใจในประเด็นที่นำมาพูดคุยในวันนั้นๆ แต่เมื่อสอบถามถึงทัศนคติของรายการคุยข่าวที่มีผลต่อกลยุทธ์การทำรายการ ผู้ชมให้เห็นว่าผู้ดำเนินรายการและเนื้อหาหรือประเด็นข่าว มีความสำคัญที่จะส่งผลให้รายการมีความน่าสนใจและน่าติดตาม โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันมาเป็นอันดับหนึ่งคือ 4.24 ซึ่งอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือแขกรับเชิญ ทีมงานและเทคนิคอื่นๆ ตามลำดับ

ส่วนผลวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าทั้งผู้อำนวยการฝ่ายข่าวหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ผู้ดำเนินรายการบรรณาธิการหรือโปรดิวเซอร์หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มสายงานที่ผลิตรายการคุยข่าวจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง ให้ความสำคัญกับผู้ดำเนินรายการมาเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 สูงกว่าตัวแปรอื่นๆ ของรายการ

สรุปได้ว่าผู้ดำเนินรายการมีความสำคัญกับรายการคุยข่าวหรือฮาร์ดทอล์คอย่างมาก ลำดับแรกและผู้

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ประกอบการจะเลือกผู้ที่มาดำเนินรายการ คือเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง รอบรู้เท่าทันเรื่องราวข่าวสารในทุกๆด้าน มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งต้องมีไหวพริบการแก้ไขปัญหาและการตั้งคำถามแซกรับเชิญ รวมถึงทักษะการเล่า และสรุปเรื่องราวต่างได้ดี ซึ่งจะทำให้รายการมีความน่าสนใจมากขึ้น

การอภิปรายผล (Discussion)

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง “ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าว เพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ” มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผู้ดำเนินรายการ ถือว่ามีความสำคัญกับรายการฮาร์ดทอล์คอย่างมาก ซึ่งต้องเป็นคนที่รอบรู้เท่าทันเรื่องราวข่าวสารในทุกๆด้าน เป็นคนที่อยากรู้อยากสาธยายเจาะในประเด็นที่น่าสนใจ ต้องมีไหวพริบการแก้ไขปัญหาและการตั้งคำถามแซกรับเชิญและควรตอบโต้แหล่งข่าวได้อย่างมีเหตุผล มีอวัจนภาษา คือ สีนัยท่าทางของผู้ดำเนินรายการที่ส่งให้แซกรับเชิญรวมถึงเป็นผู้เล่าและสรุปเรื่องเก่ง เพราะบางครั้งคนดูอาจสรุปเรื่องไม่ทัน หรือไม่ได้อรรถาธิบายตั้งแต่แรกเริ่ม ดังนั้นการจับใจความและการสรุปเรื่องราวจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดีที่ทั้งนี้หัวข้อผู้ดำเนินรายการมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจที่มากที่สุด สอดคล้องกับข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณที่มีคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าผู้ดำเนินรายการถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุดของกลยุทธ์การทำรายการ โดยไม่ว่าจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ หรือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการล้วนให้ความสำคัญในเรื่องผู้ดำเนินรายการมากที่สุดเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกวิวัฒน์ สงวนงาม (2557) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ชมให้ความสำคัญที่สุด คือพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่สามารถทำให้รายการดำเนินไปด้วยความน่าสนใจ อีกทั้งในส่วนของพฤติกรรมผู้ดำเนินรายการที่ทำการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีนันท์ อภิรมย์จิตร (2554) ที่ศึกษาวิจัยถึงเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเปิดรับชมในด้านพิธีกร/ผู้ดำเนินรายการมากที่สุด คือ มีความเป็นกันเอง บุคลิกและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สร้างความสนุกสนานในรายการได้

ประเด็นและเนื้อหาถือว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญกับรายการฮาร์ดทอล์คเป็นอย่างมาก โดยประเด็นที่น่าสนใจมาพูดคุยมักเป็นประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ 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 ถือว่าน้อยกว่องค์ประกอบของผู้ดำเนินรายการ แต่ในส่วน

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการล้วนให้ความสำคัญในเรื่องผู้ดำเนินรายการมากที่สุดเช่นเดียวกันกับองค์ประกอบของผู้ดำเนินรายการ สอดคล้องกับมาริยา ไชยเศรษฐ์ (2546) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อรายการในด้านเนื้อหา และการดำเนินรายการ นั้นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจในเรื่องเนื้อหาที่น่าสนใจ ทันท่วงที เหตุการณ์ในระดับมากที่สุด และพึงพอใจในเรื่องเนื้อหาที่น่าสนใจแต่ละครั้งชัดเจนไม่คลุมเครือ และเจาะลึกในระดับน้อยที่สุด ทั้งนี้จากการศึกษาของผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40.00 มีรับชมรายการแบบเปลี่ยนสลับไปสลับมากับรายการอื่นในช่องอื่น จากข้อมูลเหล่านี้พบว่าผลการศึกษาสอดคล้องกับงานเขียนของชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ พบว่า ผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์มักมีสมาธิสั้น และให้ความสนใจอยู่เพียงช่วงระยะเวลาที่จำกัด ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของวิทยุโทรทัศน์ที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการเปิดรับชม ทำให้เกิดการเปลี่ยนช่องการรับชมไปสถานีอื่นได้ง่าย และผู้ชมยังมีทางเลือกในการรับชมได้หลายสถานี

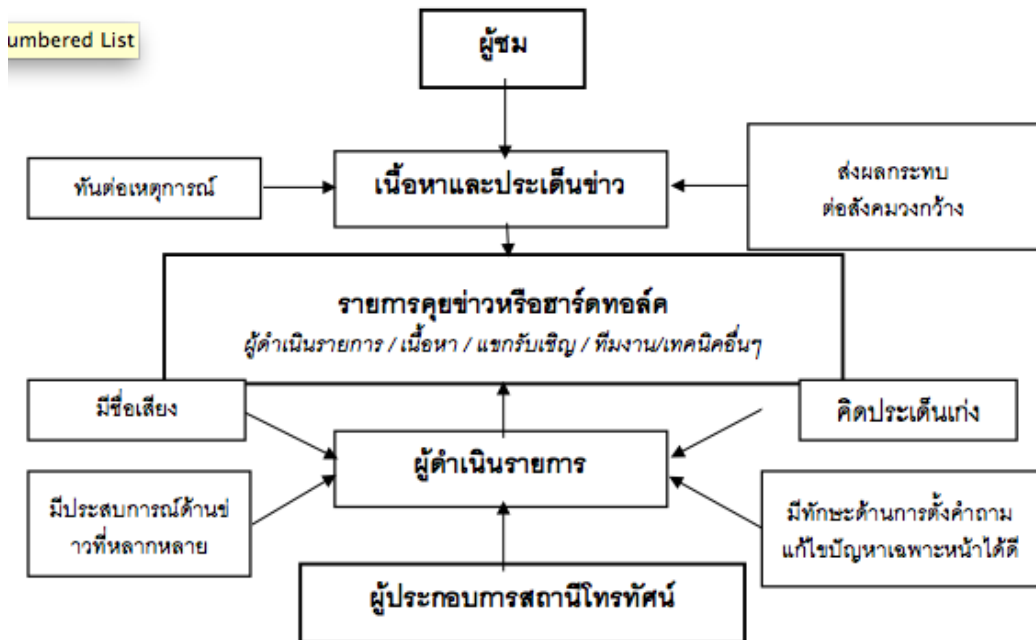
แซกรับเชิญ ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญกับรายการที่มีลักษณะเหมือนการเสวนาเป็นอย่างมาก ปัจจุบันท่ามกลางการแข่งขันด้านเรตติ้งของรายการฮาร์ดทอล์คที่มีแทบทุกช่อง อีกทั้งเวลาออกอากาศที่ไล่เลี่ยกัน ทุกรายการย่อมอยากได้แซกรับเชิญที่เป็นเจ้าของเรื่องหรือเป็นคนในข่าวนั้นมาเป็นตัวละครหลักในรายการ แต่หากว่ารายการไม่สามารถเชิญแหล่งข่าวคนสำคัญมาได้ ก็จำเป็นต้องมีการวางแผนว่าควรเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องคนใดมาร่วมรายการ โดยหัวข้อแซกรับเชิญมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ส่วนข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณมีคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นว่าแซกรับเชิญของกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์มีความสำคัญเพียงแค่อันดับปานกลาง แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการที่มีระดับความพึงพอใจในด้านแซกรับเชิญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของมนัสนันท์ อภิรมย์วิจัย (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าปัจจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบรายการข่าวบันเทิงที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเปิดรับชม รองจากด้านความทันสมัยของประเด็นข่าวบันเทิง คือ ด้านแซกรับเชิญ ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ในรายการข่าวบันเทิงยังอยู่ในกระแสความสนใจ

ทีมงานถือเป็นผู้ที่มีความสำคัญเนื่องจากต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งเบื้องลึกเบื้องหลังของเนื้อหาที่จะนำเสนอ ต้องเป็นคนที่มีความหลงใหลใฝ่ใจในข่าวสูง ทั้งนี้ทีมงานต้องรับเป็นผู้ที่สามารถทนต่อความกดดันได้ดี ต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ต้องไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค มีความคล่องแคล่วในตนเอง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพราะปัจจุบันที่ทุกช่องมีรายการฮาร์ดทอล์คจึงทำให้เกิดการแข่งขันสูง อีกทั้งทีมงานต้องเป็นคนที่คิดประเด็นติดตามข่าว ประสานงานกับแหล่งข่าวหรือผู้ดำเนินรายการ และการเชิญแซกรับเชิญมาร่วมรายการ รวมถึงการแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ จึงถือว่าทีมงานนั้นมีความสำคัญเท่ากับผู้ดำเนินรายการ เพราะจะส่งผลกระทบต่อการทำงานที่ราบรื่นและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของรายการโดยรวมโดยหัวข้อทีมงานมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ส่วนข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณที่มีคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นว่าสำหรับองค์ประกอบด้านทีมงานกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

เทคนิคอื่นๆ หรือภาพ แสง สี เสียงถือเป็นส่วนที่ทำให้รายการทีวีมีความน่าสนใจ แต่ไม่เท่ากับองค์ประกอบอื่นๆ ที่กล่าวถึงข้างต้น เพราะรายการฮาร์ดทอล์คเป็นรายการซักถามแขกรับเชิญหรือกล่าวถึงสถานการณ์บางอย่างอย่างมีเหตุมีผล ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับเนื้อหามากกว่า แต่หากมีวิธีการใช้กราฟิกช่วยในการนำเสนออีกก็จะมีความน่าสนใจ เพราะบางเรื่องมีรายละเอียดเยอะ การเล่าเรื่องอย่างเดียวอาจจะไม่เห็นภาพ ดังนั้นต้องใช้กราฟิกหรืออินโฟกราฟิกเข้ามาช่วยในการสรุปเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งต้องอาศัยมุมมองเพื่อให้คนดูได้เห็นถึงสีหน้า ท่าทาง แววตาของแขกรับเชิญและผู้ดำเนินรายการเพราะหากไม่ใส่ใจรายละเอียดพวกนี้อาจจะทำให้ผู้ดำเนินรายการเกิดความกังวล หรือภาพหน้าจอออกมาไม่น่าสนใจ คนดูเกิดความเบื่อหน่ายโดยหัวข้อเทคนิคอื่นๆ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจที่น้อยที่สุด ส่วนข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณที่มีคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.08 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก แต่ก็เป็นองค์ประกอบที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบเทคนิคอื่นๆ มีความสำคัญน้อยที่สุดของกลยุทธ์การทำรายการ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ หรือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยทั่วไปที่รับชมรายการล้วนให้ความสำคัญในเรื่องเทคนิคน้อยที่สุด แต่ก็มีมีความสำคัญที่ทำให้รายการดูน่าสนใจ สอดคล้องกับดวงกมล เทวพิทักษ์ (2542) ที่ศึกษาเรื่อง ลักษณะเนื้อหาข่าวสาร และจินตนาการบันเทิงในข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อประเด็นการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาสร้างสรรค์เนื้อหาข่าว การตัดต่อภาพ การนำกราฟิกตัวอักษรได้ภาพข่าวมาใช้ในรายการทำให้มีสีสันจนเกิดความน่าสนใจในการรับชมรายการ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสรุปทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเพื่อสร้างกลยุทธ์การทำรายการ ดังนี้



รูปที่ 2Hard News talk18 (จินณภาพ พันธะนาม, 2561)

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

จากภาพอธิบายได้ว่าผู้ชมให้ความสำคัญกับประเด็นหรือเนื้อหามากที่สุดเป็นอันดับแรกในการเลือกรับชมรายการ และมองถึงกลยุทธ์การทำรายการที่จะประสบความสำเร็จและมีคุณภาพ ว่า ประเด็นหรือเนื้อหาและผู้ดำเนินรายการ มีความสำคัญเท่ากันส่วนแรกหรือที่ทีมงาน และเทคนิคอื่น คือ ฉาก แสง สี เสียง มีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ

ซึ่งมีทัศนคติสวนทางกับฝั่งผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์หรือผู้ผลิตรายการ ทั้ง ผู้อำนวยการฝ่ายข่าวหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ผู้ดำเนินรายการ และบรรณาธิการ โปรดิวเซอร์หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย มองถึงกลยุทธ์การทำรายการคุยข่าวหรือรายการสารคดีที่จะประสบความสำเร็จและมีคุณภาพได้ต้องอาศัยทักษะความสามารถของผู้ดำเนินรายการเป็นอันดับแรก ลำดับรองลงมา คือ เนื้อหาหรือประเด็นข่าว ทีมงาน และแขกหรือเชิญที่จะทำให้งานมีความน่าสนใจ ส่วนเทคนิคอื่นๆ คือ ฉาก แสง สี เสียง เป็นเพียงองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์แต่ไม่ได้มีความสำคัญมากนัก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยเห็นได้ชัดว่าในหัวข้อผู้ดำเนินรายการและหัวข้อเนื้อหาหรือประเด็นข่าวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อกลยุทธ์การทำข่าวมากที่สุดทั้งจากการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพราะถือว่าองค์ประกอบทั้ง 2 ตัวนี้เป็นสิ่งที่จะสามารถยึดใจผู้ชมและทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกหรืออารมณ์ร่วมได้มากที่สุด การดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการในเนื้อหาหรือประเด็นข่าวที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม จะทำให้ผู้ชมเกิดการติดตาม ประกอบกับรูปแบบการทำข่าวหรือเนื้อหาข่าวที่มีการเจาะลึก มีการวิเคราะห์เหตุผลของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และการเท่าทันเหตุการณ์ จะส่งผลทำให้ผู้ชมเกิดการติดตามรายการข่าวมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยเห็นว่าช่องทางการรับชมรายการข่าวในปัจจุบันการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่เป็นไปอย่างเร่งรีบ การใช้ชีวิตโดยส่วนใหญ่ก็อยู่ภายนอกที่พักอาศัย ดังนั้นการรับชมรายการข่าวผ่านทางอุปกรณ์ต่างๆ อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น ทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้นอีกมากในอนาคต ดังนั้นผู้ประกอบการหรือบรรณาธิการประจำรายการข่าวควรให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าว ทั้งในแง่ของอุปกรณ์ และการจัดรูปแบบหรือเนื้อหาของรายการให้เหมาะสมสำหรับการรับชมผ่านอุปกรณ์เหล่านี้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ ควรศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไป เพื่อสำรวจทัศนคติจากกลุ่มคนที่อยู่นอกสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ เนื่องจากรายการข่าวนั้นเป็นรายการที่มีการเผยแพร่ไปทั่วประเทศ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องได้รับความคิดเห็นในการคิดกลยุทธ์การทำรายการในหลายๆ ด้าน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การทำรายการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณควรกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสายงานการจัดทำ/ผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางความต้องการในด้านต่างๆ ของการนำเสนอข่าวในมุมมองกว้าง เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ซึ่งข้อมูลเชิงลึกต่อไป

ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในทุกภาคของประเทศไทย เนื่องจากลักษณะของประชากรในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกันในบริบทที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการ และมีทัศนคติต่อรายการที่แตกต่างกัน โดยผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนากลยุทธ์รายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมที่อยู่ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

บรรณานุกรม

- ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเสนทรพรรค์ (2546) **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (หน้า 149–155). [Chaiyong Brahmawong, Nikhom Thadang and Paiboon Kachaentoonpun (2003) **Television radio program in instructional materials**. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. pages 149-155].
- ดวงกมล เทวพิทักษ์ (2542) **ลักษณะเนื้อหาข่าวสาร และจินตนาการบันเทิงในข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Duangkam Thepitpitak (1999) **Content and entertainment in entertainment news of Thai television**. Master Thesis Faculty of Communication Arts Mass Communication, Chulalongkorn University.].
- มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร (2554) **ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Manasanan Apiromvijit (2011) **Factors influencing public entertainment news in Bangkok**. Master of Arts, Thammasat University.].
- มาริยา ไชยเศรษฐ์ (2546) **ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**. [Marianaya Chaiyasit (2003) **Expectation and the satisfaction of the audience in Bangkok** Faculty of Journalism and Mass Media Mass Communication, Thammasat University.].
- สุภาวณีย์ สงวนนาม (2557) **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเนชั่น. [Supawat Snguang (2014) **Factors influencing television audience's choice of news programs in Bangkok**. Master of Business Administration, Graduate School, University of the Nation].

เว็บไซต์

- TV Digital Watch (2560) **เรตติ้งรายการคุยข่าว**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/search/top/?q=tv%20digital%20watch>, 7 กุมภาพันธ์ 2561 [TV Digital Watch (2018) **Rating of News Talk**. Retrieved from <https://www.facebook.com/search/top/?q=tv%20digital%20watch>, February 7, 2018]

สัมภาษณ์

- มานะ ตริยาภิวัฒน์. (7 กุมภาพันธ์ 2561) [Mana Trinya Phiwat. (February 7, 2018)]