

วิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย
กระทรวงสาธารณสุข

นายคัมภีร์ งานดี
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

ศูนย์สื่อสารสาธารณะ กรมอนามัย
พ.ศ. 2563

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน และ 4) เพื่อระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย โดยวิธีการศึกษา เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ สื่อมวลชนสายสาธารณสุข ประจำกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 145 คน ระยะเวลาที่ศึกษาคือกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ.2563 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าร้อยละ และหาความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยที่สื่อมวลชนสนใจ 3 ลำดับแรกคือ ข่าวไวรัสโคโรนา 2019 ร้อยละ 78.6 รองลงมาคือ ออกกำลังกาย ร้อยละ 60.0 เหตุราคาราคาญและผลกระทบต่อสุขภาพ (เช่น ฝุ่น PM 2.5) ร้อยละ 55.9 ส่วนความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์ คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 45.5 สำหรับความพึงพอใจของสื่อมวลชนพบว่า มีความพึงพอใจในระดับสูงต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย รองลงมาคือการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชนต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวที่สำคัญที่สุดคือ มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการสื่อสารของกรมอนามัย ที่สำคัญที่สุดคือ มีการประสานงานที่ดี

โดยสรุป ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยที่สำคัญที่สุดคือ ความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และหากต้องการให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ควรเร่งพัฒนาข่าวของกรมอนามัยในด้านต่อไปนี้คือ ความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวต้องเป็นประโยชน์ และต้องมีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์ ตามลำดับ ซึ่งข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือ ควรมีการต่อยอดการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยในกลุ่มสื่อมวลชนที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อการพัฒนาทางด้านข่าวที่จะมีจำนวนมากขึ้น และมีช่องทางการเผยแพร่ข่าวที่หลากหลายในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุก ๆ ท่าน ที่มีส่วนร่วมให้การสนับสนุน ชี้นำแนวทางที่สำคัญ และให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างสูงต่อการผลิตผลงานวิจัย เพื่อให้มีความถูกต้องอย่างสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณนักวิชาการกรมอนามัย และนักประชาสัมพันธ์กระทรวงสาธารณสุขทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมขัดเกลา ให้งานวิจัยครั้งนี้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม และดำเนินไปด้วยความสำเร็จอย่างดียิ่ง และขอขอบคุณสื่อมวลชนทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ จนทำให้เกิดผลลัพธ์และมุมมองใหม่ ๆ ต่อการนำข้อมูล มาใช้ในการพัฒนางานด้านข่าวของกรมอนามัยให้เกิดอย่างมีประสิทธิภาพ และมีคุณค่าต่อไป

คัมภีร์ งานดี

สิงหาคม 2563

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญ

สารบัญตาราง

สารบัญภาพ

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์	3
กรอบแนวคิดในการศึกษา	4

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์	5
แนวคิดเกี่ยวกับข่าว	8
การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน	24
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

แนวทางการศึกษา	33
กลุ่มประชากร	33
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	33
การแปลผล	34
การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ	34
การวิเคราะห์ข้อมูล	35

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ลักษณะของสื่อมวลชนสายสาธารณสุข ประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย	36
ระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชนต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าว การสร้างความสัมพันธ์ และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานของกรมอนามัย	39
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน	39
ปัจจัยที่ส่งผลการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย	46
ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสื่อกับปัจจัยที่ส่งผลการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย	48

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย	50
อภิปรายผล	52
ข้อเสนอแนะ	56

บรรณานุกรม 57

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. ผลการหาค่าความสอดคล้อง (IOC)	60
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	63

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	อธิบายลักษณะของสื่อมวลชนที่ศึกษา และประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัย ที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ	36
4.2	อธิบายความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย	37
4.3	อธิบายระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชน	39
4.4	อธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน	40
4.4.1	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย	40
4.4.2	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์ กับสื่อมวลชนของกรมอนามัย	42
4.4.3	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร ของกรมอนามัย	44
4.5	อธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย	46
4.6	อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสื่อกับปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าว ของกรมอนามัย	48

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
2.1	การเขียนข่าวแบบปิรามิดหัวกลับ	12
2.2	การเขียนข่าวแบบปิรามิดหัวตั้ง	13
2.3	การเขียนข่าวแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยื่นแบบผสม	14
2.4	แผนภูมิกระบวนการตัดสินใจคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของนักหนังสือพิมพ์	23
2.5	สื่อมวลชนในฐานะสะพานเชื่อมองค์ประกอบทั้งสามของสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขาด้วยกัน	26
2.6	แสดงภาพรวมของกระบวนการและปัจจัยในการกำหนดวาระสุขภาพของสื่อมวลชนไทย	27

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานเหมือนอดีตที่ผ่านมา แต่ได้หลอมรวมเข้ากับวิถีชีวิตของคนอย่างแท้จริง และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการทางสังคม รวมทั้งการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอย่างสิ้นเชิง อิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัลดังกล่าวจึงเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของประเทศในการวางนโยบายด้านการสื่อสาร และการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจต่อประชาชน ประกอบกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ และแผนที่เกี่ยวข้องของประเทศ ได้ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารสาธารณะการเปิดโอกาสให้ภาคเอกชน และภาคประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารภาครัฐ เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและประโยชน์ในการใช้ชีวิต สร้างสังคมแห่งการรู้เท่าทันสื่อ ต่อด้านข่าวลวง ซึ่งนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2563-2565 ได้มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนทั้งในประเทศและต่างประเทศไว้ 4 แนวทาง คือ 1) สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจของประชาชนต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญ 2) สร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชนไทยและชาวต่างประเทศต่อการต่างประเทศ 3) บริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ สร้างการรู้เท่าทันและการมีส่วนร่วม 4) ยกระดับบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล การพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศในระยะ 3 ปี (พ.ศ.2563-2565) จะประสบความสำเร็จได้ จึงต้องเร่งพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในยุคดิจิทัลให้มีความเชี่ยวชาญเพื่อให้สามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์ ผลิตข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานแม่นยำ กระชับ รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2563)

ในอดีตที่ผ่านมา นักประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ และมีความจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน นักประชาสัมพันธ์เองก็ต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อหรือช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารองค์การของตนเองเพื่อหวังให้ประชาชนได้รู้และสร้างความเข้าใจ อันจะก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่องค์กร ซึ่งจะทำให้องค์กรนั้นตั้งอยู่ได้โดยได้รับความนิยมนิยมชมชอบ และความศรัทธาจากประชาชน ในขณะเดียวกัน สื่อมวลชนก็ต้องอาศัยนักประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งข่าวที่จะนำมาเผยแพร่ เพื่อให้สาธารณชนรับรู้ มีความเข้าใจในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ปัญหาที่น่าจะเป็นอุปสรรคของบุคคลทั้ง 2 ฝ่ายก็คือ ความไม่เข้าใจถึงความต้องการของกันและกัน นักประชาสัมพันธ์ต้องการให้ข่าวของตนได้รับการเสนอให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ในขณะที่สื่อมวลชนอาจจะมีย่อจำกัดหลายประการ เช่น มีเนื้อที่จำกัด แต่มีข่าวที่จะต้องเผยแพร่เป็นจำนวนมาก ซึ่งในการเผยแพร่นั้นสื่อมวลชนต้องการสิ่งที่มีคุณค่าของความเป็นข่าว (Newsworthy) ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่าน หรือผู้ฟัง แต่นักประชาสัมพันธ์อาจจะไม่เข้าใจข้อจำกัดต่าง ๆ เหล่านั้นของสื่อมวลชน จึงเขียนข่าวโดยไม่คำนึงถึงนโยบาย หรือปราศจากซึ่งคุณค่าของข่าวตามที่สื่อมวลชนต้องการ จึงทำให้ข่าวที่ส่งไปตีพิมพ์นั้นไม่ได้รับการเผยแพร่ อันอาจจะมีสาเหตุเนื่องมาจากเนื้อหาข่าวไม่สมบูรณ์ เขียนข่าวยาวเกินไป ไม่น่าสนใจ ส่งข่าวซ้ำ ส่งข่าวจำนวนมากเกินไป ขาดความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ไม่มีความเที่ยงตรงในข่าว มุ่งแต่จะโฆษณาสถาบันเท่านั้น ดังนั้น สื่อมวลชนสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญ รู้จักระมัดระวัง และพยายามเรียนรู้การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยผ่านสื่อมวลชนและใช้วิธีการเขียนข่าวแบบตรงไปตรงมา ไม่ปิดบังหรือมีเงื่อนไข

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของความร่วมมือในปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนแปลงไป สื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์ต่างมีความร่วมมือในเรื่องของการเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น สื่อมวลชนเองก็มีความยินดีและเต็มใจที่จะช่วยเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ จะเห็นได้ในแต่ละวัน สื่อมวลชนแต่ละประเภทหรือหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับได้นำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์องค์การเป็นจำนวนมาก หากข่าวนั้นเป็นข่าวที่มีคุณค่าของความเป็นข่าว เป็นที่น่าสนใจ และมีประโยชน์แก่สาธารณชนทั่วไป เขียนข่าวมีความถูกต้องตามหลักและวิธีการเขียนข่าว เน้นความจริงตรงไปตรงมา และนักประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงไว้เสมอว่า สื่อมวลชนนั้นต้องทำงานแข่งกับเวลา ดังนั้น ข่าวใดก็ตามที่มีคุณสมบัติครบถ้วนและมีคุณค่าของความเป็นข่าว สื่อมวลชนก็ย่อมคัดเลือกข่าวนั้น

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้กำหนดบทบาทภารกิจที่ชัดเจนในการดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ “กรมอนามัยเป็นองค์กรหลักของประเทศในการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมเพื่อประชาชนสุขภาพดี” โดยศูนย์สื่อสารสาธารณะเป็นหน่วยงานหลักในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภารกิจงานของกรมอนามัยไปยังกลุ่มเป้าหมายประชาชน และภาคีเครือข่าย ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคผ่านรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย โดยหนึ่งในนั้นคือการผลิต “ข่าวกรมอนามัย” เพื่อนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพที่ถูกต้องแก่ประชาชน เนื่องจากปัจจุบันปัญหาสุขภาพของประชาชนได้เปลี่ยนแปลงตามปัจจัยทางสังคม สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมมากขึ้น รวมไปถึงกระแสการตื่นตัวและความใส่ใจด้านสุขภาพ ซึ่งประชาชนมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพจากสื่อหลากหลายช่องทางผ่านกลุ่มสื่อมวลชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ทางกรมอนามัยได้ส่งผลข้อมูลข่าวสารที่ผลิตเพื่อให้สื่อมวลชนได้เป็นช่องทางที่จะสื่อสารข้อมูลของกรมอนามัยที่ถูกต้อง และเชื่อถือได้ไปยังกลุ่มประชาชนในวงกว้าง

ทั้งนี้ จากข้อมูลการผลิตข่าวของกรมอนามัยในช่วงระยะเวลา 3 ปี (ปี 2560 – 2562) พบมีแนวโน้มการผลิตข่าวและมีจำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนเพิ่มมากขึ้น โดยปี 2560 ผลิตข่าวจำนวน 114 ข่าว ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน จำนวน 924 ครั้ง ปี 2561 ผลิตข่าวจำนวน 140 ข่าว ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน จำนวน 1,048 ครั้ง และ ปี 2562 ผลิตข่าวจำนวน 242 ข่าว ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน จำนวน 3,363 ครั้ง โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้การผลิตข่าวของกรมอนามัยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และได้รับการเผยแพร่เพิ่มมากขึ้น คือ 1) นโยบายผู้บริหาร ที่ให้ความสำคัญต่อการผลิตข่าวของกรมอนามัยเพื่อสื่อสารภารกิจงานด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม สร้างการรับรู้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อมวลชน โดยกำหนดให้มีการจัดทำข่าวทุกวันอย่างต่อเนื่อง 2) การวางแผนการสื่อสาร และกำหนดประเด็นสื่อสารประจำปี โดยมีการจัดทำเป็นปฏิทินกิจกรรมในแต่ละเดือนไว้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถกำหนดทิศทางการนำเสนอข่าวของกรมอนามัยในภาพรวมทั้งปีได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ยังช่วยให้การสื่อสารและผลิตข่าวในระดับภูมิภาค โดยหน่วยงานศูนย์อนามัยได้ดำเนินงานด้านข่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกับส่วนกลาง และทำให้ข่าวของกรมอนามัยมีการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนในวงกว้างเพิ่มมากขึ้น 3) ประเด็นข้อมูลข่าวทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ และตรงกับความต้องการของสื่อมวลชน เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ เพราะข่าวที่ทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ มักจูงใจให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ เนื่องจากเป็นประเด็นที่ประชาชนส่วนใหญ่กำลังให้ความสนใจ และต้องการรู้ข้อมูลเหล่านั้น ซึ่งการผลิตข่าวได้ทันเวลาและตรงกับความต้องการของสื่อมวลชนจึงทำให้มีโอกาที่ข่าวนั้นได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ มากขึ้นตามไปด้วย 4) มีการสื่อสารตอบโต้ความเสี่ยงได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการผลิตข่าวในยุคดิจิทัล เนื่องจากในแต่ละวันข่าวที่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นจำนวนมากนั้น บางครั้งข่าวที่นำเสนอก็ทำให้ประชาชนมีความเข้าใจด้านพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่ถูกต้อง ทำให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ผิด ผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารจึงต้องมีการติดตามสถานการณ์เป็นประจำทุกวัน และหากพบประเด็นข่าวปลอม หรือข่าวลวง ที่มีการนำเสนอข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ก็ต้องเร่งสื่อสารและจัดทำข่าวเพื่อตอบโต้ความเสี่ยงให้ทันทั่วทั้งที่ ส่งผลให้ข่าวของกรมอนามัยได้รับการเผยแพร่เพิ่มมากขึ้น และ 5) ความถี่และความต่อเนื่องในการนำเสนอข่าวของกรมอนามัย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนได้รับข่าวสารของกรมอนามัยอย่างสม่ำเสมอ และนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานด้านการผลิตข่าวของกรมอนามัยมีการพัฒนาและสนองต่อความต้องการของกลุ่มสื่อมวลชน ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัยไปยังประชาชน โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น ศูนย์สื่อสารสาธารณะจึงเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการสนองต่อความต้องการของลูกค้าย่อยสื่อมวลชน ควบคู่กับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของกรมอนามัย จึงได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข” ขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ
- 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชน
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน
- 4) เพื่อระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ศูนย์สื่อสารสาธารณะ กรมอนามัย สามารถใช้ผลการศึกษานี้เพื่อพัฒนางานการเผยแพร่ข่าวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และตอบสนองต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน รวมทั้งนำข้อมูลไปใช้ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านข่าวของกรมอนามัยได้

ขอบเขตของการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ สื่อมวลชนสายสาธารณสุข ประจำกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 145 คน ระยะเวลาที่ศึกษาคือ กรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ.2563 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าร้อยละ และหาความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์

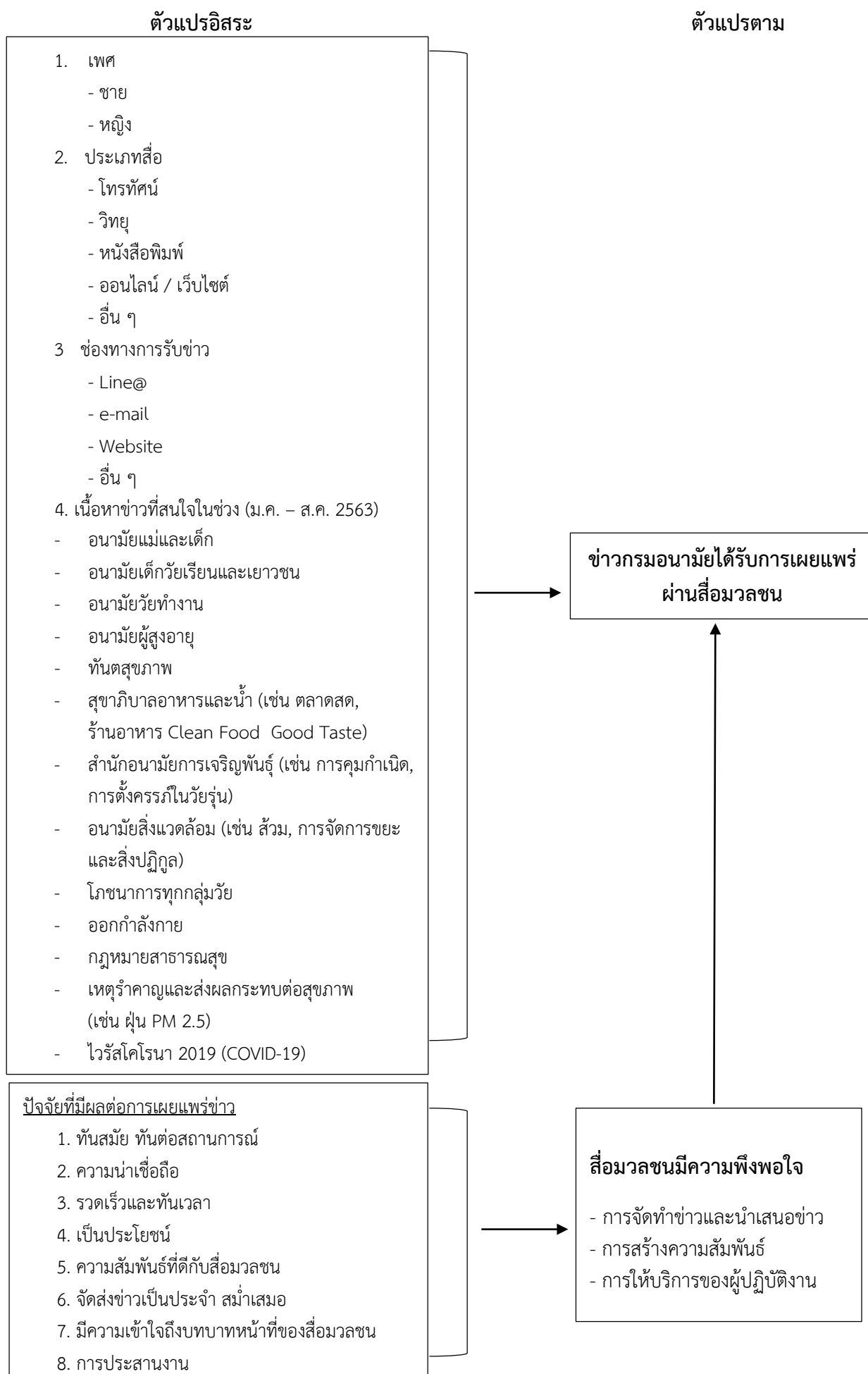
นิยามศัพท์

การเผยแพร่ข่าว หมายถึง การนำข้อมูลข่าวของกรมอนามัยทั้งด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม รวมทั้งข้อมูลสถานการณ์ด้านสุขภาพที่เกิดขึ้นไปเผยแพร่เป็นข่าวอยู่ในสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์/เว็บไซต์ โดยอาจจะนำเสนอข่าวทั้งในแง่บวกหรือลบ ซึ่งไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานกรมอนามัย

สื่อมวลชน หมายถึง ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านข่าวสายสาธารณสุข เป็นทั้งสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์/เว็บไซต์ โดยมีการนำข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ไปเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อนั้น ๆ เพื่อให้ประชาชนจำนวนมากได้รับรู้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกันหรือในช่วงเวลาเดียวกัน

กรมอนามัย หมายถึง หน่วยงานราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข เป็นองค์กรหลักของประเทศในการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและระบบอนามัยสิ่งแวดล้อมเพื่อประชาชนสุขภาพดี ทำหน้าที่ในการสังเคราะห์ใช้ความรู้ คู่มือพรวม เพื่อกำหนดนโยบายและออกแบบระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม โดยการประสานงาน สร้างความร่วมมือ และกำกับดูแล เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อการดำเนินงาน

กรอบแนวคิดในการศึกษา



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและสนับสนุนผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าว
3. หลักการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน
5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์

การเผยแพร่ (Dissemination)

การเผยแพร่ (Dissemination) ในการประชาสัมพันธ์เป็นการเปิดเผยถึงความจริง เพื่อแสดงความจริงใจ สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย การเผยแพร่เป็นการถ่ายทอดความรู้ วิธีการ เพื่อสร้างการยอมรับ และให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน โดยพยายามหาหลักการที่เกี่ยวข้องมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะครอบคลุมหลักการด้านจิตวิทยาและการสื่อสาร ที่ผู้สื่อสารจะต้องคำนึงถึงผู้รับสาร เพื่อให้สามารถส่งสารที่ตนปรารถนา ส่ง หรือสื่อไปยังผู้รับสารได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ สัมพันธ์กับหลักการทางจิตวิทยาที่สามารถนำมาใช้ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารการเผยแพร่ เมื่อมีความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้า (Simulus-S) และการตอบสนอง (Response-R) แล้วมีการเสริมแรง (Reinforcement-Re) ด้วยผลที่ออกมาทางบวก ซึ่งหากผู้รับสารเสริมแรงทางบวกคือ ความพอใจจากคำชมของผู้เผยแพร่ หรือจากความสุขของตนเอง การเปลี่ยนแปลงก็จะเกิดขึ้น ซึ่งการชี้ว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับเห็นความจำเป็นที่จะยอมรับสิ่งที่กำลังเผยแพร่ ได้ลงมือกระทำ หรือได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่กำลังเผยแพร่ และได้อยู่ในบรรยากาศหรือสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมทั้งทางกายภาพและจิตวิทยาด้วย ผู้รับก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคือ ยอมรับสิ่งที่กำลังเผยแพร่ได้ง่าย (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2536, หน้า 65-73)

สำหรับหลักการสื่อสารในการเผยแพร่ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2536, หน้า 20-25) กล่าวว่า ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการ โดยประการแรก ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ส่งสาร คือ ผู้เผยแพร่ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ เป็นที่ยอมรับของผู้รับสาร กล่าวคือ เป็นผู้ที่มีทั้งคุณวุฒิ และความสามารถในการสื่อสาร ถ่ายทอดสารแก่ผู้รับสาร ทำเรื่องยากให้เข้าใจง่าย รู้จักผู้รับสาร รู้จักเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะสื่อสารเป็นอย่างดี และสามารถที่จะใช้สื่อหรือช่องทางในการถ่ายทอดสารได้อย่างเหมาะสม ประการที่สอง คือ คุณภาพของสารหรือเนื้อหาสาระ ได้แก่ เรื่องที่จะทำการเผยแพร่ต้องได้รับการปรุงแต่งให้เหมาะสมกับสาระเดิมของผู้รับสาร หรือเป็นการนำเนื้อหาสาระมาวิเคราะห์ แบ่งแยกให้ง่ายลง หาวิธีการเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่ายขึ้น ประการที่สาม คือ คุณภาพของสื่อหรือช่องทางในการสื่อสาร ได้แก่ เครื่องมือทุกประเภทที่จะนำมาใช้เป็นตัวกลาง หรือพาหนะนำเนื้อหาสาระไปถ่ายทอดให้ผู้รับสารได้ทราบ ผู้เผยแพร่จำเป็นต้องเลือกสื่อหรือช่องทางที่เหมาะสม โดยใช้สื่อบุคคล สื่อสื่อดิจิทัล หรือสื่อมวลชนตามแต่ละประเภทของผู้รับ และประการที่สี่ คุณลักษณะของผู้รับสาร ได้แก่

ธรรมชาติ พื้นฐานความรู้ ทักษะ ค่านิยม ความสนใจ การให้ผู้ส่งสารได้ทราบเกี่ยวกับผู้รับสาร การทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการ และความจำเป็นของผู้รับสาร

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2536) กล่าถึง องค์ประกอบและปัจจัยในการเผยแพร่ว่า อันดับแรกประกอบด้วย ผู้เผยแพร่ หมายถึง ผู้ที่ต้องการให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบ ให้การยอมรับ และปฏิบัติตามแนวทางในการจัดระบบและการนำไปใช้ โดยมีหน้าที่ บทบาทต่างกันไป ต่อมาคือ เนื้อหาสาระซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ เพราะหากเนื้อหาสาระดีก็จะได้รับการยอมรับในการเผยแพร่ ควรมีการปรุงแต่งให้เหมาะสมกับระดับของผู้รับ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาและแยกแยะได้ง่ายลง และหาวิธีการที่จะให้ผู้รับเข้าใจง่าย อันดับที่สาม คือ สื่อกลางในการเผยแพร่ ได้แก่ สื่อบุคคล สำหรับการบรรยาย สัมมนา และการประชุมเชิงปฏิบัติการ สื่อโสตทัศน ได้แก่ สื่อมวลชน คือ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ส่วนเป้าหมายผู้รับเป็นอันดับที่สี่ ได้แก่ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม การดำรงชีวิต ธรรมชาติ พื้นฐานความรู้ ทักษะ ค่านิยม สภาพปัญหา ความต้องการและความจำเป็นของเป้าหมายผู้รับ และอันดับสุดท้าย คือ สภาพแวดล้อมที่จะทำการเผยแพร่ ครอบคลุมทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมทางจิตภาพ ทั้งในห้องเรียน นอกห้องเรียน สถานที่ราชการ และชุมชนที่ต้องการเผยแพร่

การเผยแพร่มีปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ปัจจัยแรกที่จะทำให้การเผยแพร่ประสบความสำเร็จคือ คุณภาพของเนื้อหาสาระ หากเนื้อหาสาระที่จะทำการเผยแพร่มีความเหมาะสม ถูกต้อง มีคุณภาพ ประชาชนผู้รับการเผยแพร่ได้รับความรู้ และสามารถนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิต ก็หมายถึง การบรรลุจุดมุ่งหมายของการเผยแพร่ การยอมรับ และการสนับสนุนของผู้บริหาร เป็นปัจจัยสำคัญตามมา ความสำเร็จของการเผยแพร่ ขึ้นอยู่กับการยอมรับการสนับสนุนของผู้บริหารเป็นอย่างมาก หากผู้บริหารให้การยอมรับและสนับสนุน บุคลากรผู้ดำเนินการก็มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติ การเผยแพร่ย่อมมีคุณภาพตามไปด้วย การยอมรับและให้ความร่วมมือของบุคลากรเป็นอีกปัจจัยสำคัญในการดำเนินการเผยแพร่ จำเป็นจะต้องได้รับการยอมรับจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องในหลายฝ่าย เพื่อเป็นการประสานความร่วมมือทั้งบุคลากรในด้านบริหาร ด้านวิชาการ บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการบริการ และปัจจัยสุดท้ายคือ ความสามารถในการเผยแพร่ของผู้เกี่ยวข้องขึ้นอยู่ความสามารถในการสื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบ ผู้เผยแพร่จะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และเชื่อมั่นในวิธีการที่จะเผยแพร่

ในการดำเนินการเผยแพร่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ หรือสื่อในการเผยแพร่ โดยต้องคำนึงถึงวิธีการที่เหมาะสม ให้สอดคล้องกับกิจกรรม จึงสามารถทำให้การเผยแพร่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งเครื่องมือหรือสื่อ และวิธีดำเนินการมีอยู่หลายประเภท แต่ละประเภทมีธรรมชาติและลักษณะแตกต่างกัน นภาพรณ อัจฉริยะกุล (2547) ได้กล่าวถึงสื่อ โดยจำแนกเป็นสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อโสตทัศน สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกิจกรรม สรุปได้ว่า สื่อบุคคลเป็นตัวนำสารที่ดีกว่าชนิดอื่น เพราะบุคคลสามารถใช้วิธีการต่าง ๆ ที่จะนำสารไปถึงผู้รับได้ตามวัตถุประสงค์ และตรงเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งวิธีการที่บุคคลใช้เพื่อเป็นตัวนำสาร ได้แก่ การสนทนา อภิปราย บรรยาย ประชุม สัมมนา การขอร้อง และการโน้มน้าวชักจูงใจในด้านของสื่อมวลชน ซึ่งหมายถึงสื่อที่ถ่ายทอดเนื้อหาสาระไปถึงผู้รับ ซึ่งมีลักษณะเป็นมวลชน มีผู้รับจำนวนมาก และอาจจะอยู่ต่างถิ่น ต่างสถานที่ สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาเดียวกัน พร้อม ๆ กัน สื่อมวลชนดังกล่าว ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ นอกจากนี้ ยังมีสื่อกิจกรรม ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการเผยแพร่ที่สามารถเชื่อมโยงความนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารหลากหลาย โดยการนำเอาสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน และสื่ออื่น ๆ มาประกอบกันเป็นกิจกรรมให้ความสมบูรณ์ สามารถนำเอาข้อดี ข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิด มาผสมผสานทดแทนกันได้ ทำให้กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อใช้สื่อความหมายมีความน่าสนใจ และมีประสิทธิภาพ สื่อกิจกรรมที่นิยมใช้ ได้แก่ การจัดนิทรรศการ การสาธิต การประกวด การณรงค์ การจัดประชุม และการแถลงข่าว

สำหรับกระบวนการในการใช้สื่อเพื่อส่งไปยังผู้รับนั้น มีโครงสร้างของการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการติดต่อแลกเปลี่ยนสารสนเทศระหว่างบุคคลภายในระบบ โดยที่บุคคลในระบบเหล่านั้นสามารถที่จะติดต่อกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือบุคคลอื่นๆ ภายในระบบ จะทำให้เกิดโครงสร้างการสื่อสาร หรือ เครือข่ายการสื่อสารที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม และเป็นตัวทำนายพฤติกรรมของบุคคลได้ สำหรับระบบเครือข่ายการสื่อสารนี้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ทัศคติไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

แคทซ์ และลาแซร์พิวต์ ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสารมวลชนในลักษณะที่คนบางคนเป็นผู้เปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าคนอื่น ๆ และสื่อสารโดยส่งผ่านสิ่งที่ได้เห็น ได้ยิน ได้อ่าน จากสื่อมวลชนต่อไปยังบุคคลอื่นที่ได้ติดต่อสื่อสารด้วย ซึ่งเป็นผู้ที่เปิดรับสื่อมวลชนน้อยกว่า

ในการประสานการสื่อสารระหว่างบุคคลและสื่อมวลชนเข้าด้วยกัน สื่อระหว่างบุคคลจะทำหน้าที่ต่อจากสื่อมวลชน 2 ประการ คือ ถ่ายทอดสารสนเทศจากสื่อมวลชน (Relay Function) ซึ่งช่วยให้สารสนเทศจากจุดเริ่มต้นของสื่อมวลชน สามารถแพร่กระจายไปสู่บุคคลที่ไม่ได้เลือกเปิดรับต่อสื่อมวลชนได้ และทำหน้าที่สนับสนุนสารสนเทศจากสื่อมวลชน (Reinforcement Function) ซึ่งแสดงว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีประสิทธิผลมากขึ้น เนื่องจากการเชื่อมโยงเข้ากับเครือข่ายการสื่อสารระหว่างบุคคล ดังนั้น หากสื่อมวลชนให้ความสำคัญและพยายามใช้อิทธิพลของการสื่อสารระหว่างบุคคลร่วมด้วย ก็จะประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ คลิปปอร์ (Klepper, อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2540 หน้า 30-31) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการแพร่กระจายสารสนเทศจากสื่อมวลชนไปยังเครือข่าย การสื่อสารระหว่างบุคคล ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารโดยสื่อมวลชนมักมีการถ่ายทอดไปตามเส้นทางสังคม (Social Line) ซึ่งหมายถึง การถ่ายทอดไปตามเครือข่ายการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีความสนใจ และความคิดเห็นเหมือนกัน การแพร่กระจายสารสนเทศของสื่อมวลชนไปในเครือข่ายการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ ก่อให้เกิดการถ่ายทอดสารสนเทศจากผู้รับสารไปยังบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่ได้เปิดรับสารสนเทศจากสื่อมวลชน ทำให้จำนวนผู้รับสารจากสื่อมวลชนเพิ่มมากขึ้นด้วย

การดำเนินการประเมินผลและติดตามผลเกี่ยวกับการเผยแพร่ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2536, น. 51) กล่าวว่า เป็นการศึกษา สำรวจ เพื่อรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเผยแพร่ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล จะเป็นข้อสนเทศในการปรับปรุงแก้ไขการเผยแพร่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ การประเมินปัจจัยป้อนเข้า (Input Evaluation) เป็นการประเมินเกี่ยวกับบุคลากร รวมทั้งวิทยากร ผู้รับการศึกษาและฝึกอบรม สื่อการฝึกอบรม งบประมาณ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการต่าง ๆ ของการเผยแพร่ การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) เป็นการประเมินกิจกรรมและเทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้ในการเผยแพร่ และองค์ประกอบสำคัญ และการประเมินผลลัพธ์ (Product Evaluation) เป็นการประเมินผลจากการเผยแพร่ว่ามีสิ่งใดที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข หรือเป็นการพิจารณากว้าง ๆ ในด้านของผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการเผยแพร่ ติดตามผลการดำเนินกิจกรรม

ในด้านการประเมินผลและติดตามผล (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2536, น. 59-60) สามารถสรุปปัญหาในการเผยแพร่ในด้านผู้เผยแพร่ และผู้รับการเผยแพร่ กล่าวคือ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผู้เผยแพร่ ได้แก่ ด้านความรู้ในเนื้อหาสาระที่จะทำการเผยแพร่ ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องสำคัญหากผู้เผยแพร่มีความรู้ในเรื่องนั้นน้อย ย่อมไม่สามารถถ่ายทอดหรือสื่อสารความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่จะทำการเผยแพร่ได้ดีเท่ากับผู้เผยแพร่ที่มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องนั้น ๆ มากกว่า ในด้านปัญหาที่เกี่ยวข้องกับทักษะการเผยแพร่ การที่ผู้เผยแพร่สารมีทักษะในการสื่อสารดี ย่อมมีความสามารถในการสื่อสาร สามารถถ่ายทอดสารแก่ผู้รับสาร ทำเรื่องยากให้เข้าใจง่าย รู้จักผู้รับสาร รู้จักเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะสื่อสารเป็นอย่างดี สามารถใช้สื่อหรือช่องทางในการถ่ายทอดสารได้อย่างเหมาะสม และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเจตคติของผู้เผยแพร่ เจตคติเป็นตัวแปรที่เป็นไปได้ทั้งปัจจัยและปัญหาในการเผยแพร่ เพราะถ้าผู้เผยแพร่มีเจตคติทางบวกย่อมรู้สึกยินดี ชื่นชม และพอใจ ในทางกลับกัน ถ้าผู้เผยแพร่มีเจตคติทางลบต่อการเผยแพร่ ผู้เผยแพร่ย่อมไม่ยินดี ไม่ชื่นชม อาจปฏิเสธหรือต่อต้าน ซึ่งเจตคติต่อตนเองเกี่ยวกับการเผยแพร่ ได้แก่

ความมั่นใจ ความมีมานะ อดทน มุ่งมั่นในการเผยแพร่ สามารถทำให้การเผยแพร่ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

สำหรับปัญหาที่เกี่ยวกับผู้รับการเผยแพร่ ซึ่งได้แก่ เจตคติของผู้รับการเผยแพร่โดยทั่วไป บุคคลมักยึดติดอยู่กับความเชื่อแบบเก่าหรือแบบดั้งเดิม เมื่อมีการนำเสนอความคิดหรือวิธีปฏิบัติใหม่ หรือนวัตกรรมเข้ามาใช้ในงานในระยะแรกย่อมเกิดความหวาดกลัวเกรงว่าจะมีผลกระทบต่อนหน้าที่การงานที่ตนเคยปฏิบัติอยู่ การยอมรับสิ่งที่นำมาใช้จึงยังล่าช้า ซึ่งวิธีการในการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นมีขั้นตอนสำคัญคือ การสร้างความตระหนัก (Awareness) เพื่อให้เกิดความสนใจ (Interest) และการพิจารณาประเมิน (Appraisal) ด้วยตนเอง และเพื่อให้เกิดการยอมรับ (Adoption) ในที่สุด สำหรับด้านคุณลักษณะของผู้รับการเผยแพร่ หรือนวัตกรรมสามารถจำแนกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนวัตกร (Innovator) เป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นในการทดลองแนวคิดหรือวิธีการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เป็นบุคคลที่กล้าเสี่ยง กลุ่มผู้ยอมรับรุ่นแรก (Early Adopter) เป็นกลุ่มที่มีคุณลักษณะยอมรับเร็ว เป็นผู้นำความรู้ด้านต่าง ๆ ในระบบสังคม ผู้ยอมรับส่วนใหญ่ (Early Majority) มีลักษณะเป็นผู้ตามมากกว่าที่จะเป็นผู้นำ กลุ่มล่าช้า (Late Majority) เป็นกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมเมื่อบุคคลอื่นยอมรับแล้ว กลุ่มต่อต้าน (Resister) เป็นกลุ่มที่มีโลกทัศน์แตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่ ซึ่งตัวแปรสำคัญคือ ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม และผลประโยชน์ในการเผยแพร่ ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมที่ผู้รับการเผยแพร่กำลังปฏิบัติอยู่ ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญ สำหรับด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในการเผยแพร่ ปัญหาที่พบบ่อยเสมอคือ วิธีการที่มุ่งเน้นให้ผู้รับการเผยแพร่เป็นฝ่ายที่ต้องยอมรับและปฏิบัติตามแนวทางที่ผู้เผยแพร่กำหนด การเผยแพร่ในลักษณะนี้จะได้ผลน้อย ผู้เผยแพร่จะต้องพิจารณาให้รอบคอบเกี่ยวกับปัญหาที่จะเกิดจากวิธีการเผยแพร่สื่อ หรือเครื่องมือที่ใช้ในการเผยแพร่ แม้จะมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ แต่ผู้เผยแพร่ต้องระมัดระวังและพิจารณาให้รอบคอบ เพราะสื่อแต่ละลักษณะต่างมีข้อจำกัด แม้ผู้เผยแพร่จะเน้นให้ใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ แต่ถ้าผู้รับไม่รับข่าวสารหรือไม่สนใจ ผู้รับไม่ได้รับความสะดวกทั้งทางด้านกายภาพและจิตภาพแล้ว การเผยแพร่ย่อมจะได้ผลน้อยลง

สำหรับปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการเผยแพร่ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และระดับของการรับรู้ ขั้นตอนสำคัญประกอบด้วย การสร้างความตระหนัก การอธิบาย และชี้แจงให้ทราบแนวคิด การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการพัฒนา การใช้และการประเมิน การสร้างการยอมรับ การให้ความร่วมมือเกี่ยวกับการพัฒนาและ การใช้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการเผยแพร่ โดยทั่วไปมักจะพบในเรื่องของจังหวะเวลาและความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างแรงจูงใจให้ยอมรับก็เป็นปัญหาหนึ่ง ซึ่งมักจะปรากฏให้เห็นเป็นปัญหาเสมอในการเผยแพร่

โดยสรุปแล้ว ปัญหาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในการเผยแพร่ ครอบคลุมปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่สื่อ เครื่องมือ และขั้นตอนในการเผยแพร่

แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

ความหมายของข่าว

คำว่า “ข่าว” มีความหมายที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับว่าผู้บัญญัติจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการให้ความหมาย ฉะนั้น คำจำกัดความเพียงชุดเดียวจึงไม่อาจจะอธิบาย หรือบ่งบอกธรรมชาติ และคุณสมบัติของข่าวได้ทั้งหมด และความหมายก็จะมีเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุคสมัย ขึ้นอยู่กับว่าสังคมใดใช้ “ข่าว” เพื่อวัตถุประสงค์ หรือเพื่อแสดงบทบาทหน้าที่ใดในสังคม

“ข่าว” ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า NEWS ซึ่งมีผู้สันนิษฐานถึงที่มาของคำ ๆ นี้ไว้แตกต่างกัน บ้างก็มาจากอักษรแรกของคำ 4 คำ คือ N-E-W-S ซึ่งมาจากคำว่า North (ทิศเหนือ) East (ทิศตะวันออก) West (ทิศตะวันตก) และ South (ทิศใต้) โดยให้คำอธิบายว่า ข่าวคือรายงานอุบัติการณ์ที่มีที่มาจากทุกทิศทาง

นักวิชาการสื่อสารมวลชนและนักวิชาชีพหนังสือพิมพ์ทั้งต่างประเทศและในประเทศไทย ได้ให้ความหมายหรือคำจำกัดความของคำว่า “ข่าว” ไว้ในหลายประการ อาทิ

“หมากัดคนไม่เป็นข่าว แต่เมื่อคนกัดหมานั้นแหละคือข่าว” (When a dog bites a man isn't news but while a man bites a dog that's news) ความหมายนี้เป็นของ จอห์น บี โบการ์ต (John B. Bogart) บรรณาธิการข่าวในประเทศของหนังสือพิมพ์นิวยอร์กซัน ข้อความนี้มีความหมายอยู่ในตัวและสามารถสื่อให้เห็นถึงธรรมชาติของความเป็นข่าวได้ระดับหนึ่ง นั่นคือสิ่งที่เป็ข่าวนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่ “ผิดปกติธรรมดา” ไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นจนเป็นปกติวิสัย แต่นิยามดังกล่าวก็ยังมีข้อถกเถียงกันในเรื่องของความสมบูรณ์แห่งความหมายและความเข้าใจ มีผู้โต้แย้งว่า สุนัขกัดคนก็น่าจะเป็นข่าวได้ หากคนนั้นเป็นบุคคลสำคัญ เช่น นายกรัฐมนตรี หรือดารา นักร้อง หรือผู้มีชื่อเสียงต่างๆ เป็นต้น

โจเซฟ พูลิตเซอร์ (Joseph Pulitzer) นักหนังสือพิมพ์ผู้โด่งดังในช่วงต่อของศตวรรษที่ 20 กล่าวแนะนำให้บรรณาธิการและนักข่าวมองหาเรื่องที่เป็น ต้นตอใหม่ (original), ชัดเจน (distinctive), เร้าอารมณ์ (dramatic), แสดงถึงความหวาดเสียว (romantic), ตื่นเต้น (thrilling), ไม่เหมือนใครอื่น (unique), ก่อให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น (curious), น่าสนใจ (quaint), ขวนขวาย (humorous), แปลกประหลาด สามารถนำไปพูดคุยกันได้โดยไม่กระทบกระเทือนรสนิยมอันดีงาม หรือทำให้ความรู้สึกที่ดีของสังคมตกต่ำลง และเหนือสิ่งอื่นใดทั้งหมดต้องไม่ทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในข้อเท็จจริงของข่าว หรือความเชื่อมั่นต่อความโปร่งใสและความน่าไว้วางใจของสื่อ

สุภา ศิริมานนท์ (อ้างใน พิเศษฐ์ ขวาลาวัช และคนอื่นๆ 2549 : น. 9) ให้คำอธิบายว่า

1) ข่าว คือเรื่องราวอะไรอย่างหนึ่งที่ประชาชนจะต้องพูดถึง ถ้ายังเป็นเรื่องราวที่ชวนให้ผู้คนอยากจะแสดงความเห็นมากเท่าไร ก็แปลว่ามันยังมี “คุณค่า” มากขึ้นเท่านั้น

2) ข่าว คือเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นใหม่ ๆ สด ๆ ถูกถว้น และให้ภูมิปัญญาน่ารู้เห็น หรืออาจจะได้แก่ การค้นพบต่าง ๆ อาจจะเกี่ยวกับทฤษฎีต่าง ๆ และอาจจะได้แก่เรื่องราวชนิดต่าง ๆ ซึ่งกระทบถึงประชาชนคนอ่าน

3) ข่าว คือข้อเท็จจริง สำคัญเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของเหตุการณ์บางอย่าง หรือของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเกี่ยวกับการคิด ซึ่งทำให้ผู้คนสนใจ เนื่องจากมีผลกระทบหรือมีอิทธิพลต่อชีวิตของผู้คน หรือมีอิทธิพลต่อความอยู่เย็นเป็นสุขของผู้คน

จากที่กล่าวมาข้างต้น สุภา ศิริมานนท์ ได้สรุปว่า ข่าวจะต้องประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

- 1) จะต้องใหม่ อยู่ในกระแสสะพัดและสดทันสมัย
- 2) จะต้องเป็นที่สนใจของประชาชนคนอ่าน
- 3) จะต้องผนึกรวมเอาไว้ซึ่งบางสิ่งบางประการหรือทุกประการ ซึ่งมีความน่าสนใจเช่นนั้น

คำอธิบายเหล่านี้จะเห็นได้ว่า สิ่งซึ่งจัดว่าเป็น “คุณค่าของข่าว” นั้น กำหนดโดย

- 1) จำนวนของผู้คนซึ่งเรื่องราวนั้น ๆ ทำให้เกิดความสนใจขึ้น
- 2) ปริมาณของเรื่องราวซึ่งทำให้คนทั้งหลายเกิดความสนใจ

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สุภา ศิริมานนท์ ได้สรุปไว้ว่า “ข่าว” ก็คืออะไรอย่างหนึ่งซึ่งสดทันสมัยทำให้ผู้คนจำนวนหนึ่งสนใจ และข่าวที่ดีที่สุดคือ ข่าวซึ่งมีความน่าสนใจมากที่สุดต่อจำนวนผู้คนมากที่สุด

พงษ์ศักดิ์ พยัคฆวิเชียร (อ้างใน พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช และคนอื่นๆ 2549 : น. 4) บรรณาธิการ อำนวยการหนังสือพิมพ์มติชนรายวัน (ตำแหน่งขณะนั้น) มองว่า “ข่าว” คือสิ่งที่เกิดหรือเกิดขึ้นแล้วแต่ยังไม่ปรากฏเป็นข่าว เราทำได้โดยทำให้มันเกิดขึ้นมา เพราะข่าวนั้นไม่จำเป็นต้องรอให้เกิดเหตุการณ์ขึ้นแล้วจึงรายงาน เช่น การทุจริตคอร์รัปชัน ไขว่ถูกจับแล้วถึงจะเป็นข่าว แต่ความจริงมันเป็นข่าวของมันอยู่แล้ว แต่ยังไม่มีการไปทำมันขึ้นมา เพียงแต่เราไปรู้และเขียน มันก็เป็นข่าว ตัวข่าวเกิดขึ้นตลอดเวลาทุกหนทุกแห่ง ไม่ใช่เข้าไปแล้วมันเลยไม่เป็นข่าว เช่น กรณีไฟไหม้ตึก รายงานเป็นข่าวแล้วไม่ได้จบเพียงแค่นั้น ยังมีเรื่องต้องพูดกันต่อไปว่าจะป้องกันอย่างไรไม่ให้ไฟไหม้ตึก ทำให้เกิดไฟไหม้ได้ อะไรอยู่เบื้องหลังการไหม้ และจะมีโอกาสเช่นนี้อีกไหม

พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช และคนอื่นๆ (2549 : น. 10) อธิบายว่า ข่าวคือความจริงที่สมบูรณ์ (Completely) เป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากอดีตสู่ปัจจุบันอย่างมีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง รวมถึงข้อคิดเห็นด้วย ดังนั้น สิ่งที่ถูกบันทึกในเนื้อข่าวต้องเป็นข้อเท็จจริงที่ยืนยันได้ ไม่ว่าอีกกี่ปีข้างหน้า ที่สำคัญ “ข้อเท็จจริง” จะเป็นเท็จหรือจริง จะสมมติขึ้นเองหาได้ไหม เรื่องราวเหล่านั้นบางครั้งอาจส่งผลกระทบต่อคนหมู่มากทั้งระดับท้องถิ่นหรือประเทศหรือมวลมนุษยโลก และเมื่อปรากฏเป็นข่าวสู่สาธารณชนสามารถก่อให้เกิดความเข้าใจในตัวของตัวเองได้ ข้อเท็จจริงที่เป็นข่าวนั้น ต้องสามารถจะพิสูจน์ได้ไม่ว่าจะในอีกกี่ปีข้างหน้า เพราะความจริงในวันนี้คือความจริงอีก 10 ปี หรือ 50 ปีข้างหน้าแน่นอน ข่าวที่ดีต้องเป็นความจริง ต้องเที่ยงแท้แน่นอน และจะต้องอธิบายที่มาอันเป็นไปของข้อเท็จจริงเหล่านั้นอย่างลึกซึ้ง มีลักษณะที่มีความหมายชัดเจนรอบด้าน

หลักการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือข่าวแจก (Press Release) หรือ (News Release) หมายถึงข้อมูล ข่าวสาร หรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกิจกรรม หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นภายในหน่วยงาน และหน่วยงานได้ส่งเผยแพร่ไปยังสื่อมวลชน โดยมีจุดมุ่งหมายให้สื่อมวลชนถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร หรือข้อเท็จจริงไปสู่ประชาชน ซึ่งผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีความสามารถด้านการเขียน โดยทักษะเหล่านี้ทุกคนสามารถฝึกฝนได้ด้วยการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติจริงทั้งการประชาสัมพันธ์และการเขียน ซึ่งแนวคิดของ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2546) เกี่ยวกับหลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1. ข่าวแจ้งให้ทราบ (Announcement Release) เป็นการแจ้งให้ทราบรายละเอียดต่าง ๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้น หรือที่จะมีขึ้น อาทิ แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์การดำเนินงาน การเปิดสาขา แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัยและพัฒนาใหม่ ๆ ในด้านการตลาด เป็นต้น โดยข่าวที่นำเสนอเป็นประจำในลักษณะนี้ไม่จำเป็นต้องมีเนื้อหารายละเอียดยาวมาก

2. ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (Created News Release) บางครั้งหน่วยงานอาจต้องการให้เรื่องบางเรื่องได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ แทนที่จะเผยแพร่ในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดให้เป็นกิจกรรมพิเศษขึ้น เช่น จัดคอนเสิร์ต แรลลี่ รวมถึงโครงการรณรงค์เพื่อสังคมขององค์กรต่าง ๆ เพื่อช่วยเสริมให้มีสีสันและดึงดูดความสนใจ โดยมุ่งมันให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน และนักประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมั่นใจได้ว่า ข่าวนั้น ๆ มักจะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชนในวงกว้างมากขึ้น

3. ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน (Spot News Release) สำหรับเผยแพร่กรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินหรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่สำคัญ ควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบอย่างรวดเร็ว โดยอาจไม่มีการเสนอรายละเอียดมาก แต่เน้นที่ความฉับไว เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่าง หรือบุคคลที่สำคัญ และเกิดเหตุเครื่องบินขัดข้องไม่สามารถออกเดินทางตามกำหนดได้ เป็นต้น ในกรณีเช่นนี้ นักประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติงานเยี่ยงผู้สื่อข่าว นั่นคือทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลทั้งหมดอย่างรวดเร็วและนำเสนออย่างฉับไวต่อเนื่องเป็นระยะ ที่สำคัญคือต้องรายงานถึง

การเกิดเหตุและการแก้ไขที่ได้ดำเนินการแล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจ และไม่ทำให้สื่อมวลชนรวมถึงผู้เกี่ยวข้องขาดข้อมูลที่ถูกต้อง จนอาจนำไปสู่การรายงานข่าวอย่างสับสนเป็นผลเสียต่อกิจการได้

4. ข่าวตอบโต้เหตุการณ์(Response News Release) อาจมีบ้างที่เรื่องราวของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชนโดยไม่ได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์ และกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์หรือตั้งข้อสงสัยจากผู้บริโภค ตลอดจนหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น ข่าวลือเกี่ยวกับการขาดทุนของกิจการ ข่าวความขัดแย้งภายในหน่วยงาน เป็นต้น เมื่อเกิดภาวะเช่นนี้ขึ้น สื่อมวลชนย่อมต้องการคำชี้แจงที่ชัดเจนจากหน่วยงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัยการนำเสนอข้อมูลโดยชี้แจงอย่างละเอียดลึกซึ้ง และเต็มไปด้วยเหตุผลที่น่าเชื่อถือ และจำเป็นอย่างยิ่งในการอ้างอิงถึงแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือสูงสุด

ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเรียนรู้และมีความเข้าใจโครงสร้างของข่าวและการใช้ภาษาเพื่อให้สามารถเขียนข่าวได้อย่างถูกต้อง ซึ่งข่าวประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วน (เอกสารการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการเขียนแบบมืออาชีพ. กลุ่มสื่อสารองค์กร สำนักงานเลขาธิการกรมอนามัย, 2555) แต่ละส่วนมีลักษณะการใช้ภาษาดังนี้

1. พาดหัวข่าว (Headline) คือการนำประเด็นสำคัญของข่าวมาพาดหัวหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรตัวใหญ่กว่าธรรมดา ใช้เพียงข้อความสั้น ๆ แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่านรายละเอียดข่าวที่ตนสนใจได้ ทั้งยังสามารถบอกภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ ด้วย การพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะการเลือกถ้อยคำภาษาอย่างมาก เพราะต้องดึงดูดความสนใจ และกระหน่ำต่อความรู้สึกของผู้อ่านไปพร้อม ๆ กับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุด ให้สามารถอธิบายเนื้อความข่าวได้มากที่สุด โดยอาจใช้คำที่รุนแรง คำแสดง ภาษาเฉพาะกลุ่ม ใช้สำนวน หรือเครื่องหมายวรรคตอนต่าง ๆ เช่น “ปรับกรม.และ ‘กร’ ลุยสุวจน์”, “ตีนทารกประหลาด 3 หัว 2 ขา” เป็นต้น

2. ความนำข่าว (Leads) หรือวรรคหน้า คือสาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เขียนโดยย่อ เพื่อสร้างความเข้าใจทั่ว ๆ ไป แก่ผู้อ่าน แบ่งเป็น

“ความนำข่าวแบบสรุป” จะต้องตอบคำถาม 5W 1H (Who What When Where Why How) ได้ การเขียนความนำข่าวที่มีเนื้อหาเดียวจะใช้วิธีการนี้ แต่ในกรณีข่าวนั้น ๆ มีหลายเนื้อหา จะใช้วิธีสรุปเรื่องราวของทุกเนื้อหา แล้วนำมาเรียงร้อยเข้าด้วยกัน การเขียนความนำแบบสรุปจะใช้ภาษากระชับรัดกุม ตรงไปตรงมา ใช้คำสั้นแต่มีเนื้อความมาก เข้าใจง่าย

“ความนำข่าวแบบภาพพจน์” ซึ่งเขียนบรรยายหรือพรรณนาภาพเหตุการณ์ เรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ทำให้ผู้อ่านเห็นภาพความเคลื่อนไหว สภาพการณ์ อารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลต่าง ๆ ในเหตุการณ์นั้นอย่างแจ่มแจ้ง โดยผู้เขียนจะเริ่มจากการเขียนความนำแบบสรุป แล้วเพิ่มคำกริยา คำช่วยกริยา คำขยายกริยา คำขยายวิเศษณ์ เพื่อเพิ่มเติมความเคลื่อนไหวและความรู้สึกเข้าไป ความนำแบบนี้มักใช้กับข่าวที่นำเสนอเหตุการณ์ที่มีความเคลื่อนไหว เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวชุมนุมประท้วง เป็นต้น

“ความนำข่าวแบบอัญพจน์” เป็นความนำที่ตัดตอนถ้อยคำของบุคคลสำคัญ ข้อความในประกาศ แถลงการณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสาระสำคัญของข่าวมาเขียนไว้ในเครื่องหมายอัญประกาศ เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถ้อยคำของบุคคลสำคัญ หรือข้อความต่าง ๆ อย่างแท้จริง โดยไม่เกิดจากการสรุปหรือตีความของผู้เขียนข่าว

“ความนำข่าวแบบกระแทกกระทั้น” คือความนำที่เริ่มจากความนำแบบสรุป แล้วเพิ่มคำกริยา คำขยายที่แสดงความหนักแน่นรุนแรง ชิงชัง แสดงอารมณ์ความรู้สึกอย่างชัดเจน

“ความนำข่าวแบบให้ภูมิหลัง” คือความนำข่าวที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นของข่าวที่จะนำเสนอต่อไป เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจนกระจ่างขึ้น

“ความนำข่าวแบบเปรียบเทียบหรือแบบขัดแย้ง” คือความนำข่าวที่เขียนแสดงภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ 2 เหตุการณ์ ซึ่งมีลักษณะเหมือนกัน หรือขัดแย้งกัน และประเด็นดังกล่าวเป็นสาระสำคัญของเรื่องที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เช่น ข่าวสงคราม ข่าวอุบัติเหตุ เป็นต้น

ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยาวิเศษณ์ ที่ทำให้เห็นภาพ แฝงอารมณ์ ความรู้สึก เลือกใช้คำสั้น ๆ แต่กินความมาก คล้ายกับพาดหัวข่าว

3. ส่วนเชื่อมความนำข่าวกับเนื้อเรื่อง (Neck) เป็นข้อความสั้น ๆ ที่เชื่อมระหว่างความนำข่าวกับเนื้อเรื่อง เพื่อให้การเขียนข่าวนั้นเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่อง อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้

4. เนื้อเรื่องหรือเนื้อข่าว (Body) คือส่วนที่อธิบายหรือขยายรายละเอียดของส่วนประกอบอื่น ๆ ข้างต้น เพื่อให้ผู้อ่านทราบเรื่องราวและเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน

4.1 การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เสนอข้อเท็จจริง จะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ตรงไปตรงมา เสนอเฉพาะข้อเท็จจริง โดยใช้วิธีบรรยายไวยาหาร ระดับภาษาตั้งแต่กึ่งทางการถึงระดับทางการ

4.2 การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่แสดงความเคลื่อนไหว ผู้เขียนต้องสร้างภาพโดยใช้ถ้อยคำพรรณนาให้เห็นภาพเหตุการณ์อย่างชัดเจน เน้นที่คำกริยา เพิ่มคำแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้เขียนเข้าไปในรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นด้วย ข้อควรระวังคือ ผู้เขียนไม่ควรสร้างภาพเกินความจริง

4.3 การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เป็นคำพูด ข้อความส่วนหนึ่งจะเป็นถ้อยคำที่เป็นความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว ผู้เขียนจะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ภาษาง่าย ๆ สื่อความหมายตรงไปตรงมา อาจจะมีถ้อยคำแสดงความรู้สึก อารมณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ปรากฏอยู่ด้วย

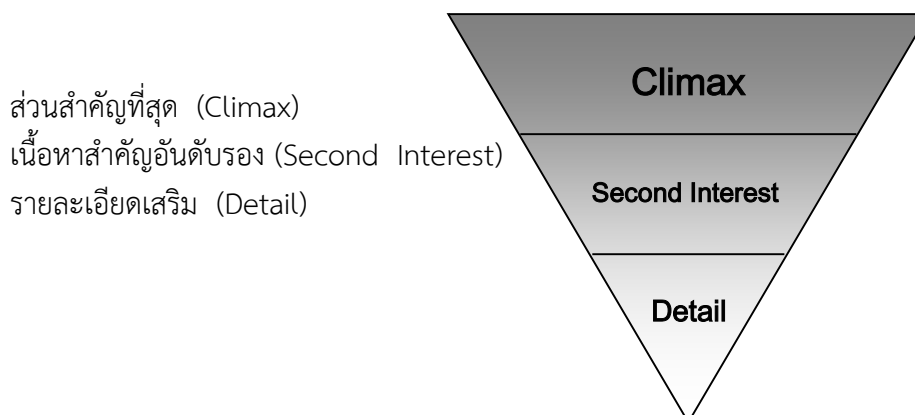
รูปแบบการเขียนข่าว

การนำเสนอข่าวทำได้หลายรูปแบบ แต่ที่พบเห็นโดยทั่วไป มี 3 รูปแบบ (คู่มือปฏิบัติงานกระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2562) ดังนี้

1. การเขียนข่าวแบบพีระมิดหัวกลับ (Inverted pyramid)

เนื้อหาข่าวจะประกอบด้วยความนำข่าวที่เป็นฐานของพีระมิด หรือจุดสำคัญ (Climax) โดยกลับหัวขึ้นไปไว้ในเนื้อหาส่วนบนสุด และรายละเอียดตัวข่าวอื่น ๆ จะเขียนต่อไปตามลำดับความสำคัญอย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการเขียนข่าวโดยรูปแบบพีระมิดหัวกลับได้รับความนิยมมากที่สุด การเรียบเรียงเนื้อหาข่าวแบบพีระมิดหัวกลับนั้นมีลักษณะการจัดลำดับความสำคัญของเนื้อหา ดังนี้

ภาพที่ 2.1 การเขียนข่าวแบบพีระมิดหัวกลับ

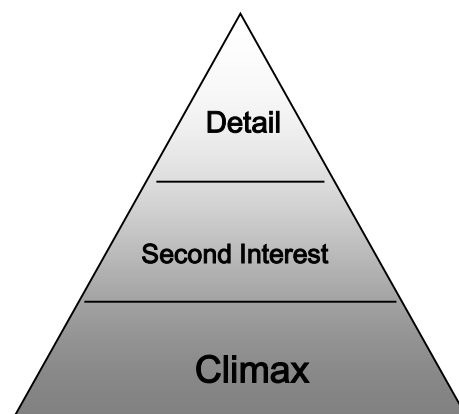


ข้อดีของการเสนอข่าวในรูปแบบพีระมิดหัวกลับ

1. สะดวกในการอ่าน ปัจจุบันมีข่าวสารจำนวนมากที่รอให้ผู้อ่านติดตาม ดังนั้น การเขียนโดยมีวรรคนำสรุปเรื่องและตามด้วยรายละเอียดที่สำคัญมากไปหาสำคัญน้อย จึงช่วยประหยัดเวลาในกรณีที่ต้องการทราบเรื่องเพียงคร่าว ๆ ก็อ่านได้จากย่อหน้าแรก ๆ เป็นหลัก
2. สมองความกระหายใคร่รู้ของมนุษย์ ผู้อ่านสามารถรู้เรื่องตอนสำคัญหรือประเด็นสำคัญที่สุดของข่าวได้ในทันที โดยไม่ต้องรออ่านจนกระทั่งจบย่อหน้าสุดท้ายของข่าวเสมอไป
3. สะดวกแก่การทำงานของบรรณาธิการข่าว ด้วยเหตุที่บรรณาธิการสามารถเข้าใจความสำคัญและความน่าสนใจของข่าวได้จากย่อหน้าแรก ๆ ก็สามารถตัดสินใจเลือกและนำไปพิจารณาเรียบเรียงพาดหัวข่าวได้ทันที
4. สะดวกในการเข้าหน้า (Make-up) เนื่องจากเนื้อที่ของหน้าหนังสือพิมพ์มีจำกัด ทำให้ไม่อาจลงข่าวบางชิ้นได้ครบทุกย่อหน้า บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ (Sub-editor) ก็สามารถพิจารณาตัดเนื้อหาข่าวในย่อหน้าท้าย ๆ ออกได้โดยไม่ทำให้สูญเสียใจความสำคัญ รวมทั้งไม่ต้องเสียเวลาเรียบเรียงใหม่อีกด้วย

2. การเขียนข่าวแบบพีระมิดหัวตั้ง (Upright Pyramid Style)

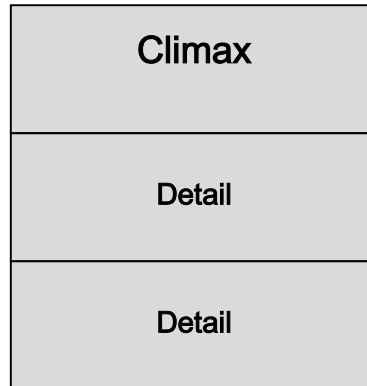
ภาพที่ 2.2 การเขียนข่าวแบบพีระมิดหัวตั้ง



จะเริ่มจากการเขียนข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญน้อยไว้ในวรรคแรกหรือที่ยอดพีระมิด จากนั้นจะค่อย ๆ เขียนข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในวรรคต่อ ๆ ไปจนถึงวรรคสุดท้าย หรือฐานพีระมิด ซึ่งจะเป็นช่วงของการเสนอข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญที่สุดหรืออาจนับได้ว่าเป็นช่วง “ไฮประเด็นข่าว” (Climax) ก็ว่าได้ รูปแบบการเขียนข่าวแบบพีระมิดหัวตั้งนี้เคยใช้กันมาในการเขียนข่าวแบบเก่า ๆ อย่างไรก็ตาม การเขียนข่าวแบบนี้ยังใช้อยู่ในปัจจุบันกับเหตุการณ์พิเศษที่มีรายละเอียดมากเกินไปจนจะสรุปข้อเท็จจริงสำคัญทั้งหมดไว้ในย่อหน้าแรกหรือมิฉะนั้นก็ใช้กับเหตุการณ์ที่มีเงื่อนงำสูง เพื่อสร้างความสนใจให้แก่ผู้อ่านก่อนที่จะคลี่คลายคำตอบให้ทราบในตอนจบของเรื่อง ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์มักนำรูปแบบการเขียนข่าวพีระมิดหัวตั้งมานำเสนอข่าวสั้น

3. การเขียนข่าวแบบลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (Chronological Pyramid) หรือ แบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยืนแบบผสม (Combination)

ภาพที่ 2.3 การเขียนข่าวแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยืนแบบผสม



มีเค้าโครงการเขียนแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรก ได้แก่ ความนำ ซึ่งอาจเป็นการสรุปแบบธรรมดาหรือสรุปเพียงส่วนเดียวอย่างไม่สมบูรณ์แต่เป็นการเปิดเผยลักษณะของข้อเท็จจริงโดยยังไม่เปิดเผยผลลัพธ์สุดท้ายของเรื่อง ส่วนที่สอง คือ ตัวข่าว ซึ่งจะเป็นการเสนอเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงตามลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและส่วนสุดท้ายของเนื้อหา อาจเป็นได้ทั้งตอนหรือฉากสุดท้ายของเรื่อง ซึ่งดำเนินไปอย่างต่อเนื่องหรือเป็นการเขียนข้อเท็จจริงบางอย่างที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นโดยตรง หรือเป็นการเขียนสรุป (Conclusion) ซึ่งมักจะย้อนไปอิงกับข้อความเดิมในความนำ

ประเภทของข่าว

ข่าวที่ปรากฏตามสื่อมวลชนมีมากมายหลายประเภท ซึ่งนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ได้วางหลักเกณฑ์ในการแบ่งประเภทข่าวต่าง ๆ ไว้ ดังนี้

1. การแบ่งตามระดับของข่าว

1.1 ข่าวหนัก (Hard News) หมายถึง ข่าวที่มักจะมี ความซับซ้อนยากต่อการทำความเข้าใจ เช่น ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ ธุรกิจ หรือข่าวที่เป็นเรื่องโครงการ นโยบายของรัฐ หรือธุรกิจเอกชนขนาดใหญ่ที่มีผลกระทบต่อประชาชน ข่าวการศึกษา ข่าวต่างประเทศ เป็นต้น ข่าวประเภทนี้เป็นข่าวที่ให้สาระ ความรู้ ให้ประโยชน์แก่สังคม ผู้ที่อ่านข่าวประเภทนี้ต้องมีความสนใจ ต้องอาศัยความรู้ และต้องมีภูมิหลังของเรื่องนั้นจึงจะสามารถเข้าใจได้

1.2 ข่าวเบา (Soft News) หมายถึง เรื่องราวที่เน้นให้เกิดความบันเทิงสบายใจ มากกว่าการอ่านแล้วต้องนำไปขบคิดต่ออย่างเช่นข่าวหนัก เป็นข่าวที่คนทั่วไปให้ความสนใจ เพราะเป็นข่าวที่เข้าใจง่ายและมักเน้นให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม มากกว่าการให้ความรู้หรือการศึกษา ข่าวประเภทนี้ ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง ข่าวตลกขบขัน เป็นต้น

2. แบ่งตามระดับความรู้สึกตอบสนองของผู้อ่าน

2.1 ข่าวที่ผู้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนองทันที (Immediate Reward News) หมายถึง ข่าวที่ทำให้ผู้อ่านเกิดปฏิกิริยาตอบสนองทันทีหลังจากการอ่าน ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกพึงพอใจ ดีใจ เศร้า เสียใจ ตื่นเต้น หวาดเสียว เป็นข่าวที่ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ง่ายโดยไม่จำเป็นต้องใช้ความรู้ ความคิดมาก ไม่จำเป็นต้องมีภูมิหลังของข่าวก็ได้ ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวอุบัติเหตุและภัยพิบัติ ข่าวบันเทิง ข่าวสังคม กีฬา เป็นต้น ความรู้สึกตอบสนองดังกล่าวจะเกิดขึ้นเพียงระยะเวลาอันสั้น ไม่ซำกักหายไป ข่าวประเภทนี้อาจเทียบได้กับข่าวเบา (Soft News) ตามการแบ่งระดับของข่าว

2.2 ข่าวที่ผู้รับสารมีอารมณ์ตอบสนองช้า (Delayed Reward News) หมายถึง ข่าวที่ผู้อ่านต้องใช้ความรู้ ความคิด เพื่อทำความเข้าใจกับเรื่องราวที่ปรากฏในข่าว ทำให้ผู้อ่านเกิดการตอบสนองทางความรู้สึกช้า ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา ปัญหาสาธารณสุข เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ข่าวประเภทนี้จะเป็นข่าวที่ให้สาระประโยชน์ ให้ความรู้ อาจเทียบได้กับข่าวหนัก (Hard News)

3. แบ่งตามวิธีการรวบรวมข่าว

3.1 ข่าวที่ต้องสื่อข่าว (Active News) หมายถึง ข่าวที่ผู้สื่อข่าวต้องออกไปแสวงหาหรือรวบรวมมาด้วยตนเอง โดยการสื่อข่าวตามสถานที่เกิดเหตุการณ์ที่เป็นข่าวหรือจากบุคคลที่เป็นแหล่งข่าว บางครั้งอาจเป็นข่าวประเภทเจาะลึก หรือสืบสวนสอบสวน (Investigative News) ซึ่งต้องอาศัยความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้สื่อข่าวเป็นอย่างมาก

3.2 ข่าวที่ไม่ต้องสื่อข่าว (Passive News) หมายถึง ข่าวที่มีผู้ส่งมายังผู้สื่อข่าว กองบรรณาธิการ หรือองค์กรสื่อมวลชน โดยผู้สื่อข่าวไม่ต้องออกไปแสวงหาหรือรวบรวมด้วยตนเอง ข่าวประเภทนี้ ได้แก่ ข่าวแจก (News Release) หรือเอกสารประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ประกาศ แถลงการณ์ บางครั้งข่าวดังกล่าวบางชิ้นก็เป็นเบาะแสข่าว (News Tip) ได้เป็นอย่างดี สามารถนำมาปรับปรุงหรือแสวงหาข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมจนเป็นข่าวขึ้นมาได้ นอกจากนี้ ยังได้แก่ ข่าวที่องค์กรสื่อมวลชนนั้น ๆ บอกรับเป็นสมาชิกจากสำนักข่าวทั้งภายในและต่างประเทศ เช่น สำนักข่าวไทย และสำนักข่าวต่างประเทศ อาทิ รอยเตอร์, เอฟ, ซีเอ็นเอ็น, เอเอฟพี เป็นต้น

4. แบ่งตามประเภทของเนื้อหาข่าว การจำแนกประเภทของข่าวตามเนื้อหาสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท อาทิ

4.1 ข่าวอาชญากรรม เป็นข่าวที่เกี่ยวกับการฆาตกรรม การปล้นจี้ การลักพาเพื่อเรียกค่าไถ่ การลักลอบค้ายาเสพติด การปลอมแปลง และการกระทำที่ผิดกฎหมาย เป็นต้น

4.2 ข่าวการเมือง เป็นข่าวที่เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในทางการเมือง พรรคการเมือง การเลือกตั้ง การบริหารงานของรัฐบาล และหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ ข่าวประเภทนี้มักจะสะท้อนให้เห็นสภาพการเมือง การปกครอง การบริหารราชการของรัฐบาล เป็นต้น

4.3 ข่าวศาล เป็นข่าวเกี่ยวกับการพิจารณาพิพากษาคดีต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่คดีที่มักปรากฏเป็นข่าวประเภทนี้จะเป็นคดีที่ข้องกับผู้มีชื่อเสียง ผู้มีฐานะ และสถานภาพสูงในสังคม หรือเป็นข้อพิพาทระหว่างนักการเมือง องค์กรธุรกิจ

4.4 ข่าวอุบัติเหตุ เพลิงไหม้ และภัยพิบัติ เป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับอุบัติเหตุและภัยพิบัติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบว่า อุบัติเหตุหรือภัยพิบัตินั้นเกิดขึ้นจากอะไร ใครได้รับอันตรายบ้าง เพราะอะไรจึงเกิดอุบัติเหตุหรือภัยพิบัตินั้น ๆ มีการบาดเจ็บ สูญเสียชีวิตและทรัพย์สินมากน้อยเพียงใด

4.5 ข่าวการประชุม หนังสือพิมพ์ต้องรายงานข่าวเกี่ยวกับการประชุมครั้งสำคัญ ๆ ที่ถือว่ามีความเกี่ยวข้องและผลกระทบต่อสาธารณะ เช่น การประชุมคณะรัฐมนตรี การประชุมสภาผู้แทนราษฎรหรือวุฒิสมาชิก ตลอดจนการประชุมขององค์การหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีหรืออาจมีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของประชาชน

4.6 ข่าวปาฐกถาและสุนทรพจน์ เป็นข่าวเกี่ยวกับปาฐกถาหรือการพูดในที่ชุมนุมของบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียง เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้พูด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่อยู่ในความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่

4.7 ข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจ อุตสาหกรรม เกษตรกรรม ตลาดหุ้น การเงิน การธนาคาร และแรงงาน ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญแก่ข่าวประเภทต่าง ๆ เหล่านี้ เพราะเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพของคนส่วนใหญ่ในสังคม เช่น สินค้าขึ้นราคา ภาวะเงินเฟ้อ ภาวะราคาน้ำมัน สินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ ภาวะการณ์ซื้อขายสินค้าในตลาด การขึ้นหรือลดดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น

4.8 ข่าวการศึกษา วิจัย วิทยาศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม เป็นการรายงานข่าวเกี่ยวกับแวดวงการศึกษา ทั้งในด้านการจัดระบบการศึกษาของภาครัฐและภาคเอกชน การวิจัย ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนข่าวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

4.9 ข่าวสังคม เป็นการรายงานข่าวเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของบุคคลในสังคม เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมทางสังคม เช่น การเลื่อนตำแหน่ง การจัดงานเลี้ยง การแต่งงาน งานศพ ข่าวสังคมเป็นข่าวที่มีรูปแบบการเขียนแตกต่างจากข่าวโดยทั่วไป

4.10 ข่าวสตรี เป็นการรายงานข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมของสตรีและแฟชั่น มุ่งให้ผู้อ่านได้ทราบถึงบทบาทของสตรี ตลอดจนกิจกรรมทางสังคมของสตรี

4.11 ข่าวบันเทิง เป็นการรายงานเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ตลอดจนข่าวเกี่ยวกับดาราภาพยนตร์ นักแสดง นักร้อง

4.12 ข่าวกีฬา เป็นการรายงานข่าวเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ ทั้งที่เป็นข้อมูลก่อนการแข่งขัน ตลอดจนรายละเอียดต่าง ๆ หลังจากการแข่งขัน

อย่างไรก็ตาม การแบ่งประเภทของข่าวในลักษณะนี้อาจเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมมากขึ้นตามสภาพสังคมหรือกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีข่าวทางด้านไอที ยานยนต์ เข้ามาให้เห็นมากขึ้น

5. การแบ่งประเภทของข่าวตามพื้นที่ที่ข่าวเกิดขึ้น สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

5.1 ข่าวในประเทศ หมายถึง ข่าวที่เกิดขึ้นภายในประเทศ ทุกภูมิภาคและทุกจังหวัด หรือกล่าวได้ว่าเป็นข่าวที่เกิดขึ้นทุกพื้นที่ของประเทศ ทั้งนี้ ข่าวในประเทศสามารถแบ่งออกตามพื้นที่ได้เป็น 2 ส่วน คือ ข่าวส่วนกลาง และข่าวส่วนภูมิภาค

5.1.1 ข่าวส่วนกลาง เป็นข่าวที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5.1.2 ข่าวส่วนภูมิภาค เป็นข่าวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ในส่วนขององค์กรสื่อมวลชนจะมีผู้สื่อข่าวประจำอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ คอยรายงานข่าวที่เกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดนั้น ๆ ไปยังส่วนกลาง ในส่วนของสื่อวิทยุโทรทัศน์ จะมีศูนย์ข่าวประจำภูมิภาค คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ โดยมีผู้สื่อข่าวประจำที่จะรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ไปยังสถานีแม่ข่ายที่อยู่ในกรุงเทพฯ สำหรับสื่อวิทยุกระจายเสียงนั้น สถานีวิทยุกระจายเสียงที่เป็นระบบเครือข่ายและส่งสัญญาณกระจายเสียงทั่วประเทศจะมีผู้สื่อข่าวท้องถิ่นประจำจังหวัดเป็นผู้รายงานเข้าไปยังสถานีแม่ข่าย แต่หากเป็นการนำเสนอข่าวในแต่ละจังหวัดที่หนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ จัดทำและออกเผยแพร่ และพื้นที่ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์หรือสถานีวิทยุกระจายเสียงตั้งอยู่จะเรียกขานนั้นว่า “ข่าวท้องถิ่น”

5.2 ข่าวต่างประเทศ หมายถึง ข่าวที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกปกติข่าวประเภทนี้เป็นข่าวที่อาศัยแหล่งข่าวจากสำนักข่าวต่าง ๆ มากกว่าจะส่งผู้สื่อข่าวออกไปทำข่าวเอง ยกเว้นในกรณีที่เป็นเหตุการณ์สำคัญ ๆ เช่น การแข่งขันกีฬาระดับภูมิภาคหรือระดับโลก ซึ่งไทยส่งนักกีฬาไปร่วมแข่งขันด้วย

6. ข่าวสาธารณสุข จากเดิมการตีความในเรื่องของสาธารณสุข หรือ Public Health ถูกจำกัดให้อยู่ในวงแคบ ในบางประเทศให้ความสำคัญกับข่าวประเภทนี้ในฐานะของข่าวสุขภาพ ซึ่งเป็นข่าวเล็ก ๆ ในสื่อแขนงต่าง ๆ เท่านั้น และเนื้อหาข่าวส่วนใหญ่จะครอบคลุมเฉพาะในเรื่องของอนามัยส่วนบุคคล น้ำสะอาด การเจ็บป่วย การคลอดบุตร ยา การแพทย์ และการรักษาโรค

วันวิสาข์ ชูชนม์ (2555) ได้อธิบายข่าวสาธารณสุข (Public Health News) ว่า ปัจจุบันข่าวสาธารณสุขมีความสำคัญทั้งในแง่ของการให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ความเจ็บป่วย โรคภัยไข้เจ็บ การระบาดของโรค การกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกในการป้องกันโรค การให้ข้อมูลเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ การประกาศนโยบายด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน การแจ้งเหตุ การตรวจสอบนโยบายด้านสาธารณสุขของรัฐบาลที่มีผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง เช่น เรื่องของราคายา ค่ารักษาพยาบาล รวมไปถึงการ

ตรวจสอบการใช้งบประมาณด้านสาธารณสุขของประเทศ ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร และการคุ้มครองสิทธิกรณีที่ผู้ป่วยหรือประชาชนไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการรับบริการทางการแพทย์ เป็นต้น โดยข้อมูลข่าวสารด้านสาธารณสุข เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการรายงานข่าวสารสาธารณสุข โดยทั่วไปจะแบ่งลักษณะของข้อมูลด้านสาธารณสุข ออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. ข้อมูลข่าวสารด้านสถานะสุขภาพ (Health Status) ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการเกิด การตาย การป่วย สาเหตุการป่วยและการตาย อัตราการเกิด อัตราการตาย อัตราการเกิดโรคของทารก เป็นต้น
2. ข้อมูลข่าวสารทรัพยากรสาธารณสุข (Health Resources) ได้แก่ อัตรากำลังของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข พัสตูลุกรักษ์ สิ่งก่อสร้าง ค่าใช้จ่าย งบประมาณจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ
3. ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมสาธารณสุข (Health Activities) ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล การป้องกันโรค การควบคุมโรคต่าง ๆ รวมถึงการส่งเสริมสุขภาพแก่ประชาชน
4. ข้อมูลข่าวสารสถานะเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status) ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิศาสตร์ สังคม รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาของประชาชน

ดังนั้น สรุปได้ว่า นับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบัน การพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารด้านสาธารณสุข มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น คอมพิวเตอร์เข้ามามีใช้ในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านสาธารณสุข การจัดเก็บข้อมูล ประเมินผล และเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งทำให้การจัดการข้อมูลข่าวสารด้านสาธารณสุขเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การประเมินคุณค่าของข่าว

ในแต่ละวันมีเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มิใช่ทุกเหตุการณ์หรือทุกเรื่องราวจะถูกนำเสนอเป็นข่าวได้ทั้งหมด หากแต่สาระสำคัญของข่าวที่จะนำเสนอต้องเป็นรายงานของเหตุการณ์ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการเห็นพ้องต้องกันว่าประชาชนควรรับทราบ ทั้งผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการจึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจว่าเหตุการณ์ใดควรได้รับการนำเสนอเป็นข่าวหรือไม่ อีกทั้งข่าวที่ได้ปรากฏไม่ควรเป็นเพียงข่าวที่มีแต่เพียงความสดใหม่ แต่ควรเป็นสิ่งที่ประชาชนต้องการจะรับรู้ด้วย และนี่คือเหตุผลที่ว่าทำไมหนังสือพิมพ์และผู้อ่านจึงต้องมีความหลากหลาย คำตอบในข้อนี้แสดงให้เห็นว่าคุณค่าของข่าวที่มีต่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่มของตัวเองก็มีความสำคัญ

เมลวิน เมนเชอร์ (Melvin Mencher อ้างใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ 2545 : น. 28-33) นักวิชาการวารสารศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกที่มีการเรียนการสอนวิชาการด้านวารสารศาสตร์ กล่าวว่า ปัจจัย 7 ประการที่เป็นตัวชี้วัดคุณค่าของข่าว ได้แก่

1. ความทันด่วนของข่าว (Timeliness) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วนทำให้ข่าวไม่เก่าแต่จะมีความสดใหม่ ไม่เพียงแต่เป็นเหตุการณ์ที่เพิ่งผ่านพ้นมาเมื่อเร็วๆ นี้ แต่เป็นเรื่องราวที่ครอบคลุมถึงปัจจุบันยังมีความสดมากเท่าไร ข่าวก็ยิ่งมีคุณค่ามากขึ้นเท่านั้น
2. ผลกระทบของข่าว (Impact or Consequence) ผู้สื่อข่าวจะเรียกเหตุการณ์ลักษณะนี้ว่ามีความสำคัญ (significance) มีความสำคัญ (importance) เป็นข้อมูลข่าวสารที่บุคคลทั่วไปสนใจ หรือผู้สื่อข่าวพิจารณาแล้วว่าบุคคลทั่วไปต้องการทราบ เพราะผู้รับข่าวสารเลือกรับข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากต้องการคำชี้แนะในการ ดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเหตุการณ์หรือเรื่องราวใด ๆ ที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของสาธารณชนถือเป็นข่าวสำคัญ

3. ความเด่น (Prominence) หรือความเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงของบุคคล สถานที่ องค์กร สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่อยู่ในข่าว คนทั่วไปมักให้ความสนใจกับเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลหรือองค์กรที่มีชื่อเสียง แม้ว่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์เหล่านั้นไม่ได้มีคุณค่า ผลกระทบ หรือความสำคัญต่อผู้อ่าน ผู้ชมข่าวนั้นเลย แต่เป็นเพราะความเด่นของบุคคลหรือสิ่งที่เป็นข่าวนั้นเองที่ทำให้มีคุณค่าของข่าว

4. ความใกล้ชิดของข่าวที่มีต่อผู้รับข่าว (Proximity) ทั้งความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์และความใกล้ชิดทางใจหรือความรู้สึก (Emotionally) เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ ๆ ตัว มีคุณค่าสูงได้พอ ๆ กับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ไกลตัวแต่มีความรู้สึกเกี่ยวข้องต่อผู้ส่งสาร เช่น เกิดเหตุเรือสำราญของประเทศดูไบซึ่งบรรทุกนักท่องเที่ยวเต็มลำเรือเกิดอัปปางกลางทะเล ขณะนี้ยังไม่ทราบชะตากรรมของผู้โดยสารที่มีเกือบหนึ่งพันคน ในจำนวนนี้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยรวมอยู่ด้วย 20 คน เป็นต้น เหตุการณ์นี้ถือเป็นความใกล้ชิดในแง่ความรู้สึกของผู้อ่าน นอกจากนี้ สถานที่และตัวบุคคลก็มีส่วนทำให้เกิดความใกล้ชิดได้

5. ความขัดแย้ง (Conflict) ระหว่างบุคคลหรือองค์กร เป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์พื้นฐานระหว่างมนุษย์ ความขัดแย้งทางกายส่วนใหญ่จะมีคุณค่าของข่าวหรือได้รับความสนใจจากสาธารณชนมากกว่าความขัดแย้งทางใจ เพราะเห็นได้ชัดเจนกว่า ในขณะที่ความขัดแย้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม จะมีคุณค่าทางข่าวมาก แต่อาจได้รับความสนใจน้อยกว่าความขัดแย้งของบุคคล

6. ความผิดปกติ (Unusualness) ของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ผิดความคาดหมาย หรือผิดปกติธรรมดาทั่วไป รวมถึงความแปลกประหลาด ความมีเงื่อนไข เช่น สัตว์ออกลูกมาไม่เป็นไปตามธรรมชาติ ต้นไม้ประหลาดออกผลมาผิดปกติ เป็นต้น

7. เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน (Currency) หรือที่เรียกว่า “ประเด็นสาธารณะ” นั้นเอง

พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช และคนอื่น ๆ (2549 : น. 15-21) กล่าวว่า นอกจากกรอบของการประเมินคุณค่าของข่าวที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์หลายคนได้จำแนก “องค์ประกอบของข่าว” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของข่าวไว้แตกต่างกันไป ทั้งนี้ องค์ประกอบข่าวที่ใช้ในการพิจารณาค่าของข่าวมีอยู่ 10 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความรวดเร็วฉับพลัน (Immediacy) ความรวดเร็วดังกล่าวอาจเป็นความรวดเร็วในเชิงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น (time of occurrence) และความรวดเร็วในเชิงการค้นพบเหตุการณ์ (time of disclosure)

2. ความใกล้ชิด (Proximity of Nearness) เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วผู้คนมีแนวโน้มจะสนใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ ๆ กับตนเอง หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องตนเองมากกว่าเหตุการณ์ที่ไม่เกี่ยวข้อง หรืออยู่ห่างไกลออกไป ซึ่งเรื่องของความใกล้ชิดนี้อาจจะเป็นความใกล้ชิดในเชิงกายภาพหรือระยะทาง เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้บ้าน ในจังหวัดหรือในประเทศ และความใกล้ชิดในเชิงจิตใจ ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึก ความผูกพัน หรือความรัก ความห่วงใย เป็นต้น

3. ความสำคัญหรือความเด่น (Prominence) ทั้งที่เป็นเรื่องของบุคคล เช่น บุคคลมีชื่อเสียง บุคคลสำคัญ หรือความสำคัญของเหตุการณ์ เช่น เหตุการณ์ร้ายแรง เหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน หรือสถานที่ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญ หรือเป็นสถานที่ที่กำลังอยู่ในความสนใจ เช่น การลอบวางเพลิงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งจะมีโอกาสได้รับคัดเลือกให้เป็นข่าวมากกว่า เป็นต้น เนื่องจากในขณะนี้พื้นที่ดังกล่าวยังอยู่ในความสนใจของคนทั่วไป

4. ผลกระทบกระเทือน (Consequence) เป็นการวัดค่าความเป็นข่าวโดยพิจารณาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสาธารณชนว่าเกิดผลกระทบในวงกว้างมากแค่ไหน หรือเกิดเฉพาะคนกลุ่มใด

5. ความลึกลับซ่อนเงื่อน (Mystery) หมายถึง เหตุการณ์นั้นมีลักษณะที่ปิดบังซ่อนเร้น หรืออำพรางข้อเท็จจริงหรือข้อสำคัญบางอย่างไว้หรือไม่ มีอะไรอยู่เบื้องหลังของเหตุการณ์ ปมของปัญหาอยู่ที่ไหน เช่น ข่าวการฆาตกรรม ข่าวการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นต้น

6. ความผิดปกติ (Unusual) เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะให้ความสนใจกับเรื่องที่ตนเองไม่เคยรับรู้มาก่อน หรือเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยนัก อาจเป็นเหตุการณ์ที่ผิดปกติ ทั้งที่เป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติหรือทางสังคม

7. ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นทั้งความขัดแย้งในเชิงความคิด ผลประโยชน์ หรือความเชื่อต่าง ๆ การจะนำเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้งมานำเสนอเป็นข่าวต้องพิจารณาว่า เหตุการณ์ความขัดแย้งนั้นจะมีผลกระทบกับสังคมภาพรวมหรือไม่ และจะนำไปสู่ปัญหาอะไรของสังคม หากเป็นความขัดแย้งส่วนบุคคลที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อเนื่องไปถึงผู้อื่นหรือต่อสังคม สิ่งนั้นก็สมควรค่าที่จะเป็นข่าว

8. องค์ประกอบทางเพศ (Sex) ซึ่งมักจะเป็นเรื่องส่วนตัวของผู้คน และเป็นเรื่องที่สามารถสร้างความสนใจของผู้รับสารได้ดีประเด็นหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการนำเสนอเรื่องที่มีองค์ประกอบทางเพศเข้าไปเกี่ยวข้องนั้น จะต้องเป็นเรื่องที่ไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ที่ตกเป็นข่าว และควรจะเป็นเรื่องที่สรรค์สร้างประโยชน์ให้กับสาธารณชน

9. อารมณ์หรือความสนใจของมนุษย์ (Emotions/Human interest) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเร้าอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ปุถุชน อาจจะเป็นเรื่องความเศร้าสะเทือนใจ ความประทับใจ หรือความอยากรู้อยากเห็น เป็นต้น

10. ความก้าวหน้าหรือการพัฒนา (Progress/Development) เหตุการณ์ประเภทนี้เป็นเหตุการณ์ในเชิงสิ่งดีงาม และนำไปสู่การพัฒนา หรือการสร้างแรงบันดาลใจกับผู้คนในสังคม

อย่างไรก็ดี ข่าวแต่ละชิ้นไม่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบครบทั้งหมดตามที่กล่าวมา อาจมีองค์ประกอบเพียงข้อเดียวก็ได้ และองค์ประกอบเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่น่ามาใช้เพื่อประเมินและให้เหตุผลว่า เหตุการณ์ใดควรจะได้รับการรายงานเป็นข่าวหรือไม่ แต่อย่างไรก็ตาม ในแง่การปฏิบัติงานจริงของผู้สื่อข่าว นั้น ไม่ได้พิจารณาว่าจะต้องมีองค์ประกอบใดเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง ส่วนใหญ่ใช้ความเคยชินจากที่เคยปฏิบัติงานมาเป็นเวลานาน ซึ่งก็เป็นการคิดที่ได้หลอมรวมเอาคุณค่าความเป็นข่าวเข้าไปด้วยแล้ว

อย่างไรก็ตาม ในการปฏิบัติงานจริงของงานข่าวนั้น นอกเหนือจากจะใช้เกณฑ์ทางวิชาการต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นเพื่อประเมินคุณค่าข่าวแล้ว บ่อยครั้งที่การตัดสินใจนำเสนอข่าวจะขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าว เช่น

- 1) ประเภทและนโยบายขององค์กรสื่อมวลชน
- 2) ปัจจัยแวดล้อมทางการเมือง
- 3) บริบททางสังคมในขณะนั้น
- 4) ความสนใจและอคติส่วนตัวของผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าว

คุณภาพของข่าว

คุณภาพของข่าว หมายถึง คุณลักษณะของข่าวที่ดี ทั้งนี้ หากพิจารณาการทำงานของสื่อข่าว โดยภาพรวมแล้วจะพบว่า ผู้สื่อข่าวจะต้องพยายามรายงานความจริง หรือความเป็นจริงของเหตุการณ์อย่างครบถ้วน โดยการสังเกตการณ์จากเหตุการณ์โดยตรง และพยายามใช้แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลที่เป็นทางการมาให้ความรู้ความเข้าใจอย่างชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ ประกอบกับแหล่งข้อมูลข่าวธรรมชาติที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์และน่าเชื่อถือ โดยพยายามเขียนข่าวให้น่าสนใจ ทันสมัย เข้าใจได้อย่างแจ่มชัด และมีการอ้างอิงแหล่งข่าวได้อย่างน่าติดตามทั้งหมด ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าลักษณะของข่าวที่มีคุณภาพจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ 2545 : น. 48-49)

1. มีความถูกต้องและถูกต้อง (Accurate) หมายถึง ความถูกต้อง เทียบตรง เป็นข้อเท็จจริงที่ไม่มีการบิดเบือน สามารถพิสูจน์ได้ นอกจากนี้ ยังต้องมีความครบถ้วนของความจริงในทุก ๆ แง่มุม โดยไม่มีการป้อนเสริมเติมแต่งข้อมูลใด ๆ ลงไปในข่าว และยังหมายรวมถึงความถูกต้องในรายละเอียดของบุคคลในข่าว ทั้งชื่อ นามสกุล ยศ ตำแหน่ง อายุ อาชีพ เพศ วันเวลา สถานที่ ฯลฯ โดยจะต้องรายงานข่าวให้ถูกหลักภาษา
2. มีความสมดุลและเป็นธรรม (Balance and Fair) การเปิดโอกาสให้ผู้รับข่าวสามารถรับทราบความคิดเห็นหรือข้อมูลในทุก ๆ แง่มุม เท่าที่ผู้สื่อข่าวจะสามารถทำได้ และให้เป็นธรรมกับผู้ตกเป็นข่าว อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน
3. มีความกระชับตรงประเด็น (Brief and Focused) ข่าวจำเป็นต้องสั้นและกระชับ ได้ใจความ ชัดเจน โดยใช้ภาษาหรือประโยคเพียงสั้น ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจในเวลาอันจำกัด ไม่ใช่ภาษาบรรยายที่เยิ่นเย้อ แต่จะต้องตรงประเด็น เข้าสู่หัวใจสำคัญของประเด็นข่าวโดยเร็ว
4. ความเป็นกลางหรือภาวะวิสัย (Objectivity) หมายถึง การเขียนข่าวหรือรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมาอย่างไม่มีอคติ ไม่ใส่อารมณ์ ความคิดเห็น และความรู้สึกตนเองเข้าไปในข่าวที่นำเสนอ ไม่เสนอข่าวโดยเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือมีผลประโยชน์ส่วนตัวเข้าไปเกี่ยวข้องในการรายงานข่าว
5. มีการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลที่ชัดเจนและเหมาะสม (Properly attributed) จะต้องให้รายละเอียดที่มาของข่าว เพื่อความน่าเชื่อถือในข้อมูลที่นำมารายงาน ต้องเขียนให้ถูกต้องตามวิธีการอ้างอิงและต้องคำนึงถึงจริยธรรมแห่งวิชาชีพ
6. มีการใช้ภาษาที่ดี การเขียนข่าวโดยใช้ภาษาที่ถ่ายทอดความหมายได้ชัดเจน ตรงความหมายและดึงดูดใจได้ เช่น การใช้คำและสำนวนที่เข้าใจง่าย ไม่ใช้คำกำกวม หรือมีความหมายหลายแง่มุม

คุณลักษณะของข่าวที่สื่อมวลชนต้องการ

1. ข่าวนั้นมีผลกระทบกับคนในวงกว้าง ซึ่งหมายถึงผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม ผู้สนใจข่าวที่มากขึ้นด้วย อาทิ การเลือกประเด็นข่าวที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นการแก้ปัญหาหาคาไข่ไก่ ซึ่งเป็นอาหารหลักที่ราคาถูกของประชาชนทั่วไป ความคืบหน้าการแก้ไขปัญหาภัยแล้งที่ส่งผลต่อการทำเกษตรและอาจส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ต่อราคาสินค้าเกษตรหากผลผลิตน้อยลง หรือการส่งออก
2. ข่าวนั้นมีความใกล้ชิดกับผู้อ่าน เป็นเรื่องที่ประชาชนสนใจ อาทิ การดำเนินงานโครงการในพระราชดำริต่าง ๆ การช่วยเหลือพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่คนไทยให้ความสนใจและให้กำลังใจกับประชาชนเหล่านั้น เมื่อมีข่าวในลักษณะนี้ออกมา สื่อมวลชนอาจให้ความสนใจ
3. เป็นเรื่องราวที่สดใหม่ เป็นปัจจุบัน ทันเหตุการณ์ เหมาะกับสถานการณ์ช่วงนั้น ๆ อาทิ การส่งข่าวหรือจัดแถลงข่าวชี้แจงข้อเท็จจริงทันทีในกรณีเกิดการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนก สถานการณ์น้ำ และแผนการปลูกข้าวที่ทั้งเกษตรกรและประชาชนเฝ้ารอว่าจะเป็นอย่างไรร หรือสถานการณ์โรคโควิด-19
4. มีความโดดเด่น อาจจะเป็นโดยตัวผู้ตกเป็นข่าวหรือลักษณะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
5. ข่าวนั้นมีความแปลกใหม่ ทันสมัย ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เป็นที่น่าสนใจ
6. เป็นเรื่องราวที่น่าติดตามด้วยเงื่อนไขของความขัดแย้ง ซึ่งสื่อมวลชนมักให้ความสนใจและติดตามอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นข่าวที่ขายได้ดีตลอด

ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าวในลักษณะนี้ เนื่องจากเป็นดาบสองคมที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน จึงต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบและเขียนเนื้อหาข่าวไปในเชิงรายงานข้อมูลอย่างรอบด้าน ทั้งจากภาครัฐ ภาคประชาชน และมุมมองของผู้ที่เป็นกลาง ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับโครงการนั้น ๆ ซึ่งจะส่งผลดีทั้งต่อตัวหน่วยงานเอง และนักข่าวก็จะพอใจในข้อมูลรอบด้านดังกล่าวด้วย

การเปิดรับข่าวสาร

ทอด ฮันท์ และเบรนด ดี รูเบน (Tod Hunt and Brand D. Ruben) กล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ความต้องการของมนุษย์มีทั้งความต้องการทั้งร่างกายและจิตใจในการเป็นตัวกำหนดความต้องการ เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ แสดงถึงรสนิยมเพื่อให้สังคมยอมรับ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ
2. ทศคติและค่านิยม (Attitudes and Values) คือความชอบ และการโน้มเอียงต่อเรื่องต่าง ๆ รวมถึงความรู้สึกที่ควรทำ หรือไม่ควรทำระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อม ทั้งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ
3. เป้าหมาย (Goals) การกำหนดเป้าหมายสำหรับการดำเนินชีวิตในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน
4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษา ก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกตีความหมาย และการเลือกเก็บเนื้อหาข่าวสารนั้น
5. การใช้ประโยชน์ (Utility) ปกติคนจะให้ความสนใจ และใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
6. สไตล์ในการสื่อสาร (communication Style) การเป็นผู้รับสารส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสาร ได้แก่ ความชอบ หรือไม่ชอบสื่อบางประเภท
7. สภาวะ (Context) คือสถานที่ บุคคล และเวลา ที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารสิ่งต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลในการสื่อสาร การเลือกตีความ และการเลือกจดจำสาร
8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยมาจากประสบการณ์ในการรับสาร การพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการใดรายการหนึ่ง ดังนั้น จึงเลือกช่องทางสื่อใดสื่อหนึ่ง และเลิกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

การพึ่งพาสื่อมวลชนของนักประชาสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยพึ่งพาสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อหลัก ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากองค์กรไปสู่ผู้รับสารเป้าหมาย โดยทำให้สื่อมวลชนต่าง ๆ เผยแพร่ข่าวให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายด้วยความเต็มใจ ในแต่ละวันจะมีประชาสัมพันธ์ส่งตรงถึงสื่อมวลชนเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากพื้นที่ข่าวที่มีอย่างจำกัด โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ ทำให้นักหนังสือพิมพ์ต้องมีหลักในการคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อตีพิมพ์ ทั้งนี้ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่ได้รับการคัดเลือกมักจะมีเนื้อหาข่าวไม่สมบูรณ์ อาจเป็นการให้ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน เขียนข่าวไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ

นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์ควรทำการศึกษาเรื่องประเด็นข่าว โดยดูว่าประเด็นข่าวที่นักประชาสัมพันธ์เขียนส่งไปยังสื่อมวลชนนั้น มีคุณค่าของความเป็นข่าว หรือเป็นประเด็นที่สื่อให้ความสนใจหรือไม่ เพราะประเด็นข่าวถือเป็นหลักเกณฑ์สำคัญที่สื่อให้ความสนใจในการพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อตีพิมพ์

นอกจากประเด็นข่าวแล้ว นักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงคุณค่าของความเป็นข่าว (News Value) (อุบล ปิติพัฒน์-โฆสิต, 2545) ซึ่งหมายถึง ข่าวนั้นต้องเป็นที่สนใจของผู้อ่านมากพอ และมีประเด็นที่สื่อสามารถนำไปตีพิมพ์เผยแพร่สร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับสังคมได้

Cutlip Center และ Broom (2006) ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า ข่าวและข้อมูลจำนวนมากในสื่อมวลชนเกิดจากแหล่งข่าวประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นแหล่งข่าวที่ไม่ต้องจ่ายเงินเพื่อการลงข่าว แหล่งข่าวประชาสัมพันธ์ต้องจัดเตรียมข้อมูลเพื่อให้สื่อมวลชนตัดสินใจคุณค่าความเป็นข่าวของข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ

การประเมินคุณค่าข่าวแจกก็คือ สื่อมวลชน ซึ่งอาจเป็นหัวหน้าข่าวหรือบรรณาธิการ โดยใช้เกณฑ์หลายประการ ได้แก่ การนำเสนอข่าวอย่างรวดเร็ว เป็นข่าวสดใหม่ และประเด็นของข่าวนั้นส่งผลกระทบกับสังคมได้ มีความโดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเนื้อหาหรือตัวบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นข่าวที่ผู้อ่านรู้สึกว่ามีกลิ่นอายที่ตื่นเต้นและใจ และที่สำคัญ ถ้าเป็นลักษณะของเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน หรือเรียกว่า “ประเด็นสาธารณะ” จะยิ่งทำให้ข่าวนั้นมีคุณค่าของความเป็นข่าว (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2554)

ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงอยู่เสมอว่า การทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ คือเป็นตัวแทนขององค์กร ดังนั้น คุณค่าของความเป็นข่าวต้องยึดถือการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ และเป็นเรื่องที่ดีขององค์กร ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ไม่ใช่เรื่องที่ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ แต่เมื่อนำเสนอไปแล้วไม่ได้เกิดประโยชน์ใด ๆ เช่น ในโรงงานมีต้นกล้วยตั้งท้องออกลูกเหมือนคน ขาวนี้ถ้านำเสนอออกไปผู้คนย่อมให้ความสนใจ แต่จะไม่เกิดประโยชน์แก่องค์กรเลย

องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อนักหนังสือพิมพ์ในการพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์

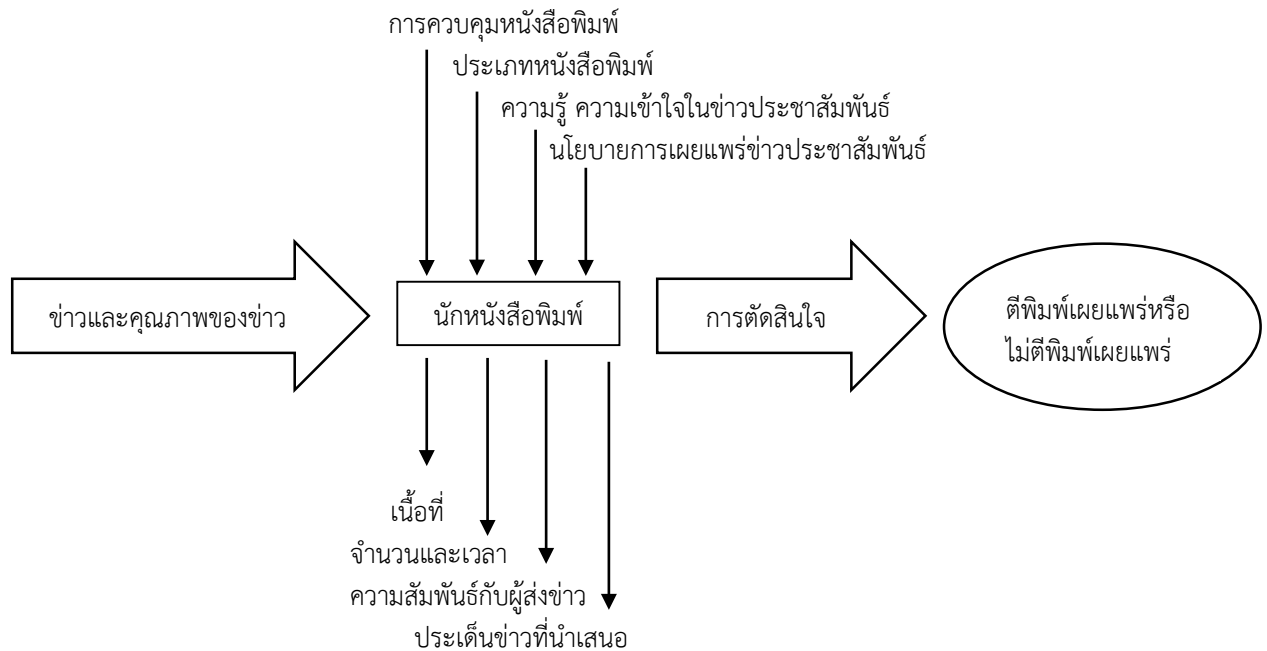
นักหนังสือพิมพ์ ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ โดยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีดังต่อไปนี้

1. การควบคุมของนักหนังสือพิมพ์ คือ เสรีภาพที่ถูกจำกัดจากการควบคุมจากภายนอกและภายใน เช่น การควบคุมด้วยกฎหมาย การควบคุมโดยรัฐบาล การควบคุมโดยประชาชน และการควบคุมโดยบริษัทธุรกิจเอกชน การควบคุมโดยเจ้าของหนังสือพิมพ์ การควบคุมโดยบรรณาธิการข่าว และการควบคุมกันระหว่างนักหนังสือพิมพ์ด้วยกัน
2. ประเภทของหนังสือพิมพ์ หมายถึง เป็นหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ หรือหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาเฉพาะเรื่อง เช่น หนังสือพิมพ์การเมือง หนังสือพิมพ์ธุรกิจการตลาดต่าง ๆ ซึ่งแต่ละฉบับอาจมีนโยบายในการเสนอข่าวที่แตกต่างกัน
3. ความรู้ ความเข้าใจ ในการเขียนข่าวแจกของนักประชาสัมพันธ์ว่ามีความน่าสนใจ ถูกต้อง ครบถ้วน และตรงประเด็นหรือไม่ (พรทิพย์ วรกิจโกตาพร, 2526)

การตัดสินใจเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของสื่อหนังสือพิมพ์

การที่ข่าวประชาสัมพันธ์จะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรือไม่ มีกระบวนการในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวตามแนวคิดของอุบลวรรณ ปิติพัฒนาโมจิต (2545) ที่ได้นำเสนอในรูปแบบแผนภูมิ ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 2.3 แผนภูมิกระบวนการตัดสินใจคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของนักหนังสือพิมพ์



ที่มา : อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโมจิต (2545)

ในบางครั้ง เมื่อไม่มีข่าว ก็ต้องสร้างประเด็นให้เป็นข่าว ซึ่งนักประชาสัมพันธ์เข้าใจว่าองค์กรของตัวเองไม่มีข่าว หรือประเด็นที่น่าสนใจ จึงไม่เขียนข่าวส่งให้แก่สื่อมวลชน ซึ่งเป็นความคิดที่ผิดสำหรับบางเรื่อง บางประเด็นสามารถที่จะเป็นข่าวได้ โดยยึดหลักที่ว่า ข่าวที่จะเกิดขึ้นได้ต้องมีเรื่องราวการกระทำ หรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งที่สาธารณชนให้ความสนใจ ซึ่งไม่จำเป็นต้องลงทุนจัดโครงการใหญ่โตเสมอไป แต่ต้องแน่ใจว่าเรื่องที่ยกมานั้นต้องเป็นเรื่องที่ส่งผลดี หรือก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร (สุนิสา ประวิชัย, 2555) เช่น ความเห็นของผู้บริหารต่อประเด็นที่เกี่ยวกับธุรกิจในประเทศเศรษฐกิจอาเซียน เป็นต้น

นอกจากนี้ ข่าวประชาสัมพันธ์มักจะเขียนในรูปของพีระมิดหัวกลับ คือการนำเหตุการณ์ที่สำคัญที่สุดขึ้นมาก่อน แล้วจึงตามด้วยเรื่องราวที่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับ เป็นการกระตุ้นให้ผู้อ่านได้ทราบถึงรายละเอียดของเหตุการณ์นั้น ๆ และที่สำคัญนักข่าวอาจจะมีการนำข่าวไปกลั่นกรอง ปรับภาษา คัดย่อใหม่ และด้วยความเร่งรีบ หรือเพราะพื้นที่ของสื่อที่มีอย่างจำกัด นักข่าวก็อาจมีความจำเป็นที่จะต้องตัดทอนข้อความบางอย่างออกไปด้วย ซึ่งนิยมตัดในส่วนท้ายของข่าว ทำให้ผู้รับสารเป้าหมายรับข้อมูลที่ผิดไป

สรุปได้ว่า ปัจจุบันมีองค์กรจำนวนมากที่ต้องการให้นักหนังสือพิมพ์ตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ แต่เนื่องจากหนังสือพิมพ์เองก็มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ และข้อจำกัดทางด้านความน่าสนใจและความมีประโยชน์ของเนื้อหา จึงทำให้ความต้องการระหว่างสื่อและนักประชาสัมพันธ์ไม่สอดคล้องกัน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องพยายามคิดประเด็นและเขียนข่าวให้เกิดความน่าสนใจ และมีคุณค่าของความเป็นข่าว เพื่อที่สื่อมวลชนจะได้คัดเลือกและตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์กร ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์ต้องพยายามหาประเด็นเพื่อสร้างข่าวให้องค์กรของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เรื่องราวขององค์กรได้รับการนำเสนอเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนและส่งต่อถึงสาธารณชนในที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน

หน่วยงานภาครัฐราชการ ภาคเอกชน และองค์กรสาธารณะประโยชน์ได้นำสื่อมวลชนมาใช้เพื่อเป็นกลไกหลักในการเผยแพร่ วรรณคดี และส่งเสริมแนวต่าง ๆ เกี่ยวกับสุขภาพไปสู่สาธารณชนอย่างต่อเนื่อง นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ชาวอเมริกัน Wibur Schramm (1964) ได้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับบทบาทของสถาบันสื่อมวลชนไว้ในหนังสือเรื่อง สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ (Mass Media and Nation Development) ไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนาสังคม เนื่องจากสื่อมวลชนมีภารกิจต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบ โดยเฝ้าดูความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคมและรายงานข้อมูลให้สาธารณชนทราบ
2. สื่อมวลชนมีบทบาทในเชิงนโยบาย ซึ่งสามารถจุดประกายแนวคิดต่าง ๆ ให้อยู่ในความสนใจของกระแสสังคม และผลักดันให้เกิดการตัดสินใจในเชิงนโยบายในระดับผู้บริหารประเทศ
3. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นผู้สอน เพื่อเตรียมสมาชิกในสังคมให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ตลอดจนปลูกฝังค่านิยมที่เหมาะสมในสังคม

ในท่ามกลางกระแสการปฏิรูประบบสุขภาพ การสร้างเสริมสุขภาพ (Health Promotion) ได้รับการกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ของระบบสุขภาพเชิงรุก เพื่อสามารถจัดการกับปัญหาสุขภาพที่ซับซ้อนและมีความหลากหลาย แต่สามารถหลีกเลี่ยงหรือป้องกันได้ ตลอดจนพยายามมุ่งเน้นการจัดระบบสุขภาพในด้านการเสริมสร้างสรณะ การพึ่งพาตนเองในระดับบุคคล ชุมชน และสังคม

กิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ นับเป็นกิจกรรมด้านหนึ่งที่พยายามใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยสามารถพบเห็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยปรากฏในสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ในรูปแบบของข่าว บทความ สารคดีสั้น โฆษณา รายการบันเทิง หรือแม้แต่กิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ เป็นต้น

ทั้งนี้ นักวิชาการ และนักรณรงค์ส่วนหนึ่งมีความเชื่อว่า สื่อมวลชน จะทำหน้าที่ในด้านการสร้างเสริมสุขภาพได้ดี หากผู้ใช้สื่อมวลชนสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน และในช่วงเวลาที่เหมาะสม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2546, การสื่อสารสุขภาพ ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ : น. 3-4)

นอกจากนี้ สื่อมวลชน (Mass Media) ยังมีความหมายว่า สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน หรือในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งสื่อมวลชนโดยทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร ภาพยนตร์ (ประมะ สตะเวทิน, 2546, หลักนิเทศศาสตร์ : น. 134-135)

ทฤษฎีว่าด้วยผลของสื่อมวลชน (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553, สื่อประชาสัมพันธ์ : น. 57-61) ได้อธิบายว่ามนุษย์ถูกห้อมล้อมด้วยข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน เห็นได้จากตั้งแต่ตื่นนอนตอนเช้าจนกระทั่งเข้านอนในแต่ละวันต้องได้รับข้อมูลข่าวสารจากสิ่งเหล่านี้ จึงเป็นที่มาของการต้องพึ่งพาสื่อ เพราะการที่เปิดรับสื่อใดทำให้สามารถเปลี่ยนแนวคิดในการมองสิ่งต่าง ๆ ได้ และการให้ความสำคัญกับเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาในประสบการณ์ได้เป็นอย่างดี

เดนิส แมคควอเวล (Denis McQuail) กล่าวว่า หน้าที่ของสื่อมวลชนตามความเชื่อของคู่มือปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเผยแพร่ ได้แก่ นักโฆษณา นักประชาสัมพันธ์ นักสื่อสาร นักรณรงค์ เป็นต้น ซึ่งมีความต้องการให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ได้แก่ตนหรือหน่วยงานของตนดังนี้

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร
 - เผยแพร่ข่าวสารตามวัตถุประสงค์หรือกิจกรรมขององค์กร
 - ให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง
 - จัดลำดับก่อนหลังตามผลประโยชน์ของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเผยแพร่
 - ให้ข่าวสารที่ดึงดูดความสนใจของประชาชน
 - ให้การศึกษาโดยตรงและการรณรงค์ด้านข่าวสารแก่ประชาชน
2. หน้าที่ในการตีความ
 - ตีความข่าวสารและเหตุการณ์ตามวัตถุประสงค์ของนักเผยแพร่
 - สร้างความคิดเห็น ทำการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพพจน์สนับสนุนองค์กร
 - วิพากษ์วิจารณ์คู่แข่งขององค์กรของนักเผยแพร่
3. หน้าที่ในการแสดงออก
 - ให้การสนับสนุนความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ หลักการขององค์กร
 - ช่วยพัฒนาสำนักในการเป็นสมาชิกขององค์กร เช่น พรรคการเมือง ชนชั้น หรือกลุ่ม
4. หน้าที่ในการระดมความร่วมมือ
 - กระตุ้นความสนใจ ความเกี่ยวข้อง และความสนับสนุนของประชาชนต่อองค์กร
 - จัดแนะนำกิจกรรมแก่สมาชิกขององค์กรหรือผู้ตาม
 - การหาทุน
 - มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยการโฆษณาสินค้า

Lasswell (1948) และ Wright (1974) (อ้างถึงใน อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี และพงศ์ภัทร อนุมิตรราชกิจ, 2554) ได้กล่าวถึงการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนว่า มีบทบาทหน้าที่ในการสอดส่องดูแล (Surveillance) และรายงานเหตุการณ์ในสังคมตามทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบทางสังคม (The Social Responsibility Theory) มีหลัก 3 ประการคือ

1. ให้ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพในการมีส่วนร่วม และเลือกรับข่าวสาร
2. สื่อต้องมีอิสรภาพ และเสรีภาพในการนำเสนอข่าว
3. สื่อต้องตระหนักถึงประโยชน์ที่สังคมจะได้รับ

McQuail (1994 อ้างถึงใน พงษ์ วิเศษสังข์, 2554) ได้กล่าวถึงความรับผิดชอบของสื่อมวลชนมีอยู่ 5 ประการ ได้แก่

1. สอดส่องดูแล ระแวดระวัง เหตุการณ์ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อประชาชน โดยสื่อจะต้องตื่นตัวในการสอดส่องเหตุการณ์สำคัญ ๆ ป้องกันเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น
2. ประสานความคิดเห็นจากภาคส่วนต่าง ๆ ให้ประชาชนได้รับรู้ความคิดเห็นในหลากหลายมิติ
3. สั่งสอน ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมและประเพณีที่ดีต่อสังคม
4. ให้ความบันเทิง ถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์
5. รณรงค์ ท่ามกลางปัญหาเก่า ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นมากมาย เป็นหน้าที่ของสื่อในการรวบรวมพลังและผลักดันประชาชนให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ทางสังคมร่วมกัน สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

สรุปได้ว่า บทบาทหน้าที่และภารกิจที่สำคัญของสื่อมวลชน คือ 1) การเป็นผู้แจ้งข่าวสาร (Informer) ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารความรู้ เหตุการณ์ สถานการณ์ หรือความบันเทิงในสังคม 2) การกลั่นกรองข่าวสารที่มีความน่าสนใจ ความสำคัญ และเป็นประโยชน์ต่อสังคม 3) การกำหนดวาระข่าวสารแก่สังคม (Agenda – setting)

ที่จะเป็นผู้ชี้แนะหรือเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงหรือทางอ้อมแก่สังคม และ 4) การเป็นสื่อกลางของช่องทางการสื่อสารในสังคม เพื่อให้คนในสังคมได้รับรู้และเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง

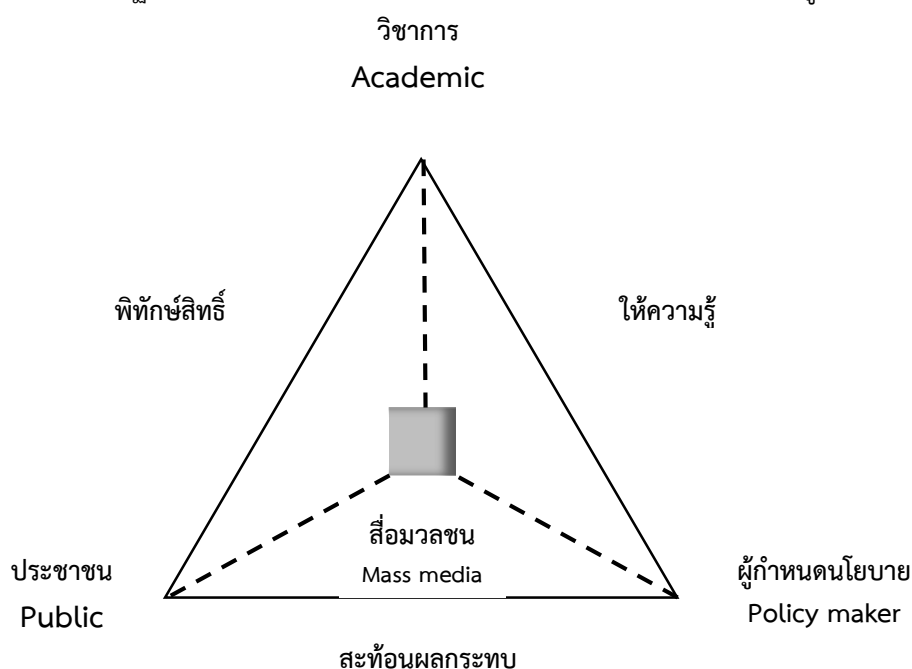
แนวคิดเรื่องสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขา และสื่อมวลชน

ประเวศ วะสี (2546) เป็นผู้ส่งเสริมแนวคิดสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขา ซึ่งประกอบด้วย

1. ภาควิชาการ เป็นส่วนสร้างความรู้และประสานงานกับภาคอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น การตั้งคำถาม สาเหตุ การแก้ปัญหา โดยยึดหลักการเป็นหลัก
2. ภาคประชาชน เคลื่อนไหวด้วยกันรวมตัว และนำเอาข้อมูลมาใช้ เพื่อประโยชน์ต่อสังคม
3. ภาคการเมืองหรือผู้กำหนดนโยบาย และกฎ กติกา มารยาทของสังคมด้วยการออกกฎหมาย หรือผลิตวัฒนธรรมใหม่ ๆ ออกมา หากองค์ประกอบทั้งสามมารวมกัน สังคมจะมีการขับเคลื่อนไปข้างหน้า นอกจากแนวคิดข้างต้นแล้ว การสื่อสารทั้งทางตรงและทางอ้อมยังเป็นส่วนสนับสนุนที่สำคัญของแนวคิดสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขา ผ่านกระบวนการรณรงค์ ซึ่งถือเป็นการควบคุมทางสังคม ด้วยการสร้างความจริงทางสังคมให้คนในสังคมมองปัญหา หรือพัฒนาไปในทิศทางที่พึงประสงค์ โดยใช้สื่อมวลชนเป็นเวทีเชื่อมองค์ประกอบทั้งสามเข้าหากัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือประชาชน การให้ความรู้และการสร้างความตื่นตัวนั้น อาจทำได้ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และสื่อบันเทิงทั้งหลาย ในอีกมุม สื่อมวลชนก็เป็นกระจกที่สะท้อนผลกระทบความคิดของประชาชนไปสู่ผู้กำหนดนโยบาย และสะท้อนนโยบายที่มีต่อประชาชนเช่นกัน โดยมีเป้าหมายคือการแสวงหาองค์ความรู้ทางวิชาการ เพื่อนำมาเปลี่ยนแปลงสังคมโดยมีสื่อมวลชนเป็นผู้ทำประเด็นให้เป็นข่าว อีกทั้งสื่อมวลชนยังทำหน้าที่เหมือนกับตะเกียง หรือประเด็นที่ประชาชนถูกละเมิด เพื่อพิทักษ์สิทธิของประชาชน

ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีบทบาทในการเชื่อมองค์ประกอบของสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขาอย่างน้อยสองภาคเข้าด้วยกัน เพื่อไปกดดันให้ฝ่ายที่สามเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น ดังตัวอย่างภาพนี้

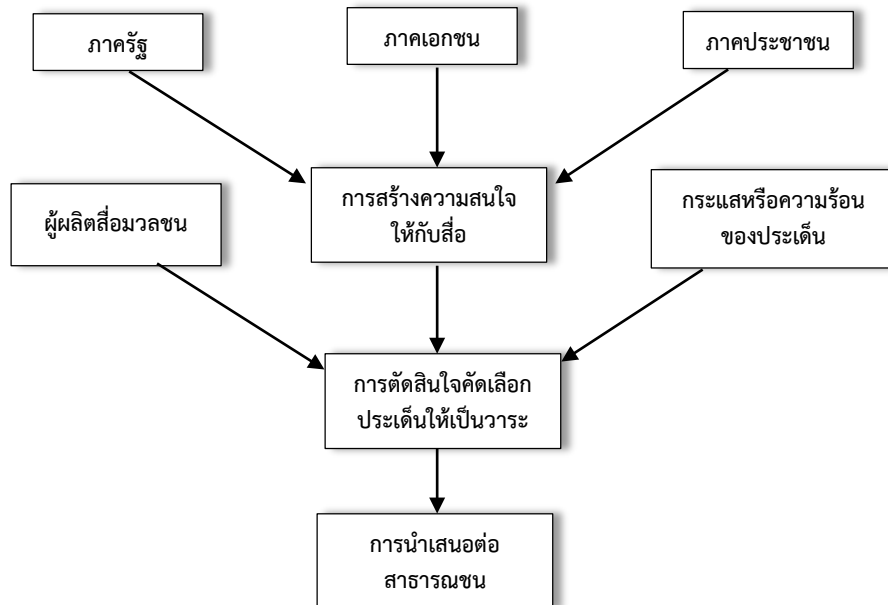
ภาพที่ 2.4 สื่อมวลชนในฐานะสะพานเชื่อมองค์ประกอบทั้งสามของสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขาด้วยกัน



ที่มา : การสื่อสารสุขภาพ : ศักยภาพของสื่อมวลชนในการเสริมสุขภาพ (2546 : น.9)

สำหรับกระบวนการกำหนดวาระและปัจจัยในการกำหนดวาระสุขภาพของสื่อมวลชนไทย กระบวนการเริ่มตั้งแต่ การสร้างความสำคัญให้กับประเด็นเพื่อแย่งชิงความสนใจจากสื่อมวลชน และการตัดสินใจคัดเลือกประเด็นโดยภาพรวม สรุปได้ดังแบบจำลอง ดังนี้

ภาพที่ 2.5 แสดงภาพรวมของกระบวนการและปัจจัยในการกำหนดวาระสุขภาพของสื่อมวลชนไทย



ที่มา : การสื่อสารสุขภาพ : ศักยภาพของสื่อมวลชนในการเสริมสุขภาพ (2546 : น. 121)

โดยสรุป จากแบบจำลองทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ต้องแข่งขันสร้างความสนใจให้กับสื่อมวลชน โดยสื่อมวลชนเป็นตัวหลักในการตัดสินใจเลือกประเด็น โดนคำนึงถึงกระแสและความร้อนของประเด็น อีกทั้งสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับรัฐ เอกชน และสาธารณชน ว่าสื่อมวลชนไม่ได้ทำงานสร้างวาระอย่างโดดเดี่ยว หากทำงานบนเงื่อนไขดังนี้คือ การต้องพึ่งพาข้อมูลจากรัฐและเอกชน การพึ่งพาทุนในการผลิตธรรมชาติของสื่อและอุดมการณ์ของผู้ผลิตสื่อ และการร้องขอจากภาคีต่าง ๆ

การมีความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความสำเร็จให้แก่งานประชาสัมพันธ์ ประชาชนจะเชื่อข่าวสารในสื่อมวลชนว่าเป็นข้อเท็จจริง ไม่ใช่การโฆษณา และหากองค์กรมีความสามารถในการจัดการประเด็นและสื่อสารได้อย่างเหมาะสม ข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์นั้นจะมีความแนบแน่นเนียนไปเป็นเนื้อเดียวกันกับข่าว ระดับความน่าเชื่อถือก็จะยิ่งเพิ่มขึ้น ที่สำคัญเมื่อคำนวณค่าใช้จ่ายต่อหัวในการเสนอข่าวสารเพื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยการเสนอผ่านสื่อมวลชนพบว่า ค่าใช้จ่ายจะต่ำกว่าการพยายามผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยหน่วยงานเอง

มีข้อน่าสังเกตว่า สื่อมวลชนต้องการข่าวสารที่มีสาระ สามารถตีพิมพ์เป็นข่าวได้ ดังนั้น หากหน่วยงานต้องการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน วิธีการที่ดีที่สุดคือ ต้องเสนอข่าวที่มีคุณค่า มีคุณภาพเสมอ การกินเลี้ยงพบปะสังสรรค์กับสื่อมวลชนยังมีความสำคัญรองลงมาจากทำให้ข่าวที่มีคุณภาพ เพราะแม้หน่วยงานจะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนเพียงใด แต่ถ้าไม่สามารถมีข้อมูลที่ควรค่าแก่การเป็นข่าวได้ สื่อมวลชนก็คงไม่เป็นมิตรได้นานนัก

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่นักการสื่อสารมวลชน เรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่ โดยวิเคราะห์เชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์ต่างก็เกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน กล่าวคือ มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ ทั้งแบบลูกโซ่ และแบบวงจร จึงอธิบายได้ว่า เกิดขึ้นจากความต้องการของแต่ละคนที่แตกต่างกัน และเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา นอกจากนี้ยังมีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง และประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาสารที่เปิดรับ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนให้มากที่สุด โดยเน้นถึงสำคัญของผู้รับสารเป็นตัวสำคัญของการตัดสินใจ

ดังนั้น ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จึงเป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในการเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับข่าวสารเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง การศึกษาตามแนวคิดนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสารเป็นหลัก โดยใช้พฤติกรรมการสื่อสารที่ครอบคลุมถึงประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้ การใช้และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอน คือ

- 1) ผู้รับสารในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาททุก และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร
- 2) การใช้หรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้รับการเลือกสรรแล้ว เพื่อสนองต่อความต้องการของตนเอง ไม่เปิดรับสารที่เลื่อนลอย

3) ความพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อเปิดรับสื่ออย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ส่งสารต้องทำให้ผู้รับสารพึงพอใจ ไม่ใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจอย่างการสื่อสารก่อนหน้านี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533) ทฤษฎีนี้จึงเป็นการอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่องถึงความต้องการ แรงจูงใจ ค่านิยม ความเชื่อ พฤติกรรม และความพึงพอใจที่ติดตามมา ซึ่งมีความเชื่อมโยงกัน หรือการแสดงให้เห็นถึงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ โดยมาสโลว์ (Maslow, 1943 อ้างถึงใน ตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์, 2549) ได้แก่

- ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Need)
- ความปลอดภัย (Safety Need)
- ความต้องการเป็นที่รัก (Social Need)
- ความยกย่องนับถือ (Esteem Need)
- ความสำเร็จในชีวิตนั้น (Self - actualization Need)

ทำให้มนุษย์จึงแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเอง และเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความคาดหวัง รวมไปถึงแรงจูงใจและสถานะของผู้รับสาร จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล มีขอบเขตการเรียนรู้ภายใต้สภาวะแวดล้อมที่ต่างกัน จึงทำให้บุคคลเหล่านั้นมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันออกไป

ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ เวนนอร์ (Wenner, 1985 อ้างถึงใน ศุภนาฏ บัวบางพลู, 2546) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเวนนอร์ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายเพื่อสร้างออกมาเป็นแผน ที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร ซึ่งได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. การใช้สื่อเพื่อประโยชน์ทางด้านสถานะทางจิตใจและสังคม ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการ ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าว แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดผลคือการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ
2. การใช้สื่อเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล

3. การใช้สื่อเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล เพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4. การใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์

ส่วนแคทซ์, บลูมเมอร์, แมคควอล และบราวน์ (Katz, Blumler, Mcquail & Brown, 1972 อ้างถึงใน ตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์, 2549) ได้จำแนกความพึงพอใจของผู้รับสารที่เกิดจากการเปิดรับสาร ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. เพื่อความเพลิตเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อ เพื่อหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ เพื่อผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียด
2. ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล (Personal Relation) การใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปไว้พูดคุยกับผู้อื่นหรือเพื่อให้มีเวลาใช้เวลาร่วมกับครอบครัว
3. เอกลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง เพื่อมาเป็นแรงเสริมความเชื่อของตน เป็นต้น
4. การติดตามข่าวสารรับรู้ เหตุการณ์ (Surveillance) เป็นการต้องการอยากรู้อยากเห็นว่า ความเป็นไปในสังคมเป็นอย่างไร

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค หรือผู้รับสาร ให้อยู่ในฐานะเป็นผู้กระทำการเลือกใช้สื่อ ซึ่งนับได้ว่าเป็นมุมมองที่แตกต่างไปจากทฤษฎีเดิมที่มักไม่ให้ความสำคัญกับผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม สภาพของสังคมและจิตใจของผู้รับสารที่แตกต่างกัน ทำให้มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้ผู้รับสารแต่ละคน คาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจึงแตกต่างกัน ทำให้ความพอใจที่ได้รับจากสื่อก็แตกต่างกันด้วย โดยมีฐานคติที่สำคัญคือ ผู้รับสารมีความกระตือรือร้นไม่มากนักน้อยในความพยายามแสวงหาตัวเนื้อหาที่สร้างความพึงพอใจได้มากที่สุด ความมาน้อยของการรับรู้ในความพึงพอใจขึ้นอยู่กับความจำเป็นและความสนใจของแต่ละบุคคล ถ้าบุคคลแต่ละบุคคลรับรู้ถึงตัวเนื้อหาที่สามารถตอบสนองต่อความจำเป็นของตนเองมากเท่าไร โอกาสที่บุคคลจะตัดสินใจเลือกใช้สื่อนั้น ๆ ก็จะมีเพิ่มมากขึ้น

สรุปได้ว่า จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ แสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ มีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ ดังนั้น การดำเนินงานผลิตข้อมูลข่าวสารเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของสื่อมวลชนได้ตรงประเด็นที่ต้องการ และคาดหวังว่าประชาชนจะได้รับประโยชน์ต่อประเด็นข่าวสารที่น่าเสนอนั้นด้วย ก็จะช่วยให้ข่าวที่ผลิตและเผยแพร่มีคุณค่า เป็นประโยชน์ตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสารที่เป็นสื่อมวลชนและประชาชนปลายทางด้วยเช่นเดียวกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัศมี อิทธิวรรณพงศ์ (2531) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์รายวันประเภทเพ่งคุณภาพ : ประเภทประชาชนนิยม และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชาชนนิยม (2531) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลวิจัยพบว่า ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์โดยรวม ๆ ดังนี้คือ 1. ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน 2. เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ 3. ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ 4. หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ 5. วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ 6. เวลาปิดต้นฉบับ 7. หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ 8. ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตร

รังษี บุณยประภาพงศ์ (2538) ได้ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง “ความคาดหวังของนักประชาสัมพันธ์ และทัศนคติของผู้สื่อข่าว ต่อการให้และรับข้อเสนอในเชิงผลประโยชน์” โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักประชาสัมพันธ์ กลุ่มสื่อมวลชน และกลุ่มที่มีทั้งสื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์ พบว่าสื่อมวลชนพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ลงเผยแพร่ โดยยึดหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1. ประโยชน์ของผู้อ่านและนโยบายข่าวของสำนักพิมพ์นั้น ๆ
2. วิธีการเขียนข่าว และความสมบูรณ์ของเนื้อหา
3. เวลาปิดต้นฉบับและความจำกัดของพื้นที่
4. ความสำคัญขององค์กรที่ส่งข่าว และการทำสื่อมวลชนสัมพันธ์
5. วิธีการส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ
6. การส่งถึงผู้รับอย่างถูกต้อง
7. ผลประโยชน์ที่มอบให้ผู้สื่อข่าว เช่น การให้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการพิเศษ การจัดทัวร์สื่อมวลชน เป็นต้น

นพคุณ สุนทรหงส์ (2542) ศึกษาเรื่อง การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ (2542) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า 1) กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยด้านเศรษฐกิจมากกว่าข่าวประเภทอื่น 2) กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหาด้านการพัฒนาในสัดส่วนที่น้อยกว่าข่าวด้านอื่น 3) จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ทั้งหมดที่กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ มีการใช้แหล่งข่าวที่เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด 4) การเปิดรับข่าวสารของผู้สื่อข่าวต่างประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย 5) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย 6) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ 7) ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย 8) ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ 9) ทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ 10) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศเท่านั้น ที่สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ได้ 11) กระบวนการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศพิจารณาตามปัจจัยต่าง ๆ คือ นโยบายองค์กร คุณค่าข่าว และเกณฑ์การเผยแพร่ของบรรณาธิการ และพบว่าระบบสาขาทำให้สำนักงานสาขาแต่ละแห่งต้องส่งข่าวไปให้สำนักงานใหญ่ตรวจสอบก่อนข่าวจะถูกแพร่กระจาย และ 12) สื่อมวลชนต่างประเทศซีกโลกตะวันออกเน้นเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในด้านพัฒนามากกว่าสื่อมวลชนซีกโลกตะวันตก และพบว่าสื่อมวลชนซีกโลกตะวันตกให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในการนำเสนอข่าวด้วย

ปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) การสื่อสารสุขภาพศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ ผลวิจัยพบว่า

1. สื่อมวลชนเป็นเพียงช่องทางหนึ่งในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพสู่สาธารณชน หากจะใช้เป็นช่องทางหลัก จำเป็นต้องวางแผนอย่างรัดกุม และคำนึงถึงศักยภาพที่แท้จริงของสื่อมวลชนที่ว่า สื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้ แต่ต้องผนวกกับสื่ออื่น ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
2. กระบวนการกำหนดวาระด้านสุขภาพในสื่อมวลชนไทย พบว่า ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จะแข่งขันกันสร้างความสนใจให้กับสื่อมวลชน โดยสื่อมวลชนจะเป็นหลักในการตัดสินใจเลือกประเด็นให้เป็นวาระ โดยคำนึงถึงกระแสหรือความร้อนของประเด็นด้วย
3. แนวทางในการร่วมทำงานกับสื่อมีด้วยกันดังนี้ การติดต่อตามลำดับชั้น การขอความอนุเคราะห์ การประสานพันธมิตร การซื้อสื่อ การชี้แจง การสร้างกระแส และการสร้างพันธมิตรใจ
4. ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการรณรงค์ด้านสุขภาพผ่านสื่อมวลชนในประเทศไทย พบว่า คือการที่แกนนำมีความสามารถในการประสานงานกับองค์กรพันธมิตรต่าง ๆ ได้อย่างใกล้ชิด และสัมพันธภาพที่ดีกับสื่อมวลชน

สุรธานี นิรต์นิมานนท์ (2550) ศึกษาเรื่อง การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า เภทท์ในการคัดเลือกข่าวสั้น ในด้านคุณค่าข่าว นักข่าวให้ความสำคัญทางด้านความทันเหตุการณ์ ขณะที่ในด้าน การคัดเลือกประเภทข่าว มีการนำเสนอข่าวการเมืองมากที่สุด ส่วนด้านรูปแบบการนำเสนอข่าวสั้น เป็นการเขียนแบบ Who Lead ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านกายภาพของสื่อ ปัจจัยของตัวผู้ส่งสาร ปัจจัยจากแหล่งที่มาของข่าว ปัจจัยทางด้านเวลา ปัจจัยจากพื้นฐานของสถานีข่าว ปัจจัยจากกลุ่มผู้อ่าน ปัจจัยทางเทคโนโลยี และปัจจัยทางธุรกิจ

สกุลศรี ศรีสารคาม (2554) ศึกษาเรื่อง สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว จากผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคม (Social Media) มีส่วนทำให้กระบวนการสื่อข่าวเปลี่ยนแปลงไปดังนี้

- 1) เพิ่มช่องทาง รูปแบบ วิธีการในการสื่อข่าวที่ได้หลากหลาย การได้มาซึ่งข่าวจากแหล่งที่แตกต่าง ทำให้มี โอกาสได้ประเด็นข่าวและมุมมองที่มีมิติมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำข่าว ที่นอกจากจะเพิ่มความรวดเร็ว ในการทำข่าวแล้ว หากนำมาใช้ในมิติเชิงลึกได้ ก็จะได้งานข่าวที่มีมิติ ความลึก และมีบริบทที่หลากหลาย เพิ่มมากขึ้นด้วย
- 2) บทบาทที่ปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมของผู้สื่อข่าวในเรื่องการต้องทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสาร และต้องมีความรอบคอบเพิ่มพิจารณาญาณในการเผยแพร่ข่าวมากขึ้น ในขณะเดียวกันกองบรรณาธิการต้องเร่งหา วิธีปรับเปลี่ยนบทบาทและวิธีการทำงานภายในกองบรรณาธิการ เพื่อให้รองรับกระบวนการสื่อข่าวรูปแบบใหม่นี้
- 3) ความสัมพันธ์กับผู้รับสารที่เปลี่ยนไป จากการสื่อสารทางเดียว ส่งข้อมูลข่าวสารออกไปให้ผู้รับสารเท่านั้น ผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการรับฟังสิ่งที่ผู้รับสารคิด มีความเชี่ยวชาญ หรือมีข้อมูลอยู่เพิ่มมากขึ้น มีการสื่อสาร ระหว่างกันแบบสองทาง ตลอดทั้งกระบวนการสื่อข่าวซึ่งนำไปสู่การมีส่วนร่วมของผู้รับสารในกระบวนการสื่อข่าว มากกว่าที่เคยเป็นมาในโมเดลแบบดั้งเดิม

เทียนทิพย์ เดียวกั (2559) ศึกษาเรื่อง จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล พบว่า ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน เป็นส่วนหนึ่งที่เข้ามาเปลี่ยนบทบาทและรูปแบบการนำเสนอข่าว โดยมี ช่องทางที่สื่อมวลชนสามารถรายงานข่าวได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้ง เฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) ซึ่งความรวดเร็วที่เกิดขึ้นนั้น ทำให้การเสนอข้อมูลข่าวสารไม่มีความรอบคอบเท่าที่ควร นำมาซึ่งการกระทำที่ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ ก่อให้เกิดผลกระทบไปยัง

สาธารณชน ที่เป็นเช่นนี้ อาจเกิดจากการแข่งขันด้านธุรกิจและด้านเวลา เป็นตัวกำหนดทิศทางการทำงานของสื่อมวลชน จนทำให้จิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนลดน้อยลง ถึงแม้ว่าจะมีองค์กรทางวิชาชีพเป็นหลัก เป็นตัวช่วยในการกำกับดูแล แต่ในส่วนของการแก้ไขปัญหา นั้น ต้องขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละองค์กร ที่ควรมีความชัดเจนในการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมไปถึงตัวผู้ปฏิบัติงานเอง ต้องเคารพในการทำงานของสื่อตามหลักเสรีภาพบนความรับผิดชอบต่อ

ภาคชุดา อำไพพรรณ และวิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน เน้นการตอกย้ำชื่อผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำ เผยแพร่บทบาทหน้าที่ของสำนักงานด้วยการกำหนดข้อความหลัก (Key Message) ที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย สร้างเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นและยอมรับ ด้วยการเผยแพร่ความเป็นมืออาชีพ ผลงาน และกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มสื่อมวลชน สำหรับแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน พบว่า สำนักงานเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มสื่อมวลชน โดยผ่านกิจกรรมการสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

แนวทางการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive) ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ ศึกษาระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชน ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน และเพื่อระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

กลุ่มประชากร

ลักษณะกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา คือ สื่อมวลชนสายสาธารณสุข ประจำกระทรวงสาธารณสุข โดยการศึกษาได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Krejcie & Morgan (1970) ที่อ้างอิงที่มาของสูตรคำนวณจาก National Education Association โดยได้ผลการประเมินกลุ่มตัวอย่างจำนวน 145 คน

$$n = \frac{\chi^2 Np(1-p)}{e^2(N-1) + \chi^2 p(1-p)}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้
 χ^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($\chi^2=3.841$)

$$n = \frac{3.841 \times 232 \times 0.5 \times 0.5}{(.05)^2 \times (232-1) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง = 145 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วย

- 1) ลักษณะของสื่อมวลชนที่ศึกษา ได้แก่ เพศ ประเภทสื่อ ช่องทางการรับข่าว และประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ
- 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย ได้แก่ เนื้อหาข่าวเป็นประโยชน์ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ จัดส่งข่าวได้รวดเร็ว ทันเวลา ส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน เข้าใจบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีการประสานงานที่ดี โดยลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้เลือกคำตอบเดียวและมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ความพึงพอใจของสื่อมวลชน ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการดำเนินการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนของกรมอนามัย และความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย โดยลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้เลือกคำตอบเดียวและมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลผล

- ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

ศึกษาเพื่อระบุให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย โดยกำหนดให้การที่สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย จะต้องมีความพึงพอใจทั้ง 3 ด้านคือ

- 1) ความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย
- 2) ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน
- 3) ความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย

โดยกำหนดแบ่งระดับของการเผยแพร่ข่าวกรมอนามัย เป็น 3 ระดับ คือ

- 1) ระดับสูง คือ พึงพอใจมากที่สุด ครบ 3 ด้าน
- 2) ระดับปานกลาง คือ พึงพอใจมากที่สุด ครบ 2 ด้าน
- 3) ระดับต่ำ คือ พึงพอใจมากที่สุด อย่างน้อย 1 ด้าน

การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ

- 1) ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างแบบสอบถาม โดยมีเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2) ศึกษาทบทวนระเบียบวิธีวิจัย และเหตุผลในการออกแบบสอบถาม

- 3) สร้างแบบสอบถามและกำหนดเนื้อหาให้ครอบคลุมเรื่องที่ทำการศึกษา โดยให้ผู้ตอบสามารถตอบข้อเท็จจริงตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

- 4) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมและความสอดคล้องของเนื้อหา แล้วหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) เพื่อพิจารณาความสมบูรณ์และความถูกต้องเชิงเนื้อหาและเครื่องมือที่สร้างขึ้น ซึ่งคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC	หมายถึง	ดัชนีความสอดคล้อง
$\sum R$	หมายถึง	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
N	หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนนำมาแปลงเป็นคะแนนดังนี้

มีความเห็นว่า	สอดคล้อง	กำหนดคะแนนเป็น	+1
มีความเห็นว่า	ไม่แน่ใจ	กำหนดคะแนนเป็น	0
มีความเห็นว่า	ไม่สอดคล้อง	กำหนดคะแนนเป็น	-1

หลังจากนั้นนำคะแนนการประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาแทนค่าในสูตรดัชนีความสอดคล้อง ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องที่คำนวณได้ค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ($IOC \geq 0.50$) ถือว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามพบว่าทุกข้อคำถามมีความตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5

5) ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) ในกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาจำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .89

การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา ได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-square Test) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata/MP14.0 โดยดำเนินการดังนี้

- 1) การศึกษาลักษณะของสื่อมวลชนที่ศึกษาและประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ โดยใช้การแจกแจงความถี่และแสดงด้วยค่าร้อยละ
- 2) การศึกษาความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย โดยใช้การแจกแจงความถี่ และแสดงด้วยค่าร้อยละ
- 3) การศึกษาระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชน โดยใช้การแจกแจงความถี่ และแสดงด้วยค่าร้อยละ
- 4) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย โดยใช้การแจกแจงความถี่และแสดงด้วยค่าร้อยละ และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-square Test)
- 5) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนของกรมอนามัย โดยใช้การแจกแจงความถี่และแสดงด้วยค่าร้อยละ และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-square Test)
- 6) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย โดยใช้การแจกแจงความถี่และแสดงด้วยค่าร้อยละ และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-square Test)
- 7) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย โดยใช้การแจกแจงความถี่และแสดงด้วยค่าร้อยละ และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-square Test)
- 8) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสื่อกับปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย โดยใช้การแจกแจงความถี่และแสดงด้วยค่าร้อยละ และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-square Test)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข” ในครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าร้อยละ และหาความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งเป็น 1) การศึกษาลักษณะของสื่อมวลชนสายสาธารณสุข ประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย 2) การศึกษาระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชนต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าว การปฏิบัติงานด้านข่าวและการสร้างความสัมพันธ์ และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานของกรมอนามัย 3) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน 4) การระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย และ 5) การหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสื่อกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย ดังนี้

- การศึกษาลักษณะของสื่อมวลชนสายสาธารณสุข ประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

ตารางที่ 4.1 อธิบายลักษณะของสื่อมวลชนที่ศึกษา และประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ

ลักษณะ	รายละเอียด	จำนวน (N)	ร้อยละ (%)
1) เพศ	(1) ชาย	72	49.7
	(2) หญิง	73	50.3
2) ประเภทสื่อ	(1) สื่อออนไลน์ / เว็บไซต์	48	33.1
	(2) สื่อวิทยุ	37	25.5
	(3) สื่อหนังสือพิมพ์	17	11.7
	(4) สื่อโทรทัศน์	40	27.6
	(5) สื่ออื่น ๆ	3	2.1
3) ช่องทางการรับข่าว	(1) Line@	91	62.8
	(2) e-mail	13	9.0
	(3) Website	25	17.2
	(4) Facebook	10	6.9
	(5) อื่นๆ	6	4.1
4) เนื้อหาข่าวที่สนใจ	(1) อนามัยแม่และเด็ก	73	50.3
	(2) อนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชน	72	49.7
	(3) อนามัยวัยทำงาน	73	50.3
	(4) อนามัยผู้สูงอายุ	76	52.4
	(5) ทันตสุขภาพ	52	35.9
	(6) สุขาภิบาลอาหารและน้ำ (เช่น ตลาดสด , ร้านอาหาร Clean Food Good Taste)	70	48.3

ลักษณะ	รายละเอียด	จำนวน (N)	ร้อยละ (%)
	(7) อนามัยการเจริญพันธุ์ (เช่น การคุมกำเนิด, การตั้งครรภ์ในวัยรุ่น)	51	35.2
	(8) อนามัยสิ่งแวดล้อม (เช่น ส้วม, การจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล)	68	46.9
	(9) โภชนาการทุกกลุ่มวัย	67	46.2
	(10) ออกกำลังกาย	87	60.0
	(11) กฎหมายสาธารณสุข	47	32.4
	(12) เหตุรำคาญและส่งผลกระทบต่อสุขภาพ (เช่น ฝุ่น PM 2.5)	81	55.9
	(13) ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)	114	78.6

จากตารางที่ 4.1 ลักษณะของสื่อมวลชนสายสาธารณสุขที่ศึกษา จำนวน 145 คน พบว่า สื่อมวลชนดังกล่าว เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.3 และเพศชาย ร้อยละ 49.7 โดยส่วนใหญ่เป็นสื่อมวลชนประเภท สื่อออนไลน์/เว็บไซต์ ร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 27.6 สื่อวิทยุ ร้อยละ 25.5 สื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 11.7 และสื่ออื่น ๆ ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ สำหรับช่องทางที่สื่อมวลชนได้ข่าวของกรมอนามัย พบว่า มีการรับข่าวมากที่สุดผ่านช่องทางผ่าน Line@ ร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ Website ร้อยละ 17.2 e-mail ร้อยละ 8.9 Facebook ร้อยละ 6.9 และอื่น ๆ ร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

สำหรับเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยที่สื่อมวลชนสนใจ พบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่สนใจเนื้อหาข่าวประเด็น ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ร้อยละ 78.6 รองลงมาคือ ออกกำลังกาย ร้อยละ 60.0 เหตุรำคาญและส่งผลกระทบต่อสุขภาพ (เช่น ฝุ่น PM 2.5) ร้อยละ 55.9 อนามัยผู้สูงอายุ ร้อยละ 52.4 อนามัยแม่และเด็ก ร้อยละ 50.3 อนามัยวัยทำงาน ร้อยละ 50.3 อนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชน ร้อยละ 49.7 สุขาภิบาลอาหารและน้ำ (เช่น ตลาดสด, ร้านอาหาร Clean Food Good Taste) ร้อยละ 48.3 อนามัยสิ่งแวดล้อม (เช่น ส้วม, การจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล) ร้อยละ 46.9 โภชนาการทุกกลุ่มวัย ร้อยละ 46.2 ทันทสุขภาพ ร้อยละ 35.9 อนามัยการเจริญพันธุ์ (เช่น การคุมกำเนิด, การตั้งครรภ์ในวัยรุ่น) ร้อยละ 35.2 และกฎหมายสาธารณสุข ร้อยละ 32.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 อธิบายความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

ปัจจัยที่ส่งผลการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย	ระดับของความเห็นด้วย	จำนวน (N)	ร้อยละ (%)
1) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์	(1) มากที่สุด	62	42.8
	(2) มาก	72	49.6
	(3) ปานกลาง	11	7.6
2) ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ	(1) มากที่สุด	67	46.2
	(2) มาก	71	49.0
	(3) ปานกลาง	7	4.8
3) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์	(1) มากที่สุด	68	47.0
	(2) มาก	61	42.0
	(3) ปานกลาง	16	11.0

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย	ระดับของความเห็นด้วย	จำนวน (N)	ร้อยละ (%)
4) การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา	(1) มากที่สุด	56	38.6
	(2) มาก	64	44.2
	(3) ปานกลาง	25	17.2
5) มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ	(1) มากที่สุด	59	40.7
	(2) มาก	62	42.8
	(3) ปานกลาง	24	16.5
6) มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	66	45.5
	(2) มาก	59	40.7
	(3) ปานกลาง	20	13.8
7) มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	59	40.7
	(2) มาก	62	42.8
	(3) ปานกลาง	24	16.5
8) มีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร / นักวิชาการ)	(1) มากที่สุด	56	38.6
	(2) มาก	66	45.5
	(3) ปานกลาง	23	15.9

จากตารางที่ 4.2 ระดับความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย พบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาคือระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.85 ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.0 การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.6 มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 40.7 มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 และมีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร/นักวิชาการ) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.6

- การศึกษาระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชนต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าว การปฏิบัติงานด้านข่าว และการสร้างความสัมพันธ์ และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานของกรมอนามัย

ตารางที่ 4.3 อธิบายระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชน

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ	จำนวน (N)	ร้อยละ (%)
1) ความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย	ระดับสูง	54	37.2
	ระดับปานกลาง	68	46.9
	ระดับต่ำ	23	15.9
2) ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน	ระดับสูง	51	35.2
	ระดับปานกลาง	67	46.2
	ระดับต่ำ	27	18.6
3) ความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย	ระดับสูง	41	28.3
	ระดับปานกลาง	75	51.7
	ระดับต่ำ	29	20.0

จากตารางที่ 4.3 ระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชนพบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัยในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมาคือระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 37.2 มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 35.2 และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัยในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 28.3

โดยสรุป สื่อมวลชนมีความพึงพอใจในระดับสูง ต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย รองลงมาคือ การปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย ตามลำดับ

- การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน

สำหรับผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน ในการศึกษาได้ใช้การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น คือ ระดับความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย มาหาความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือ ระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชน โดยแยกเป็นความพึงพอใจ 3 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าว ความพึงพอใจต่อการสร้างความสัมพันธ์ และความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานของกรมอนามัย มีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.4 อธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน

ตารางที่ 4.4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ระดับความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าว และนำเสนอข่าว			Chi ²
		ระดับสูง	ระดับ ปานกลาง	ระดับต่ำ	
1) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัย เป็นประโยชน์	(1) มากที่สุด	40 (64.5%)	16 (25.8%)	6 (9.7%)	R = 43.2593 p-value < 0.001
	(2) มาก	11 (15.3%)	49 (68.0%)	12 (16.7%)	
	(3) ปานกลาง	3 (27.3%)	3 (27.3%)	5 (45.4%)	
2) ข้อมูลของกรมอนามัย มีความน่าเชื่อถือ	(1) มากที่สุด	36 (53.7%)	25 (37.3%)	6 (9.0%)	R = 22.6528 p-value < 0.001
	(2) มาก	17 (23.9%)	41 (57.8%)	13 (18.3%)	
	(3) ปานกลาง	1 (14.3%)	2 (28.6%)	4 (57.1%)	
3) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัย มีความทันสมัย ทันต่อ สถานการณ์	(1) มากที่สุด	41 (60.3%)	22 (32.4%)	5 (7.3%)	R = 33.5533 p-value < 0.001
	(2) มาก	10 (16.4%)	39 (63.9%)	12 (19.7%)	
	(3) ปานกลาง	3 (18.8%)	7 (43.7%)	6 (37.5%)	
4) การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา	(1) มากที่สุด	39 (69.6%)	14 (25.0%)	3 (5.4%)	R = 60.1984 p-value < 0.001
	(2) มาก	11 (17.2%)	45 (70.3%)	8 (12.5%)	
	(3) ปานกลาง	4 (16.0%)	9 (36.0%)	12 (48.0%)	
5) จัดส่งข่าวเป็นประจำ สม่ำเสมอ	(1) มากที่สุด	38 (64.4%)	17 (28.8%)	4 (6.8%)	R = 65.1156 p-value < 0.001
	(2) มาก	14 (22.6%)	43 (69.3%)	5 (8.1%)	
	(3) ปานกลาง	2 (8.3%)	8 (33.4%)	14 (58.3%)	

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ระดับความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าว และนำเสนอข่าว			Chi ²
		ระดับสูง	ระดับปานกลาง	ระดับต่ำ	
6) มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	44 (66.7%)	18 (27.2%)	4 (6.1%)	R = 82.1820 p-value < 0.001
	(2) มาก	8 (13.5%)	45 (76.3%)	6 (10.2%)	
	(3) ปานกลาง	2 (10.0%)	5 (25.0%)	13 (65.0%)	
7) มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	44 (74.6%)	13 (22.0%)	2 (3.4%)	R = 97.6896 p-value < 0.001
	(2) มาก	9 (14.5%)	47 (75.8%)	6 (9.7%)	
	(3) ปานกลาง	1 (4.2%)	8 (33.3%)	15 (62.5%)	
8) มีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร / นักวิชาการ)	(1) มากที่สุด	40 (71.4%)	13 (23.2%)	3 (5.4%)	R = 90.4645 p-value < 0.001
	(2) มาก	12 (18.2%)	49 (74.2%)	5 (7.6%)	
	(3) ปานกลาง	2 (8.7%)	6 (26.1%)	15 (65.2%)	

จากตารางที่ 4.4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย พบว่า ทุกปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร/นักวิชาการ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.001$

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การที่สื่อมวลชนมีความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัยนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้ง 8 ข้อนี้ โดยปัจจัย 3 ด้านแรกที่สำคัญที่สุดคือ มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน รองลงมาคือ มีการประสานงานที่ดี และ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนตามลำดับ

4.4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนของกรมอนามัย

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ระดับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน			Chi ²
		ระดับสูง	ระดับปานกลาง	ระดับต่ำ	
1) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์	(1) มากที่สุด	37 (59.7%)	18 (29.0%)	7 (11.3%)	R = 29.8303 p-value < 0.001
	(2) มาก	13 (18.1%)	43 (59.7%)	16 (22.2%)	
	(3) ปานกลาง	1 (9.1%)	6 (54.5%)	4 (36.4%)	
2) ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ	(1) มากที่สุด	38 (56.7%)	23 (34.3%)	6 (9.0%)	R = 28.1451 p-value < 0.001
	(2) มาก	13 (18.3%)	40 (56.3%)	18 (25.4%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	4 (57.1%)	3 (42.9%)	
3) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์	(1) มากที่สุด	38 (55.9%)	21 (30.9%)	9 (13.2%)	R = 31.0142 p-value < 0.001
	(2) มาก	8 (13.1%)	41 (67.2%)	12 (19.7%)	
	(3) ปานกลาง	5 (31.2%)	5 (31.2%)	6 (37.6%)	
4) การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็วทันเวลา	(1) มากที่สุด	37 (66.1%)	15 (26.8%)	4 (7.1%)	R = 50.5267 p-value < 0.001
	(2) มาก	11 (17.2%)	42 (65.6%)	11 (17.2%)	
	(3) ปานกลาง	3 (12.0%)	10 (40.0%)	12 (48.0%)	
5) จัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ	(1) มากที่สุด	37 (62.7%)	16 (27.1%)	6 (10.2%)	R = 58.4867 p-value < 0.001
	(2) มาก	13 (21.0%)	42 (67.7%)	7 (11.3%)	
	(3) ปานกลาง	1 (4.2%)	9 (37.5%)	14 (58.3%)	

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ระดับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้าน ข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน			Chi ²
		ระดับสูง	ระดับ ปานกลาง	ระดับต่ำ	
6) มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี กับสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	43 (65.1%)	17 (25.8%)	6 (9.1%)	R = 75.6752 p-value < 0.001
	(2) มาก	7 (11.9%)	44 (74.6%)	8 (13.5%)	
	(3) ปานกลาง	1 (5.0%)	6 (30.0%)	13 (65.0%)	
7) มีความเข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ของสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	42 (71.2%)	15 (25.4%)	2 (3.4%)	R = 97.6520 p-value < 0.001
	(2) มาก	9 (14.5%)	45 (72.6%)	8 (12.9%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	7 (29.2%)	17 (70.8%)	
8) มีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร / นักวิชาการ)	(1) มากที่สุด	40 (71.4%)	12 (21.4%)	4 (7.1%)	R = 102.5013 p-value < 0.001
	(2) มาก	10 (15.1%)	50 (75.8%)	6 (9.1%)	
	(3) ปานกลาง	1 (4.3%)	5 (21.7%)	17 (74.0%)	

จากตารางที่ 4.4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนของกรมอนามัย พบว่า ทั้ง 8 ปัจจัย ได้แก่ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร/นักวิชาการ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนของกรมอนามัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.001

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การที่สื่อมวลชนมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนของกรมอนามัยนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้ง 8 ข้อนี้ โดยปัจจัย 3 ด้านแรกที่สำคัญที่สุดคือ มีการประสานงานที่ดี รองลงมาคือ มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และ มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำ สม่ำเสมอตามลำดับ

4.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร			Chi ²
		ระดับสูง	ระดับปานกลาง	ระดับต่ำ	
1) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์	(1) มากที่สุด	34 (54.8%)	21 (33.9%)	7 (11.3%)	R = 38.6999 p-value < 0.001
	(2) มาก	6 (8.3%)	48 (66.7%)	18 (25.0%)	
	(3) ปานกลาง	1 (9.1%)	6 (54.5%)	4 (36.4%)	
2) ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ	(1) มากที่สุด	32 (47.8%)	29 (43.3%)	6 (8.9%)	R = 27.0911 p-value < 0.001
	(2) มาก	9 (12.7%)	42 (59.1%)	20 (28.2%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	4 (57.1%)	3 (42.9%)	
3) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์	(1) มากที่สุด	36 (52.9%)	24 (35.3%)	8 (11.8%)	R = 38.7912 p-value < 0.001
	(2) มาก	4 (6.6%)	41 (67.2%)	16 (26.2%)	
	(3) ปานกลาง	1 (6.2%)	10 (62.5%)	5 (31.3%)	
4) การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็วทันเวลา	(1) มากที่สุด	35 (62.5%)	18 (32.1%)	3 (5.4%)	R = 70.0696 p-value < 0.001
	(2) มาก	6 (9.4%)	46 (71.9%)	12 (18.7%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	11 (44.0%)	14 (56.0%)	
5) จัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ	(1) มากที่สุด	36 (61.0%)	18 (30.5%)	5 (8.5%)	R = 78.6240 p-value < 0.001
	(2) มาก	5 (8.1%)	48 (77.4%)	9 (14.5%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	9 (37.5%)	15 (62.5%)	

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร			Chi ²
		ระดับสูง	ระดับปานกลาง	ระดับต่ำ	
6) มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	37 (56.0%)	23 (34.9%)	6 (9.1%)	R = 76.2219 p-value < 0.001
	(2) มาก	4 (6.8%)	46 (78.0%)	9 (15.2%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	6 (30.0%)	14 (70.0%)	
7) มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	37 (62.7%)	20 (33.9%)	2 (3.4%)	R = 95.4850 p-value < 0.001
	(2) มาก	4 (6.5%)	48 (77.4%)	10 (16.1%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	7 (29.2%)	17 (70.8%)	
8) มีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร / นักวิชาการ)	(1) มากที่สุด	36 (64.3%)	17 (30.4%)	3 (5.3%)	R = 101.9865 p-value < 0.001
	(2) มาก	4 (6.1%)	53 (80.3%)	9 (13.6%)	
	(3) ปานกลาง	1 (4.3%)	5 (21.7%)	17 (74.0%)	

จากตารางที่ 4.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย พบว่า ทั้ง 8 ปัจจัย ได้แก่ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร/นักวิชาการ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.001

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การที่สื่อมวลชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัยนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้ง 8 ข้อนี้ โดยปัจจัย 3 ด้านแรกที่สำคัญที่สุดคือ มีการประสานงานที่ดี รองลงมาคือ มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และ มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำ สม่ำเสมอ ตามลำดับ

● การระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

ตามที่พบว่า ทั้ง 8 ปัจจัยที่ศึกษาข้างต้นนั้น มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของสื่อมวลชนทั้ง 3 ด้านคือ ต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าว การสร้างความสัมพันธ์ และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานของกรมอนามัย จึงทำการศึกษาเพื่อระบุให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย โดยกำหนดให้การที่สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยนั้น จะต้องมีความพึงพอใจทั้ง 3 ด้าน คือ

- 1) ความพึงพอใจต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย
- 2) ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน
- 3) ความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย

โดยกำหนดแบ่งระดับของการเผยแพร่ข่าวกรมอนามัย เป็น 3 ระดับ คือ

- 1) ระดับสูง คือ พึงพอใจมากที่สุด ครบ 3 ด้าน
- 2) ระดับปานกลาง คือ พึงพอใจมากที่สุด ครบ 2 ด้าน
- 3) ระดับต่ำ คือ พึงพอใจมากที่สุด อย่างน้อย 1 ด้าน

ตารางที่ 4.5 อธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ระดับการเผยแพร่ข่าวกรมอนามัย			Chi ²
		ระดับสูง	ระดับปานกลาง	ระดับต่ำ	
1) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์	(1) มากที่สุด	32 (51.6%)	10 (16.1%)	22 (32.3%)	R = 40.4696 p-value < 0.001
	(2) มาก	4 (5.6%)	14 (19.4%)	54 (75.0%)	
	(3) ปานกลาง	1 (9.1%)	3 (18.2%)	8 (72.7%)	
2) ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ	(1) มากที่สุด	29 (43.3%)	14 (20.9%)	24 (35.8%)	R = 25.9800 p-value < 0.001
	(2) มาก	8 (11.3%)	11 (15.5%)	52 (73.2%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	1 (14.3%)	6 (85.7%)	
3) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์	(1) มากที่สุด	32 (47.1%)	13 (19.1%)	23 (33.8%)	R = 36.0481 p-value < 0.001
	(2) มาก	4 (6.6%)	9 (14.7%)	48 (78.7%)	
	(3) ปานกลาง	1 (6.3%)	4 (25.0%)	11 (68.7%)	

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ระดับการเผยแพร่ข่าวกรมอนามัย			Chi ²
		ระดับสูง	ระดับปานกลาง	ระดับต่ำ	
4) การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็วทันเวลา	(1) มากที่สุด	32 (57.1%)	10 (17.9%)	14 (25.0%)	R = 52.4109 p-value < 0.001
	(2) มาก	5 (7.8%)	11 (17.2%)	48 (75.0%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	5 (20.0%)	20 (80.0%)	
5) จัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ	(1) มากที่สุด	33 (56.0%)	9 (15.2%)	17 (28.8%)	R = 54.2273 p-value < 0.001
	(2) มาก	4 (6.4%)	15 (24.2%)	43 (69.4%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	2 (8.3%)	22 (91.7%)	
6) มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	33 (50.0%)	18 (27.3%)	15 (22.7%)	R = 59.2559 p-value < 0.001
	(2) มาก	4 (6.8%)	6 (10.2%)	49 (83.0%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	2 (10.0%)	18 (90.0%)	
7) มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	34 (57.6%)	15 (25.4%)	10 (17.0%)	R = 73.3002 p-value < 0.001
	(2) มาก	3 (4.8%)	10 (16.1%)	49 (79.1%)	
	(3) ปานกลาง	0 (0.0%)	1 (4.2%)	23 (95.8%)	
8) มีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร / นักวิชาการ)	(1) มากที่สุด	32 (57.1%)	14 (25.0%)	10 (17.9%)	R = 64.5163 p-value < 0.001
	(2) มาก	4 (6.0%)	11 (16.7%)	51 (77.3%)	
	(3) ปานกลาง	1 (4.3%)	1 (4.3%)	21 (91.4%)	

จากตารางที่ 4.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย พบว่า ทั้ง 8 ปัจจัย ได้แก่ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ (R = 40.46) ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ (R = 25.98) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ (R = 36.04) การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา (R = 52.41) มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ (R = 54.22) มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน (R = 59.25) มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน (R = 73.30) และมีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร/นักวิชาการ)

($R = 64.51$) มีความสัมพันธ์กับการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.001$

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การที่สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้ง 8 ข้อนี้ โดยปัจจัย 3 ด้านแรกที่สำคัญที่สุดคือ ความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน รองลงมาคือ มีการประสานงานที่ดี และ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ตามลำดับ

● การหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสื่อกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

การศึกษานี้นอกจากจะหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยแล้ว ยังสามารถระบุได้ว่าการที่สื่อมวลชนแต่ละประเภทเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านใด

ตารางที่ 4.6 อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสื่อกับปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ประเภทสื่อที่เผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย					Chi ²
		สื่อออนไลน์เว็บไซต์	สื่อวิทยุ	สื่อหนังสือพิมพ์	สื่อโทรทัศน์	สื่ออื่น ๆ	
1) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์	(1) มากที่สุด	23 (37.1%)	11 (17.7%)	5 (8.1%)	23 (37.1%)	0 (0.0%)	$R = 29.4243$ $p\text{-value} < 0.001$
	(2) มาก	20 (27.8%)	26 (36.1%)	11 (15.3%)	14 (19.4%)	1 (1.4%)	
	(3) ปานกลาง	5 (45.4%)	0 (0.0%)	1 (9.1%)	3 (27.3%)	2 (18.2%)	
2) ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ	(1) มากที่สุด	27 (40.3%)	12 (18.0%)	7 (10.4%)	21 (31.3%)	0 (0.0%)	$R = 35.6957$ $p\text{-value} < 0.001$
	(2) มาก	18 (25.4%)	25 (35.2%)	10 (14.1%)	17 (23.9%)	1 (1.4%)	
	(3) ปานกลาง	3 (42.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (28.6%)	2 (28.6%)	
3) เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์	(1) มากที่สุด	23 (33.8%)	16 (23.5%)	5 (7.4%)	24 (35.3%)	0 (0.0%)	$R = 24.3309$ $p\text{-value} = 0.002^*$
	(2) มาก	16 (26.2%)	19 (31.2%)	12 (19.7%)	13 (21.3%)	1 (1.7%)	
	(3) ปานกลาง	9 (56.3%)	2 (12.5%)	0 (0.0%)	3 (18.7%)	2 (12.5%)	
4) การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา	(1) มากที่สุด	19 (34.0%)	11 (19.6%)	6 (10.7%)	20 (35.7%)	0 (0.0%)	$R = 13.1015$ $p\text{-value} = 0.1000$
	(2) มาก	23 (36.0%)	18 (28.1%)	10 (15.6%)	12 (18.7%)	1 (1.6%)	
	(3) ปานกลาง	6 (24.0%)	8 (32.0%)	1 (4.0%)	8 (32.0%)	2 (8.0%)	

ปัจจัย	ระดับปัจจัย	ประเภทสื่อที่เผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย					Chi ²
		สื่อออนไลน์ เว็บไซต์	สื่อวิทยุ	สื่อหนังสือ พิมพ์	สื่อโทรทัศน์	สื่ออื่น ๆ	
5) จัดส่งข่าวเป็นประจำ สม่ำเสมอ	(1) มากที่สุด	23 (39.0%)	12 (20.3%)	7 (11.9%)	17 (28.8%)	0 (0.0%)	R = 6.2607 p-value = 0.618
	(2) มาก	20 (32.3%)	16 (25.8%)	8 (12.9%)	16 (25.8%)	2 (3.2%)	
	(3) ปานกลาง	5 (20.8%)	9 (37.5%)	2 (8.3%)	7 (29.2%)	1 (4.2%)	
6) มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ สื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	24 (36.4%)	12 (18.2%)	7 (10.6%)	23 (34.8%)	0 (0.0%)	R = 13.4105 p-value = 0.098
	(2) มาก	19 (32.2%)	18 (30.5%)	8 (13.6%)	13 (22.0%)	1 (1.7%)	
	(3) ปานกลาง	5 (25.0%)	7 (35.0%)	2 (10.0%)	4 (20.0%)	2 (10.0%)	
7) มีความเข้าใจถึง บทบาทหน้าที่ของ สื่อมวลชน	(1) มากที่สุด	20 (33.9%)	12 (20.3%)	6 (10.2%)	21 (35.6%)	0 (0.0%)	R = 9.7865 p-value = 0.280
	(2) มาก	24 (38.7%)	16 (25.8%)	8 (13.0%)	12 (19.3%)	2 (3.2%)	
	(3) ปานกลาง	4 (16.7%)	9 (37.5%)	3 (12.5%)	7 (29.2%)	1 (4.1%)	
8) มีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร / นักวิชาการ)	(1) มากที่สุด	20 (35.7%)	12 (21.4%)	5 (8.9%)	19 (34.0%)	0 (0.0%)	R = 7.2854 p-value = 0.506
	(2) มาก	21 (31.8%)	16 (24.2%)	10 (15.2%)	17 (25.8%)	2 (3.0%)	
	(3) ปานกลาง	7 (30.4%)	9 (39.1%)	2 (8.7%)	4 (17.4%)	1 (4.4%)	

จากตารางที่ 4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสื่อกับปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ (R = 29.42) ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ (R = 35.69) มีความสัมพันธ์กับการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยผ่านสื่อทุกประเภทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ P-value < 0.001 และปัจจัยด้านเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ (R = 24.33) มีความสัมพันธ์กับการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยผ่านสื่อทุกประเภทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ P-value = 0.002 สำหรับปัจจัยด้านการจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำ สม่ำเสมอ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีการ ประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร/นักวิชาการ) ไม่มีความสัมพันธ์กับการเผยแพร่ข่าวของกรมผ่านสื่อทุกประเภท ที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

ดังนั้น การที่กรมอนามัยต้องการให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งทางสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้เป็น คือ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าว ต้องเป็นประโยชน์ และเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยต้องมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive) ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ ศึกษาระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชน ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน และเพื่อระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย โดยทำการศึกษาในประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ สื่อมวลชนสายสาธารณสุข ประจำกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 145 คน ระยะเวลาที่ศึกษาคือ กรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2563 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าร้อยละ และหาความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์

สรุปผลการวิจัย

1) ลักษณะของสื่อมวลชนที่ศึกษา และประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาแรกของกรมอนามัย ที่ได้ศึกษาลักษณะของสื่อมวลชนสายสาธารณสุข โดยพบว่า สื่อมวลชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษานี้ เป็นเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน โดย 1 ใน 3 เป็นสื่อมวลชนประเภทสื่อออนไลน์/เว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ที่เป็นสังคมที่ประชาชนนิยมติดตามสื่อออนไลน์มากขึ้น (สุนิสา ประวิชัย, 2560) รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 27.6 สื่อวิทยุ ร้อยละ 25.5 สื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 11.7 และสื่ออื่น ๆ ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ สำหรับช่องทางที่สื่อมวลชนได้ข่าวของกรมอนามัย พบว่า สื่อมวลชน มากกว่าร้อยละ 60 มีการรับข่าวผ่านช่องทางผ่าน Line@ รองลงมาคือ Website ร้อยละ 17.2 e-mail ร้อยละ 8.9 Facebook ร้อยละ 6.9 และอื่น ๆ ร้อยละ 4.1 ตามลำดับ จุดแข็งของการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า กรมอนามัยควรให้ความสำคัญในการสื่อสารและส่งข่าวให้กับสื่อมวลชนทางช่องทาง Line@ เป็นช่องทางหลัก เนื่องจากมีสื่อมวลชนได้รับข่าวจากกรมอนามัยมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ต้องพัฒนาช่องทางได้รับข่าวอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วย เพื่อให้สื่อมวลชนได้รับข่าวอย่างครบถ้วน และเป็นช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทั้งทาง Website e-mail และ Facebook กรมอนามัย

สำหรับเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยที่สื่อมวลชนสนใจ พบว่า ปี 2563 สื่อมวลชน เกือบร้อยละ 80 สนใจเนื้อหาข่าวประเด็นไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เนื่องจากเป็นประเด็นที่สังคมให้ความสนใจมากที่สุด โดยการศึกษาจาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2563) พบว่า ข่าวเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา 2019 ในสื่อสังคมออนไลน์พบว่าประชาชนให้ความสนใจ เพราะเป็นประเด็นปัญหาที่กระทบทั่วโลก และมีข่าวปลอมหรือข่าวลือเกี่ยวกับโรคนี้มากที่สุด สำหรับข่าวของกรมอนามัยที่สื่อมวลชนสนใจรองลงมา คือ ข่าวการออกกำลังกาย ร้อยละ 60.0 ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่ามีประชาชนที่สนใจการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายจำนวนมาก นอกจากนี้ มีข่าวเกี่ยวกับเหตุร้ายและส่งผลกระทบต่อสุขภาพ (เช่น ฝุ่น PM 2.5) ร้อยละ 55.9 ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตประจำวันและมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน ทั้งนี้ เนื่องจากกรมอนามัยมีบทบาทในการดูแล ส่งเสริมด้านสุขภาพและการจัดการด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม จึงมีข่าวที่เกี่ยวข้องที่ประชาชนให้ความสนใจนอกเหนือจากข่าวข้างต้น ได้แก่ ข่าวอนามัยผู้สูงอายุ ข่าวอนามัยแม่และเด็ก ข่าวอนามัยวัยทำงาน ข่าวอนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชน ข่าวสุขภาพโภชนาการและน้ำ (เช่น ตลาดสด, ร้านอาหาร Clean Food Good Taste) ข่าวด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม (เช่น ส้วม, การจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล) ข่าวด้านโภชนาการทุกกลุ่มวัย ข่าวด้านทันตสุขภาพ ข่าวด้านอนามัยการเจริญพันธุ์ (เช่น การคุมกำเนิด, การตั้งครรภ์ในวัยรุ่น) และข่าวที่เกี่ยวกับกฎหมายสาธารณสุขตามลำดับ ดังนั้น ผลการสำรวจถึงประเด็นข่าวที่สื่อมวลชนให้ความสนใจต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถช่วยชี้เป้าให้กรมอนามัยถึงประเด็นที่จะผลิตข่าวตามการจัดลำดับความสำคัญ เพื่อจัดทำข่าวที่สื่อมวลชนสนใจได้อย่างต่อเนื่อง

2) ความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สื่อมวลชนคิดว่ามีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยในระดับมากที่สุด คือ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ และมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ และคณะ (2546) ที่พบว่าสื่อมวลชนจะเป็นหลักในการตัดสินใจเลือกประเด็นให้เป็นวาระโดยคำนึงถึงกระแสหรือความรุนแรงของประเด็น โดยความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนจะเอื้อต่อความสำเร็จได้เช่นกัน ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร/นักวิชาการ) ก็มีความสำคัญในระดับมากที่สุดที่จะส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย สอดคล้องกับ รังษี บุณยประภาพงศ์ (2538) ที่ศึกษาพบว่า การที่สื่อมวลชนจะพิจารณาคัดเลือกข่าวเพื่อลงเผยแพร่นั้น จะคำนึงถึงประโยชน์ของผู้อ่าน ความสมบูรณ์ของเนื้อหา การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน และมีการส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ ดังนั้น การศึกษานี้ทำให้เห็นจุดแข็งของข่าวกรมอนามัยที่ดำเนินการได้ตรงกับความต้องการของสื่อมวลชนที่สำคัญและจำเป็นคือ เนื้อหาข่าวมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ และการศึกษานี้ยังเป็นโอกาสของการพัฒนางานสำหรับกรมอนามัยในฐานะกรมวิชาการที่คงอยู่บนหลักการของข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อประชาชน ขณะที่ปัจจัยด้านอื่น ๆ ก็มีส่วนสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวของสื่อมวลชน จึงต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างผลลัพธ์ในการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนได้อย่างมีคุณภาพต่อไป

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชน

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของสื่อมวลชนพบว่า มีความพึงพอใจในระดับสูงต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย รองลงมาคือ การปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย ตามลำดับ เมื่อนำทั้ง 8 ปัจจัย ได้แก่ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็วทันเวลา มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร/นักวิชาการ) มาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชนต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าว การปฏิบัติงานด้านข่าวและการสร้างความสัมพันธ์ และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานของกรมอนามัย พบว่า 3 ปัจจัยแรกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชนคือ 1) มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ซึ่งผู้ปฏิบัติงานต้องเคารพในการทำงานของสื่อตามหลักเสรีภาพบนความรับผิดชอบ (เทียนทิพย์ เดียวกัน, 2559) 2) มีการประสานงานที่ดี สอดคล้องกับ ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ และคณะ (2546) พบว่าความสามารถในการประสานงานกับองค์กรพันธมิตรต่าง ๆ ได้อย่างใกล้ชิดเป็นปัจจัยเอื้อต่อความสำเร็จในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพผ่านสื่อมวลชน และ 3) มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำ สม่ำเสมอ เป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนพิจารณาคัดเลือกข่าวลงเผยแพร่ (รังษี บุณยประภาพงศ์, 2538) ดังนั้น ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำให้ทราบว่าทั้ง 3 ปัจจัย คือจุดแข็งของกรมอนามัยที่สร้างความพึงพอใจให้กับสื่อมวลชนและส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย โดยผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวยังคงต้องรักษาระดับความพึงพอใจนี้ไว้อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันปัจจัยอื่น ๆ ถือเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญของกรมอนามัย เพื่อให้สามารถยกระดับความพึงพอใจของสื่อมวลชนให้เพิ่มมากขึ้นต่อไป

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

จากผลการศึกษาพบว่า ทั้ง 8 ปัจจัยได้แก่ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์ การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็วทันเวลา มีการจัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร/นักวิชาการ) มีความสัมพันธ์กับการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย โดยปัจจัย 3 ด้านแรกที่สำคัญที่สุดคือ ความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน รองลงมาคือ มีการประสานงานที่ดี และมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับสื่อมวลชนซีกโลกตะวันตกที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในการนำเสนอข่าวด้วยเช่นกัน (นพคุณ สุนทรหงส์, 2542) และยังสอดคล้องกับ ภัคชดา อำไพพรรณ และวิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์ (2559) ที่พบว่ากลยุทธ์การสื่อสารต่อสื่อมวลชนนั้น นอกจาก Key message ต้องชัดเจนและเข้าใจง่าย ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและยอมรับ และเผยแพร่อย่างต่อเนื่องแล้ว การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะกลุ่มสื่อมวลชนก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญ

นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์ ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ มีความสัมพันธ์กับการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยผ่านสื่อทุกประเภท แม้แต่กระบวนการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศยังต้องพิจารณาตามปัจจัยต่าง ๆ โดยหนึ่งนั้นคือคุณค่าของข่าว (นพคุณ สุนทรหงส์, 2542) ดังนั้น การที่กรมอนามัยต้องการให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งทางสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้เป็น คือ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวต้องเป็นประโยชน์ และเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยต้องมีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์ เหล่านี้ถือเป็นปัจจัยที่นักข่าวให้ความสำคัญในการคัดเลือกและนำเสนอข่าวผ่านสื่อ (สุราสินี นิรัตน์นิมานนท์, 2550)

ดังนั้น ผลการศึกษานี้ทำให้เห็นจุดแข็งของกรมอนามัยตั้งแต่มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนมาโดยตลอด พร้อมเป็นผู้ประสานงานที่ดี และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน พร้อมทั้งยังเห็นโอกาสของการพัฒนาปัจจัยด้านอื่น ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อการผลิตข่าวของกรมอนามัย ภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ ได้อย่างมีคุณค่า โดยเฉพาะการผลิตข่าวที่ต้องดำเนินการภายใต้ 3 ปัจจัยหลักสำคัญ นั่นคือ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวต้องเป็นประโยชน์ และเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยต้องมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ อันจะส่งผลให้เกิดการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชนที่เพิ่มมากขึ้นต่อไปในอนาคต

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงประเด็นเนื้อหาข่าวของกรมอนามัยที่สื่อมวลชนสนใจ 3 ลำดับแรก คือข่าวไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ร้อยละ 78.6 รองลงมาคือ ออกกำลังกาย ร้อยละ 60.0 เหตุรำคาญและผลกระทบต่อสุขภาพ (เช่น ฝุ่น PM 2.5) ร้อยละ 55.9 ส่วนความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวในระดับมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 45.5 สำหรับความพึงพอใจของสื่อมวลชนพบว่า มีความพึงพอใจในระดับสูงต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย รองลงมาคือ การปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชนต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวที่สำคัญที่สุดคือ มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการสื่อสารของกรมอนามัยที่สำคัญที่สุดคือ มีการประสานงานที่ดี

โดยสรุป ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยที่สำคัญที่สุดคือ ความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และหาความต้องการให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ควรเร่งพัฒนาข่าวของกรมอนามัยในด้านต่อไปนี้เป็นคือ ความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวต้องเป็นประโยชน์ และต้องมีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์ ตามลำดับ ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าว ทำให้เห็นแนวทางของการพัฒนางานด้านข่าวของกรมอนามัยภายใต้กรอบ PIRAB ดังนี้

P : Partnership (ชี้นำ สื่อสาร)

ผลจากการศึกษาทำให้ทราบประเด็นที่สื่อมวลชนสนใจ จึงทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาใน 2 รูปแบบ ดังนี้

1) พัฒนาต่อยอดเนื้อหาประเด็นที่ได้รับความสนใจลำดับต้น ๆ อาทิ ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ออกกำลังกาย และเหตุรำคาญและผลกระทบต่อสุขภาพ (เช่น ฝุ่น PM 2.5) หรือประเด็นอื่น ๆ ด้วยการจัดทำประเด็นใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอข่าว โดยภารกิจที่ดำเนินการต้องมีการขยายกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น โดยต้องชี้นำและระบุกลุ่มเป้าหมายที่กรมอนามัยต้องการสื่อสารให้สื่อมวลชนได้รับทราบอย่างชัดเจน เช่น การป้องกันไวรัสโคโรนา 2019 การส่งเสริมการออกกำลังกาย หรือ การป้องกันฝุ่น PM 2.5 ในกลุ่มเด็กเล็ก กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้มีโรคประจำตัว ภายใต้มาตรการต่าง ๆ ที่กรมอนามัยกำหนด หรือระบุเป็นกลุ่มสถานที่ในการดำเนินการป้องกัน เช่น กลุ่มโรงเรียน กลุ่มสถานประกอบการร้านอาหาร โรงงาน หรือกลุ่มศาสนสถานต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อชี้นำประเด็นความน่าสนใจของข่าวกรมอนามัยให้สื่อมวลชนได้รับทราบและสามารถต่อยอดการนำเสนอข่าวโดยเจาะกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มสถานที่ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของข่าวและขยายกลุ่มของการเฝ้าระวังในการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ทำให้ข่าวของกรมอนามัยได้เกิดประเด็นใหม่ ๆ และคาดว่าจะส่งผลให้การเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยผ่านช่องทางสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นด้วย

2) พัฒนาสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นต่อประเด็นที่สื่อมวลชนให้ความสนใจน้อย เช่น ประเด็นด้านกฎหมายสาธารณสุข , อนามัยการเจริญพันธุ์ (การคุมกำเนิด การตั้งครรภ์ในวัยรุ่น) และทันตสุขภาพ ซึ่งต้องพิจารณาเนื้อหาและประเด็นที่ต้องการชี้นำหรือสื่อสารให้กับประชาชน โดยข่าวของกรมอนามัยในประเด็นข้างต้นที่จะเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนนั้น จึงต้องเป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน สื่อมวลชนสามารถนำเสนอข่าวแบบตรงไปตรงมาได้ทันที ซึ่งที่ผ่านมาในส่วนการจัดทำข่าวด้านกฎหมายสาธารณสุข อาจจะเป็นการยากต่อความเข้าใจหรือเนื้อหาข้อมูลยากที่จะนำมาสื่อสารถ่ายทอดเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้ประเด็นในลักษณะนี้ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนและมีการนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อประเภทต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น การนำข้อมูลมาเขียนข่าวจึงต้องยกประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจในช่วงเวลานั้น หรือประเด็นดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือสถานประกอบการใดสถานประกอบการหนึ่ง ที่ต้องใช้กฎหมายสาธารณสุขฉบับนี้เป็นแนวทางในการปฏิบัติตาม เช่นเดียวกับประเด็นอนามัยการเจริญพันธุ์ (การคุมกำเนิด การตั้งครรภ์ในวัยรุ่น) และทันตสุขภาพ ก็อาจจะต้องอิงกับกลุ่มวัยที่ยังคงเป็นปัญหาด้านสาธารณสุขที่ต้องดำเนินการป้องกันเพื่อให้กลุ่มคนเหล่านั้นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อสารออกไปจึงต้องมีการวิเคราะห์ถึงผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้น และสิ่งสำคัญคือประเด็นหรือข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเสนอนั้น ต้องมีความทันสมัย ยังไม่ได้มีการนำเสนอ หรืออาจจะนำเสนอมาแล้ว แต่ก็ต้องมีความคืบหน้าของผลการดำเนินงาน หรือกำลังเป็นที่สนใจในช่วงเวลานั้นหรือไม่ แต่ด้วยภารกิจศูนย์สื่อสารสาธารณะที่ต้องมีการสื่อสารประเด็นภารกิจงานของกรมอนามัยอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ประเด็นจากการศึกษาที่พบว่าสื่อมวลชนให้ความสนใจน้อยนั้น นับเป็นเรื่องท้าทายในทางปฏิบัติที่ต้องประสานกับสำนัก/กองวิชาการที่รับผิดชอบโดยตรงต่อประเด็นดังกล่าว ได้จัดทำข้อมูลตามภารกิจควบคู่กับการคิดประเด็นร่วมกันในการนำเสนอข่าวภายใต้องค์ประกอบต่าง ๆ ต่อไป

I : Invest (การลงทุน)

ลงทุนจัดหาข้อมูลเพื่อใช้ในการผลิตชิ้นงานข่าวให้กับสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอและเพิ่มมากขึ้น เพราะจากผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่า ปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยมากที่สุด นั่นคือ เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ และมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย ดังนั้น จึงเป็นบทบาทภารกิจของสำนัก/กองวิชาการที่ต้องร่วมกันผลิตหรือจัดส่งข้อมูลวิชาการให้กับศูนย์สื่อสารสาธารณะเพื่อผลิตชิ้นงานข่าวเพิ่มมากขึ้น โดยหน่วยงานอาจจะเพิ่มการลงทุนด้านบุคลากรที่ปฏิบัติงานให้มีการเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสาร หรือการลงทุนผลิตงานวิจัยใหม่ ๆ ที่ทันสมัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนางานของกรมอนามัย พร้อมทั้งสื่อสารให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลเหล่านั้นผ่านการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน ขณะเดียวกันศูนย์สื่อสารสาธารณะในฐานะหน่วยงานหลักด้านการสื่อสารของกรมอนามัย ก็ต้องลงทุนแสวงหาช่องทางใหม่ ๆ หรือลงทุนในการผลิตสื่อรูปแบบใหม่ ๆ เช่น คลิปความรู้ Infographic เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากข่าวที่จัดส่งให้กับสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่องตลอดมา ซึ่งทุกวันนี้การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนนั้น นอกจากจะนำเสนอรูปแบบข่าวเป็นหลักแล้ว การนำคลิปไปเผยแพร่ หรือนำ Infographic ของกรมอนามัยประกอบการนำเสนอข่าวก็มีส่วนที่สร้างความน่าสนใจให้กับข่าวนั้น ๆ ทำให้ประชาชนได้รับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น และยังช่วยให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจได้ง่ายมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้น การพัฒนางานสื่อสารของกรมอนามัยจึงต้องร่วมกันลงทุนในหลากหลายด้าน ทั้งข้อมูลข่าวสาร รูปแบบสื่อที่ต้องการนำเสนอ ตลอดจนช่องทางสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งจึงจำเป็นต้องมีการลงทุนด้านช่องทางการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยเพิ่มขึ้น เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวมีความครอบคลุมหลากหลายช่องทาง อันจะส่งผลต่อการรับรู้ของประชาชนที่มากขึ้นตามไปด้วย เหล่านี้จึงเป็นบทบาทของศูนย์สื่อสารสาธารณะและสำนัก/กองวิชาการที่ต้องดำเนินการร่วมกันอย่างเข้มแข็ง เพื่อการจัดทำข่าวของกรมอนามัยที่มีคุณภาพต่อไป

R : Regulation (การควบคุม กำกับ)

การควบคุม กำกับประเด็นการนำเสนอข่าว โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1) นำเสนอข่าวตามสถานการณ์ประจำวันที่กำลังได้รับความสนใจในช่วงเวลานั้น หรือเป็นเหตุการณ์หรือเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทุก ๆ ปี เป็นประเด็นข่าวที่กรมอนามัยสามารถกำหนดทิศทางการนำเสนอข่าวได้ ซึ่งในช่วงเวลานี้จากผลการศึกษาพบว่า ประเด็นไวรัสโคโรนา 2019 เป็นประเด็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจมากที่สุด ข่าวของกรมอนามัยที่ผลิตเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนจึงต้องมีการควบคุม กำกับให้นำเสนอไปในทิศทางที่ตรงกับภารกิจงานของกรมอนามัย กำกับให้มีการนำเสนออย่างสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในวงกว้างที่ต้องการรับรู้ อาทิ ประเด็นแนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากไวรัสโคโรนา 2019 นำเสนอข่าวประเด็นมาตรการการป้องกันในสถานประกอบการประเภทต่าง ๆ รวมทั้งการจัดทำประเด็นข่าวโดยมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพตามกลุ่มวัยเพื่อลดความเสี่ยงของโรค โดยข่าวของกรมอนามัยที่จัดส่งให้กับสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ นั้น ต้องดำเนินการบนพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในวงกว้าง สอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ที่พบว่า หากต้องการให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ควรเร่งพัฒนาข่าวของกรมอนามัยในด้านต่อไปนี้คือ ความน่าเชื่อถือ เนื้อหาข่าวต้องเป็นประโยชน์ และต้องมีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์ ตามลำดับ

2) ข่าวที่ส่งผลกระทบต่อกรมอนามัย หรือข่าวที่จำเป็นต้องเร่งสื่อสารออกไปเพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดีตามมา เนื่องจากปัจจุบันนี้ประชาชนมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพจากสื่อหลากหลายช่องทาง โดยข้อมูลข่าวสารสุขภาพเหล่านั้น มีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ และที่สำคัญข้อมูลที่เห็นถึงมักมีการแชร์ข้อมูลออกไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ประชาชนที่รับข้อมูลเหล่านั้นเกิดความเชื่อ นำมาซึ่งการปฏิบัติตัวหรือมีพฤติกรรมด้านสุขภาพ

ที่ไม่ถูกต้อง ส่งผลกระทบต่อสุขภาพตามมา และยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ของกรมอนามัยในฐานะหน่วยงานหลักด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสารในยุคดิจิทัลของหน่วยงานกรมอนามัยก็ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและมีการควบคุม กำกับ การสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ ก่อนจัดส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนเพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยไปยังประชาชนเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพให้เกิดขึ้น ตามผลการศึกษาค้นคว้าที่พบว่า หากต้องการให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ควรเร่งพัฒนาข่าวของกรมอนามัยในด้านต่อไปนี้เป็น ความน่าเชื่อถือ

A : Advocacy (ข้อเสนอเชิงนโยบาย)

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านข่าวของกรมอนามัย และปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชน รวมถึงรับรู้ข่าวสารสื่อมวลชนมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมากำหนดนโยบายการจัดทำข่าวของกรมอนามัยได้เป็นอย่างดี โดยนอกจากศูนย์สื่อสารสาธารณะกรมอนามัยจะเป็นหน่วยงานหลักที่ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชนเป็นประจำและต่อเนื่องแล้ว การดำเนินงานด้านข่าวในระดับส่วนภูมิภาคภายใต้บทบาทของศูนย์อนามัยที่มีการดำเนินงานใน 12 จังหวัด 12 เขตสุขภาพครอบคลุมทั่วประเทศ ก็เป็นอีกหนึ่งนโยบายสำคัญของกรมอนามัยที่ต้องสื่อสารให้มีการดำเนินงานควบคู่กับส่วนกลาง เนื่องจากภารกิจงานข่าวของกรมอนามัยจำเป็นต้องสื่อสารให้ครอบคลุมสื่อมวลชนในทุกภาคของประเทศ นโยบายการสร้างความร่วมมือจากศูนย์อนามัยในการผลิตข่าวในระดับพื้นที่จึงเป็นความสำคัญและเป็นสิ่งที่จำเป็น เนื่องจากบทบาทภารกิจของศูนย์อนามัยคือการดำเนินงานด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมของกรมอนามัยในระดับจังหวัด ระดับเขต และระดับภาค การจัดทำข่าวจึงสามารถดำเนินการได้เพื่อสร้างการรับรู้ในระดับภูมิภาค เป็นการต่อยอดประเด็นข่าวของกรมอนามัยให้กับสื่อมวลชนและประชาชนในวงกว้างเพิ่มมากขึ้น แต่สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ประเด็นข่าวต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับข่าวส่วนกลาง หรือในกรณีที่เกิดเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวในระดับพื้นที่ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมสุขภาพประชาชน รวมถึงส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์กรมอนามัย ศูนย์อนามัยถือเป็นหน่วยงานหลักที่จะได้สื่อสารประเด็นข่าวที่ถูกต้องให้กับประชาชนเพื่อลบความเข้าใจผิด สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อประเด็นข่าวที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที เป็นการช่วยลดผลกระทบต่อองค์กรกรมอนามัย และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมอนามัยตามมาด้วย

B : Building Capacity (พัฒนาศักยภาพผู้รับบริการ)

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย ในประเด็นด้านความพึงพอใจของสื่อมวลชน ทำให้ทราบว่า นอกจากสื่อมวลชนจะมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัยแล้ว สิ่งที่สร้างความพึงพอใจรองลงมาคือการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชนต่อการจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวที่สำคัญที่สุดคือ มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ดังนั้น ผลจากการศึกษาดังกล่าว เมื่อนำมาวิเคราะห์ภายใต้กรอบ PIRAB ด้าน B : Building Capacity (พัฒนาศักยภาพผู้รับบริการ) ทำให้สามารถมองได้ 2 กลุ่มคือ

1) กลุ่มสื่อมวลชน ซึ่งเป็นผู้รับบริการและเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย จึงต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการพัฒนาข้อมูลข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของสื่อมวลชนให้มากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยมุมมองในการพัฒนาศักยภาพผู้รับบริการหรือสื่อมวลชนนั้น คือทำอย่างไรให้สื่อมวลชนเข้าใจบทบาทภารกิจของกรมอนามัยมากที่สุดและมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอข่าวของกรมอนามัย ซึ่งวิธีการที่สำคัญนอกจากการที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัยมีความ

เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนแล้ว การจัดสัมมนาสื่อมวลชน หรือสื่อมวลชนสัญจร ก็เป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่พัฒนาความรู้ของสื่อมวลชนให้เข้าใจ เข้าถึงการดำเนินงานของกรมอนามัยในระดับพื้นที่ เรียนรู้ความสำเร็จของการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมตามภารกิจของกรมอนามัย ซึ่งที่ผ่านมากรมอนามัยได้ใช้รูปแบบดังกล่าวในการเสริมสร้างศักยภาพของสื่อมวลชนเพื่อสร้างความเข้าใจงานของกรมอนามัย และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี ทั้งการเข้าร่วมกิจกรรม และการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งในช่วงของการลงพื้นที่ และหลังจากการลงพื้นที่ กรมอนามัยก็ได้รับความร่วมมืออย่างดีจากสื่อมวลชนในการจัดทำข่าวของกรมอนามัยและการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง แต่สำหรับในช่วงสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 การจัดสัมมนาสื่อมวลชนหรือสื่อมวลชนสัญจรอาจจะทำได้ยาก ดังนั้น การนำเสนอผลการดำเนินงานรอบ 6 เดือน หรือ รอบ 12 เดือน ของกรมอนามัยให้กับสื่อมวลชน ก็จะเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้สื่อมวลชนได้เกิดการรับรู้และพัฒนาต่อยอดข้อมูลที่ได้รับเพื่อนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ตามประเด็นความสนใจ นอกจากจะช่วยสื่อสารให้ประชาชนเกิดการรับรู้ต่อบทบาทงานของกรมอนามัยที่ดำเนินการในแต่ละช่วงปีแล้ว ยังเป็นการสนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมอนามัยได้อีกทางหนึ่งด้วย

2) ภาควิชาการสื่อสารด้านการสื่อสารของกรมอนามัย เป็นผู้ที่มียุทธศาสตร์สำคัญต่อการจัดทำข่าวของกรมอนามัยที่ต้องได้รับการพัฒนาทักษะด้านข่าว ด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารในระดับศูนย์อนามัย จะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานและเชื่อมต่อข้อมูลภารกิจงานของกรมอนามัยในระดับส่วนภูมิภาค ส่งต่อมายังส่วนกลางเพื่อผลิตชิ้นงานข่าวของกรมอนามัย นอกจากนี้ ยังเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ผลิตและเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยสื่อสารให้กับสื่อมวลชนในระดับส่วนภูมิภาคด้วย ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารในระดับศูนย์อนามัย จึงเป็นภารกิจที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการข่าวและการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ให้ตอบสนองต่อความต้องการข่าวของสื่อมวลชนได้อย่างทันทั่วทั้งอันจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนในระดับพื้นที่ควบคู่กับการสร้างความพึงพอใจให้กับสื่อมวลชนเพิ่มมากขึ้นด้วย เพราะจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการสื่อสารของกรมอนามัย ที่สำคัญที่สุดคือ มีการประสานงานที่ดี ดังนั้น หากศูนย์อนามัยมีการดำเนินงานด้านข่าวที่เข้มข้น มีการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ และประสานงานที่ดีกับสื่อมวลชน ก็จะส่งผลดีต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัยอย่างต่อเนื่องต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1) ควรมีการต่อยอดการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย ในกลุ่มสื่อมวลชนที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อการพัฒนางานด้านข่าวที่จะมีจำนวนมากขึ้น และมีช่องทางการเผยแพร่ข่าวที่หลากหลายในอนาคตต่อไป

2) ควรมีนโยบายเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนได้พบปะผู้บริหารเพื่อรับทราบข้อมูลผลการปฏิบัติงานของกรมอนามัย ทั้งรอบ 6 เดือน และ 12 เดือน เพื่อช่วยให้สื่อมวลชนเข้าใจบทบาทภารกิจงานของกรมอนามัยที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน และสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากจะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมอนามัยด้วย

3) ควรกำหนดเป็นนโยบายให้มีการศึกษาลักษณะดังกล่าวอย่างน้อยปีละครั้ง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนางานด้านข่าวของกรมอนามัยให้สามารถสื่อสารได้ตรงกับความต้องการของสื่อมวลชน และนำข่าวของกรมอนามัยไปเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ภารกิจงานของกรมอนามัย ทั้งด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมไปยังกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บรรณานุกรม

- การสื่อสารสุขภาพ ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2546
- ขจรจิต บุณนาท. //นักข่าวควรทำอะไรเมื่อพบการสร้างข่าว.//สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2564,/จาก https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/april_june_12/pdf/aw019.pdf
- คู่มือปฏิบัติงานกระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์. ฝ่ายข่าว กองประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี; 2562
- จุฑาทิพย์ จันทรลุน. พฤติกรรมสารสนเทศในยุคโควิด-19. วารสารห้องสมุด สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ; 2563
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. การทดสอบประสิทธิภาพชุดการสอน, ในเอกสารการสอนชุดวิชาสื่อการสอนระดับประถมศึกษา หน่วยที่ 8-15 (พิมพ์ที่ 12) นนทบุรี: ฝ่ายการพิมพ์มหาวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช; 2536
- ตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์. พฤติกรรมและผลกระทบของการเสพติดเกมออนไลน์ของกลุ่มผู้เล่นเกม ในระดับนักเรียนนักศึกษา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2549
- เทียนทิพย์ เดียวกี. จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล. วารสารการสื่อสารและการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์; 2559
- นพคุณ สุนทรหงส์. การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2542
- นภาพรณ อัจฉริยะกุล. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์. คู่มือการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร; 2547
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น. 2541. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น; 2540
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 10 กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2546
- ประเวศ วะสี. การสื่อสารสุขภาพ : ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2546
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. การสื่อสารสุขภาพ : ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์; 2546

- พงษ์ วิเศษสังข์. ความรับผิดชอบของสื่อมวลชน. ในการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
25 พฤษภาคม 2554, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ; 2554
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. การพิจารณาเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของนักหนังสือพิมพ์. กรุงเทพมหานคร
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2526
- พิศิษฐ์ ชวลาธวัช. การสื่อข่าวและการเขียนข่าว กรุงเทพมหานคร : ดับเบิลยูเอ็น; 2549
- ภักชดา อำไพพรรณ และวิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ; 2559
- รวีพร สายแสนทอง. ทศนคติของสื่อมวลชนที่มีผลต่องานวิจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านรูปแบบรายการ
คิดได้คิดดี, กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น; 2562
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย; 2546
- รังษี บุณยประภาพงศ์. ความคาดหวังของนักประชาสัมพันธ์ และทัศนคติของผู้สื่อข่าว ต่อการรับข้อเสนองานในเชิง
ผลประโยชน์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2539
- รัศมี อิทธิวรรณพงศ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง
หนังสือพิมพ์รายวันประเภทเพ่งคุณภาพ ประเภทประชาชนนิยม และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่ง
ประชาชนนิยม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2531
- (ร่าง) นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2563 – 2564 (ฉบับปรับปรุงให้
สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี), คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ.
สำนักนายกรัฐมนตรี; 2563.
- วรินทร์ ภาควณิ. หลักการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์, ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น; 2555
- วัฒน์ ภูวทิศ. การสื่อข่าวและการเขียนข่าว(พิมพ์ครั้งที่ 4) ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ;
2551
- วันวิสาข์ ชูชนม์. การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการเขียนแบบมีอาชีพ. กลุ่มสื่อสารองค์กร. สำนักงาน
เลขาธิการกรมอนามัย; 2555
- ศุภนาฏ บัวบางพลู. พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเทคโนโลยี
สารสนเทศ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์; 2546

สกุลศรี ศรีสารคาม. สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อสาร, ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต; 2554

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ (2541) หนังสือครบรอบ 10 ปี สภาการหนังสือแห่งชาติ; 2550

สุทธาสินี นิรัตติมานนท์. การคัดเลือกและนำเสนอข่าวผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2550

สุนิสา ประวิชัย. การบริหารประเด็นให้เป็นข่าว วารสารนักบริหาร ปีที่ 32 ฉบับที่ 1; 2555

สุนิสา ประวิชัย. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์. วารสาร อิเล็กทรอนิกส์ การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม; 2560

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ องค์ประกอบของข่าว, พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า; 2549

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. การสื่อสาร หลักเทคนิคพิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือสวนสุนันทา; 2545

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี และ พงศ์ภัทร อนุมัตราชกิจ). ผลกระทบของสื่อต่อวิถีชีวิต, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย; 2554 สืบค้นจาก http://www.utcc.ac.th/public_content/files/001/31_4-5.pdf.

อรุณรัตน์ ชินวรรณ. สื่อประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2553

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต. การเขียนในสื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2545

เอกสารการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการเขียนแบบมืออาชีพ. กลุ่มสื่อสารองค์กร. สำนักงานเลขาธิการกรมอนามัย; 2555

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. Effective Public Relations (9th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.; 2006

Denis McQuaai, Mass Communication theory : an introduction (London: Sage), pp.71-83; 1983

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication. Glencoe, IL: Free Press; 1995

Wilbur Schramm. Mass Media and National Development - The Role of Information in the Developing Countries. Stanford, Calif.: Stanford University Press/Unesco. ; 1964

ภาคผนวก ก.
ผลการหาค่าความสอดคล้อง (IOC)

ผลการหาค่าความสอดคล้อง (IOC)

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของสื่อมวลชนที่ศึกษา และประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ

ข้อ	ข้อความคำถาม	คะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
1	เพศ () ชาย () หญิง	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
2	ประเภทสื่อ () สื่อโทรทัศน์ () สื่อวิทยุ () สื่อหนังสือพิมพ์ () สื่อออนไลน์ / เว็บไซต์ () สื่ออื่น ๆ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
3	ช่องทางการรับข่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) () Line@ () e-mail () Website () Facebook () อื่น ๆ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
5	เนื้อหาข่าวที่สนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) () อนามัยแม่และเด็ก () อนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชน () อนามัยวัยทำงาน () อนามัยผู้สูงอายุ () ทันตสุขภาพ () สุขภาพโภชนาการและน้ำ (เช่น ตลาดสด, ร้านอาหาร Clean Food Good Taste) () สำนักอนามัยการเจริญพันธุ์ (เช่น การคุมกำเนิด, การตั้งครรภ์ในวัยรุ่น) () อนามัยสิ่งแวดล้อม (เช่น ส้วม, การจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล) () โภชนาการทุกกลุ่มวัย () ออกกำลังกาย () กฎหมายสาธารณสุข () เหนือราคาและส่งผลกระทบต่อสุขภาพ (เช่น ฝุ่น PM 2.5) () ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

ข้อ	ปัจจัย	คะแนนความเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
1	เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
2	ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
3	เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
4	การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
5	จัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
6	มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
7	มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
8	มีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร / นักวิชาการ)	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชนที่ศึกษา

ข้อ	ความพึงพอใจ	คะแนนความเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
1	การจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
2	การปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์ กับสื่อมวลชนของกรมอนามัย	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
3	การให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร ของกรมอนามัย	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

ภาคผนวก ข.
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม
การศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข”

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับจัดทำขึ้นเพื่อศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข” โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของสื่อมวลชนที่ศึกษา และประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามสื่อมวลชนที่ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของสื่อมวลชนที่ศึกษา

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขอให้ท่านอ่านและตอบคำถาม โดยเลือกลงในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของสื่อมวลชนที่ศึกษา และประเด็นเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ

1) เพศ

() ชาย

() หญิง

2) ประเภทสื่อ

() สื่อโทรทัศน์

() สื่อวิทยุ

() สื่อหนังสือพิมพ์

() สื่อออนไลน์ / เว็บไซต์

() สื่ออื่น ๆ

3) ช่องทางการรับข่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() Line@

() e-mail

() Website

() Facebook

() อื่น ๆ

4) เนื้อหาข่าวที่สนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () อนามัยแม่และเด็ก
- () อนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชน
- () อนามัยวัยทำงาน
- () อนามัยผู้สูงอายุ
- () ทันตสุขภาพ
- () สุขภาพโภชนาการและน้ำ (เช่น ตลาดสด, ร้านอาหาร Clean Food Good Taste)
- () สำนักอนามัยการเจริญพันธุ์ (เช่น การคุมกำเนิด, การตั้งครรภ์ในวัยรุ่น)
- () อนามัยสิ่งแวดล้อม (เช่น ส้วม, การจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล)
- () โภชนาการทุกกลุ่มวัย
- () ออกกำลังกาย
- () กฎหมายสาธารณสุข
- () เหตุรำคาญและส่งผลกระทบต่อสุขภาพ (เช่น ฝุ่น PM 2.5)
- () ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย

แบ่งระดับความคิดเห็นออก 5 ระดับ ได้แก่

- ระดับ 5 เห็นด้วยมากที่สุด
- ระดับ 4 เห็นด้วยมาก
- ระดับ 3 เห็นด้วยปานกลาง
- ระดับ 2 เห็นด้วยน้อย
- ระดับ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1	เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยเป็นประโยชน์					
2	ข้อมูลของกรมอนามัยมีความน่าเชื่อถือ					
3	เนื้อหาข่าวของกรมอนามัยมีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์					
4	การจัดส่งข่าวทำได้รวดเร็ว ทันเวลา					
5	จัดส่งข่าวเป็นประจำสม่ำเสมอ					
6	มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน					
7	มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน					
8	มีการประสานงานที่ดี (สัมภาษณ์ผู้บริหาร / นักวิชาการ)					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสื่อมวลชนที่ศึกษา

แบ่งระดับความคิดเห็นออก 5 ระดับ ได้แก่

ระดับ 5	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1	การจัดทำข่าวและนำเสนอข่าวของกรมอนามัย					
2	การปฏิบัติงานด้านข่าวและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนของกรมอนามัย					
3	การให้บริการของผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....