บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์

การนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์และทัศนคติสื่อมวลชนเชียงใหม่ที่มีต่อการจัดแถลงข่าวประจำสัปดาห์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวปัทมา สาสนะ

ตุลาคม 2544

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร.ศัณสนี ชุมนุมมณี

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ทัศนคติของสื่อมวลชนเชียงใหม่ที่มีต่อการจัดแถลงข่าวประจำสัปดาห์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ 2) การนำเสนอข่าวที่ได้รับจากการแถลงข่าว และ 3) ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการจัดแถลงข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือสื่อมวลชนเชียงใหม่ซึ่งประกอบด้วย ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ ผู้สื่อข่าววิทยุโทรทัศน์และผู้สื่อข่าววิทยุกระจายเสียงรวม 108 คน การเก็บข้อมูลทำโดยใช้แบบสอบถามซึ่งทุกมาตรวัดมีระดับความเชื่อมั่น 0.84 หรือสูงกว่า จากนั้นจึงนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences, SPSS/PC+) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยมีดังนี้

ทัศนคติต่อการจัดแถลงข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่

ด้านการกำหนดเรื่องที่จะแถลง สื่อมวลชนเชียงใหม่เห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ด้านขั้นตอนการจัดแถลงข่าว สื่อมวลชนเชียงใหม่เห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ด้านการดำเนินการแถลงข่าว สื่อมวลชนเชียงใหม่เห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)

การนำเสนอข่าวที่ได้รับจากการแถลงข่าว

สาเหตุการนำเสนอ สื่อมวลชนเชียงใหม่นำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์เพราะ ข้อมูลใหม่เป็นที่น่าสนใจต่อประชาชนมากที่สุด (ร้อยละ 77.78) รองลงมาเป็นเรื่องที่มีผลกระทบถึงประชาชน (ร้อยละ 73.15)

สาเหตุที่ไม่นำเสนอ สื่อมวลชนเชียงใหม่ไม่นำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์เพราะเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับนโยบายมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาเป็นเรื่องเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้ามากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ช่องทางในการเผยแพร่สาร ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านเนื้อหาทั่วไป (ร้อยละ [illegible] รองลงมาคือข่าวสารข้อเท็จจริง (ร้อยละ 62.32) และบทวิจารณ์ (ร้อยละ 28.99) [illegible]วิทยุโทรทัศน์นำเสนอผ่านรายการข่าว (ร้อยละ 100.00) ส่วนผู้สื่อข่าววิทยุกระจายเสียงนำเสนอผ่านรายการวิทยุ[illegible]ยเสียงเพื่อความรู้ (ร้อยละ 70.59)

ระชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่
ข่าวในเรื่องการเริ่มแถลงข่าวไม่ตรง
องที่จะแถลง คือ เรื่องที่นำมาแถลง
ลชนเท่าที่ควร (ร้อยละ 18.18) และ

เสัมพันธ์ของสำนักงานประชา
สัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ควรแจ้งแก่
นเวลาเพื่อความพร้อมในการแถลง
0 น. หรือ 9.30 น. (ร้อยละ 12.00)

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Communications

MASS MEDIA COVERAGE OF PUBLIC RELATIONS NEWS AND ATTITUDES OF THE REPORTERS TOWARD THE WEEKLY PRESS CONFERENCE HELD BY CHIANG MAI PUBLIC RELATIONS OFFICE

By

PATTAMA SASANA

OCTOBER 2001

Chairman: Dr.Sunsanee Chumnummanee

Department/ Faculty: Department of Agricultural Extension, Faculty of Agricultural Business

The objectives of this study were to examine: 1) attitudes of the mass media toward the weekly press conference of Chiang Mai Public Relations Office, 2) the media coverage of public relations news acquired from the press conference, and 3) problems involving the arrangement of the press conference and solutions to the problems. Questionnaires were used to collect data from 108 reporters working for newspapers,radio stations,and television stations in Chiang Mai. The reliability of all scales used in the questionnaires was 0.84 or higher. The data were then analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences, (SPSS/PC$^+$), and were discussed in terms of percentage, mean, and standard deviation. The results of the study were as follows :

Attitudes of the mass media toward the press conference

The reporters rated the appropriateness of topics,steps of the press conference and the arrangement of the press conference at a medium level. The mean scores of the three variables were 3.32, 3.43 and 3.49 respectively.

Media coverage of the public relations news

About 78 percent of the reporters rated the stories'newness as the reason why they covered the stories acquired from the press conference while 73.1 percent rated the stories' impact on the public. Those who did not cover the stories indicated that they were too much about policies of the conference hosts and their advertisments.

Channels of information distribution

Most of the newspaper reporters distributed information acquired from the press conference through general information columns (66.67 percent), news stories (62.32 percent) and articles (28.99 percent). All television reporters disseminated the stories via news programs (100.00 percent), and informative programs (4.50 percent). Most of the radio reporters distributed the stories through news programs (88.20 percent), informative programs (70.59 percent), entertainment programs (17.65 percent).

Problems involving the arrangement of the press conference

The problems mentioned most by the reporters included the delay of the conference (27.27 percent), out - of - date conference's topics (18.18 percent),and the late conference's starting hour (6.83 percent).

Recommended solutions

Sixteen percent of the reporters recommended that the Chiang Mai Public Relations Office tell the conference's spokespersons the conference's starting time as well as to arrive early to be well prepared for the conference at 10:00 a.m. and 12 percent recommended that the conference should begin at 8:30 a.m. or 9:30 a.m.