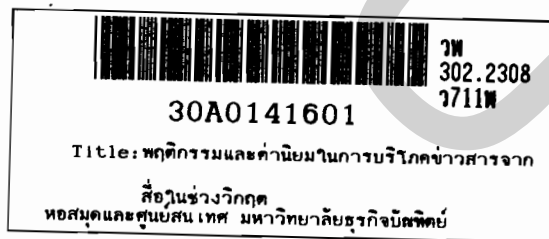




พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อ
ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

นายวิโรจน์ ศิริเดารพ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ. 2544

ISBN 974-281-556-9

**BEHAVIOR AND VALUE IN MEDIA CONSUMING OF COLLEGE STUDENTS
IN BANGKOK AREA DURING THE ECONOMIC CRISIS**

Mr.Viroj Siricourop

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School, Dhurakijpundit University

2001

ISBN 974-281-556-9

เลขทะเบียน	0141601
วันลงทะเบียน	2 ธ.ค. 2544
เลขเรียกหนังสือ	กบ 309.2308 7711N A3



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิต
นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร


เสนอโดย นายวิโรจน์ ศิริเคาวพ

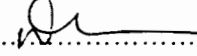
สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

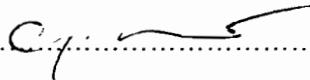
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.พีระ จิรโสภณ

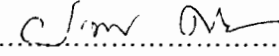
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

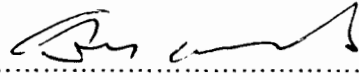

..... ประธานกรรมการ
(ศ.สุกัญญา สูดบรรทัด)


..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รศ.ดร.พีระ จิรโสภณ)


..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(รศ.อรนุช เลิศจรรยาภักษ์)


..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(รศ.อรรถัย ศรีสันติสุข)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รศ.ดร.สิงหา เจียมศิริ)

วันที่ 1๘ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์นี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. พิระ จิรโสภณ ที่มีความกรุณาสละเวลาอันมีค่าเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาช่วยชี้แนะให้คำแนะนำที่มีค่าและให้กำลังใจ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ได้แก่ ศาสตราจารย์ ดร. สุกัญญา สดบันทัด รองศาสตราจารย์อรนุช เลิศจรวรารักษ์ และรองศาสตราจารย์อรทัย ศรีสันติสุข ที่ให้ความคิดเห็นและคำแนะนำต่าง ๆ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ และหอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตทุกท่าน และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย และขอขอบคุณน้อง ๆ นิสิตนักศึกษาทุกท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม อาจารย์ชัยฤกษ์ กลางพิมาย ที่ช่วยเหลือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และหลานสาว(กิตติมาพร สุวรรณวงษ์)ที่ช่วยแจกแบบสอบถามตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

บุคคลที่เป็นกำลังใจและเป็นแรงสนับสนุนตลอดเวลาคือ พ่อและแม่ (สุข-วัน ศิริเศรพ) ที่อบรมสั่งสอนและเฝ้าชื่นชมยินดีกับความสำเร็จของลูก ขอขอบคุณพี่ ๆ น้องและหลาน ๆ ในครอบครัวศิริเศรพที่คอยให้กำลังใจ ขอขอบพระคุณป้าและแม่ (พันเอกสุชาติ - สุภาพ ดนะคุลย์) ขอขอบคุณพี่วรรณ (อาจารย์ศุภวรรณ เทียงธรรม) พี่จิ๋ว(เสาวนีย์ ดนะคุลย์) และโดยเฉพาะภรรยา (พิริณี)ที่เป็นแรงใจและคอยสนับสนุนด้วยความเข้าใจ รวมถึงลูกชาย(สมิทธิ) อันเป็นที่รักยิ่งของครอบครัวที่เฝ้าติดตามไปเข้าห้องเรียนในบางครั้งและเดินเก็บแบบสอบถามอย่างสนุกสนาน และขอขอบคุณลูกหนู(จันทรรัตน์ เพศขนาวิน)ที่ให้ยืมใช้คอมพิวเตอร์ในบางครั้ง ขอขอบคุณพี่โต (นิวัฒน์ จารุ่งฤทธิ์) และพี่นัค(พนิดา ชื่นชม)ที่เป็นกำลังใจ และขอขอบคุณเพื่อน ๆ ในรุ่นทุกคนโดยเฉพาะน้องเนท น้องเอ และน้องก๊กและเพื่อน ๆ พี่ ๆ และน้อง ๆ ลูกเรือ ในบริษัทการบินไทยที่คอยเอาใจช่วย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ศูนย์ลูกเรือ(OD)ทุกท่านที่ให้ความสะดวกในการแลกตารางบินในระหว่างที่กำลังศึกษา.

นายวิโรจน์ ศิริเศรพ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ฌ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามนำวิจัย	3
วัตถุประสงค์	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
สมมุติฐานในการวิจัย	4
นิยามศัพท์	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
1. การพึ่งพาข่าวสาร	7
2. การแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ	10
3. กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชน	19
4. ความเชื่อถือของแหล่งสาร	26
5. ค่านิยมในการบริโภคข่าวสาร	29
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
7. กรอบแนวคิดการวิจัย	35
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	36
ประชากร	36
กลุ่มตัวอย่าง	36
ตัวแปรในการวิจัย	37
การวัดตัวแปร	37
เครื่องมือในการวิจัย	38
การทดสอบเครื่องมือ	39

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	39
เกณฑ์การให้คะแนน	40
บทที่ 4 ผลการวิจัย	41
4.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.2 ผลกระทบที่ได้รับจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	44
4.3 พฤติกรรมในการบริโภคข้าวสาร	45
4.4 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อต่าง ๆ	57
4.5 ความเชื่อถือที่มีต่อสื่อประเภทต่าง ๆ	72
4.6 การทดสอบสมมติฐาน	78
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
5.1 สรุปผลการวิจัย	83
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	85
5.3 ข้อเสนอแนะ	91
รายการอ้างอิง	92
ภาคผนวก	95
ประวัติผู้เขียน	106

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	42
2. ครอบครัวได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	44
3. ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแต่ละสื่อ โดยเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์	46
4. ความถี่ในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ตามโรง	47
5. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในปัจจุบันเปรียบเทียบกับ ก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	47
6. สื่อที่เปิดรับน้อยลง เปรียบเทียบในปัจจุบันกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	48
7. เนื้อหาที่เปิดรับเป็นประจำจากสื่อต่าง ๆ	49
8. การติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจในปัจจุบัน(กุมภาพันธ์ – มีนาคม พ.ศ. 2543)	50
9. การเปลี่ยนแปลงการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจ เปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	50
10. ข่าวสารด้านเศรษฐกิจที่มีการติดตาม	51
11. ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อในแต่ละวัน	53
12. รายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ดู	54
13. ปัจจัยในการเลือกเปิดรับสื่อ หรือ ข่าวสารต่าง ๆ	56
14.1 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อหนังสือพิมพ์	60
14.2 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อวิทยุ / วารสาร	61
14.3 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อโทรทัศน์	62
14.4 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อเคเบิลทีวี	63
14.5 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อภาพยนตร์ตามโรง	64
14.6 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อวีดีโอ หรือ วีซีดี	65
14.7 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อม้วนเทปหรือซีดีเพลงต่าง ๆ	66
14.8 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อวิทยุสถานีต่าง ๆ	67
14.9 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อคอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต	68
14.10 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อคอมพิวเตอร์-อี-เมล	69
14.11 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อเกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15. สรุปค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ตามลักษณะค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์และเชิงสัญลักษณ์	71
16. สื่อที่นำเสนอข่าวสารได้เที่ยงตรง	73
17. ความน่าเชื่อถือในการแสดงความคิดเห็นหรือชี้แนะ	74
18. สื่อที่ให้ความรู้ความเข้าใจได้ดี	76
19. การจัดความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อ	77
20. เปรียบเทียบสื่อโทรทัศน์กับสื่ออื่น ๆ ที่นิสิตนักศึกษาเปิดรับในช่วง วิกฤติเศรษฐกิจ	78
21. การบริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ	79
22. เปรียบเทียบปริมาณการบริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ	79
23. เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านรายได้กับการเปิดรับสื่อ	79
23.1 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านรายได้กับการใช้ประโยชน์ เชิงอรรถประโยชน์	80
23.2 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านรายได้กับการใช้ประโยชน์เชิงสัญลักษณ์	80
24. เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านผลกระทบกับการเปิดรับสื่อ	81
24.1 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านผลกระทบ กับการใช้ประโยชน์เชิงอรรถประโยชน์	81
24.2 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านผลกระทบ กับการใช้ประโยชน์เชิงสัญลักษณ์	81
25. เปรียบเทียบชั้นปีที่ศึกษากับการเปิดรับสื่อ	82
25.1 เปรียบเทียบชั้นปีที่ศึกษากับการใช้ประโยชน์เชิงอรรถประโยชน์	82
25.2 เปรียบเทียบชั้นปีที่ศึกษากับการใช้ประโยชน์เชิงสัญลักษณ์	82

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา	นายวิโรจน์ ศรีเคารพ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รศ.ดร. พิระ จิรโสภณ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2543

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์จากสื่อและข่าวสารต่าง ๆ และความเชื่อถือนิสิตนักศึกษาที่มีต่อสื่อ ในช่วงหลังจากเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540

การศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) สอบถามกลุ่มนิสิตนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยของรัฐ 2 แห่งคือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แห่งละ 60 คน มหาวิทยาลัยเอกชน 2 แห่งคือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ แห่งละ 60 คน และสถาบันราชภัฏสวนดุสิต 60 คน รวมเป็น 300 คน

เครื่องมือการวิจัย ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2543 และได้นำมาลงรหัสข้อมูลและนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า

1. นิสิตนักศึกษามีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น
2. นิสิตนักศึกษาริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจมากขึ้น

จากช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ

3. นิสิตนักศึกษาให้น้ำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์น้อยกว่าปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์

ในการเลือกเปิดรับสื่อ

4. นิสิตนักศึกษาที่มาจากพื้นฐานครอบครัว และชั้นปีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสารไม่ต่างกัน

5. นิสิตนักศึกษาเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาบันเทิงมากกว่าเนื้อหาอื่น และมีความเชื่อถือนในสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น

Thesis Title : Behavior and Values in Media Consuming of College Students
in Bangkok Area During the Economic Crisis.
Name : Viroj Siricourop
Advisor : Assosiate Prof. Dr. Pira Chirasopone
Department : Business Communication Arts
Academic Year : 2000

ABSTACT

This research was conducted with the purpose of studying the behavior and values in media consuming of college students in Bangkok area during the economic crisis, using quota sampling selected 300 students in Bangkok area.

This research is survey method. The respondents are each 60 students from the state universities : Chulalongkorn and Thammasat, each 60 students from the private universities : Bangkok and Dhurakijpundit , and 60 students from Rachaphat Institute : Saun Dusit. Questionnaires were used and data were analyzed by SPSS Program.

Results of the research are as follows :

1. Students expose to television more often than other media.
2. Students consume more economic news during the economic crisis period than before the crisis.
3. In selecting the media, students more emphasize in utility value than the social symbol value.
4. There are no differences between students from different economic background and different educational status in news consuming value and behavior.
5. Students expose more entertaining news than other news and believe in information from television more than other media.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาเศรษฐกิจที่ตกต่ำอย่างรุนแรงในช่วง ปีพ.ศ. 2540 ซึ่งทำให้ประเทศไทยต้องขอความช่วยเหลือจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund : IMF) ได้ส่งผลกระทบต่อทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อประชาชนคนไทยเป็นจำนวนมาก

วิกฤติเศรษฐกิจไทยในครั้งนี้ เป็นวิกฤติเศรษฐกิจ 3 ด้านที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กันคือ¹

(1) วิกฤติเศรษฐกิจระยะยาว อันเป็นผลพวงที่เกิดจากยุทธศาสตร์การพัฒนาที่มุ่งขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นหลัก¹ จนทำลายสภาพแวดล้อมธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติของแผ่นดินนำมาซึ่งความสูญเปล่าและการสูญเสียต้นทุนทางสังคมที่มากมายมหาศาล

(2) วิกฤติเศรษฐกิจระยะกลาง เป็นวิกฤติเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ปรากฏออกมาในรูปของ “โครงสร้างการผลิตที่ปรับตัวไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก” ทำให้ประเทศไทยสูญเสียความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น

(3) วิกฤติเศรษฐกิจระยะสั้น เป็นวิกฤติของกระบวนการตัดสินใจ ทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐบาล ; วิกฤตินี้เป็นปัญหาการขาดวิสัยทัศน์ และปัญหาการขาดจริยธรรมในการบริหาร

การแก้ปัญหาโดยการประกาศลอยตัวค่าเงินบาท ทำให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสูงขึ้น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ขยับสูงขึ้นตาม ทำให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจจำนวนมากต้องดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้กิจการอยู่รอดได้ เช่น การลดเงินเดือน การลดพนักงาน การงดจ่ายเงินรางวัลประจำปี การหยุดผลิตสินค้าและการบริการที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และการประกาศเลิกกิจการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพนักงานและกิจการที่เกี่ยวข้อง

สถิติของกองทุนสำรองแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมระบุว่า ตั้งแต่ต้นปี 2540 ถึงเดือนกันยายน มีสถานประกอบการ 269 แห่ง เลิกจ้างพนักงานไปแล้วจำนวน 23,698 คน

¹ สุวินัย ภรณวลัย . เศรษฐกิจฟองสบู่ บทเรียนและทางรอด. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535, หน้า 130-132 .

ซึ่งเป็นสถิติเฉพาะผู้มาแจ้งเพื่อรับสิทธิประโยชน์ คาดว่ามีพนักงาน สถานประกอบการขนาดเล็กที่ ถูกเลิกจ้างมากกว่านี้อีกมาก เช่น คนงานก่อสร้าง คนงานในธุรกิจขนาดย่อม²

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ประมาณว่า จะมีการว่างงานรวมทั้งคนที่ถูกปลดออกรวม 1.3 ล้านคน เทียบกับปีพ.ศ. 2539 ซึ่งมีคนว่างงานราว 3 แสนคน สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ประเมินว่า ถึงสิ้นปี พ.ศ.2540 จะมีคนว่างงานไม่ ต่ำกว่า 3 แสนคน และมีผู้ถูกปรับลดรายได้อีกราว 1 แสนคน³

นอกจากนี้ รายงานข่าวของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ.2542 ได้รายงานผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า จำนวนผู้ว่างงานเพิ่มขึ้นจาก 1.48 ล้านคนในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2541 เป็น 1.75 ล้านคนในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2542 หรือ เพิ่มขึ้นประมาณ 2.7 ล้านคน

ทางด้านสังคม อัตราการว่างงานของประชาชนอันเนื่องมาจากการเลิกจ้างและการปิด กิจการของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ทำให้เกิดปัญหาสังคมติดตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะปัญหาของแรงงานที่อยู่ในสังคมเมือง และบางส่วนที่ไม่มีโอกาสที่จะกลับไปประกอบอาชีพ ดั้งเดิม เนื่องจากไม่มีทุนทรัพย์และที่ดินทำกินเป็นของตนเอง

ผาสุก พงษ์ไพจิตร ผู้อำนวยการศูนย์เศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการวิจัยโดยสะท้อนถึงสภาพที่น่าเป็นห่วงของผู้ที่จะจบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ใน ระหว่างปี 2540-2542 ว่า อีกกว่า 2 แสนคนจะตกงาน หรือ ได้งานไม่ตรงกับสาขาที่เรียน⁴

ปัญหาที่เห็นได้ชัดเจนคือ เด็กในวัยเรียนที่ต้องออกจากโรงเรียนกลางคัน อันเป็นผลมา จากผู้ปกครองถูกออกจากงาน ปัญหาอาชญากรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะปัญหา ยาเสพติดได้ขยายตัวออกไปยังเด็กในโรงเรียน ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ยังได้รับการแก้ไขไม่ทั่วถึง มีการแก้ไขเพียงเฉพาะกรณีที่มีผล กระทบต่อประชาชนอย่างรุนแรงและสื่อมวลชนนำเสนอจนเป็นประเด็นสาธารณะเท่านั้น ในขณะที่ ปัญหาในด้านอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้เข้าไปแก้ไข ก็จะพอกพูนทำให้เกิดวิกฤติมากขึ้น นิสิตนักศึกษาซึ่งอยู่ ในระยะหัวเลี้ยวหัวต่อของการพึ่งพาทางเศรษฐกิจจากพ่อแม่ผู้ปกครองและจะต้องเข้าสู่การพึ่งพาตนเองในโลกภายนอก เมื่อจบการศึกษาย่อมได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ และสังคม

² วิทยากร เชียงกูล และคนอื่น ๆ. วิกฤติเศรษฐกิจไทย ผลกระทบจากการรับเงื่อนไข IMF และทาง ออกสำหรับประชาชน กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประพันธ์สาส์น, 2541, หน้า 195.

³ เรื่องเดียวกัน.

⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 199-200.

การปรับตัวของประชากรกลุ่มนี้ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับตัวในการพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชน หรือ พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน

ในสภาวะปกติ นิสิตนักศึกษา เป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายที่บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการต่างๆ ให้ความสนใจ โดยกำหนดกลยุทธ์การโฆษณา ทั้งแนะนำและโน้มน้าว นิสิตนักศึกษา มีการตอบสนองในการบริโภคเพิ่มมากขึ้นกว่าปกติ เพราะเป็นกลุ่มที่มีกำลังในการซื้อสูง เพราะได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากพ่อแม่ผู้ปกครอง

เมื่อเกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ นิสิตนักศึกษาได้รับผลกระทบทางอ้อม โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ปกครอง หรือ พ่อแม่ต้องออกจากงาน หรือ ถูกปรับลดเงินรายได้ พฤติกรรม การบริโภคข่าวสารจึงมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนไป อาจมีการบริโภคข่าวสารเพิ่มมากขึ้น เพราะต้องการที่จะรับรู้เหตุการณ์ต่างๆ มากขึ้น หรือ มีการบริโภคข่าวสารน้อยลง เพราะต้องการลดค่าใช้จ่าย รวมทั้ง อาจหลีกเลี่ยง การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยหันไปพึ่งพาข่าวสารในรูปแบบอื่นแทน

สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในสังคมไทยครั้งนี้ เป็นเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่ไม่เกิดขึ้นบ่อยนักและมีผลกระทบต่อประชาชนทุกคน โดยเฉพาะนิสิตนักศึกษาซึ่งเป็นที่น่าสนใจสำรวจว่าในช่วงวิกฤตินี้พฤติกรรมการบริโภค และการพึ่งพาข่าวสารของนิสิตนักศึกษา ปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการ เพื่อตอบสนองความจำเป็นในแต่ละสถานการณ์อย่างไร มีความต้องการบริโภคมากขึ้นเพื่อติดตามข่าวสารในภาวะวิกฤติ หรือ ลดน้อยลงเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ข่าวสารที่นิสิตนักศึกษาสงสัยในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ อาจเน้นที่ข่าวสารเกี่ยวกับสภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือ อาจให้ความสนใจข่าวสารบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ตามวิสัยวัยรุ่นมากกว่าเดิม เพื่อชดเชยความกังวลใจที่เกิดขึ้นในช่วงนี้

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาว่าในช่วงเกิดสภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ นิสิตนักศึกษาได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคและการพึ่งพาข่าวสารอย่างไร โดยกำหนดคำถามนำวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ดังนี้

คำถามนำวิจัย

1. นิสิตนักศึกษา มีพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจอย่างไร และมีการปรับเปลี่ยนไปจากภาวะปกติหรือไม่อย่างไร
2. นิสิตนักศึกษา อาศัยประโยชน์อะไรบ้างจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ
3. นิสิตนักศึกษาบริโภคและใช้ประโยชน์ เน้นค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์ หรือ ค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ตามสมัยนิยมมากกว่ากัน
4. นิสิตนักศึกษามีเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทใดบ้าง และมีความเชื่อถือเพียงใดต่อสื่อประเภทต่าง ๆ เหล่านี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษา ในการบริโภคข่าวสารจากสื่อ ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ

2. เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์ในการบริโภคข่าวสารจากสื่อของนิสิตนักศึกษา

3. เพื่อศึกษาถึงค่านิยมของนิสิตนักศึกษา ในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ

4. เพื่อศึกษาความเชื่อถือของนิสิตนักศึกษาต่อสื่อ

ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาได้แก่นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกสุ่มจากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 2 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวนแห่งละ 60 คน และจากสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวนแห่งละ 60 คน และจากสถาบันราชภัฏสวนดุสิต จำนวน 60 คน รวมเป็น 300 คน

ระยะเวลาในการทำวิจัย ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม

พ.ศ. 2543

สมมุติฐานในการวิจัย

1. นิสิตนักศึกษามีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น

2. นิสิตนักศึกษาริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจมากขึ้นจากช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ

3. นิสิตนักศึกษาให้น้ำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์มากกว่าปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่อ

4. นิสิตนักศึกษาที่มาจากพื้นฐานครอบครัว และชั้นปีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสารต่างกัน

นิยามศัพท์

- **การพึ่งพาข่าวสาร** หมายถึง พฤติกรรมการแสวงหาและการบริโภคข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร
- **พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสาร** หมายถึง ปริมาณ ความถี่และลักษณะความสนใจและปัจจัยในการเลือกฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ชมรายการทางโทรทัศน์ และภาพยนตร์ รวมทั้งสื่อเทคโนโลยีข่าวสารใหม่ ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตจากสื่อคอมพิวเตอร์
- **การใช้ประโยชน์** หมายถึง การนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น เพื่อสื่อสารกับผู้อื่น เพื่อความรู้ ฯลฯ
- **ค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสาร** หมายถึง การบริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสารตามความต้องการจำเป็นของตนเอง หรือ ตามกระแสสังคม แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ
 - (1) **ค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์** หมายถึง การบริโภคโดยคาดหวังประโยชน์เชิงการใช้งาน หรือ เพื่อประโยชน์ใช้สอย เช่น เพื่อแสวงหาข่าวสาร ความรู้
 - (2) **ค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ตามสมัชชา** หมายถึง การบริโภคโดยให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์ของการบริโภคที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มสังคม เช่น เพื่อความเท่าเทียมกัน ความทันสมัย ความมีสถานภาพ ฯลฯ
- **ความเชื่อถือ** หมายถึง ความรู้สึกในเชิงการยอมรับในระดับต่าง ๆ เช่น มาก ปานกลาง น้อย ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อด้านต่าง ๆ เช่น ความเที่ยงตรงในการนำเสนอข่าวสาร
- **สื่อต่างๆ** หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร / วารสาร ฯลฯ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น รายการวิทยุสถานีต่าง ๆ รายการโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ภาพยนตร์ตามโรงเคเบิลทีวี วีดีโอ/วีซีดี เทปเพลงและซีดีเพลงต่าง ๆ และสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ – อี-เมลล์ และเกมอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ
- **นิสิตนักศึกษา** หมายถึง นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร
- **พื้นฐานครอบครัว** หมายถึง รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน อาชีพของบิดามารดา และการได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤติทางด้านเศรษฐกิจ เช่น การถูกลดเงินเดือน การถูกออกจากงาน ฯลฯ
- **ช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ** หมายถึง ระยะเวลาหลังจากประเทศไทยได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศในปีพ.ศ. 2540

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ภาพรวมของพฤติกรรมและค่านิยมการรับข่าวสารจากสื่อ ของนิสิตนักศึกษาในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ และการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาในการบริโภคข่าวสาร
2. ภาพสะท้อนความคิดเห็น ความเชื่อถือ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของนิสิตนักศึกษาในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ
3. ประโยชน์ต่อการศึกษาเกี่ยวกับการพึ่งพาข่าวสาร และการบริโภคข่าวสารของกลุ่มวัยรุ่น (นิสิตนักศึกษา) ในภาวะที่ไม่ปกติ
4. เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการพึ่งพาข่าวสาร และการบริโภคข่าวสารของประชากรกลุ่มอื่น ๆ ในภาวะที่ไม่ปกติ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ประมวลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. การพึ่งพาข่าวสาร
2. การแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ
3. กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชน
4. ความเชื่อถือของแหล่งสาร
5. ค่านิยมในการบริโภคข่าวสาร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดการวิจัย

1. การพึ่งพาข่าวสาร

ในสังคมสมัยใหม่ คนในสังคมเมืองส่วนมากอาศัยการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยการพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการตอบสนองความต้องการที่จะรับความรู้และความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

แบบจำลองเชิงพึ่งพาของผลการสื่อสารมวลชน⁵

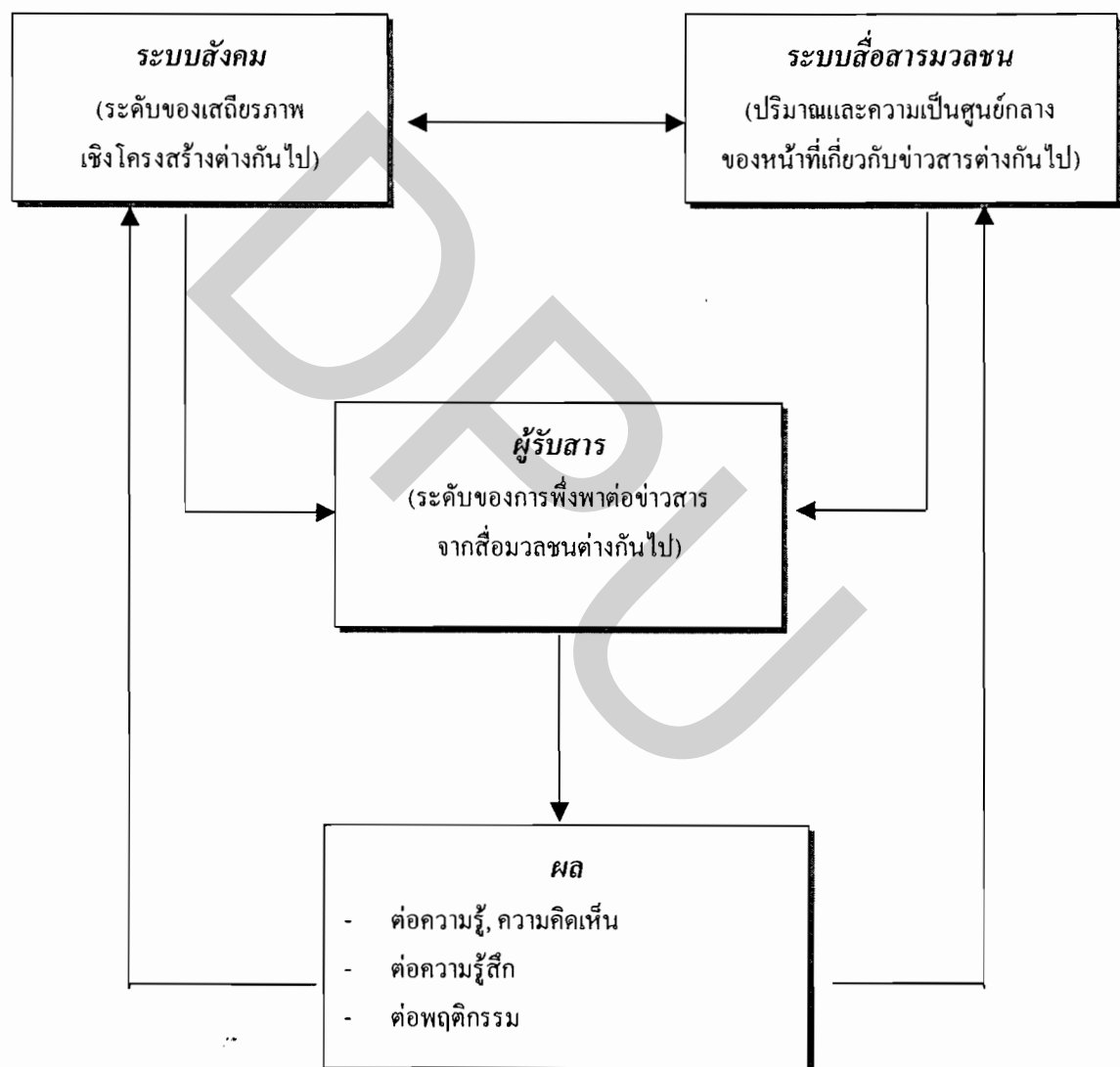
(A Dependency Model of Mass Media Effects)

บอลล์-โรคิช และเดอเฟลอร์ (Ball - Rokeach , S. J. and DeFleur , M. L. , 1976) ได้อธิบายการพึ่งพาข่าวสารโดยเน้นไปที่สภาพเงื่อนไขเชิงโครงสร้างสังคม ที่เป็นตัวกำหนดโอกาสที่

⁵ พีระ จิตรโสภณ . หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช , 2529 , หน้า 658 – 660.

จะเกิดขึ้นของผลจากสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนจะมีผลต่อผู้รับสารหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของตัวแปร 3 หน่วยคือ ระบบสื่อมวลชน ผู้รับสารและระบบสังคม และอธิบายว่าการที่ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และการกระทำของผู้รับสารเมื่อใดนั้น ขึ้นอยู่กับระดับความพึงพาของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารจากสื่อมวลชน

แบบจำลองเชิงพึ่งพาของผลการสื่อสารมวลชน



(ที่มา: พีระ จิรโสภณ, ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2529)

การพึ่งพาในที่นี้หมายถึง การที่ฝ่ายหนึ่งจะบรรลุเป้าหมาย หรือ ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการนั้น จะขึ้นกับทรัพยากรของอีกฝ่ายหนึ่ง มนุษย์ในสังคมยุคใหม่ ต้องพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชนเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ต้องการเข้าใจสังคม หรือ โลกที่เราอยู่ให้ดีขึ้น ต้องการปรับตัว เพื่อให้อยู่ในโลกได้อย่างราบรื่น หรือ ต้องการสร้างจินตนาการของโลกในความฝัน เพื่อหนีให้หลุดพ้นปัญหา หรือ ความเครียด ยังมีความต้องการมาก ย่อมต้องการพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชนมากขึ้น และยิ่งได้รับข่าวสารมากเท่าไร ก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด และพฤติกรรมมากขึ้น

ขณะเดียวกันการพึ่งพาข่าวสารดังกล่าว ก็ขึ้นอยู่กับระบบสังคม หรือ สถานะสังคม โดยสังคมที่ขาดความมั่นคงแน่นอนในเชิงโครงสร้าง เช่น อยู่ในภาวะของการเปลี่ยนแปลงและเกิดความขัดแย้งสูง คนในสังคมก็มีความต้องการพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชนสูงตามไปด้วย แต่ในสังคมที่มีเสถียรภาพมั่นคง ไม่มีความขัดแย้ง หรือ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก ความต้องการในการพึ่งพาข่าวสารก็อาจจะไม่สูงมากนัก

นอกจากนั้นแล้ว ลักษณะของระบบสื่อสารมวลชนก็เป็นปัจจัยที่ทำให้มีการพึ่งพาข่าวสารมากหรือน้อยเช่นกัน ยิ่งสื่อมวลชนทำหน้าที่หลักโดยเฉพาะในด้านข่าวสารต่าง ๆ มากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้การพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชนมากขึ้น นอกจากนี้ ความสำคัญหรือความเป็นศูนย์กลางด้านหน้าที่ข่าวสารของสื่อมวลชนก็มีผลทำให้การพึ่งพาเพิ่มขึ้น

ในขณะเดียวกัน ลักษณะของระบบสังคมและระบบสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับการพึ่งพาข่าวสารของผู้รับสารจากสื่อมวลชน และจะส่งผลกระทบต่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้ใช้ข่าวสารนั้น

การเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ดังกล่าว เช่น การก่อให้เกิดประชามติ หรือ ลูกสื่อประท้วงในเรื่องใดเรื่องหนึ่งนั้น ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อทั้งระบบสังคมและระบบสื่อมวลชนได้เช่นกัน

นอกจากนี้ ทั้งลักษณะของระบบสังคมและลักษณะของระบบสื่อมวลชนต่างก็มีผลกระทบต่อกัน ในสังคมที่ระบบการปกครองต่างกัน ย่อมจะมีระบบสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไปด้วย บอลล์-โรคิช และเคอเฟลอร์ อธิบายว่า ผลต่างๆ จากการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น

1. ก่อให้เกิดผลในด้านความรู้ ความคิดเห็น ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความกระฉับ หรือ บางทีก็อาจก่อให้เกิดความกำกวมขึ้นก็ได้ นอกจากนั้นก็ยังก่อให้เกิดผลในแง่ทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ และผลในแง่ความคิดเห็น รวมทั้งผลในด้านการขยายความเชื่อของบุคคลแต่ละคน และการกำหนดค่านิยมด้วย

2. ก่อให้เกิดผลในด้านความรู้สึก ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจสร้างความกลัว วิตกกังวล การสร้างกำลังใจ หรือ ทำลายขวัญกำลังใจก็ได้

3. ก่อให้เกิดผลในด้านพฤติกรรม ซึ่งมีทั้งการเร่งเร้าให้ลงมือกระทำ หรือ หยุดยั้งการกระทำ รวมทั้งก่อให้เกิดการกระทำทั้งในด้านดี และการกระทำในด้านไม่ดี

เจย์ แบล็ค และ เจนนิ่งส์ ไบรอันท์ (Jay Black and Jennings Bryant) ได้อธิบายให้เห็นถึงการพึ่งพาซึ่งกันและกันของระบบสังคม ระบบสื่อมวลชน และผู้รับสาร ว่า ในสังคมสมัยใหม่ สื่อสารมวลชนมีความสำคัญมากในการรวมคนในสังคมเข้าไว้ด้วยกัน ในอดีตความต้องการข่าวสารเป็นความพอใจโดยตรงของบุคคลนั้น ด้วยการประสบด้วยตนเอง หรือ จากการฟังจากคนอื่น ที่มีประสบการณ์ตรง เช่น คนสูงอายุ เป็นต้น เมื่อโครงสร้างของสังคมในอดีตเปลี่ยนแปลงไป การใช้ชีวิตมีความสมบูรณ์มากขึ้น คนในสังคมถูกแบ่งออกตามหน้าที่การทำงานที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น การเปลี่ยนแปลงของสังคมในอดีต มีผลต่อวัฒนธรรมการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน และมีผลต่อสังคมที่เคยมีความต้องการข่าวสารทอดที่ 2 หรือ ทอดที่ 3⁶

นอกจากนี้ยัง เจย์ แบล็ค และ เจนนิ่ง ไบรอันท์ ได้อธิบายว่า สื่อสารมวลชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างและการคงไว้ซึ่งธรรมชาติของการพึ่งพาซึ่งกันและกันของสังคมสมัยใหม่ ปัจเจกบุคคลในสังคมมีอิสระที่จะตัดสินใจต่อปริมาณการพึ่งพาที่มีต่อระบบการเมือง ระบบเศรษฐกิจ ระบบศาสนา และระบบอื่น ๆ ดังนั้น พวกเขาจึงมีอิสระในการตัดสินใจว่าจะพึ่งพาสื่อมวลชนอย่างไร โดยสรุปว่า สื่อมวลชนจะต้องมีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และแม้แต่พฤติกรรมของพวกเราบ้างไม่มากก็น้อย⁷

2. การแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ

การวิจัยเรื่องการสื่อสารมวลชนในระยะแรก เน้นหนักไปในเรื่องของสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อประชาชนในฐานะผู้รับสาร สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดและเลือกสรรข่าวสารนำเสนอต่อประชาชน

แต่การวิจัยในระยะหลังได้เปลี่ยนไป ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยประชาชนแสวงหาข่าวสาร เพราะเปรียบเทียบกับผลที่จะได้รับจากการลงทุนลงแรง อีกทั้งยังเน้นที่การใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมวลชน เพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจ หรือ เพื่อตอบสนองความต้องการ

⁶ Jay Black and Jennings Bryant . *Introduction to Mass Communication*. IA : Wm. C.Brown Publisher ,1992 . p.63.

⁷ Ibid. , p. 64.

การแสวงหาข่าวสาร⁸

(Information Seeking)

ชาร์ลส์ แอตคิน (Charles Atkin , 1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (reward value) กับการลงทุนลงแรง (expenditures) และพันธะผูกพัน (liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือ ผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือ การต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือ ทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (information seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (information ignoring)

ในกรณีที่บุคคลเห็นว่า การรับข่าวสารนั้น จะก่อให้เกิดความผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ หรือ ไม่สบายใจ หรือ ไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยง หรือ ไม่รับข่าวสารที่ต้องลงทุนลงแรงมากกว่ารับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้น ทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (information yielding)

ชาร์ลส์ แอตคิน ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือ ความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (information) และความบันเทิง entertainment) ความต้องการข่าวสารนั้น เกิดจากความไม่รู้ หรือ ไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (extrinsic uncertainty) ยังเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ ความแน่ใจสูง และ
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (intrinsic uncertainty)

ข่าวสารที่ลดความไม่รู้ หรือ ความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (intrinsic uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (intrinsic desire) นั้น เรียกว่า เป็นข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค (immediate consummatory satisfaction)

ข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (extrinsic uncertainty) เรียกว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิดและแก้ปัญหา

⁸ พิระ จิตรโสภณ .เรื่องเดียวกัน ,หน้า 639 – 640.

ต่างๆ (instrumental utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน

การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ

(Uses and Gratifications Approach)

การศึกษาถึงผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้ใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน แทนความคิดเก่า ๆ ที่เน้นความสำคัญของสื่อมวลชนว่ามีอิทธิพลต่อประชาชน การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนี้ ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ต้องการอะไร สื่ออะไร สารอะไรที่ได้จากสื่อมวลชน และสารที่ได้เหล่านั้น ได้ตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร

เจย์ แบล็ค และ เจนนิงส์ ไบรอันท์ (Jay Black and Jennings Bryant) ได้ให้ความหมายของการใช้ประโยชน์ (Uses) ว่า มวลชนเป็นผู้กระทำ มากกว่าเป็นผู้ถูกกระทำ เป็นสมาชิกของกระบวนการสื่อสาร และ มีความตั้งใจในการเลือกสรรในการรับสื่อมวลชน และได้ให้ความหมายของการได้รับความพึงพอใจ (Gratifications) ว่า รางวัล และความพึงพอใจ ที่มีประสบการณ์โดยมวลชน และช่วยอธิบายถึงแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลัง และพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน⁹

เจย์ จี. บลูมเลอร์¹⁰ (Jay G. Blumler, 1979) ได้อธิบายความหมายของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจว่า

1. สื่อมวลชนมีประโยชน์ต่อประชาชน และประชาชน สามารถผลักดันสื่อมวลชนเพื่อการใช้ประโยชน์นั้น
2. การบริโภคเนื้อหาสื่อมวลชน เกิดโดยแรงจูงใจในตอนแรกของประชาชน
3. การใช้ประโยชน์สื่อมวลชนของประชาชน อาจจะมีผลกระทบต่อความสนใจและความชอบที่แสดงออกมา
4. มวลชนไม่ต้องการให้ใคร หรือ สิ่งใดมาควบคุม แม้แต่สื่อมวลชน เขาหลีกเลี่ยงรูปแบบต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลของสื่อ

การวิจัยเรื่องนี้อาจจะแบ่งออกเป็น 2 ช่วง¹¹ คือ

1. งานของเฮร์ซอก (Herzog H., 1944) เกี่ยวกับความพึงพอใจที่ผู้ฟังรายการละครวิทยุได้รับ และงานของซัสแมน (Suchman, H., 1942) ศึกษาถึงเหตุจูงใจในการรับฟังดนตรีคลาสสิก

⁹ Jay Black and Jennings Bryant . Ibid , p.56.

¹⁰ Stanley J. Baran and Dennis K. Davis. **Mass Communication Theory: Foundations Ferment and Future.** CA : Wadsworth Publishing , 1995, p.

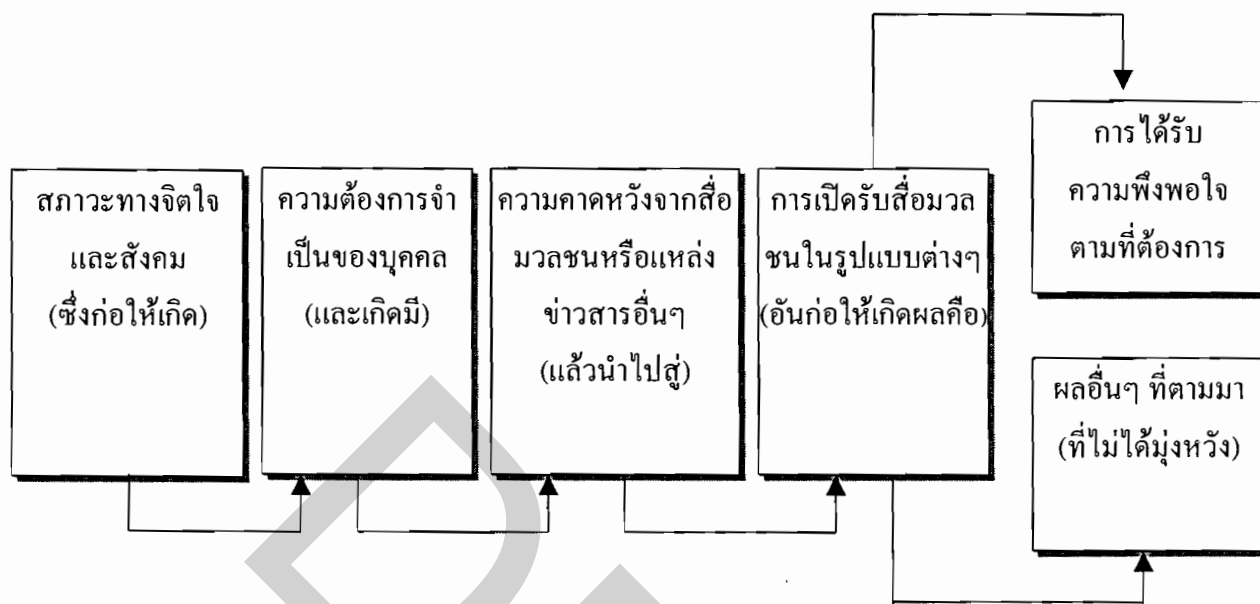
¹¹ พีระ จิร โสภณ . เรื่องเดียวกัน , หน้า 634 -635 .

ทางวิทยุกระจายเสียง และงานของบีเรลสัน (Berelson, B., 1949) ศึกษาถึงสิ่งซึ่งผู้อ่านหนังสือพิมพ์ นิวยอร์ครายวัน รู้สึกว่าขาดหายไปในช่วงที่มีการนัดหยุดงานของหนังสือพิมพ์นานกว่า 2 สัปดาห์

2. การวิจัยในช่วงหลัง ค.ศ. 1960 ถึงปัจจุบัน ได้มีความพิถีพิถันในเรื่องการเลือกตัวแปร และระเบียบวิธีวิจัยมากขึ้น เช่น บลูมเลอร์และแม็คควอล (Blumler, J. G. and McQuail, D., 1969) ได้ศึกษาการใช้และการหลีกเลี่ยงไม่ใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ เพื่อชมการหาเสียงเลือกตั้งทั่วไป ของอังกฤษเมื่อปีค.ศ.1964 ส่วนรูบินและรูบิน (Rubin, A.M. and Rubin, R.B., 1982) ได้วิจัยความต้องการของผู้ชมสูงอายุในการเลือกวิทยุโทรทัศน์รายการต่าง ๆ เป็นต้น

แกทซ์และคณะ (Katz, E. and Others, 1974) ได้อธิบายแบบแผนในเรื่องของการใช้ ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสารว่า “แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือ แหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมา ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้” โดยแสดงเป็นแบบจำลองดังนี้

แบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ



(ที่มา : พีระ จิตร โสภณ , ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช , 2529)

แคทซ์, บลูมเลอร์ และเกอร์วิทซ์ (Katz ,Blumler and Gurevitch ,1974) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการ และความพึงพอใจของบุคคลไว้ดังนี้¹²

1. สถานการณ์ทางสังคมสร้างแรงกดดันและความขัดแย้ง ทำให้ต้องการผ่อนคลายโดยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ตระหนักถึงปัญหา ซึ่งต้องการความสนใจและข่าวสาร จึงต้องแสวงหาข่าวสาร
3. สถานการณ์ทางสังคม สามารถทำให้หมดโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ ดังนั้น สื่อมวลชนจะเป็นตัวแทน หรือ ตัวเสริม
4. สถานการณ์ทางสังคม ทำให้การบริโภคข่าวสารสอดคล้องกับค่านิยม การเป็นสมาชิก และเป็นการช่วยย้าความเชื่อทางสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคม สามารถกำหนดขอบเขตความคาดหวังที่คล้ายคลึงกับสื่อมวลชน ซึ่งเป็นการสนับสนุนการเป็นสมาชิกในกลุ่มสังคม

¹² Stanley J. Baran and Dennis K. Davis. Ibid. , p.223 – 224 .

ในบรรดาแบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนที่ได้รับบริการกล่าวอ้างถึงในงานวิจัยจำนวนมาก นอกจากแคทซ์และคณะแล้ว แบบจำลองของ โรเซนเกรน (Karl Erik Rosengren ,1974)ได้มีการนำไปอ้างอิงมากที่สุด โดยอธิบายถึงหน่วยประกอบต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร ดังนี้

D
P
U

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของโรเซนเกรน¹³

1. ความต้องการจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ในระดับที่ต่ำกว่าและสูงกว่า	ภายใต้การมีปฏิสัมพันธ์กับ
2. การประกอบกันอย่างแตกต่างของบุคลิกลักษณะภายนอกและภายใน	และยังมี
3. โครงสร้างของสังคมโดยรวม รวมถึงโครงสร้างของสื่อมวลชน	ผลลัพธ์เป็น
4. การประกอบกันอย่างแตกต่างของปัญหาส่วนบุคคลตามความรู้สึกว่ามากหรือน้อย	และ
5. วิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้ตามที่ได้รับ	การประกอบกันของปัญหาและวิธีแก้ไขทำให้เกิด
6. แรงจูงใจที่แตกต่างที่มุ่งในการแสวงหาความพึงพอใจหรือพฤติกรรมการแก้ไขปัญหา	มีผลลัพธ์เป็น
7. รูปแบบที่ต่างกันของการบริโภคสื่อมวลชน	และ
8. รูปแบบที่ต่างกันของพฤติกรรมอื่นๆ	ประเภทของพฤติกรรมทั้งสองที่ให้
9. รูปแบบที่ต่างกันของการได้รับความพึงพอใจและการไม่ได้รับความพึงพอใจ	และอาจจะมีผลกระทบที่เป็นไปได้ต่อ
10. การประกอบกันอย่างแตกต่างของบุคลิกลักษณะภายนอก-ภายใน	และในที่สุดจะมีผลต่อ
11. โครงสร้างสื่อมวลชนและโครงสร้างสังคม การเมือง วัฒนธรรม และเศรษฐกิจในสังคม	

¹³ Jay G. Blumler and Elihu Katz. *The Uses of Mass Communications : Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills , SAGE, 1974 , p. 270.

จากหนังสือ”แบบจำลองการสื่อสาร สำหรับศึกษาการสื่อสารมวลชน” ได้อธิบายกรอบต่าง ๆ ในแบบจำลองข้างต้นไว้ดังนี้⁴

กรอบที่หนึ่ง ความต้องการจำเป็นต่าง ๆ ของปัจเจกบุคคล ประกอบกันเป็นจุดเริ่มต้นพัฒนาการของความต้องการจำเป็นนั้น หากได้เกิดขึ้นในความว่างเปล่าไม่

กรอบที่สองและกรอบที่สาม แต่เกิดในปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยประกอบซึ่งอยู่ภายในและอยู่โดยรอบปัจเจกบุคคล ด้วยการอ้างถึงลำดับชั้นของความจำเป็นตามที่มาสโลว์

(Maslow ,1954) ได้แสดงไว้ โรเซนเกรนยืนยันว่า ระดับความต้องการที่สูงกว่า (ความต้องการพวกพ้อง ความรัก การยอมรับ และการกระทำให้สำเร็จด้วยตนเอง) ได้แก่ ความต้องการที่ตรงกันที่สุดกับแบบจำลองว่าด้วยการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบกับความต้องการในระดับที่ต่ำกว่า (ความต้องการความปลอดภัย และความต้องการทางจิตวิทยา)

ในกรอบที่สี่ โรเซนเกรนได้นำความคิดรวบยอด อันว่าด้วยปัญหา ซึ่งเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างความต้องการจำเป็นชนิดต่าง ๆ ลักษณะของปัจเจกบุคคลและสภาพแวดล้อมทางสังคมเข้ามาพิจารณา โรเซนเกรนได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า “ปัญหา” และ “ความต้องการจำเป็น” สองสิ่งนี้จะต้องไม่นำไปสับสนกัน ลักษณะที่เห็นได้ชัดของปัญหาเหล่านี้ จะแตกต่างกันไประหว่างปัจเจกบุคคลต่าง ๆ

กรอบที่ห้า วิธีการแก้ปัญหาที่เช่นเดียวกัน ปัจเจกบุคคลก็จะแลเห็นช่องทางแตกต่างกันไป

กรอบที่หก ในระดับของปัจเจกบุคคล ปัญหาต่าง ๆ ตามที่ได้รับรู้และทางแก้ปัญหาเหล่านั้น อาจจะทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะกระทำอย่างหนึ่งอย่างใด “แรงจูงใจ” นั้น อาจจะเป็นการยากที่จะแยกออกจาก “ความต้องการจำเป็น” และ “ปัญหา”

กรอบที่เจ็ดและกรอบที่แปด ดังนั้น ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งมีผลลัพธ์ตามมาเป็นแรงจูงใจนั้น จึงเป็นสาเหตุของการกระทำในรูปของการบริโภคสื่อมวลชน หรือมิฉะนั้น ก็ในรูปของพฤติกรรมอย่างอื่น ๆ ในขณะที่ความต้องการจำเป็น ปัญหา และแรงจูงใจต่าง ๆ มีลักษณะต่าง ๆ กันไปสำหรับบุคคลและกลุ่มต่าง ๆ กัน ผลลัพธ์ก็จะเป็นแบบรูปของพฤติกรรมที่ต่าง ๆ กัน บุคคลบางคน

⁴เดนิส แมคเคลเวล และ สเวน วินดาห์ล. แบบจำลองการสื่อสาร สำหรับศึกษาการสื่อสารมวลชน แปลโดย สวนิต ชมาภัย และ ระวีวรรณ ประกอบผล. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537 , หน้า 128 – 130 .

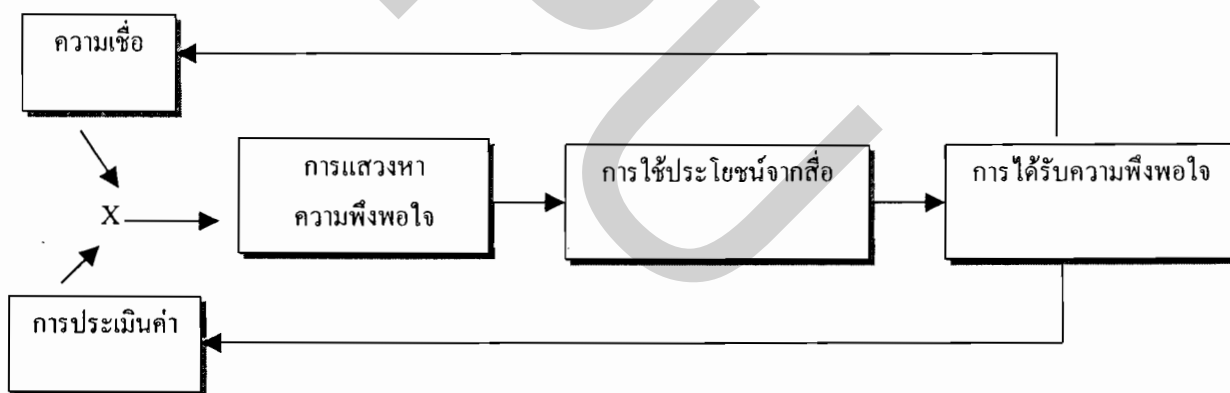
จะแสวงหาเรื่องบันเทิง บางคนก็จะสนใจต่อสารสนเทศ และบางคนก็จะไม่ใช่ประโยชน์จากเนื้อหา สื่อมวลชนแต่อย่างใดเลย

กรอบที่เก้าแสดงว่า แบบรูปที่ต่างกันของการได้รับความพึงพอใจ หรือ การไม่ได้รับความพึงพอใจ จะเป็นผลลัพธ์จากกระบวนการนั้น

กรอบที่สิบและกรอบที่สิบเอ็ด ว่าด้วยผลของกระบวนการ โรเซนเกรนได้ให้ข้อสังเกตว่า ในขณะที่ทั้งแบบแผนของการพิจารณาผลตามแบบดั้งเดิม และวิธีพิจารณาในแง่ของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ ต่างก็พิจารณาถึงผลของการสื่อสารด้วยกัน แนวแรกนั้น ส่วนใหญ่แล้วพิจารณาถึงผลตามที่ถูกส่งสารตั้งใจไว้ ส่วนแนวที่สองนั้น คำนึงถึงผลตามที่ถูกบริโภคตั้งใจจะรับเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1985) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจโดยได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาเพื่ออธิบายตัวแปรต่าง ๆ เรียกว่า แบบจำลองความคาดหวังและการประเมินค่า (An expectancy - value model of media)¹⁵ โดยมีรูปแบบดังนี้

แบบจำลองความคาดหวังและการประเมินค่า



ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น อธิบายว่า ความเชื่อ หรือ ความคาดหวังเกี่ยวกับ

สื่อใด ๆ ว่า สื่อชนิดนั้น ๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่าง ผสมผสานกับการประเมินค่าทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ นั้น เป็นตัวแปรมาก่อนที่สำคัญของแรงจูงใจ ที่แสวงหาความพึงพอใจ ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อ นั้น ๆ และหากการใช้ประโยชน์จากสื่อ ดัง

¹⁵ Denis McQuail . Mass Communication Theory : An Introduction.London , SAGE,1994 ,

กล่าว ทำให้ได้รับความพึงพอใจ ผลนี้จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อเกี่ยวกับสื่อ และอาจจะมีอิทธิพลต่อการประเมินค่าอีกด้วย

3. กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสารสื่อมวลชน (Selective Processes)

การเปิดรับสื่อมวลชนเป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับการศึกษาความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะ ที่เป็นผู้กระทำเช่นเดียวกับเรื่องพึงพาดข่าวสารจากสื่อมวลชน การแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารเป็นผู้เลือกสรรในการบริโภคข่าวสารนั้น โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือ ความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร นั่นก็คือกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร

เป็นเรื่องที่ยอมรับกันของสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนแต่ละประเภทไม่สามารถที่จะเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะการเข้าถึงปัจเจกบุคคลเป็นเรื่องยากขึ้นไปอีก ถึงแม้ว่าจะมีข้อมูลข่าวสารดีเพียงใด หรือ ใช้เครื่องมือในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน ทั้งนี้เพราะผู้รับสารต่างมีกระบวนการ หรือ ขั้นตอนในการเลือกรับข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคติ ความรู้สึก และความสามารถในการรับข่าวสารที่ไม่เท่ากัน

กระบวนการเลือกสรร เปรียบเหมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วย¹⁶

1. การเลือกเปิดรับ หรือ เลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือ เปิดรับสารจากแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกหนังสือพิมพ์ที่ตนสนใจ หรือ การเลือกฟังรายการวิทยุที่ชื่นชอบ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องของหลายประการ เช่น ทักษะคติเดิมของผู้รับสาร ตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (theory of cognitive dissonance) ที่เสนอโดยเฟสติงเจอร์ (Festinger L. A , 1957) นั่นกล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทักษะคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอย หรือ สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือ ทักษะคติที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือ มีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “ cognitive dissonance ” ดังนั้นการที่จะลด หรือ หลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือ เลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน

¹⁶ พิระ จิร โสภณ . เรื่องเดียวกัน , หน้า 636 – 639 .

เฟสติงเจอร์ยังชี้ให้เห็นว่า เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบกำลังกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ (reinforcement information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคล สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม และประสบการณ์

2. การเลือกรับรู้ หรือ ตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรอง เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้ หรือ เลือกตีความตามความเข้าใจของตัวเองตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อตามความต้องการ ตามความคาดหวัง และตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือ สภาวะอารมณ์ขณะนั้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือ ไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า งานวิจัยของอัลพอร์ตและโพสท์แมน(Allport , G. W. and Postman ,L. ,1947) ที่มีการอ้างถึงกันบ่อยก็คือ การศึกษาถึงการถ่ายทอดข่าวลือจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ซึ่งพบว่า ผู้รับมักจะถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังคนอื่น ๆ ไม่ครบถ้วนเหมือนที่รับมา ทั้งนี้ เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตัวเองเห็นว่า น่าสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักจะถูกลืม หรือ ไม่นำไปถ่ายทอดต่อ

สื่อมวลชน¹⁷ (Mass Media)

คำว่า "สื่อมวลชน" มีความหมายคลุมไปถึงเครื่องมือทางเทคนิค ซึ่งการสื่อสารถึงมวลชน ต้องใช้ จากความหมายดังกล่าว สื่อมวลชน จึงประกอบด้วย

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือแผ่นพับ จดหมายเวียน ใบติดประกาศ ตัวอักษรที่เครื่องบินพ่นเป็นควันบนฟ้า และเครื่องมืออื่น ๆ ซึ่งนำสารไปสู่มวลชนโดยผ่านทางตา
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) ได้แก่ รายการวิทยุ และการบันทึกเสียงต่าง ๆ ซึ่งผ่านทางหู หรือ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และการบันทึก วิดีโอ ซึ่งผ่านทางตาและหู

¹⁷ พัทณี เขยจรรยา และคนอื่น ๆ .แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.กรุงเทพมหานคร : เอลโล่การพิมพ์, 2538 , หน้า 75.

ในสังคมมวลชน สื่อมวลชนนับเป็นแหล่งข่าวที่สามารถพิสูจน์และทดสอบได้ ถึงแม้ว่าข่าวซึ่งถูกแพร่ออกมาอาจผิดพลาด หรือ บิดเบือนจากความจริง แต่เราก็สามารถย้อนรอยหาแหล่งข่าวได้ ฉะนั้นสิ่งนี้จึงทำให้สังคมค่อนข้างมั่นใจว่า ข่าวที่เสนอทางสื่อมวลชนเป็นความจริง และหากสมาชิกในสังคมรู้ว่า ใครเป็นแหล่งข่าวก็สามารถระบอคติ หรือ ความพยายามที่จะควบคุมผู้อื่นของแหล่งข่าวนั้นได้ หรือ สามารถระบุได้ว่ารายงานข่าวที่ออกมา นั้นถูกตัดทอน หรือ บิดเบือนอย่างไร¹⁸

ในการเปรียบเทียบสื่อประเภทต่าง ๆ จะเห็นว่า สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์เหนือกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในบางลักษณะ แต่ก็ด้อยกว่าในบางลักษณะ จากการศึกษาของชแรมม์ (Schramm : 1973) พบว่า ยิ่งคนมีการศึกษามากเท่าใด ก็มีแนวโน้มที่จะสนใจสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากเท่านั้น ขณะเดียวกันการศึกษาของโรเปอร์ (Roper : 1967) พบว่า ถ้าคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุด และเห็นว่า เป็นสื่อที่น่าเชื่อถือที่สุด¹⁹ นอกจากนี้เราอาจเปรียบเทียบสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ตามมิติต่าง ๆ ดังนี้²⁰.

1. ความคมชัดของสื่อในการเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (fidelity) ไม่ว่าจะเป็นในแง่การเสนอสัญลักษณ์ทางคำพูด สัญลักษณ์ภาพ สี เสียง และการเคลื่อนไหว
2. ความเร็วในการส่งสาร (delivery speed) คือระยะเวลาระหว่างที่เหตุการณ์เกิดขึ้น กับเวลาที่สื่อสามารถนำเสนอต่อมวลชน
3. ความสามารถในการเคลื่อนของสื่อ (portability) คือ ความสะดวกในการที่สื่อจะสามารถเคลื่อนไปมาในสภาพแวดล้อม เพื่อครอบคลุมเหตุการณ์และเพื่อเข้าถึงบุคคลที่มีข้อมูล
4. ความสามารถในการทบทวน (reviewability) คือ ความสะดวกในการที่ผู้รับสารสามารถทวนสารที่ได้รับเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
5. ความสามารถในการครอบคลุมเนื้อหาของสื่อ (coverage) คือ อัตราข้อมูลเป็นที่สนใจซึ่งสื่อสามารถนำเสนอต่อผู้รับสาร
6. ความสามารถในการเข้าถึงปฏิกิริยาตอบสนอง (accessability to feedback) คือ ความสะดวกในการที่ผู้รับสารสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสารที่ได้รับ

¹⁸ เรื่องเดียวกัน , หน้า 76.

¹⁹ เรื่องเดียวกัน , หน้า 76-77.

²⁰ เรื่องเดียวกัน , หน้า 77.

สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ

คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในการเก็บรวบรวมความรู้ โดยการประมวลผล จัดเก็บรวบรวม นำมาใช้ และนำเสนอด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ในที่นี้จะกล่าวถึงอินเทอร์เน็ตและการส่งจดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์

อินเทอร์เน็ต นับเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการประยุกต์ใช้ไอที (Information Technology) หากเราจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารในการทำงานประจำวัน อินเทอร์เน็ต จะเป็นช่องทางให้เราสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว ข่าวสาร หรือ เหตุการณ์ ความเป็นไปต่าง ๆ ทั่วโลกที่เกิดขึ้นในขณะปัจจุบัน สามารถสืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ตเช่นกัน อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งข่าวที่ทันสมัยและช่วยให้รับรู้ข่าวสารที่เกิดขึ้นในมุมอื่น ๆ ของโลกได้อย่างรวดเร็วกว่าสื่ออื่น ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือแม้แต่โทรทัศน์²¹

อินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลแหล่งใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นที่ยอมรับบริการ และเครื่องมือสืบค้นข้อมูลหลากหลายประเภท จนกระทั่งกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ต เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั้งระดับบุคคลและองค์กร²²

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail or Electronic mail) เป็นรูปแบบของการส่งข่าวสารของคอมพิวเตอร์กับคอมพิวเตอร์ ซึ่งเริ่มมีตั้งแต่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ครั้งแรกในทศวรรษที่ 1960 และได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในทศวรรษที่ 1990 เมื่ออินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้น ได้ทำให้การส่งจดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาแทนที่การส่งไปรษณีย์แบบเดิม ๆ อย่างรวดเร็วและง่ายขึ้น²³

คุณลักษณะของระบบอี-เมล²⁴

1. สามารถส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์เมื่อใดก็ได้ที่ต้องการ เหมือนกับการส่งไปรษณีย์ธรรมดา จดหมายจะถึงมือผู้รับภายในไม่กี่นาที หรือไม่กี่ชั่วโมงเท่านั้น
2. ผู้รับสามารถอ่านจดหมายเมื่อใดก็ได้ที่ต้องการ และไม่ต้องใส่เบอร์โทรศัพท์ลงในจดหมาย และสามารถส่งจดหมายต่อไปให้ผู้อื่นได้ด้วย
3. เราสามารถส่งจดหมายอี-เมลไปยังผู้รับคนเดียว หลายคน หรือ จำนวนมากได้
4. ผู้ใช้อี-เมลสามารถเก็บจดหมายที่ได้รับจากเพื่อน ผู้ร่วมงาน หรือ หัวหน้างานไว้ได้

²¹ สุรศักดิ์ สงวนพงษ์. คู่มืออินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2538, หน้า 3.

²² เรื่องเดียวกัน.

²³ John V. Pavlik. *New Media Technology*. Mass., Allyn and Bacon, 1996, p.167.

²⁴ ริชาร์ด คับบลิว. วิกกินส์. เดอะอินเทอร์เน็ต พอร์ เอฟเวอร์วัน คู่มือสำหรับผู้ใช้งานและผู้ให้บริการ แปลจาก *The Internet for everyone* โดย พัชญา พิทักษ์ไพรวิน และคนอื่น ๆ. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล, 2539, หน้า 118.

ผลของการเปิดรับข่าวสาร

ผลของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ที่มีต่อปัจเจกบุคคล และสังคมนั้น ได้มีการศึกษาวิจัยมาเป็นเวลานาน และยอมรับกันว่ามีผลกระทบต่อ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ทักษะ ทักษะ ความรู้ความเข้าใจของผู้รับสาร

เคลบเบอร์ (J. T. Klapper , 196) ได้ให้ความหมายของผล หรือ อิทธิพลของการสื่อสารมวลชนว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของปัจเจกบุคคล เนื่องจากอิทธิพลของเนื้อหาเพื่อการจูงใจในสื่อมวลชนที่แต่ละคนได้รับ แบ่งเป็น 5 ประการคือ²⁵

1. โดยปกติการสื่อสารมวลชนไม่ใช่สาเหตุที่สำคัญเพียงประการเดียว ที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร แต่จะทำหน้าที่ร่วมกับ หรือ ทำหน้าที่ผ่านปัจจัยและอิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่น ๆ มากกว่า โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวกลาง 5 ประการคือ

1.1 ทัศนคติและความเชื่อที่เป็นอยู่ในขณะนั้นของปัจเจกบุคคลมีอิทธิพล รวมถึงกระบวนการเลือกรับสาร

1.2 กลุ่มที่ปัจเจกบุคคลเป็นสมาชิกอยู่ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของสารเพื่อการจูงใจ

1.3 สมาชิกของผู้รับสารต่างมีอิทธิพลต่อกันในระหว่างการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ถ้าผู้รับสารและผู้ส่งสารมีลักษณะคล้ายคลึงกัน จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

1.4 ผู้นำทางความคิดในระบบสังคมมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของสื่อมวลชน

1.5 สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจของสื่อมวลชน โดยมักสนับสนุนความคิด ความเชื่อหรือทัศนคติที่เป็นที่ยอมรับกัน เพื่อรักษาจำนวนสมาชิก

2. ปัจจัยและอิทธิพลที่เป็นตัวกลางเหล่านี้ มีผลให้การสื่อสารมวลชนเป็นเพียงปัจจัยช่วยในกระบวนการของการเสริมเงื่อนไขที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

3. ในบางโอกาสที่การสื่อสารมวลชนทำหน้าที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เงื่อนไขอย่างใดอย่างหนึ่งในสองอย่างต่อไปนี้มักเกิดขึ้นเสมอ

3.1 ปัจจัย หรือ อิทธิพลที่เป็นตัวกลางไม่ทำหน้าที่ และผล หรือ อิทธิพลของสื่อมวลชนจะมีลักษณะเป็นไปโดยตรง

3.2 ปัจจัย หรือ อิทธิพลที่เป็นตัวกลาง ถูกผลักดันให้สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง

4. มีสถานการณ์บางอย่างที่การสื่อสารมวลชนดูเหมือนจะสามารถก่อให้เกิดผลโดยตรงสามารถทำหน้าที่บางประการในทางจิตวิทยาและทางกายภาพได้โดยตัวของมันเอง

²⁵ เสถียร เชยประทีป . ศักยภาพสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2530 , หน้า 12 – 21.

5.ประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชน ขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของสื่อ สาร แหล่งสาร หรือ สถานการณ์ของการสื่อสาร

ผลของการเปิดรับข่าวสารต่อบุคคล

นอกจากสื่อมวลชนจะมีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลมากบ้างน้อยบ้าง ตามแต่ปริมาณในการบริโภคข่าวสารแล้ว การพิจารณาผลของการสื่อสารที่มีต่อบุคคลนั้นเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจเช่นกัน เบนจามิน เอส. บลูม (Benjamin S. Bloom) และคณะ ได้ศึกษาเรื่องวิธีการจำแนกวัตถุประสงค์ในการศึกษา (Taxonomy of educational objectives) โดยแบ่งการเปลี่ยนแปลงในผลของการสื่อสารต่อบุคคลไว้ 3 ด้านคือ²⁶

1. ผลของการสื่อสารต่อบุคคลในด้านการเปลี่ยนแปลงพุทธิวิสัย (Objective domain) หมายถึง ผลของการสื่อสารที่ผู้ส่งสารต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารเกี่ยวกับด้านความรู้ ความคิด แบ่งออกเป็น 6 ระดับตามลำดับคือ

1.1 ความรู้ – ความจำ (Knowledge or Recall) คือ การสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ผู้รับสารสามารถจำ หรือ ระลึกได้

1.2 ความเข้าใจ (Understanding or Comprehension) เป็นผลของการสื่อสาร ที่ผู้รับสารสามารถ แปลความได้ ตีความได้ และขยายความด้วยคำพูดของตนเองได้

1.3 การนำไปใช้ (Application) เป็นการนำเนื้อหาสาระของสาร อันเกิดจากความรู้ ความเข้าใจในวิธีการ แนวคิด หลักการ และทฤษฎี ไปใช้ใน สถานการณ์ใหม่ หรือ สถานการณ์ที่เป็นจริง

1.4 การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถแยกเนื้อหาสาระออกเป็นหน่วย หรือองค์ประกอบย่อยได้อย่างมีความหมาย โดยสามารถวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ และหลักการเชิงจัดดำเนินการ

1.5 การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามารถนำหน่วยต่าง ๆ ของสาร จัดเรียบเรียง หรือ รวบรวมเข้าด้วยกันอย่างมีระบบ ทั้งสังเคราะห์ข้อความ สังเคราะห์แบบแผนงาน และสังเคราะห์ความสัมพันธ์

1.6 การประเมินค่า (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินคุณค่าของสาร ตามเกณฑ์ที่กำหนดได้อย่างถูกต้อง

²⁶ พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์ .หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1 – 8 . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ,2531, หน้า 426 – 432 .

2. ผลของการสื่อสารต่อบุคคลในด้านการเปลี่ยนแปลงเจตพิสัย (Affective domain) เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมภายในจิตใจ ลักษณะนิสัย คุณธรรม และค่านิยมซึ่งรวมเรียกว่า ทัศนคติ จัดเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านเจตพิสัย เพราะผลของการสื่อสารเกิดขึ้นในจิตใจอันเกี่ยวข้องกับผูกพันความรู้สึกนึกคิดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มี 5 ระดับคือ

2.1 การยอมรับ (Receiving or attending) เป็นความสามารถในการยอมรับรู้เนื้อหาของสารที่เสนอต่อสิ่งเร้าได้อย่างฉับไว โดยเต็มใจรับฟัง เกิดความสนใจ และตั้งใจ ที่จะให้เกิดผลในสิ่งนั้น มี 3 ลักษณะ

2.1.1 การรับรู้ หรือ การสำเหนียก ผู้รับสารต้องการรับรู้สารนั้น และเตรียมพร้อมถึงผลของการสื่อสารที่จะมี

2.1.2 การรู้สึกเต็มใจที่จะรับรู้ ผู้รับสารเต็มใจในการรับรู้สารและผลจากการสื่อสารด้วย

2.1.3 การควบคุมความสนใจต่อสิ่งเร้า ผู้รับสารสามารถกำหนดใจให้จดจ่อต่อการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ

2.2 การตอบสนอง (Responding) เป็นการตอบสนองต่อผลของการสื่อสาร ด้วยความยินยอม ความเต็มใจ และความพอใจ

2.3 การสร้างค่านิยม (Valuation) เป็นพฤติกรรมของผู้รับสารที่ตระหนักและสำนึกต่อคุณค่าความสำคัญ หรือ คุณธรรมของเนื้อหาสาระในสารที่สื่อไป จนได้รับความชื่นชอบ หรือ กำหนดให้เป็นค่านิยม หรือ แนวคิดที่ผูกพันในการปฏิบัติตาม แบ่งเป็น 3 ลักษณะ

2.3.1 การยอมรับค่านิยม

2.3.2 ความรู้สึกชื่นชอบ หรือ พพอใจในค่านิยมนั้น

2.3.3 ความยึดมั่นในค่านิยม

2.4 การจัดรูปแบบ (Organization) มีการเข้าถึงแนวคิด หรือ มโนคติของคุณค่าในผลของการสื่อสารที่บังเกิดกับผู้รับสาร โดยนำค่านิยมนั้นมาจัดเป็นรูปแบบของระบบคุณค่าขึ้น แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม ได้ก่อรูปแบบในมโนคติเกี่ยวกับค่านิยมให้เกิดขึ้น หลังจากรับสารแล้ว

2.4.2 การจัดรูปแบบของค่านิยม โดยผู้รับสารเมื่อก่อรูปแบบในมโนคติแล้ว ก็จัดค่านิยมให้เป็นรูปแบบของตน

2.5 การปฏิบัติเป็นนิสัย (Characterization) เมื่อความรู้สึกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอันเป็นผลจากการสื่อสารได้ก่อรูปขึ้นมาในจิตใจ สิ่งที่ตามมาก็คือ ผู้รับสารจะแสดงพฤติกรรมที่เป็นนิสัยในลักษณะนั้นออกมาอย่างเป็นธรรมชาติ เป็นบุคลิกประจำตัว มี 2 ลักษณะ

2.5.1 การสรุปรวมถึงกลุ่มคำนิยาม ผลในลักษณะนี้ ยังไม่ก่อรูปถึงขั้นกำหนดบุคลิกที่เป็นนิสัย พอจะดูออกว่า ผู้รับสารจะมีบุคลิกไปในแนวใด

2.5.2 การมีลักษณะนิสัย ซึ่งผลในลักษณะนี้ ถึงขั้นหล่อหลอมให้สามารถพิจารณาได้ว่า ผู้รับสารมีบุคลิกลักษณะนิสัยอย่างไร

3. ผลของการสื่อสารต่อบุคคลในการเปลี่ยนแปลงทักษะพิสัย (Psychomotor domain) หมายถึง ผลของการสื่อสารที่มุ่งเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางด้านการปฏิบัติ ที่เกี่ยวข้องกับระบบการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทักษะและความชำนาญในตัวผู้รับสาร แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

3.1 การเลือกเลียนแบบ (Imitation) ผู้รับสารจะพิจารณาเลือกตัวแบบ หรือตัวอย่าง เพื่อปฏิบัติตามขั้นตอน

3.2 การลงมือทำตามแบบ (Manipulation) เป็นขั้นที่ผู้รับสารลงมือกระทำการตามแบบที่ตนได้เลือกไว้แล้ว

3.3 การทำได้อย่างถูกต้อง (Precision) เป็นขั้นที่ผู้รับสารได้เลือกตัดสินใจแล้วว่า จะทำตามแบบที่พิจารณาเห็นว่าถูกต้อง โดยค่อย ๆ ก่อรูปเป็นทักษะและความชำนาญทีละน้อย

3.4 การทำอย่างต่อเนื่อง (Articulation) เมื่อผู้รับสารเห็นว่าถูกต้อง จึงกระทำอย่างต่อเนื่อง

3.5 การทำได้โดยธรรมชาติ (Naturalization) ผู้รับสารทำงานเกิดทักษะความชำนาญจนสามารถปฏิบัติได้โดยอัตโนมัติเป็นธรรมชาติ

4. ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร²⁷ (Source Credibility)

ในการสื่อสารนั้น บุคลิกลักษณะของผู้ส่งสาร สร้างความเชื่อถือและการยอมรับต่อผู้รับสารอย่างมาก ความน่าเชื่อถือนี้นักวิจัยประเมินจากบุคลิกลักษณะของแหล่งสารที่รับรู้โดยผู้รับสาร 3 ประการคือ

1. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) เช่น ปลอดภัย ไว้วางใจได้ มีความจริงใจ ซื่อสัตย์ ยุติธรรม ฯลฯ

2. ความเชี่ยวชาญสามารถ (Expertness) เช่น ผ่านการศึกษา ฝึกอบรม มีประสบการณ์ มีความรู้ มีความชำนาญ มีทักษะ ฯลฯ

3. ความคล่องแคล่วกระฉับกระเฉง (Dynamism) เช่น มีชีวิตชีวา ตื่นตัว ว่องไว ไม่น่าเบื่อ ฯลฯ

²⁷พีระ จิร โสภณ, เรื่องเดียวกัน, หน้า 629.

แหล่งข่าวสารในที่นี้อาจจะได้แก่ ผู้แถลงข่าวของรัฐบาล ของพรรคการเมือง ของหน่วยงานต่าง ๆ ผู้โฆษณาสินค้า ผู้ชักชวนในโครงการณรงค์ต่าง ๆ หรือ สื่อมวลชนแต่ละประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ สถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เป็นต้น โดยทั่วไปแล้ว สามารถจะเปรียบเทียบได้ว่า แหล่งข่าวสารไหนจะมีความเชื่อถือสูงกว่าก็โดยการพิจารณาทั้ง 3 ด้านดังกล่าวรวมกัน

ทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร มาจากการค้นพบในการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อการชักจูงใจ (persuasive communication) การวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูง จะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ หรืออีกนัยหนึ่ง การใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงในสายตาของผู้รับสารจะบรรลุผลในการสื่อสารมากกว่าใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ

โฮฟแลนด์และคณะ (Hovland, C.I. , and Others , 1953) ได้ทำการวิจัยในเชิงทดลอง เพื่อดูความแตกต่างของแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงกับแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยได้เลือกใช้ข่าวสาร 4 ชิ้นในการทดลอง ผลการวิจัยพบว่า มีอยู่ 3 ชิ้นที่เป็นไปตามสมมุติฐานกล่าวคือ ผู้รับข่าวสารชิ้นที่ถูกถ่ายทอดจากแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงกว่า ได้เปลี่ยนแปลงทัศนคติหลังจากรับรู้ข่าวสารแล้ว มีจำนวนสูงกว่าผู้รับข่าวสารที่ถ่ายทอดโดยแหล่งข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ²⁸

จากหนังสือ “ Communicating ” ได้อธิบายถึงความน่าเชื่อถือและการชักชวนไว้ว่า ²⁹ ความน่าเชื่อถือ ขึ้นอยู่กับแหล่งข่าวสาร ผู้รับสาร ข่าวสารและสถานการณ์ ความน่าเชื่อถือจะสูง หรือต่ำ ปรากฏให้เห็นหรือไม่ก็ตาม ถัดขึ้นขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารคิดว่า แหล่งข่าวสารมีความน่าเชื่อถืออย่างไร ในการศึกษาวิจัยส่วนมากพบว่า การเปลี่ยนแปลงของเป้าหมายในการชักชวนจะเพิ่มขึ้น เมื่อแหล่งข่าวสารได้รับการยอมรับว่ามีความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยเหล่านี้คือ

1. บุคลิกลักษณะ และ ความสามารถ ซึ่งมีความสำคัญที่สุดในจำนวนหลายขั้นตอนที่นำไปสู่การยอมรับความน่าเชื่อถือ บุคลิกลักษณะทำให้เกิดการยอมรับบุคคลนั้นว่า มีความซื่อสัตย์ เป็นมิตร และน่าคบหา โดยปกติ บุคคลที่มองดูไม่ซื่อสัตย์ ไม่เป็นมิตร และหรือ ไม่น่าคบหา จะมีความน่าเชื่อถือต่ำ การยอมรับว่า การมีบุคลิกภาพสูง มีความเกี่ยวข้องกับการเป็นผู้เอาใจใส่ต่อผู้ฟัง และเกี่ยวข้องกับการมองดูว่ามีความจริงใจ และมีความใส่ใจว่า อะไรจะเกิดขึ้นกับบุคคลที่เรากำลังพูดคุยด้วย

ส่วนการยอมรับความสามารถ หมายถึง บุคคลที่ได้รับการพิจารณาว่าน่าไว้วางใจ

²⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 630.

²⁹ Anita Taylor and Others. *Communicating* . New Jersey : Prentice-Hall ,1986 , p.360-362.

รอบรู้ มีคุณวุฒิ และฉลาดหลักแหลม บุคคลที่มองดูไม่น่าไว้วางใจ ไม่มีความรอบรู้ ไม่ฉลาดหลักแหลม หรือไม่เชี่ยวชาญ จะขาดความน่าเชื่อถือ ยิ่งกว่านั้น ในขณะที่องค์ประกอบทั้ง 2 นี้มีผลกระทบต่อกัน แต่การมีปฏิริยาต่อกันไม่สามารถคาดเดาได้ การมองเห็นว่า ชื่อสัตย์จะไม่มีผลต่อการมองเห็นว่า เป็นผู้เชี่ยวชาญ และการพิจารณาบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ ก็ไม่ได้หมายความว่า จะได้รับการพิจารณาจากประชาชนว่าเป็นคนชื่อสัตย์

2. ความดึงดูดใจระหว่างบุคคล ผู้รับสารชอบบุคคลที่มีบุคลิกสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือ แต่มันก็ขึ้นอยู่กับสถานการณ์เป็นอย่างมาก เปรียบเทียบกับช่างที่มีความชำนาญเท่ากัน 2 คน บางทีคนที่เราชอบจะมีความน่าเชื่อถือกว่าคนที่เราไม่ชอบก็ได้

องค์ประกอบที่สำคัญของความดึงดูดใจระหว่างบุคคล คือ ลักษณะท่าทาง ความใกล้ชิด ความเกี่ยวข้องกัน และการมีทัศนคติเหมือนกัน

3. ท่าทางและความคล่องแคล่ว ปัจจัยทั้งสองมีผลต่อความน่าเชื่อถือโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น การยอมรับในการควบคุมอารมณ์ ผู้พูดและบุคคลในสถานการณ์ การเป็นผู้นำกลุ่ม จะได้ประโยชน์จากการมองดูว่ามีความมั่นคง ผ่อนคลายและน่าไว้วางใจ และความน่าเชื่อถือ จะลดลงต่อบุคคลที่ถูกถูกลูกกลน เคร่งเครียด และไม่น่าไว้วางใจ

ปัจจัยสำคัญคือ องค์ประกอบทั้งหมดของความน่าเชื่อถือ มีความเหมาะสมกับสถานการณ์และเหมาะสมกับปัจเจกบุคคล การแสดงออกทางอารมณ์ที่ดูไม่เหมาะสมกับแหล่งข่าวสาร หรือสถานการณ์ สามารถจะเป็นตัวทำลายได้ อารมณ์ที่ดูเหมือนไม่จริงใจ หรือ ไม่ชื่อสัตย์ จะไม่เป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือ

4. การมีพื้นภูมิหลังที่คล้ายกัน การรับรู้ของผู้ฟังที่มีต่อความน่าเชื่อถือของผู้พูด มีอิทธิพลต่อระดับที่ผู้ฟังทำการสื่อสารต่างมีคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกัน คุณสมบัติบางอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับภูมิหลังที่คล้ายคลึงกันคือ ทัศนคติ ค่านิยม สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ลักษณะท่าทาง พื้นฐานครอบครัว อายุ เพศ และเชื้อชาติ

เราสามารถแบ่งเป็น 2 อย่างคือ ความจริงกับการรับรู้ ความต้องการทั้งสองอย่างไม่เหมือนกัน และบ่อยครั้งที่แตกต่างกัน เช่น เราสามารถยอมรับบางคนที่อาจจะมีการศึกษาเหมือนเรา ทั้งที่มีความแตกต่างกันอย่างมาก บางครั้ง การมีภูมิหลังที่ยอมรับกันได้ มีความสำคัญกว่าความจริง การยอมรับของผู้รับจะขึ้นกับลักษณะท่าทาง ภาษา พฤติกรรม และความรอบรู้ บางเรื่องเราสามารถทำได้โดยการใช้แต่ละขั้นตอนเพื่อที่จะปรับปรุงความน่าเชื่อถือ คือการพูดคุยกัน ในภายหลัง เราเน้นที่มีความสำคัญต่อสถานการณ์ก็คือว่า เมื่อผู้รับยอมรับเราว่ามีภูมิหลังที่เท่าเทียมกันในเรื่องของคุณสมบัติต่าง ๆ จะเป็นการเพิ่มโอกาสของการชักชวนที่ประสบความสำเร็จ

5. ค่านิยมในการบริโภคข่าวสาร

ค่านิยมของสังคม หมายถึง สิ่งที่คนสนใจ สิ่งที่คนปรารถนาจะได้ ปรารถนาจะเป็น หรือ กลับกลายมาเป็น เป็นสิ่งที่คนถือว่าเป็นสิ่งบังคับต้องทำ ต้องปฏิบัติตาม เป็นสิ่งที่คนบูชายกย่อง และ มีความสุขที่จะได้เห็นได้ฟัง- ได้เป็นเจ้าของ ค่านิยมของสังคมจึงเป็นวิถีของการจัดรูปความประพฤติที่มีความหมายต่อบุคคล และเป็นแบบฉบับของความคิดที่ฝังแน่นสำหรับยึดถือในการปฏิบัติตัวของคนในสังคม³⁰

ค่านิยมเป็นเรื่องของความสำคัญมากกว่าข้อเท็จจริง ค่านิยมเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดมาตรฐาน หรือ เกณฑ์วัดที่ใช้เป็นแนวทางของการกระทำ หรือ ทศนคติ การเปรียบเทียบ การประเมินและแม้แต่ เหตุผลเกี่ยวกับตนเองต่อผู้อื่น เมื่อทศนคติเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งเริ่มรวมกันขึ้นเป็น โครงสร้างระบบ ค่านิยม (Value system) ก็เกิดขึ้น³¹

ค่านิยมแบ่งออกเป็น 2 อย่างคือ³²

1. ค่านิยมภายใน (Intrinsic value) เป็นค่านิยมประเภทที่มีคุณค่า หรือ ความสำคัญในตัวเอง
2. ค่านิยมภายนอก (Extrinsic value) เป็นเรื่องของการมองเห็นว่า ค่านิยมนั้นเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ได้มาซึ่งสิ่งอื่น ไม่ใช่เพราะคุณค่าจากตัวค่านิยมเอง

ค่านิยมในการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษาในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แนวทาง คือ³³

1. ค่านิยมการบริโภคเชิงการใช้ประโยชน์ เป็นการบริโภคโดยคาดหวังประโยชน์เชิงการใช้ชั่งาน ในขณะที่สังคมบูรพกาลจะผูกพันอยู่กับมูลค่าการใช้สอยซึ่งตั้งอยู่บนตรรกะเชิงประโยชน์ใช้สอย

³⁰ ไพฑูรย์ เครือแก้ว. ลักษณะของสังคมไทยและการพัฒนาชุมชน อ้างถึงใน สุพัตรา สุภาพ. สังคมและวัฒนธรรมไทย: ค่านิยม : ครอบครัว : ศาสนา : ประเพณี , กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2528 , หน้า 22 .

³¹ จาระไน แกลโกศล.หลักและทฤษฎีการสื่อสาร . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2531 , หน้า 588

³² เรื่องเดียวกัน , หน้า 589.

³³ อธิคม โกมลวิทยาร. “ทฤษฎีว่าด้วยการศึกษาเรื่องสังคมบริโภคนิยม : จากทุนนิยมสู่บริโภคนิยม” ใน วัฒนธรรมการบริโภค แนวคิดและการวิเคราะห์. สิริพร สมบูรณ์บุรณะ (บรรณาธิการ). กรุงเทพมหานคร : ไมลส์ พับลิชชิง, 2538 , หน้า 16 – 28.

2. การบริโภคนัยเชิงสัญลักษณ์ คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ซึ่งตั้งอยู่บนตรรกะของความหมายหลายนัย (Ambivalence) กระบวนการของพิธีกรรมในสังคมบุพกาล ก็คือ การให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์มากกว่ามูลค่าการใช้สอย เป็นการบริโภคนัยโดยให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์ของการบริโภคนัยที่เป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มสังคม เพื่อความทันสมัย เพื่อการมีสถานภาพ หรือ เพื่อความแตกต่างจากบุคคลอื่น ๆ คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ซึ่งตั้งอยู่บนตรรกะของความแตกต่าง กระบวนการของ พิธีกรรมในสังคมสมัยใหม่ ก็คือ การให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์มากกว่ามูลค่าการแลกเปลี่ยน

นอกจากนี้ ในหนังสือเรื่อง “ระบบของวัตถุ”³⁴ (The system of object) โบริยาร์ด (Baudrillard) ได้เสนอว่าวัตถุในสังคมแห่งการบริโภคนัยจะมีคุณค่าตามระบบ หรือ โครงสร้างที่ถูกจัดตั้งขึ้น ฟูดย่างงาย ๆ ก็คือ นอกจากประโยชน์ใช้สอยและราคาแล้ว วัตถุถูกกำหนดในฐานะที่เป็น ส่วนประกอบในการสร้างบรรยากาศของระบบคุณค่าใดคุณค่าหนึ่ง ที่มีอยู่มากมายในสังคมสมัยใหม่

โบริยาร์ด (Baudrillard) ชี้ให้เห็นว่า ภาพของสังคมแห่งการบริโภคนัย เป็นภาพของสังคมที่เต็มไปด้วยการมอมเมาตัวเองของมนุษย์ด้วยสัญลักษณ์ ภายใต้ตรรกะที่มุ่งเน้นและแสวงหาความแตกต่าง มนุษย์จะอยู่ท่ามกลางระบบคุณค่ามากมาย ที่สร้างสรรค์ค่านิยมมากมาย เป็นสัญลักษณ์ให้มนุษย์ได้บริโภคนัยอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

โบริยาร์ด (Baudrillard) ได้ให้ข้อสังเกตว่า ทฤษฎีเกี่ยวกับวัตถุและการบริโภคนัยในสังคมปัจจุบัน ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility) หรือทฤษฎีแห่งความพึงพอใจ (Pleasure) โดยทั่วไป แต่น่าจะวางอยู่บนรากฐานของการสร้างคุณค่าและความหมายของวัตถุที่ถูกสร้างขึ้นในสังคม ซึ่งตั้งอยู่บนตรรกะแห่งความแตกต่าง (Difference) และเป็นเงื่อนไขที่ทำให้มนุษย์ ก้าวเข้าสู่การบริโภคนัยเชิงสัญลักษณ์ (The consumption of the sign)

³⁴ เรื่องเดียวกัน , หน้า 24.

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นพพร ปรีพจนณะ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความสนใจของนิสิตมหาวิทยาลัยในพระนครต่อเรื่องต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์รายวัน” พ.ศ.2509 โดยการสุ่มตัวอย่างจากนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัย 5 แห่งจำนวน 425 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ร้อยละ 67.44 คิดว่าหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวัน และร้อยละ 70.32 อ่านหนังสือพิมพ์รายวันเป็นประจำทุกวัน อ่านวันละประมาณ 15 นาที มีความเชื่อถือในข่าวที่อ่านร้อยละ 50 สนใจอ่านข่าวที่เป็นสาระ เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ และข่าวในประเทศ นิสิตนักศึกษาชายนิยมอ่านข่าวที่เป็นสาระมากกว่านิสิตนักศึกษาหญิง³⁵

นรินทร์ บุญชู ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” พ.ศ. 2520 โดยส่งแบบสอบถามไปยังนิสิตระดับปริญญาทุกคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รวมทั้งสิ้น 1,400 ชุด ได้รับแบบสอบถามสมบูรณ์รวม 1,271 ชุด ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ร้อยละ 68.8 อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 87.8 อ่านที่บ้านหรือที่หอพัก ร้อยละ 40.2 และ 40.4 อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 1 ฉบับและใช้เวลาอ่านไม่เกิน 30 นาที ร้อยละ 39.4 และ 39.1 มีความเชื่อในเนื้อหาเกินครึ่ง และเชื่อเพียงครึ่งเดียวในสิ่งที่หนังสือพิมพ์เสนอ นิสิตจำนวนมากร้อยละ 62.1, 42.9, 41.5 และ 37.1 อ่านตามลำดับคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ประชาชาติ เดลินิวส์ และหนังสือพิมพ์ประชาธิปไตย³⁶

สุชีลา เตชากวิวัฒน์พันธ์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยของนักศึกษาวิทยาลัยครูจันทระเกษม” พ.ศ. 2524 โดยส่งแบบสอบถามไปยังนักศึกษาระดับ ป.กศ. สูง และปริญญาตรี ทุกสาขาวิชาเอกในวิทยาลัยครูจันทระเกษม รวม 360 ชุด ได้รับแบบสอบถามสมบูรณ์กลับคืน 356 ชุด ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ร้อยละ 62.00 อ่านหนังสือพิมพ์รายวันเป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 76.73 อ่านที่บ้านหรือที่หอพักเป็นประจำ ร้อยละ 41.60 และ 41.46 อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 1 ฉบับ และใช้เวลาอ่านไม่เกิน 30 นาที โดยนักศึกษาร้อยละ 47.19 เห็นว่า หนังสือพิมพ์สยามรัฐเป็นหนังสือพิมพ์รายวันฉบับที่น่าเชื่อถือที่สุด ร้อยละ 48.03 มีความเชื่อเพียงครึ่งเดียวในสิ่งที่

³⁵ นพพร ปรีพจนณะ . การศึกษาความสนใจของนิสิตมหาวิทยาลัยในพระนครต่อเรื่องต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์รายวัน . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต โสภศาสตร์ศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , พ.ศ.2509.

³⁶ นรินทร์ บุญชู . การศึกษาความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,พ.ศ.2520.

หนังสือพิมพ์นำเสนอ นักศึกษาจำนวนมากร้อยละ 73.00 , 47.45 และ 35.66 อ่านตามลำดับคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ และสยามรัฐ³⁷

อรรวรรณ วิจักขณะ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร” พ.ศ.2523 จากการแจกแบบสอบถามตอบกลับ มาสมบรูณ์จำนวน 210 ชุด ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร สาขาวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ ทั้งชายและหญิง ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อมวลชนประเภท หนังสือพิมพ์รายวัน โดยการอ่านค่อนข้างบ่อย อ่านที่บ้านหรือที่หอพักของตน ใช้เวลาอ่านแต่ละครั้ง 20 -30 นาที โดยมีหนังสือพิมพ์ที่อ่านเป็นประจำคือ ไทยรัฐ เนื้อหาที่อ่านเป็นประจำคือ ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ ข่าวอาชญากรรม บทวิจารณ์ และข่าวการศึกษา เหตุผลที่อ่านคือ ต้องการทราบข่าวสาร และมีความเชื่อเนื้อหาในหนังสือพิมพ์เป็นบางส่วน ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ พบว่า ส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ทุกวัน เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เหตุผลในการดู คือ เพื่อติดตามรายการที่ตนชื่นชอบและดูเป็นประจำ³⁸

กรรณิกา ศรีสวัสดิ์ชัย ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจซื้อและอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง” พ.ศ.2533 ผลการวิจัยพบว่า ในเรื่องของ ความเชื่อถือของประชาชนต่ออ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ปรากฏว่า อยู่ในระดับไม่สูงนัก เนื่องจากส่วนใหญ่จะต้องพิจารณาใคร่ครองทุกครั้งหลังจากอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานที่อยู่ปกติ มีอิทธิพลต่อความเชื่อถือของประชาชน และประชาชนที่มีอายุมาก มีแนวโน้มที่จะมีความเชื่อถือและทัศนคติต่อหนังสือพิมพ์ไทยรัฐในแง่ลบ³⁹

จิตติมาศ เพ็ชรรัตน์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและความต้องการเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์รายวันของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” พ.ศ. 2538 โดยใช้แบบสอบถามที่ตอบกลับมาสมบรูณ์ 506 ชุด จากนักศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ผลการวิจัยพบว่า ร้อยละ 97.00 อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน และพบว่า อ่านหนังสือพิมพ์รายวันที่บ้านมากที่สุด อ่านทุกวัน วันละ 1 ฉบับ ประมาณ 30 นาที และนักศึกษาปีที่2ปีที่ 3และปีที่ 4 มีการอ่านและมีความต้องการ

³⁷ สุชีลา เตชาภิวัฒน์พันธ์ . การศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยของนักศึกษาวิทยาลัยครูจันทระเกษม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , พ.ศ. 2524.

³⁸ อรรวรรณ วิจักขณะ . การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ การสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , พ.ศ. 2533.

³⁹ กรรณิกา ศรีสวัสดิ์ชัย. การตัดสินใจซื้อและอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , พ.ศ. 2533.

ข่าวเศรษฐกิจ บทความ บทความวิจารณ์มาก พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการอ่านมากและมีความต้องการมากในข่าว รวมทั้งข่าวที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด ได้แก่ ข่าวบันเทิง และการตูนล้อเลียนสังคม⁴⁰

ประไพ กาชิติล ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความสนใจทางการเมืองกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักศึกษาสถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์” พ.ศ. 2539 จากแบบสอบถามการวิจัยเชิงสำรวจที่ตอบกลับมาสมบูรณ์ 601 ชุด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการติดตามข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชน โดยทั่วไปแล้วสื่อที่นักศึกษานักเรียนเปิดรับมากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์ มีหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นอันดับ 1⁴¹

สุภาพร อัทธกุลวัฒน์ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของประชาชนกรุงเทพมหานครหลังการประกาศค่าเงินบาทลอยตัว” พ.ศ.2541 ผลการวิจัยพบว่า การแสวงหาข่าวเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง แม้จะอยู่ในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่าง ยังคงมีการแสวงหาข่าวสารมากขึ้น และพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจข่าวเศรษฐกิจจากสื่อมวลชนมากกว่าเดิม แต่มีการแสวงหาข่าวเศรษฐกิจจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง โดยสรุปว่า ระดับความสนใจและระดับการแสวงหาข่าวสารไม่มีปริมาณเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพราะเหตุผลธรรมชาติในชีวิตประจำวัน กลุ่มตัวอย่างไม่มีเวลาไปแสวงหาข่าวสารนั้น ๆ ทั้ง ๆ ที่มีความสนใจ หรือ อาจจะเป็นเพราะปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยเนื่องจากต้องเสียเงินเพื่อการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสารต่าง ๆ และพบว่า การแสวงหาข่าวเศรษฐกิจจาก สื่อมวลชนนั้น พบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการติดตามข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ⁴²

⁴⁰ จูติมาศ เพ็ชรรัตน์. การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและความต้องการเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์รายวันของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ นิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2539.

⁴¹ ประไพ กาชิติล. ความสนใจทางการเมืองกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักศึกษาสถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ นิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2539.

⁴² สุภาพร อัทธกุลวัฒน์. การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของประชาชนกรุงเทพมหานครหลังการประกาศค่าเงินบาทลอยตัว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พ.ศ. 2541.

ชูดภา ปุณณะหิตานนท์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลส์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิรตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร” พ.ศ.2541 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 18 – 24 ปี กำลังศึกษา หรือ จบระดับปริญญาตรี ฟังรายการสัปดาห์ละ 3 – 4 วัน และใช้เวลา อย่างน้อย 3 ชั่วโมงต่อวัน สถานที่ในการรับฟังมากที่สุดคือ ฟังที่บ้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการมาก โดยฟังรายการเพราะช่วยผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันเป็นอันดับแรก รองลงมาตามลำดับคือ ฟังเพราะทำให้ได้รับความบันเทิงและความเพลิดเพลิน และช่วยผ่อนคลายความเบื่อหน่าย⁴³

สรุปจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นพบว่า พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ เกิดจากความต้องการฟังข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจ รวมทั้งการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่ สอดคล้องกับความเชื่อ ความสนใจ ค่านิยม เวลา สถานที่ และความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชน โดยอาจจะแบ่งได้เป็น 2 ระยะคือ

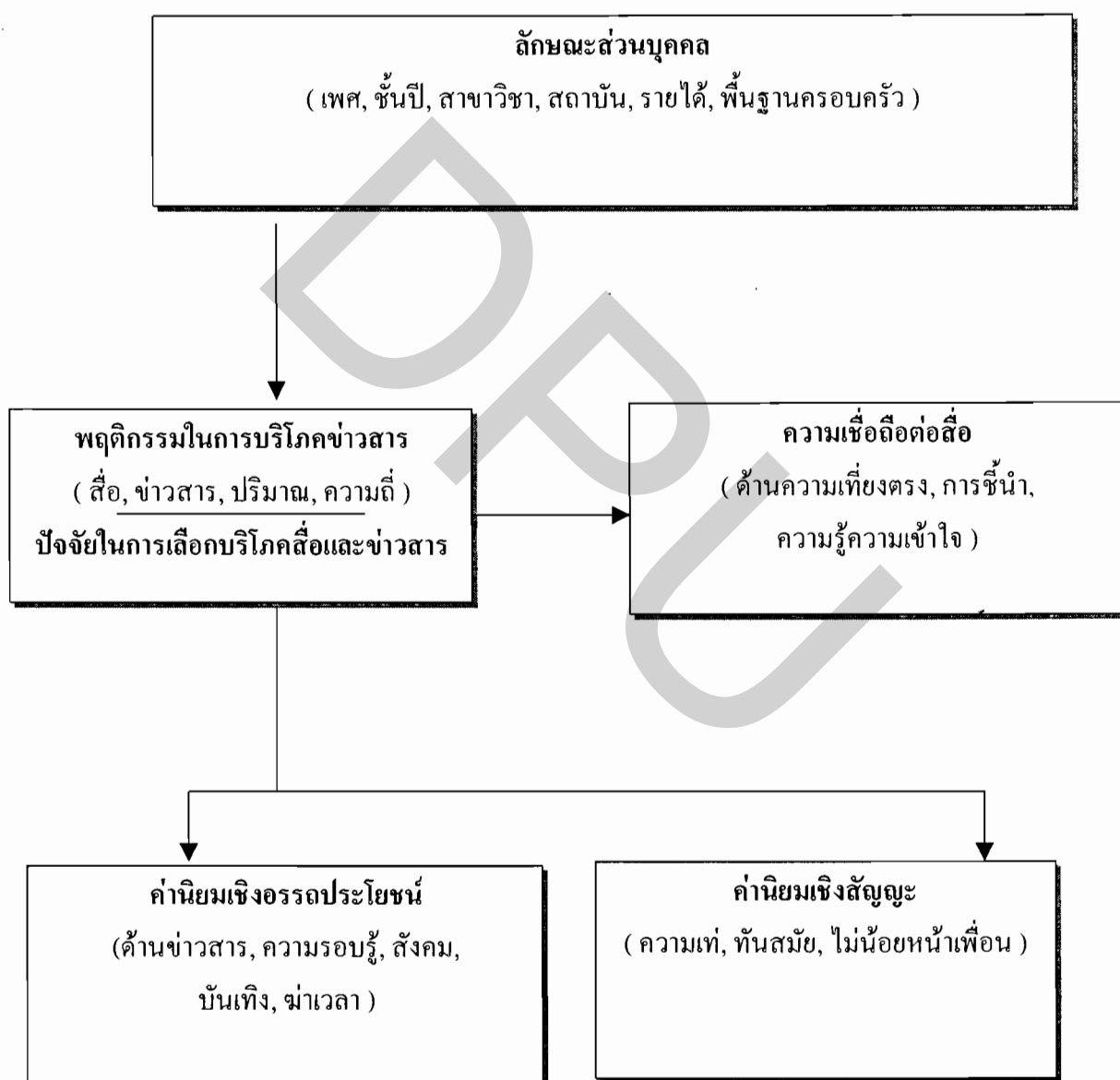
1. ระยะแรก นิสิตนักศึกษาให้ความสนใจติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยการอ่านหนังสือพิมพ์เป็นหลัก โดยเปิดรับข่าวสารทางเศรษฐกิจ การเมือง ข่าวในประเทศ และข่าวต่างประเทศ เป็นต้น แต่ให้ความเชื่อถือในเนื้อหาที่สื่อหนังสือพิมพ์นำเสนอไม่มากนัก (งานวิจัยของ นพพร ปรีปุลณะ (2509) งานวิจัยของนรินทร์ บุญชู(2520) และงานวิจัยของสุชีลา เตชากิจวัฒน์พันธ์ (2524) พบว่า มีเพียงครึ่งหนึ่งของตัวอย่างประชากรที่ให้ความเชื่อถือ)

2. ระยะหลัง พบว่า พฤติกรรมการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ โดยสื่อโทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมนำมากขึ้น และเมื่อเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจขึ้นในปีพ.ศ.2540 พบว่า ส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารเศรษฐกิจทางโทรทัศน์ (สุภาพร อัทธกุลวัฒน์ , 2541) โดยยังคงอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อติดตามข่าวสาร นอกจากนี้ยังเปิดรับฟังรายการทางสถานีวิทยุ เพื่อผ่อนคลายความเครียดและเพื่อความบันเทิง(ชูดภา ปุณณะหิตานนท์ ,2541)

⁴³ ชูดภา ปุณณะหิตานนท์. การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลส์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ. เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิรตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,พ..ศ. 2541.

7. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการประมวลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อทราบพฤติกรรมและค่านิยมของนิสิตนักศึกษาในช่วงเกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศ

ประชากร

ประชากรที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งชายและหญิงในระดับปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่าง กระจายไปตามกลุ่มมหาวิทยาลัยต่างๆ จำนวน 300 คน ซึ่งตามตารางการกำหนดตัวอย่างใน Backstrom และ Hursh (1963)⁴⁴ ระบุ ณ ประชากรเกิน 100,000 คน ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % จะมีความคลาดเคลื่อน 6 % การสุ่มตัวอย่างใช้แบบ Multi - stage Sampling ดังนี้

1. ขั้นแรก ใช้ Stratified Random Sampling โดยแบ่งนิสิตนักศึกษาตามกลุ่มสถาบันระดับอุดมศึกษา คือ

1.1 กลุ่มมหาวิทยาลัยของรัฐ เลือกแบบ Purposive Sampling จำนวน 2 แห่งคือ

- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 60 คน
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 60 คน

1.2 กลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชน เลือกแบบ Purposive Sampling จำนวน 2 แห่งคือ

- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 60 คน
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวน 60 คน

1.3 กลุ่มสถาบันราชภัฏ เลือกแบบ Purposive Sampling จำนวน 1 แห่งคือ

- สถาบันราชภัฏสวนดุสิต จำนวน 60 คน

⁴⁴ Backstrom , C.H. and Hursh , G. D. *Survey Research* . North Western University Press .

2. ขั้นที่สอง เจาะจงเลือกคณะวิชาในแต่ละสถาบันโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

สายสังคมศาสตร์ / มนุษยศาสตร์ จำนวน 20 คน

สายบริหารธุรกิจ / เศรษฐศาสตร์ จำนวน 20 คน

สายวิทยาศาสตร์ / วิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 20 คน

3. ขั้นที่สาม แต่ละคณะแบ่งออกเป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษาชั้นปี 1 – 3 กับ กลุ่มนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือ ปีสุดท้าย ประมาณอย่างละครึ่ง โดยใช้การสุ่มเลือกแบบ Accidental Sampling ทั้งนี้เนื่องจากชั้นปีที่ 4 หรือ ปีสุดท้าย เป็นกลุ่มเป้าหมายที่อาจมีผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ มากกว่ากลุ่มชั้นปีอื่น ๆ ในแง่ ที่ว่าต้องเตรียมตัวสู่ตลาดแรงงานในสภาวะเศรษฐกิจไม่ดี ทำให้มีความกังวล และอาจมีความจำเป็นในการบริโภคข่าวสารมากกว่าชั้นปีที่ ต่ำกว่า

4. ขั้นที่สี่ กลุ่มชั้นปีที่ 1 – 3 แบ่งนิสิตนักศึกษาชาย – หญิง ในสัดส่วนประมาณ 2 : 3 และกลุ่มชั้น ปีที่ 4 หรือ ปีสุดท้าย แบ่งออกเป็นนิสิตนักศึกษาชาย – หญิงในสัดส่วนเช่นเดียวกัน โดยใช้การสุ่มเลือกแบบ Accidental Sampling

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

- ลักษณะส่วนบุคคลของนิสิตนักศึกษา
- พื้นฐานครอบครัวของนิสิตนักศึกษา

ตัวแปรตาม

- พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสาร
- การบริโภคและใช้ประโยชน์จำแนกตามลักษณะค่านิยม

การวัดตัวแปร

เพศ แบ่งออกเป็นเพศชายและเพศหญิง วัดโดยแบ่งกลุ่มนิสิตนักศึกษาออกเป็นกลุ่มเพศชายและกลุ่มเพศหญิง

ชั้นปีที่กำลังศึกษา แบ่งเป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1 – 3 และกลุ่มนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือชั้นปีสุดท้าย

กลุ่มสาขาวิชา

- สังคมศาสตร์ – มนุษยศาสตร์
- บริหารธุรกิจ – เศรษฐศาสตร์
- วิทยาศาสตร์ - วิศวกรรมศาสตร์

กลุ่มสถาบันการศึกษา

- มหาวิทยาลัยของรัฐ
- มหาวิทยาลัยเอกชน
- สถาบันราชภัฏ

พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสาร หมายถึง ปริมาณความถี่ ความสนใจและปัจจัยในการเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร ทั้งจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต และการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า

พื้นฐานครอบครัวด้านเศรษฐกิจ เช่น อาชีพ รายได้

พื้นฐานครอบครัวด้านผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ หมายถึง นิสิตนักศึกษาที่ครอบครัวได้รับผลกระทบจากการเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ เช่น หน้าที่การงาน รายได้ และการจับจ่ายใช้สอยโดยแบ่งระดับการวัด เป็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยมาก หรือ ไม่ได้รับผลกระทบ

ค่านิยมในการเลือกบริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสารของนิสิตนักศึกษา หมายถึง การเลือกบริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสารตามวัตถุประสงค์ความสนใจและความนิยม แบ่งเป็น

- ค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์ คือ การบริโภคเพื่อประโยชน์เชิงการใช้งาน หรือ ใช้สอย เช่น เพื่อความรู้ เพื่อทราบความเป็นไปในสังคม หรือ เพื่อความบันเทิง วัดโดยใช้คำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า

- ค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ คือ การบริโภคโดยให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายของการบริโภคที่เป็นที่ยอมรับในสังคม เช่น เพื่อความทันสมัย ความเท่ ไม่น้อยหน้าเพื่อน ๆ วัดโดยใช้คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า

ความเชื่อถือของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อสื่อมวลชน คือ ความรู้สึกในเชิงการยอมรับ ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนในด้านต่าง ๆ วัดโดยใช้คำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า

เครื่องมือในการวิจัย

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากร ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่ได้รับจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสาร ส่วนที่ 4 ค่านิยมและการใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อ และส่วนที่ 5 ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อประเภทต่างๆ

การทดสอบเครื่องมือ

ทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) กับผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ที่ปรึกษา และนำไปทดสอบกับนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจำนวน 25 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นภายใน (Internal consistency) ของชุดคำถาม การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความเชื่อถือ หลังจากนั้น นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์และตรวจแก้ไขก่อนนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การหาค่าความเชื่อมั่นภายใน (Internal consistency) ของแบบทดสอบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม เพื่อหาสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามสูตรของ Cronbach (ที่มา : ศิริชัย พงษ์วิชัย, การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543) ซึ่งได้ค่าดังนี้

1. ส่วนของพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษาในข้อที่ 1 ของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ .7956
2. ส่วนของค่านิยมและใช้ประโยชน์ในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในข้อที่ 1 ของแบบสอบถามส่วนที่ 4 ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ .9695
3. ส่วนของความเชื่อถือที่มีต่อสื่อของนิสิตนักศึกษาในข้อที่ 5 ของแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ .8133

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ.2543 โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยเป็นผู้นำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง เมื่อได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมา จึงได้นำมาลงรหัสข้อมูล เพื่อนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for Social Science)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และวิเคราะห์สมมติฐานต่อไปนี้

1. นิสิตนักศึกษามีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ ANOVA และ T-test
2. นิสิตนักศึกษามีบริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจมากขึ้นจากช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ ทดสอบโดยเปรียบเทียบสัดส่วนของความถี่ในการตอบ ด้วยค่า ไค-สแควร์

3. นิสิตนักศึกษาให้นำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัมฤทธิ์มากกว่าปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่อ วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ T-test

4. นิสิตนักศึกษาที่มาจากพื้นฐานครอบครัว และชั้นปีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารต่างกัน ใช้สถิติ ANOVA

เกณฑ์การใช้คะแนน

การวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อ 1 ,ส่วนที่ 3 ข้อ 1 และ ข้อ 2 , ส่วนที่ 4 ข้อ 2 และส่วนที่ 5 ข้อ 1- 3 กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1.00 – 1.79 = น้อยที่สุด

1.80 - 2.59 = น้อย

2.60 – 3.39 = ปานกลาง

3.40 – 4.19 = มาก

4.20 - 5.00 = มากที่สุด

ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อ 1 กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1.0 – 1.66 = น้อย

1.67 – 2.20 = ปานกลาง

2.21 – 3.00 = มาก

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 รวมถึงการใช้ประโยชน์และความเชื่อถือที่มีต่อสื่อของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลจากผลการวิจัยนำเสนอเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 พื้นฐานครอบครัวด้านผลกระทบที่ได้รับจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสาร
- ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อต่าง ๆ
- ส่วนที่ 5 ความเชื่อถือที่มีต่อสื่อประเภทต่าง ๆ
- ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 300 คน ประกอบด้วยนิสิต นักศึกษาชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4 ในสถาบันอุดมศึกษาเขต กรุงเทพมหานคร จากข้อมูลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะด้านต่าง ๆ ดังนี้

สาขาที่ศึกษา สาขาวิชาวิทยาศาสตร์/วิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 สาขาวิชาบริหารธุรกิจ/เศรษฐศาสตร์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และสาขาวิชาสังคมศาสตร์/มนุษยศาสตร์ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ชั้นปีที่ศึกษา ชั้นปีที่ 1-3 จำนวน 151 คนคิดเป็นร้อยละ 50.3 และชั้นปีที่ 4 หรือปีสุดท้าย จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7

เพศ เป็นชาย 142 คนคิดเป็นร้อยละ 47.3 และเป็นหญิง 158 คนคิดเป็นร้อยละ 52.7

พื้นฐานครอบครัว

อาชีพของผู้มีรายได้หลักในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจ หรือ การค้าขายส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาเป็นข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.3 และวิชาชีพอิสระ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.3

ในส่วนของรายได้ของครอบครัว (ทั้งบิดาและมารดาโดยเฉลี่ยต่อเดือน) พบว่าส่วนใหญ่ มีรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีรายได้ 30,000-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.7 และมีรายได้น้อยสุด ต่ำกว่า 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 8.3

รายได้ หรือ ค่าใช้จ่ายที่ได้รับต่อเดือนโดยเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 27.3 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป และรายได้ 4,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0 โดยมีรายได้ หรือ ค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.0 ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (N=300)	ร้อยละ
สถาบันที่ศึกษา		
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	60	20.0
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	60	20.0
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	60	20.0
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	60	20.0
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต	60	20.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (N=300)	ร้อยละ
<u>สาขาวิชาที่ศึกษา</u>		
สายวิทยาศาสตร์ / วิศวกรรมเทคโนโลยี	100	33.3
สายบริหารธุรกิจ / เศรษฐศาสตร์	100	33.3
สายสังคมศาสตร์ / มนุษยศาสตร์	100	33.3
<u>ชั้นปีที่ศึกษา</u>		
ปีที่ 1	39	13.0
ปีที่ 2	47	15.7
ปีที่ 3	65	21.7
ปีที่ 4 หรือปีสุดท้าย	149	49.7
<u>เพศ</u>		
ชาย	142	47.3
หญิง	158	52.7
<u>อาชีพของผู้มีรายได้หลักในครอบครัว</u>		
ผู้บริหาร / พนักงานบริษัทเอกชน	44	14.7
ครู / อาจารย์ / นักวิชาการ (ข้าราชการ หรือ เอกชน)	26	8.7
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	64	21.3
ผู้ประกอบการธุรกิจ หรือ การค้าขายส่วนตัว (ทุกประเภท)	116	38.7
วิชาชีพอิสระ เช่น แพทย์ หนายความ สถาปนิก	10	3.3
พ่อค้าแม่ค้ารายย่อย	17	5.7
รับจ้างแรงงาน ภาคเกษตร ธุรกิจ และอุตสาหกรรม	23	7.7
<u>รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน</u>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	25	8.3
10,001 – 30,000 บาท	100	33.3
30,001 – 60,000 บาท	98	32.7
60,001 – 90,000 บาท	33	11.0
สูงกว่า 90,000 บาทขึ้นไป	44	14.7
<u>รายได้ หรือ ค่าใช้จ่ายที่ได้รับโดยเฉลี่ยต่อเดือน</u>		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	6	2.0
1,001 – 2,000 บาท	21	7.0
2,001 – 3,000 บาท	58	19.3
3,001 – 4,000 บาท	61	20.3
4,001 – 5,000 บาท	72	24.0
สูงกว่า 5,000 บาทขึ้นไป	82	27.3

ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่ได้รับจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ถึงผลกระทบต่อหน้าที่การงาน รายได้ เงินเดือน และการใช้จ่ายใช้สอย พบว่า

ด้านหน้าที่การงาน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 39.3 ได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง และร้อยละ 13.7 ไม่ได้รับผลกระทบเลย ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 2.53 แสดงว่า ได้รับผลกระทบในระดับน้อย และมีผู้ตอบว่าไม่ได้รับผลกระทบเลยร้อยละ 13.7

ด้านรายได้เงินเดือน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 45.0 ได้รับผลกระทบปานกลาง กลุ่มที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุดและกลุ่มที่ไม่ได้รับผลกระทบเลยมีปริมาณใกล้เคียงกันร้อยละ 5.0 และร้อยละ 5.3 ตามลำดับ ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 2.96 แสดงว่า ได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง และมีผู้ตอบว่าไม่ได้รับผลกระทบเลยร้อยละ 5.3

ด้านการใช้จ่ายใช้สอย กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 37.3 ได้รับผลกระทบมาก และ ร้อยละ 36.3 ได้รับผลกระทบปานกลาง ร้อยละ 36.3 ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.45 แสดงว่า ได้รับผลกระทบในระดับมาก และมีผู้ตอบว่าไม่ได้รับผลกระทบเลยร้อยละ 1.3

ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยครอบครัวได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ลักษณะผลกระทบ	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย*	SD	ไม่ได้รับ ผลกระทบ (ร้อยละ)
หน้าที่การงาน	20 (6.7)	40 (13.3)	118 (39.3)	61 (20.3)	18 (6.0)	2.53	1.37	41 (13.7)
รายได้เงินเดือน	24 (8.0)	64 (21.3)	135 (45.0)	46 (15.3)	15 (5.0)	2.96	1.17	16 (5.3)
การใช้จ่ายใช้สอย	38 (12.7)	113 (37.3)	109 (36.3)	31 (10.3)	5 (1.7)	3.45	.99	4 (1.3)
รวม	82 (9.11)	217 (24.11)	362 (40.22)	138 (15.33)	38 (4.22)	2.98		61 (6.77)

*ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ มากที่สุด = 5 , มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 , น้อยที่สุด = 1
และจำนวนที่ไม่ได้รับผลกระทบไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อของนิสิตนักศึกษา

3.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อโดยเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์

หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 37.0 เปิดรับทุกวัน และร้อยละ 28.7 เปิดรับเกือบทุกวัน ภาพรวมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มีค่าเฉลี่ย = 3.82 แสดงว่า มีระดับการเปิดรับมาก และมีผู้ไม่เปิดรับเลยร้อยละ 1.0

นิตยสาร / วารสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 29.3 เปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 27.3 เปิดรับสัปดาห์ละครั้ง และร้อยละ 27.0 เปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 2.13 แสดงว่า มีระดับการเปิดรับน้อย และมีผู้ไม่เปิดรับเลยร้อยละ 4.7

โทรทัศน์ (ช่อง 3,5,7,9,11,ITV) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70.3 เปิดรับทุกวันมากที่สุด และร้อยละ 1.0 เปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 4.55 แสดงว่า มีการระดับเปิดรับมากที่สุด

เคเบิลทีวี (UBC) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 26.3 เปิดรับมากที่สุด และร้อยละ 30.0 ไม่เคยเปิดรับเลย ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 2.39 แสดงว่า มีระดับการเปิดรับน้อยและมีผู้ไม่เปิดรับเลยร้อยละ 30.0

วิดีโอ หรือ วีซีดี กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 44.7 เปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 3.7 เปิดรับทุกวัน ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 1.75 แสดงว่า มีระดับการเปิดรับน้อยที่สุดและมีผู้ไม่เปิดรับเลยร้อยละ 9.7

เทปเพลง หรือ ซีดีเพลงต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 36.0 เปิดรับทุกวันมากที่สุด และร้อยละ 27.3 เปิดรับเกือบทุกวัน ภาพรวมการเปิดรับเทปเพลง / ซีดีเพลงต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย = 3.65 แสดงว่า มีระดับการเปิดรับมากและมีผู้ไม่เปิดรับเลยร้อยละ 1.7

วิทยุสถานีต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.7 เปิดรับทุกวันมากที่สุด ร้อยละ 26.7 เปิดรับเกือบทุกวัน ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 4.08 แสดงว่า มีระดับการเปิดรับมากและมีผู้ไม่เปิดรับเลยร้อยละ 11.0

คอมพิวเตอร์ - อินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับแบบกระจัดกระจาย ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 2.47 แสดงว่า มีระดับการเปิดรับน้อยและมีผู้ไม่เปิดรับเลยร้อยละ 20.3

คอมพิวเตอร์ - อี-เมล กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 28.0 เปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 2.01 แสดงว่า มีระดับการเปิดรับน้อยและมีผู้ไม่เปิดรับเลยร้อยละ 27.3

เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.7 เปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 1.66 แสดงว่า มีระดับการเปิดรับน้อยที่สุดและมีผู้ไม่เปิดรับเลยร้อยละ 10.7

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจากความถี่ที่เปิดรับในแต่ละสัปดาห์ พบว่า สื่อโทรทัศน์มีการเปิดรับทุกวันมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อวิทยุสถานีต่าง ๆ และหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแต่ละสื่อในแต่ละสัปดาห์

สื่อ	ความถี่							SD
	ทุกวัน	เกือบทุกวัน	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	สัปดาห์ละครั้ง	น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	ไม่เคยเปิดรับเลย	ค่าเฉลี่ย*	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
หนังสือพิมพ์	111 (37.0)	86 (28.7)	62 (20.7)	20 (6.7)	17 (5.7)	3 (1.0)	3.82	1.22
นิตยสาร/ วารสาร	8 (2.7)	24 (8.0)	82 (27.3)	81 (27.0)	88 (29.3)	14 (4.7)	2.13	1.15
โทรทัศน์	211 (70.3)	55 (18.3)	21 (7.0)	8 (2.7)	3 (1.0)	-	4.55	.82
เคเบิลทีวี	79 (26.3)	35 (11.7)	29 (9.7)	23 (7.7)	40 (13.3)	90 (30.0)	2.39	2.05
วีดีโอ/วีซีดี	11 (3.7)	19 (6.3)	48 (16.0)	55 (18.3)	134 (44.7)	29 (9.7)	1.75	1.24
เทปเพลง/ ซีดีเพลงต่างๆ	108 (36.0)	82 (27.3)	45 (15.0)	17 (5.7)	37 (12.3)	5 (1.7)	3.65	1.43
วิทยุ สถานีต่างๆ	146 (48.7)	80 (26.7)	43 (14.3)	11 (3.7)	12 (4.0)	5 (1.7)	4.08	1.19
คอมพิวเตอร์- อินเทอร์เน็ต	35 (11.7)	49 (16.3)	72 (24.0)	36 (12.0)	71 (23.0)	33 (11.0)	2.47	1.56
คอมพิวเตอร์- อี-เมลล์	29 (9.7)	33 (11.0)	53 (17.7)	37 (12.3)	84 (28.0)	60 (20.3)	2.01	1.62
เกมอิเล็กทรอนิกส์ ต่างๆ	21 (7.0)	29 (9.7)	36 (12.0)	34 (11.3)	92 (30.7)	82 (27.3)	1.66	1.66
รวม	759 (25.3)	492 (16.4)	491 (16.36)	322 (10.73)	578 (19.26)	321 (10.7)	2.851	

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจาก ทุกวัน =5,เกือบทุกวัน =4 , 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ =3 , สัปดาห์ละครั้ง =2 , น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง =1 และจำนวนที่ไม่เคยเปิดรับเลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

3.2 การเปิดรับสื่อภาพยนตร์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 69.0 เปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 17.7 เปิดรับสัปดาห์ละครั้ง และร้อยละ 12.7 เปิดรับมากกว่าสัปดาห์ละครั้ง รายละเอียดในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ตามโรง

สื่อ	ความถี่		
	มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง	สัปดาห์ละครั้ง	น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ภาพยนตร์ตามโรง	36 (12.7)	53 (17.7)	107 (69.0)

3.3 ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในปัจจุบันกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 54.3 มีการเปิดรับข่าวสารเหมือนเดิม ร้อยละ 22.7 มีการเปิดรับข่าวสารลดลงมาก และร้อยละ 17.0 เปิดรับลดลงเล็กน้อย ดังรายละเอียดในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละการเปิดรับข่าวสารเปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในการเปิดรับข่าวสาร	เพิ่มขึ้นมาก	เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	เหมือนเดิม	ลดลงเล็กน้อย	ลดลงมาก
การเปิดรับข่าวสาร	-	13 (4.3)	163 (54.3)	51 (17.0)	68 (22.7)

3.4 สื่อที่เปิดรับน้อยลง เปรียบเทียบในปัจจุบันกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

สื่อที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเปิดรับน้อยลง พบว่า สื่อนิตยสาร / วารสารมีการเปิดรับน้อยลง รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์, วิทยุ, ภาพยนตร์ตามโรง, คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละสื่อที่เปิดรับน้อยลง เปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

สื่อที่เปิดรับน้อยลง	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3
1.หนังสือพิมพ์	25 (8.3)	4 (1.3)	1 (0.3)
2.นิตยสาร / วารสาร	57 (19.0)	19 (6.3)	3 (1.0)
3.โทรทัศน์	19 (6.3)	8 (2.7)	1 (0.3)
4.วิทยุสถานีต่าง ๆ	22 (7.3)	4 (1.3)	3 (1.0)
5.ภาพยนตร์ตามโรง	22 (7.3)	9 (3.0)	2 (0.7)
6.คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต	20 (6.7)	9 (3.0)	1 (0.3)
7.เคเบิลทีวี(UBC)	4 (1.3)	4 (1.3)	2 (0.7)

3.5 เนื้อหาที่เปิดรับเป็นประจำจากสื่อต่าง ๆ

ภาพรวมทั่วไป กลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษา มักเปิดรับเนื้อหาบันเทิงจากสื่อต่าง ๆ มากกว่าเนื้อหาอื่น ๆ ดังนี้

หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 67.3 มีการเปิดรับเนื้อหาทางด้านบันเทิง ร้อยละ 42.3 เปิดรับเนื้อหาทางด้านกีฬา ร้อยละ 37.3 เปิดรับเนื้อหาทางการเมือง

นิตยสาร / วารสาร กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 69.0 มีการเปิดรับเนื้อหาทางด้านบันเทิง ร้อยละ 31.3 เปิดรับเนื้อหาทางด้านสารคดี

โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 67.3 เปิดรับเนื้อหาทางด้านบันเทิง ร้อยละ 51.3 เปิดรับเนื้อหาทางด้านกีฬา ร้อยละ 48.0 เปิดรับเนื้อหาด้านนิยายและละคร

วิทยุ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 77.3 เปิดรับเนื้อหาเพลง / คอนเสิร์ต ร้อยละ 43.7 เปิดรับเนื้อหาทางด้านบันเทิง

เคเบิลทีวี กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.0 เปิดรับเนื้อหาทางด้านบันเทิง

คอมพิวเตอร์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.3 เปิดรับเนื้อหาทางด้านบันเทิง ดังรายละเอียดในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละเนื้อหาที่เป็ได้รับเป็นประจําจากสื่อต่าง ๆ

เนื้อหา	สื่อ					
	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร / วารสาร	โทรทัศน์	วิทยุ	เคเบิลทีวี	คอมพิวเตอร์
การเมือง	112 (37.3)	10 (3.3)	138 (46.3)	26 (8.7)	13 (4.3)	11 (3.7)
เศรษฐกิจ	95 (31.7)	21 (7.0)	136 (45.3)	30 (10.0)	16 (5.3)	27 (9.0)
กีฬา	127 (42.3)	48 (16.0)	154 (51.3)	41 (13.7)	82 (27.3)	36 (12.0)
บันเทิง	202 (67.3)	207 (69.0)	202 (67.3)	131 (43.7)	126 (42.0)	166 (55.3)
อาชญากรรม	94 (31.3)	3 (1.0)	88 (29.3)	11 (3.7)	10 (3.3)	7 (2.3)
ต่างประเทศ	82 (27.3)	37 (12.3)	123 (41.0)	22 (7.3)	44 (14.7)	39 (13.0)
วิทยาศาสตร์/ เทคโนโลยี	100 (33.3)	65 (21.7)	105 (35.0)	22 (7.3)	28 (9.3)	80 (26.7)
เพลง / ดนตรี	92 (30.7)	75 (25.0)	138 (46.0)	232 (77.3)	79 (26.3)	87 (29.0)
นิยาย/ละคร	69 (23.0)	35 (11.7)	144 (48.0)	9 (3.0)	48 (16.0)	10 (3.3)
วิเคราะห์สถาน การณ์ข่าว	89 (29.7)	23 (7.7)	137 (45.7)	40 (13.3)	14 (4.7)	14 (4.7)
สารคดี	77 (25.7)	94 (31.3)	109 (36.3)	19 (6.3)	69 (23.0)	29 (9.7)

3.5 การติดตามข่าวสารเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ความถี่ในการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจในช่วงที่ทำการวิจัย (เดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ.2543) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.7 ระบุมีการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย = 3.20 ดังรายละเอียดในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจในปัจจุบัน
(กุมภาพันธ์ – มีนาคม พ.ศ. 2543)

ปริมาณการติดตามข่าวสาร	ความถี่						ค่าเฉลี่ย*	S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก			
การติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจ	20 (6.7)	81 (27.0)	152 (50.7)	34 (11.3)	13 (4.3)		3.20	.89

*ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ มากที่สุด =5 , มาก =4 , ปานกลาง =3 , น้อย =2 และ น้อยมาก =1

3.6 การเปลี่ยนแปลงการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจ เปรียบเทียบกับก่อนเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ

เมื่อเปรียบเทียบการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจ ก่อนและในช่วงเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 36.3 มีการติดตามข่าวสารเพิ่มขึ้นกว่าเดิมมาก ร้อยละ 30.3 มีการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย ดังรายละเอียดในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละการเปลี่ยนแปลงการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจเปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

เปรียบเทียบปริมาณการติดตามข่าวสาร	ความถี่				
	เหมือนเดิม	เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	เพิ่มขึ้นมาก	ลดลงเล็กน้อย	ลดลงมาก
การติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจ	43 (14.3)	91 (30.3)	109 (36.3)	35 (11.7)	22 (7.3)

3.7 ข่าวสารด้านเศรษฐกิจที่มีการติดตามมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารที่เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจทั่วไปเป็นอันดับ 1 มากที่สุด ร้อยละ 29.7 รองลงมาคือ ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ร้อยละ 15.0 ข่าวราคาน้ำมัน 12.7 ข่าวการเงินธนาคาร ร้อยละ 11.7 และข่าวตลาดหุ้นร้อยละ 5.0 ตามลำดับดังรายละเอียดในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละข่าวสารด้านเศรษฐกิจที่มีการติดตาม

ข่าวสารด้านเศรษฐกิจที่มีการติดตาม	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3
1.การเงินธนาคาร	35 (11.7)	17 (5.7)	2 (0.7)
2.อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา	45 (15.0)	25 (8.3)	4 (1.3)
3.ราคาสินค้า	8 (2.7)	18 (6.0)	5 (1.7)
4. ราคาน้ำมัน	38 (12.7)	12 (4.0)	1 (0.3)
5.การตลาด	1 (0.3)	5 (1.7)	4 (1.3)
6.หนี้สิน IMF	5 (1.7)	1 (0.3)	2 (0.7)
7.สภาพเศรษฐกิจทั่วไป	89 (29.7)	29 (9.7)	12 (4.0)
8.ตลาดหุ้น	15 (5.0)	10 (3.3)	10 (3.3)

3.8 ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อในแต่ละวัน

หนังสือพิมพ์ เปิดรับสูงสุดในแต่ละวันประมาณ 15-30 นาที (ร้อยละ 53.7) รองลงมาคือน้อยกว่า 15 นาที และ 31-60 นาที ตามลำดับ

นิตยสาร / วารสาร เปิดรับสูงสุดในแต่ละวันประมาณ 15- 30 นาที (ร้อยละ 38.7) รองลงมาคือน้อยกว่า 15 นาที และ 31-60 นาที ตามลำดับ

วิทยุสถานีต่าง ๆ เปิดรับสูงสุดในแต่ละวันมากกว่า 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 41.7) รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมง และ 31-60 นาที ตามลำดับ

โทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เปิดรับสูงสุดในแต่ละวันมากกว่า 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 60.0) รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมง และ 31-60 นาที ตามลำดับ

เคเบิลทีวี เปิดรับสูงสุดในแต่ละวันมากกว่า 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 27.0) รองลงมาคือน้อยกว่า 15 นาที และ 1-2 ชั่วโมง ตามลำดับ

คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต เปิดรับสูงสุดในแต่ละวัน 1-2 ชั่วโมง (ร้อยละ 26.3) รองลงมาคือน้อยกว่า 15 นาที และ มากกว่า 2 ชั่วโมง ตามลำดับ

เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เปิดรับสูงสุดในแต่ละวัน น้อยกว่า 15 นาที (ร้อยละ 35.3) รองลงมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง และ 1-2 ชั่วโมง ตามลำดับ

เพลงจากม้วนเทป หรือ ซีดี เปิดรับสูงสุดในแต่ละวัน มากกว่า 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 35.7) รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมง และ 31-60 นาที ตามลำดับ

หนังจากวิดีโอ หรือ วีซีดี เปิดรับสูงสุดในแต่ละวัน 1-2 ชั่วโมง (ร้อยละ 32.3) รองลงมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง และ น้อยกว่า 15 นาที ตามลำดับ

ดังรายละเอียดในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละระยะเวลาในการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ในแต่ละวัน

ประเภทสื่อ	ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อในแต่ละวัน				
	น้อยกว่า 15 นาที	15-30 นาที	31-60 นาที	1-2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง
หนังสือพิมพ์	65 (21.7)	161 (53.7)	43 (14.3)	17 (5.7)	11 (3.7)
นิตยสาร / วารสาร	84 (28.0)	116 (38.7)	53 (17.7)	32 (10.7)	8 (2.7)
วิทยุสถานีต่าง ๆ	20 (6.7)	33 (11.0)	53 (17.7)	64 (21.3)	125 (41.7)
โทรทัศน์ช่องต่าง ๆ	8 (2.7)	18 (6.0)	29 (9.7)	62 (20.7)	180 (60.0)
เคเบิลทีวี	64 (21.3)	28 (9.3)	25 (8.3)	55 (18.3)	81 (27.0)
คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต	55 (18.3)	43 (14.3)	41 (13.7)	79 (26.3)	48 (16.0)
เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ	106 (35.3)	29 (9.7)	28 (9.3)	33 (11.0)	48 (16.0)
เพลงจากม้วนเทป หรือ ซีดี	25 (8.3)	36 (12.0)	52 (17.3)	68 (22.7)	107 (35.7)
หนังจากวีดีโอ หรือ วีซีดี	55 (18.3)	23 (7.7)	19 (6.3)	97 (32.3)	78 (26.0)

3.9 การเปิดรับสื่อภาพยนตร์

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 43.3 ดูภาพยนตร์ประมาณ 2-3 เรื่องต่อเดือน ร้อยละ 42.7 ภาพยนตร์ประมาณ 1 เรื่องต่อเดือน

ประเภทของภาพยนตร์ที่ดูเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 83.3 ดูภาพยนตร์ต่างประเทศในขณะที่ภาพยนตร์ไทยและการ์ตูน มีปริมาณการเปิดรับที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 7.7 และร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ในส่วนของเนื้อหาของภาพยนตร์ที่ชอบดู พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 1 ใน 3 คิดเป็นร้อยละ 37.0 ชอบดูภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาตื่นเต้น รองลงมาร้อยละ 15.7 ชอบดูภาพยนตร์ตลก และร้อยละ 10.0 ชอบดูภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ ดังรายละเอียดในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละรายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ดู

ลักษณะการดูภาพยนตร์	รวม (N= 300)	
	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนภาพยนตร์ที่ดูโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 1 เรื่อง	128	42.7
2-3 เรื่อง	130	43.3
4-5 เรื่อง	32	10.7
มากกว่า 5 เรื่อง	10	3.3
ประเภทของภาพยนตร์ ที่ดูเป็นประจำ		
ไทย	23	7.7
ต่างประเทศ	250	83.3
การ์ตูน	22	7.3
อื่น ๆ	5	1.7
เนื้อหาของภาพยนตร์ที่ชอบดูมากที่สุด		
อิงประวัติศาสตร์	30	10.0
ตื่นเต้น	111	37.0
ความรัก	39	13.0
ชีวิต	13	4.3
ตลก	47	15.7
ผี	8	2.7
วัยรุ่น	18	6.0
ประเทืองปัญญา	25	8.3
อื่น ๆ โปรรอบุ	9	3.0

3.10 ปัจจัยในการเลือกเปิดรับสื่อ หรือ ข่าวสาร

ปัจจัยที่นิสิตนักศึกษาให้น้ำหนักในการเปิดรับสื่อ หรือ ข่าวสารต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยที่เป็นสื่อ หรือ รายการที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการ มีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.33) รองลงมาเป็นรายการที่สนุกสนานตื่นเต้น (ค่าเฉลี่ย = 4.08), รายการที่มีสาระเอาไปใช้ประโยชน์ได้ (ค่าเฉลี่ย = 4.03), รายการที่ประเทืองปัญญา ให้ความรู้ ความฉลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.97), รายการที่ทันสมัยมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย = 3.96) , เป็นสื่อที่เปิดรับแล้ว ทันกระแสไม่ตกข่าว (ค่าเฉลี่ย = 3.96) , ความเด่นดังมีชื่อเสียงของสื่อ หรือ รายการนั้น (ค่าเฉลี่ย = 3.58), เป็นสื่อที่เพื่อนฝูง หรือ ใคร ๆ ก็เปิดรับกัน (ค่าเฉลี่ย = 3.08), เป็นสื่อ หรือ รายการที่เปิดรับแล้ว ทำให้รู้สึกมีสถานภาพ หรือ มีระดับ (ค่าเฉลี่ย = 2.95), เป็นสื่อ หรือ รายการที่ใครไม่ติดตามต้องถือว่าเชย (ค่าเฉลี่ย = 3.08) และเป็นสื่อ หรือ รายการที่ใครเปิดรับแล้วดูเท่ มีน่าชื่นชม (ค่าเฉลี่ย = 2.59)

ภาพรวมทั่วไปของปัจจัยในการเลือกเปิดรับสื่อ หรือ ข่าวสารต่าง ๆ นิสิตนักศึกษาให้น้ำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงการใช้ประโยชน์ โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.10 มากกว่าปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.28) ดังรายละเอียดในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยปัจจัยในการเลือกเปิดรับสื่อ หรือ ข่าวสารต่าง ๆ

ปัจจัยในการเลือกเปิดรับสื่อ หรือ สาร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย*	SD
ปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์							
1. เป็นสื่อ หรือ รายการที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการ	145 (48.3)	113 (37.7)	38 (12.7)	1 (0.3)	2 (.7)	4.33	.76
2. เป็นสื่อ หรือ รายการที่มีสาระเอาไปใช้ประโยชน์ได้	87 (29.7)	141 (47.0)	64 (21.3)	2 (0.7)	3 (1.0)	4.03	.79
3. เป็นสื่อ หรือ รายการที่ประเทืองปัญญา ให้ความรู้ ความฉลาด	84 (28.0)	140 (46.7)	61 (20.3)	10 (3.3)	4 (1.3)	3.97	.86
4. เป็นสื่อ หรือ รายการที่สนุกสนาน ตื่นเต้น	101 (33.7)	131 (43.7)	59 (19.7)	7 (2.3)	1 (0.3)	4.08	.81
ค่าเฉลี่ยรวม ปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์						4.10	
ปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์							
5. ความเด่นดังมีชื่อเสียงของสื่อหรือ รายการนั้น	48 (16.0)	105 (35.0)	122 (40.7)	22 (7.3)	3 (1.0)	3.58	.88
6. เป็นสื่อที่เปิดรับแล้วทันกระแส ไม่ตกข่าว	76 (25.3)	146 (48.7)	67 (22.3)	8 (2.7)	2 (0.7)	3.96	.80
7. เป็นสื่อที่เพื่อนฝูง หรือ ใคร ๆ ก็เปิดรับกันทั้งนั้น	21 (7.0)	83 (27.7)	113 (37.7)	62 (20.7)	20 (6.7)	3.08	1.02
8. เป็นสื่อ หรือ รายการที่เปิดรับแล้วทำให้รู้สึกมีสถานภาพหรือ มีระดับ	24 (8.0)	65 (21.7)	113 (37.7)	63 (21.0)	33 (11.0)	2.95	1.09
9. เป็นสื่อ หรือรายการที่ใครเปิดรับแล้วดูเท่ น่าชื่นชม	17 (5.7)	54 (18.0)	82 (27.3)	79 (26.3)	66 (22.0)	2.59	1.18
10. เป็นสื่อ หรือรายการที่ใครไม่ติดตามคือถือว่าเซซ.	14 (4.7)	64 (21.3)	115 (38.3)	75 (25.0)	31 (10.3)	2.84	1.04
11. เป็นสื่อ หรือรายการที่ทันสมัย มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	89 (29.7)	119 (39.7)	84 (28.0)	7 (2.3)	1 (0.3)	3.96	.84
ค่าเฉลี่ยรวม ปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์						3.28	

*ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ มากที่สุด = 5 , มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 , น้อยที่สุด = 1

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อต่าง ๆ

4.1 การใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อ

หนังสือพิมพ์

มีการใช้ประโยชน์เพื่อทราบเหตุการณ์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 2.68 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อความรอบรู้ มีค่าเฉลี่ย = 2.49 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อทันยุคทันสมัย มีค่าเฉลี่ย = 2.27

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อหนังสือพิมพ์ ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.1

นิตยสาร / วารสาร

มีการใช้ประโยชน์เพื่อความรอบรู้ ค่าเฉลี่ย = 2.35 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 2.22 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อทันยุคทันสมัย มีค่าเฉลี่ย = 2.16

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อ นิตยสาร / วารสาร ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.2

โทรทัศน์

มีการใช้ประโยชน์เพื่อทราบเหตุการณ์ / ความเคลื่อนไหวในสังคม มีค่าเฉลี่ย = 2.74 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 2.66 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อความรอบรู้ มีค่าเฉลี่ย = 2.63

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อโทรทัศน์ ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.3

เคเบิลทีวี

มีการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 2.28 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อความรอบรู้ มีค่าเฉลี่ย = 1.99 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อทันยุคทันสมัย มีค่าเฉลี่ย = 1.98

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อเคเบิลทีวี ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.4

ภาพยนตร์ตามโรง

มีการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 2.68 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อทันยุคทันสมัย มีค่าเฉลี่ย = 1.90 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อฆ่าเวลา มีค่าเฉลี่ย = 1.75

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อภาพยนตร์ตามโรง ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัจยัญะ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.5

วิดีโอ หรือ วีซีดี

มีการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 2.58 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อฆ่าเวลา มีค่าเฉลี่ย = 1.96 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อทันยุคทันสมัย มีค่าเฉลี่ย = 1.66

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อวิดีโอ หรือ วีซีดี ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัจยัญะ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.6

ม้วนเทป หรือ ซีดีเพลงต่าง ๆ

มีการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 2.64 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อฆ่าเวลา มีค่าเฉลี่ย = 2.09 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อทันยุคทันสมัย มีค่าเฉลี่ย = 1.90

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อม้วนเทป หรือ ซีดีเพลง ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัจยัญะ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.7

วิทยุสถานีต่าง ๆ

มีการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 2.56 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อฆ่าเวลา มีค่าเฉลี่ย = 2.10 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อทราบเหตุการณ์ / ความเคลื่อนไหวในสังคม มีค่าเฉลี่ย = 2.16

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อวิทยุสถานีต่าง ๆ ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัจยัญะ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.8

คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต

มีการใช้ประโยชน์เพื่อความรอบรู้ มีค่าเฉลี่ย = 2.33 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 2.32 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อทันยุคทันสมัย มีค่าเฉลี่ย = 2.23

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อคอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัจยัญะ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.9

คอมพิวเตอร์-อี-เมลล์

มีการใช้ประโยชน์เพื่อทันยุคทันสมัย มีค่าเฉลี่ย =1.92 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับน้อยมากค่อนข้างปานกลาง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 1.91 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อความรอบรู้ มีค่าเฉลี่ย =1.75

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อคอมพิวเตอร์ –อี-เมลล์ ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัจยัญะ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.10

เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

มีการใช้ประโยชน์เพื่อความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย = 2.16 แสดงว่า มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อฆ่าเวลา มีค่าเฉลี่ย =1.81 และเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อทันยุคทันสมัย มีค่าเฉลี่ย =1.51

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อเกมอิเล็กทรอนิกส์ ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าค่านิยมเชิงสัจยัญะ ดังรายละเอียดในตารางที่ 14.11

ภาพรวมของการใช้ประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคสื่อด้านการใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าการใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจยัญะ ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์ ระบุสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุสถานีต่าง ๆ, หนังสือพิมพ์ ,คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต, นิตยสาร / วารสาร ,เคเบิลทีวี ,คอมพิวเตอร์-อี-เมลล์, ภาพยนตร์ตามโรง ,ม้วนเทป หรือ ซีดีเพลงต่าง ๆ, วิดีโอ หรือ วีซีดี และเกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ตามลำดับ ส่วนในด้านค่านิยมเชิงสัจยัญะ ระบุสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเช่นกัน รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต, คอมพิวเตอร์-อี-เมลล์, เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ, ภาพยนตร์ตามโรง, ม้วนเทป หรือ ซีดีเพลงต่าง ๆ, วิทยุสถานีต่าง ๆ, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร / วารสาร, เคเบิลทีวี และวิดีโอ หรือ วีซีดี ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 15

ตารางที่ 14.1 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์	การใช้ประโยชน์				ค่าเฉลี่ย*
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	211 (70.3)	66 (22.0)	11 (3.7)	2 (0.7)	2.68
2.เพื่อความรอบรู้	168 (56.5)	95 (31.7)	17 (5.7)	5 (1.7)	2.49
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	65 (21.7)	87 (29.0)	76 (25.3)	33 (11.0)	1.70
4.เพื่อความสนุกสนาน	72 (24.0)	110 (36.7)	77 (25.7)	17 (5.7)	1.86
5.เพื่อฆ่าเวลา	56 (18.7)	79 (26.3)	88 (29.3)	50 (16.7)	1.52
ค่าเฉลี่ยรวม					2.05
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					
6.เพื่อทันสมัย	129 (43.0)	95 (31.7)	37 (12.3)	9 (3.0)	2.27
7.เพื่อไม่ให้หน้าเพื่อน ๆ	24 (8.0)	56 (18.7)	68 (22.7)	105 (35.0)	1.00
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	32 (10.7)	51 (17.0)	67 (22.3)	103 (34.3)	1.05
9.เพื่อความเท่	10 (3.3)	14 (4.7)	42 (14.0)	193 (64.3)	.39
ค่าเฉลี่ยรวม					1.17
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4.2 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมการบริโภคสื่อวิทยุ/วารสาร

นิตยสาร / วารสาร	การใช้ประโยชน์				ค่าเฉลี่ย*
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	84 (28.0)	108 (36.0)	44 (14.7)	22 (7.3)	1.98
2.เพื่อความรอบรู้	136 (45.3)	101 (33.7)	29 (9.7)	6 (2.0)	2.35
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	76 (25.3)	87 (29.0)	61 (20.3)	35 (11.7)	1.79
4.เพื่อความสนุกสนาน	129 (43.0)	95 (31.7)	46 (15.3)	11 (3.7)	2.22
5.เพื่อฆ่าเวลา	73 (24.3)	90 (30.0)	74 (24.7)	36 (12.0)	1.17
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					2.01
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจยณะ					
6.เพื่อทันสมัยทันสมัย	104 (34.7)	116 (38.7)	35 (11.7)	13 (4.3)	2.16
7.เพื่อไม่ให้หน้าเพื่อน ๆ	24 (8.0)	59 (19.7)	68 (22.7)	104 (34.7)	1.01
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	23 (7.7)	56 (18.7)	68 (22.7)	105 (35.0)	.99
9.เพื่อความเท่	17 (5.7)	21 (7.0)	44 (14.7)	177 (59.0)	.53
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจยณะ					1.17

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 14.3 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมการบริโภคสื่อโทรทัศน์

โทรทัศน์	การใช้ประโยชน์				
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย*
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์ / ความเคลื่อนไหวในสังคม	231 (77.0)	42 (14.0)	11 (3.7)	4 (1.3)	2.74
2.เพื่อความรอบรู้	199 (66.3)	62 (20.7)	15 (5.0)	4 (1.3)	2.63
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	117 (39.0)	77 (25.7)	37 (12.3)	25 (8.3)	2.12
4.เพื่อความสนุกสนาน	209 (69.7)	50 (16.7)	17 (5.7)	4 (1.3)	2.66
5.เพื่อฆ่าเวลา	116 (38.7)	75 (25.0)	51 (17.0)	27 (9.0)	2.04
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					2.43
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจยณะ					
6.เพื่อทันยุคทันสมัย	163 (54.3)	72 (24.0)	28 (9.3)	10 (3.3)	2.42
7.เพื่อไม่ให้มีน้อยหน้าเพื่อน ๆ	49 (16.3)	66 (22.0)	63 (21.0)	79 (26.3)	1.33
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	49 (16.3)	58 (19.3)	62 (20.7)	86 (28.7)	1.27
9.เพื่อความเท่	22 (7.3)	24 (8.0)	46 (15.3)	170 (56.7)	.61
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจยณะ					1.40

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 14.4 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อเคเบิลทีวี

เคเบิลทีวี	การใช้ประโยชน์				ค่าเฉลี่ย*
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	81 (27.0)	61 (20.3)	43 (14.3)	50 (16.7)	1.74
2.เพื่อความรอบรู้	97 (32.3)	77 (25.7)	35 (11.7)	32 (10.7)	1.99
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	41 (13.7)	69 (23.0)	64 (21.3)	60 (20.0)	1.39
4.เพื่อความสนุกสนาน	144 (48.0)	159 (19.7)	19 (6.3)	28 (9.3)	2.28
5.เพื่อฆ่าเวลา	76 (25.3)	59 (19.7)	57 (19.0)	52 (17.3)	1.65
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					1.81
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					
6.เพื่อทันสมัย	98 (32.7)	76 (25.3)	37 (12.3)	33 (11.0)	1.98
7.เพื่อไม่ให้มีน้อยหน้าเพื่อน ๆ	32 (10.7)	45 (15.0)	55 (18.3)	99 (33.0)	1.04
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	20 (6.7)	46 (15.3)	57 (19.0)	108 (36.0)	.90
9.เพื่อความเท่	16 (5.3)	24 (8.0)	46 (15.3)	150 (50.0)	.60
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					1.13

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 14.5 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อภาพยนตร์ตามโรง

ภาพยนตร์ตามโรง	การใช้ประโยชน์				ค่าเฉลี่ย*
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	27 (9.0)	46 (15.3)	94 (31.3)	84 (28.0)	1.06
2.เพื่อความรอบรู้	30 (10.0)	77 (25.7)	92 (30.7)	57 (19.0)	1.31
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	27 (9.0)	73 (24.3)	69 (23.0)	83 (27.7)	1.17
4.เพื่อความสนุกสนาน	222 (74.0)	42 (14.0)	17 (5.7)	5 (1.7)	2.68
5.เพื่อฆ่าเวลา	84 (28.0)	78 (26.0)	58 (19.3)	46 (15.3)	1.75
ค่าเฉลี่ยรวม					1.59
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์					
6.เพื่อทันสมัย	85 (28.3)	105 (35.0)	50 (16.7)	31 (10.3)	1.90
7.เพื่อไม่ให้มีน้อยหน้าเพื่อน ๆ	47 (15.7)	63 (21.0)	60 (20.0)	92 (30.7)	1.25
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	21 (7.0)	51 (17.0)	73 (24.3)	112 (37.3)	.93
9.เพื่อความเท่า	25 (8.3)	34 (11.3)	51 (17.0)	151 (50.3)	.74
ค่าเฉลี่ยรวม					1.20
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 14.6 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อวิดีโอ หรือ วีซีดี

วิดีโอ หรือ วีซีดี	การใช้ประโยชน์				ค่าเฉลี่ย*
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	21 (7.0)	61 (20.3)	67 (22.7)	98 (32.7)	1.02
2.เพื่อความรอบรู้	30 (10.0)	83 (27.7)	69 (23.0)	74 (24.7)	1.27
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	28 (9.3)	58 (19.3)	61 (20.3)	103 (34.3)	1.04
4.เพื่อความสนุกสนาน	209 (69.7)	50 (16.7)	13 (4.3)	15 (5.0)	2.58
5.เพื่อฆ่าเวลา	104 (34.7)	82 (27.3)	50 (16.7)	32 (10.7)	1.96
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					1.57
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					
6.เพื่อทันยุคทันสมัย	59 (19.7)	102 (34.0)	61 (20.3)	45 (15.0)	1.66
7.เพื่อไม่ให้หน้าเพื่อน ๆ	28 (9.3)	54 (18.0)	72 (24.0)	100 (33.3)	1.04
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	13 (4.3)	48 (16.0)	70 (23.3)	120 (40.0)	.82
9.เพื่อความเท่	20 (6.7)	25 (8.3)	55 (18.3)	155 (51.7)	.65
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					1.04

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 14.7 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมการบริโภคสื่อมวลชนหรือซีดีเพลงต่าง ๆ

ม้วนเทป หรือ ซีดีเพลงต่าง ๆ	การใช้ประโยชน์				ค่าเฉลี่ย*
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	34 (11.3)	58 (19.3)	52 (17.3)	107 (35.7)	1.08
2.เพื่อความรอบรู้	32 (10.7)	56 (18.7)	67 (22.3)	100 (33.3)	1.08
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	32 (10.7)	59 (19.7)	66 (22.0)	101 (33.7)	1.09
4.เพื่อความสนุกสนาน	212 (70.7)	47 (15.7)	16 (5.3)	8 (2.7)	2.64
5.เพื่อฆ่าเวลา	117 (39.0)	94 (31.3)	39 (13.0)	26 (8.7)	2.09
ค่าเฉลี่ยรวม					1.59
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจยณะ					
6.เพื่อทันยุคทันสมัย	90 (30.0)	98 (32.7)	47 (15.7)	35 (11.7)	1.90
7.เพื่อไม่ให้หน้าเพื่อน ๆ	37 (12.3)	70 (23.3)	56 (18.7)	96 (32.0)	1.19
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	18 (6.0)	56 (18.7)	69 (23.0)	112 (37.3)	.92
9.เพื่อความเท่	25 (8.3)	37 (12.3)	47 (15.7)	151 (50.3)	.75
ค่าเฉลี่ยรวม					1.19

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 14.8 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อวิทยุสถานีต่าง ๆ

วิทยุสถานีต่าง ๆ	การใช้ประโยชน์				
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย*
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	107 (35.7)	106 (35.3)	32 (10.7)	17 (5.7)	2.16
2.เพื่อความรอบรู้	99 (33.0)	108 (36.0)	44 (14.7)	17 (5.7)	2.08
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	46 (15.3)	98 (32.7)	63 (21.0)	52 (17.3)	1.53
4.เพื่อความสนุกสนาน	196 (65.3)	60 (20.0)	24 (8.0)	6 (2.0)	2.56
5.เพื่อฆ่าเวลา	120 (40.0)	83 (27.7)	46 (15.3)	23 (7.7)	2.10
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					2.08
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจยณะ					
6.เพื่อทันยุคทันสมัย	92 (30.7)	110 (36.7)	47 (15.7)	23 (7.7)	2.00
7.เพื่อไม่ให้คนอื่นเห็นว่าเพื่อน ๆ	30 (10.0)	61 (20.3)	64 (21.3)	102 (34.0)	1.07
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	28 (9.3)	54 (18.0)	61 (20.3)	113 (37.7)	.99
9.เพื่อความเท่	18 (6.0)	31 (10.3)	52 (17.3)	156 (52.0)	.65
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจยณะ					1.17

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 14.9 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อคอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต

คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต	การใช้ประโยชน์				ค่าเฉลี่ย*
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	129 (43.0)	60 (20.0)	38 (12.7)	38 (12.7)	2.06
2.เพื่อความรอบรู้	159 (53.0)	70 (23.3)	28 (9.3)	20 (6.7)	2.33
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	86 (28.7)	75 (25.0)	45 (15.0)	51 (17.0)	1.76
4.เพื่อความสนุกสนาน	151 (50.3)	70 (23.3)	27 (9.0)	19 (6.3)	2.32
5.เพื่อฆ่าเวลา	86 (28.7)	75 (25.0)	51 (17.0)	40 (13.3)	1.82
ค่าเฉลี่ยรวม					2.05
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					
6.เพื่อทันสมัยทันสมัย	144 (48.0)	72 (24.0)	26 (8.7)	28 (9.3)	2.23
7.เพื่อไม่ให้คนอื่นเห็นว่าเพื่อน ๆ	48 (16.0)	68 (22.7)	44 (14.7)	91 (30.3)	1.29
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	45 (15.0)	56 (18.7)	53 (17.7)	96 (32.0)	1.20
9.เพื่อความเท่	33 (11.0)	33 (11.0)	44 (14.7)	147 (49.0)	.81
ค่าเฉลี่ยรวม					1.38

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 14.10 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์จากสื่อคอมพิวเตอร์ – อี - เมล์

คอมพิวเตอร์ – อี – เมล์	การใช้ประโยชน์				
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย*
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	84 (28.0)	60 (20.0)	51 (17.0)	62 (20.7)	1.65
2.เพื่อความรอบรู้	90 (30.0)	69 (23.0)	53 (17.7)	52 (17.3)	1.75
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	85 (28.3)	76 (25.3)	49 (16.3)	50 (16.7)	1.75
4.เพื่อความสนุกสนาน	101 (33.7)	73 (24.3)	45 (15.0)	39 (13.0)	1.91
5.เพื่อฆ่าเวลา	59 (19.7)	64 (21.3)	72 (24.0)	57 (19.0)	1.50
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					1.71
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					
6.เพื่อทันสมัยทันสมัย	102 (34.0)	75 (25.0)	38 (12.7)	42 (14.0)	1.92
7.เพื่อไม่ให้หน้าเพื่อน ๆ	40 (13.3)	54 (18.0)	60 (20.0)	95 (31.7)	1.16
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	34 (11.3)	60 (20.0)	48 (16.0)	105 (35.0)	1.09
9.เพื่อความเท่	28 (9.3)	32 (10.7)	43 (14.3)	148 (49.3)	.76
ค่าเฉลี่ยรวม การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์					1.24

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 14.11 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์และค่านิยมจากการบริโภคสื่อเกมอิเล็กทรอนิกส์

เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ	การใช้ประโยชน์				ค่าเฉลี่ย*
	สูง (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อยมาก (ร้อยละ)	ไม่ใช้เลย (ร้อยละ)	
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					
1.เพื่อทราบเหตุการณ์/ ความเคลื่อนไหวในสังคม	22 (7.3)	34 (11.3)	45 (15.0)	138 (46.0)	.75
2.เพื่อความรอบรู้	28 (9.3)	46 (15.3)	71 (23.7)	97 (23.7)	1.02
3.เพื่อให้ได้รู้จักคนอื่นในสังคม	15 (5.0)	36 (12.0)	57 (19.0)	130 (43.3)	.73
4.เพื่อความสนุกสนาน	148 (49.3)	46 (15.3)	35 (11.7)	35 (11.7)	2.16
5.เพื่อฆ่าเวลา	96 (32.0)	65 (21.7)	54 (18.0)	46 (15.3)	1.81
ค่าเฉลี่ยรวม					
การใช้ที่เป็นค่านิยมด้านอรรถประโยชน์					1.29
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจฉริยะ					
6.เพื่อทันสมัยทันสมัย	63 (21.0)	63 (21.0)	60 (20.0)	62 (20.7)	1.51
7.เพื่อไม่ให้คนอื่นเห็นว่าเพื่อน ๆ	29 (9.7)	52 (17.3)	52 (17.3)	110 (36.7)	1.00
8.เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	18 (6.0)	41 (13.7)	52 (17.3)	127 (42.3)	.79
9.เพื่อความเท่	23 (7.7)	25 (8.3)	43 (14.3)	152 (50.7)	.67
ค่าเฉลี่ยรวม					
การใช้ที่เป็นค่านิยมเชิงสัจฉริยะ					1.24

* ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ การใช้ประโยชน์สูง = 3, การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 2, การใช้ประโยชน์น้อย = 1 และจำนวนที่ไม่ใช้ประโยชน์เลยไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 15 สรุปค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ตามลักษณะค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์ และเชิงสัญลักษณ์

สื่อ	ลักษณะการใช้ประโยชน์	
	เชิงอรรถประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย)	เชิงสัญลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย)
หนังสือพิมพ์	2.05	1.17
นิตยสาร / วารสาร	2.01	1.17
โทรทัศน์	2.43	1.40
เคเบิลทีวี	1.81	1.13
ภาพยนตร์ตามโรง	1.59	1.20
วีดีโอ หรือ วีซีดี	1.57	1.04
ม้วนเทป หรือ ซีดีเพลงต่าง	1.59	1.19
วิทยุสถานีต่าง ๆ	2.08	1.17
คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต	2.05	1.38
คอมพิวเตอร์-อี-เมลล์	1.71	1.24
เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ	1.29	1.24
รวม	1.83	1.21

ส่วนที่ 5 ความเชื่อถือที่มีต่อสื่อประเภทต่าง ๆ

5.1 ความเที่ยงตรงในการนำเสนอข่าวสารของสื่อต่าง ๆ

ภาพรวมทั่วไป สื่อที่มีความเชื่อถือในความเที่ยงตรงในการนำเสนอข่าวสาร นิสิตนักศึกษา ศึกษาระบุ สื่อโทรทัศน์มีมากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อวิทยุ , สื่อคอมพิวเตอร์ , สื่อหนังสือพิมพ์, สื่อ นิตยสาร / วารสาร และสื่อภาพยนตร์ตามลำดับ ดังนี้

ด้านหนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.3 ให้ความเชื่อถือในความเที่ยงตรงในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.38 แสดงว่า มีความเที่ยงตรงในระดับปานกลาง

นิตยสาร / วารสาร กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 61.7 มีความเชื่อถือในความเที่ยงตรงในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.26 แสดงว่า มีความเที่ยงตรงในระดับปานกลางปานกลาง

โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.3 ให้ความเชื่อถือในความเที่ยงตรงในระดับมาก ร้อยละ 31.0 ให้ความเชื่อถือในระดับมากที่สุด ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 4.08 แสดงว่า มีความเที่ยงตรงในระดับมาก

วิทยุ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 44.0 ให้ความเชื่อถือในความเที่ยงตรงในระดับมาก ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.55 แสดงว่า มีความเที่ยงตรงในระดับมาก

ภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 47.7 ให้ความเชื่อถือในความเที่ยงตรงในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 2.81 แสดงว่า มีความเที่ยงตรงในระดับปานกลาง

คอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 41.0 ให้ความเชื่อถือในความเที่ยงตรงในระดับปานกลาง ร้อยละ 35.7 ให้ความเชื่อถือในความเที่ยงในระดับมาก ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.50 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับมาก ดังรายละเอียดในตารางที่ 15

ตารางที่ 15.1 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยสื่อที่นำเสนอข่าวสารได้เที่ยงตรง

สื่อ	ความเที่ยงตรงในการเสนอข่าวสาร					ค่าเฉลี่ย*
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
หนังสือพิมพ์	28 (9.3)	92 (30.7)	148 (49.3)	27 (9.0)	4 (1.3)	3.38
นิตยสาร/วารสาร	11 (3.7)	80 (26.7)	185 (61.7)	23 (7.7)	1 (0.3)	3.26
โทรทัศน์	93 (31.0)	148 (49.3)	49 (16.3)	8 (2.7)	1 (0.3)	4.08
วิทยุ	24 (8.0)	132 (44.0)	129 (43.0)	13 (4.3)	1 (0.3)	3.55
ภาพยนตร์	12 (4.0)	42 (14.0)	143 (47.7)	81 (27.0)	21 (7.0)	2.81
คอมพิวเตอร์	37 (12.3)	107 (35.7)	123 (41.0)	18 (6.0)	8 (2.7)	3.50

*ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ มากที่สุด = 5 , มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 , น้อยที่สุด = 1

5.2 ความน่าเชื่อถือในการนำเสนอความคิดเห็น หรือ ชี้นำ

ภาพรวมทั่วไป สื่อที่มีความน่าเชื่อถือในด้านการนำเสนอความคิดเห็น หรือ ชี้นำ นิตินักศึกษาระบุ สื่อ นิตยสาร /วารสาร มีมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ , สื่อวิทยุ , สื่อคอมพิวเตอร์ , สื่อโทรทัศน์ , และสื่อภาพยนตร์ ตามลำดับ ดังนี้

หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 46.0 ให้ความเชื่อถือในการนำเสนอความคิดเห็นในระดับปานกลาง ร้อยละ 34.3 ให้ความเชื่อถือในระดับมาก ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.44 แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับมาก

นิตยสาร / วารสาร กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 58.7 ให้ความเชื่อถือในการนำเสนอความคิดเห็นในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 4.04 แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับมาก

โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 41.7 ให้ความเชื่อถือในการนำเสนอความคิดเห็นในระดับมาก ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.39 แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง

วิทยุ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 46.3 ให้ความเชื่อถือในการนำเสนอความคิดเห็นในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.44 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับมาก

ภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.7 ให้ความเชื่อถือในการนำเสนอความคิดเห็นในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 2.82 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง

คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40.7 ให้ความเชื่อถือในการนำเสนอความคิดเห็นในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.47 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับมาก ดังรายละเอียดในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือในการแสดงความคิดเห็น หรือ ชี้นำ

สื่อ	ความน่าเชื่อถือในการแสดงความคิดเห็น หรือ ชี้นำ					ค่าเฉลี่ย*
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
หนังสือพิมพ์	31 (10.3)	103 (34.3)	138 (46.0)	24 (8.0)	4 (1.3)	3.44
นิตยสาร/วารสาร	12 (4.0)	83 (27.7)	176 (58.7)	28 (9.3)	1 (0.3)	4.04
โทรทัศน์	98 (32.7)	125 (41.7)	71 (23.7)	4 (1.3)	2 (0.7)	3.39
วิทยุ	18 (6.0)	120 (40.0)	139 (46.3)	20 (6.7)	2 (0.7)	3.44
ภาพยนตร์	6 (2.0)	44 (14.7)	158 (52.7)	66 (22.0)	22 (7.3)	2.82
คอมพิวเตอร์	31 (10.3)	112 (37.3)	122 (40.7)	20 (6.7)	8 (2.7)	3.47

*ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ มากที่สุด = 5 , มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 , น้อยที่สุด = 1

5.3 ความน่าเชื่อถือในการให้ความรู้ความเข้าใจ

ภาพรวมทั่วไป สื่อที่ให้ความรู้ความเข้าใจได้ดีในการนำเสนอข่าวสาร นิสิตนักศึกษาาระบุ สื่อโทรทัศน์มีมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ , สื่อคอมพิวเตอร์ , สื่อวิทยุ , สื่อนิตยสาร / วารสาร และสื่อภาพยนตร์ ตามลำดับ ดังนี้

หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.0 ให้ความเชื่อถือในการให้ความรู้ความเข้าใจในระดับมาก ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.83 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับมาก

นิตยสาร / วารสาร กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 44.0 ให้ความเชื่อถือในการให้ความรู้ความเข้าใจในระดับมาก ร้อยละ 41.7 ให้ความเชื่อถือในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.56 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับมาก

โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 41.7 ให้ความเชื่อถือในการให้ความรู้ความเข้าใจในระดับมากที่สุดและร้อยละ 41.7 ให้ความเชื่อถือในระดับมาก ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 4.24 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับมากที่สุด

วิทยุ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 44.7 ให้ความเชื่อถือในการให้ความรู้ความเข้าใจในระดับมาก และร้อยละ 36.0 ให้ความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.62 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับมาก

ภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.3 ให้ความเชื่อถือในการให้ความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.19 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง

คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40.3 ให้ความเชื่อถือในการให้ความรู้ความเข้าใจในระดับมาก ภาพรวมทั่วไปมีค่าเฉลี่ย = 3.71 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือในระดับมาก ดังรายละเอียดในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยสื่อที่ให้ความรู้ความเข้าใจได้ดี

สื่อ	ระดับการให้ความรู้ความเข้าใจ					ค่าเฉลี่ย*
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
หนังสือพิมพ์	57 (19.0)	144 (48.0)	88 (29.3)	9 (3.0)	1 (0.3)	3.83
นิตยสาร/วารสาร	26 (8.7)	132 (44.0)	125 (41.7)	12 (4.0)	3 (1.0)	3.56
โทรทัศน์	125 (41.7)	125 (41.7)	44 (14.7)	4 (1.3)	-	4.24
วิทยุ	37 (12.3)	134 (44.7)	108 (36.0)	18 (6.0)	2 (0.7)	3.62
ภาพยนตร์	19 (6.3)	81 (27.0)	145 (48.3)	43 (14.3)	10 (3.3)	3.19
คอมพิวเตอร์	57 (19.0)	121 (40.3)	88 (29.3)	21 (7.0)	4 (1.3)	3.71

*ค่าเฉลี่ยคำนวณจากเกณฑ์ มากที่สุด = 5 , มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 , น้อยที่สุด = 1

5.4 การจัดอันดับความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อต่าง ๆ

การจัดอันดับความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 132 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.4 ระบุว่า นิตยสาร/วารสาร มีความน่าเชื่อถือที่สุด รองลงมา ร้อยละ 19.2 เป็นสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 12.5 เป็นสื่อวิทยุสถานีต่าง ๆ ร้อยละ 9.1 เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ และร้อยละ 5.1 เป็น สื่อ คอมพิวเตอร์- อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละการจัดความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อ

ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อต่าง ๆ	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3
1. หนังสือพิมพ์	27 (9.1)	11 (3.7)	216 (72.4)
2. นิตยสาร / วารสาร	132 (44.4)	30 (10.1)	39 (13.1)
3. โทรทัศน์	57 (19.2)	74 (25.0)	27 (9.1)
4. วิทยุสถานีต่าง ๆ	37 (12.5)	84 (28.4)	5 (1.7)
5. คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต	15 (5.1)	20 (6.8)	4 (1.3)

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ทำการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานต่อไปนี้

- สมมติฐานข้อที่ 1 นิสิตนักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบสื่อโทรทัศน์กับสื่ออื่น ๆ ที่นิสิตนักศึกษาเปิดรับในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ

สื่อ	\bar{X}	SD	อันดับ	ทดสอบค่าเฉลี่ย อันดับ 1 กับ 2 (T - test)	P
โทรทัศน์	4.55	.82	1	} 6.087*	.000
วิทยุสถานีต่าง ๆ	4.08	1.19	2		
หนังสือพิมพ์	3.82	1.22	3		
เทปเพลง / ซีดีเพลงต่าง ๆ	3.65	1.43	4		
คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต	2.47	1.56	5		
เคเบิลทีวี	2.39	2.05	6		
นิตยสาร / วารสาร	2.13	1.15	7		
คอมพิวเตอร์-อี-เมลล์	2.01	1.58	8		
วีดีโอ / วีซีดี	1.75	1.24	9		
เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ	1.66	1.62	10		
ภาพยนตร์ตามโรง	1.42	.94	11		

* $P < .05$

จากตารางที่ 21 พบว่า นิสิตนักศึกษาเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น โดยทำการทดสอบเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของอันดับที่ 1 สื่อโทรทัศน์ และอันดับที่ 2 สื่อวิทยุ โดยมีนัยสำคัญสถิติที่.05 ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

- สมมุติฐานข้อที่ 2 นิสิตนักศึกษาบริโศคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจมากขึ้น จากช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบปริมาณการบริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงการบริโภคข่าวสารด้านเศรษฐกิจ	จำนวน	ไค-สแควร์	P
เพิ่มขึ้น	200	95.333*	.000
เหมือนเดิม	43		
ลดลง	57		

* $P < .05$

จากตารางที่ 20 พบว่า นิสิตนักศึกษาบริโศคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เป็นการยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

- สมมุติฐานข้อที่ 3 นิสิตนักศึกษาให้น้ำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์มากกว่าปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่อและสาร

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบปัจจัยที่เป็นค่านิยมในการเลือกบริโภคสื่อและสาร

ปัจจัยที่เป็นค่านิยมในการเลือกเปิดรับสื่อ หรือ สาร	\bar{X}	SD	T	P
ปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์	3.28	.5280	1.867	.159
ปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์	4.10	.1582		

* $P > .05$

จากตารางที่ 21 พบว่า นิสิตนักศึกษาให้น้ำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ ไม่มากกว่าปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่อและสาร เป็นการปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้

• สมมุติฐานข้อที่ 4 นิสิตนักศึกษาที่มาจากพื้นฐานครอบครัว และชั้นปีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสารต่างกัน

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านรายได้กับการเปิดรับสื่อ

พื้นฐานครอบครัวด้านรายได้	ค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับสื่อต่าง	F	P
กลุ่มที่มีรายได้มาก	4.08	.762	.502
กลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง	2.89		
กลุ่มที่มีรายได้น้อย	2.62		

*ค่า $P > .05$

จากตารางที่ 22 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีพื้นฐานครอบครัวด้านรายได้ต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารไม่ต่างกัน

ตารางที่ 22.1 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านรายได้กับการใช้ประโยชน์เชิงอรรถประโยชน์

พื้นฐานครอบครัวด้านรายได้	ค่าเฉลี่ยในการใช้ประโยชน์เชิงอรรถประโยชน์	F	P
กลุ่มที่มีรายได้มาก	1.59	.280	.830
กลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง	1.87		
กลุ่มที่มีรายได้น้อย	1.84		

*ค่า $P > .05$

จากตารางที่ 22.1 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีพื้นฐานครอบครัวด้านรายได้ต่างกัน จะมีค่านิยมในการบริโภคสื่อในเชิงอรรถประโยชน์ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 22.2 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านรายได้กับการใช้ประโยชน์เชิงสัญลักษณ์

พื้นฐานครอบครัวด้านรายได้	ค่าเฉลี่ยในการใช้ประโยชน์เชิงสัญลักษณ์	F	P
กลุ่มที่มีรายได้มาก	1.19	.711	.538
กลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง	1.26		
กลุ่มที่มีรายได้น้อย	1.18		

*ค่า $P > .05$

จากตารางที่ 22.2 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีพื้นฐานครอบครัวด้านรายได้ต่างกัน จะมีค่านิยมในการบริโภคสื่อในเชิงสัญลักษณ์ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านผลกระทบกับการเปิดรับสื่อ

ระดับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ ต่อครอบครัวของนิสิตนักศึกษา	ค่าเฉลี่ยความถี่ ในการเปิดรับสื่อต่าง ๆ	F	P
กลุ่มที่ได้รับผลกระทบมาก	3.12	.804	.483
กลุ่มที่ได้รับผลกระทบปานกลาง	2.07		
กลุ่มที่ได้รับผลกระทบน้อย	2.47		

*ค่า $P > .05$

จากตารางที่ 23 พบว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ได้รับผลกระทบในภาวะเศรษฐกิจต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารไม่ต่างกัน

ตารางที่ 23.1 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านผลกระทบกับการใช้ประโยชน์เชิงอรรถประโยชน์

กลุ่มที่ได้รับผลกระทบ	ค่าเฉลี่ย ในการใช้ประโยชน์ เชิงอรรถประโยชน์	F	P
กลุ่มที่ได้รับผลกระทบมาก	1.75	.878	.452
กลุ่มที่ได้รับผลกระทบปานกลาง	2.03		
กลุ่มที่ได้รับผลกระทบน้อย	2.08		

*ค่า $P > .05$

จากตารางที่ 23.1 พบว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจต่างกัน จะมีค่านิยมในการใช้ประโยชน์ในการบริโภคสื่อเชิงอรรถประโยชน์ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 23.2 เปรียบเทียบพื้นฐานครอบครัวด้านผลกระทบกับการใช้ประโยชน์เชิงสัจฉริยะ

กลุ่มที่ได้รับผลกระทบ	ค่าเฉลี่ย ในการใช้ประโยชน์ เชิงสัจฉริยะ	F	P
กลุ่มที่ได้รับผลกระทบมาก	1.20	.439	.640
กลุ่มที่ได้รับผลกระทบปานกลาง	1.27		
กลุ่มที่ได้รับผลกระทบน้อย	1.17		

*ค่า $P > .05$

จากตารางที่ 23.2 พบว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจต่างกัน จะมีค่านิยมในการใช้ประโยชน์ในการบริโภคสื่อเชิงสัจฉริยะไม่ต่างกัน

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบชั้นปีที่ศึกษากับการเปิดรับสื่อ

ชั้นปีที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ยความถี่ ในการเปิดรับสื่อต่าง ๆ	F	P
ชั้นปีที่ 1-3	1.83	2.713	.074
ชั้นปีที่ 4	3.10		

*ค่า $P > .05$

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 4 (ชั้นปีสุดท้าย) มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อไม่ต่างจากกลุ่ม นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1-3

ตารางที่ 24.1 เปรียบเทียบชั้นปีที่ศึกษากับการใช้ประโยชน์เชิงอรรถประโยชน์

ชั้นปีที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย ในการใช้ประโยชน์ เชิงอรรถประโยชน์	F	P
ชั้นปีที่ 1-3	1.68	.897	.448
ชั้นปีที่ 4	1.89		

*ค่า $P > .05$

จากตารางที่ 24.1 พบว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 4 (ชั้นปีสุดท้าย) มีค่านิยมในการใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อเชิงอรรถประโยชน์ ไม่ต่างจากกลุ่มนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1-3

ตารางที่ 24.2 เปรียบเทียบชั้นปีที่ศึกษากับการใช้ประโยชน์เชิงสัจฉริยะ

ชั้นปีที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย ในการใช้ประโยชน์ เชิงสัจฉริยะ	F	P
ชั้นปีที่ 1-3	1.28	2.469	0.85
ชั้นปีที่ 4	1.18		

*ค่า $P > .05$

จากตารางที่ 24.2 พบว่า กลุ่มนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 4 (ชั้นปีสุดท้าย) มีค่านิยมในการใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อเชิงสัจฉริยะ ไม่ต่างจากกลุ่มนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1-3

ดังนั้น ผลการวิจัยจึงปฏิเสธสมมุติฐานข้อที่ 4 ที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจและในสภาวะปัจจุบัน รวมถึงค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และการให้ความเชื่อถือต่อสื่อที่เปิดรับ โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและค่านิยม จำแนกตามตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ พื้นฐานครอบครัว และชั้นปีที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาของรัฐ 2 แห่ง แบ่งเป็น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 60 คน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 60 คน และกลุ่มอุดมศึกษาเอกชน 2 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 60 คน และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวน 60 คน และกลุ่มอุดมศึกษาสถาบันราชภัฏสวนดุสิต จำนวน 60 คน รวมทั้งสิ้น 300 คน

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ยังคงเหมือนเดิม (ร้อยละ 54.3) เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยเปิดรับสื่อ โทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น และให้ความเชื่อถือสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ทั้งในด้านความเที่ยงตรงในการเสนอข่าวสาร, การนำเสนอความคิดเห็นหรือชี้นำ และการให้ความรู้ความเข้าใจ

ในขณะเดียวกัน มีปริมาณการบริโภคข่าวสารด้านเศรษฐกิจปานกลาง (ร้อยละ 50.7) โดยมีการเปิดรับข่าวสารด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากช่วงก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ในส่วนของค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์จากสื่อในด้านต่าง ๆ นั้น พบว่า นิสิตนักศึกษาริโภคสื่อในด้านนันทนาการมากกว่าด้านค่านิยมเชิงสัญญาะ และการให้นำหนักกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อ นั้น ได้ให้ความสำคัญในด้านนันทนาการมากกว่าด้านค่านิยมเชิงสัญญาะเช่นเดียวกัน

พื้นฐานของครอบครัวของนิสิตนักศึกษา ในส่วนของอาชีพของผู้ที่มีรายได้หลักในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจหรือการค้าขายส่วนตัว (ร้อยละ 38.7) รองลงมาเป็น

ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ(ร้อยละ21.3) เป็นผู้มีวิชาชีพอิสระ เช่นแพทย์ หนายความ และสถาปนิก(ร้อยละ3.3) น้อยที่สุด

รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีรายได้ 10,001 – 30,000 บาท(ร้อยละ 33.3) รองลงมามีรายได้ 30,001 – 60,000 บาท(ร้อยละ32.7) และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีน้อยที่สุด(ร้อยละ3.3) โดยที่นิสิตนักศึกษามีรายได้หรือค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือนสูงที่สุดมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 27.3) รองลงมามีรายได้ 4,001-5,000บาท(ร้อยละ 24.0) และต่ำกว่า1,000บาท มีน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.0)

ผลกระทบที่ได้รับจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจพบว่า ในด้านหน้าที่การงานได้รับผลกระทบปานกลาง (ร้อยละ 39.3) รองลงมาได้รับผลกระทบน้อย (ร้อยละ 20.3) และไม่ได้รับผลกระทบเลย (ร้อยละ 13.7) ในด้านรายได้เงินเดือนได้รับผลกระทบปานกลาง (ร้อยละ 45.0) รองลงมาได้รับผลกระทบมาก (ร้อยละ 21.3)และไม่ได้รับผลกระทบเลย (ร้อยละ 5.3) และในด้านการใช้จ่ายใช้สอยพบว่า ได้รับผลกระทบมาก(ร้อยละ37.3) รองลงมาได้รับผลกระทบปานกลาง (ร้อยละ 36.3) ได้รับผลกระทบมากที่สุด (ร้อยละ12.7)และไม่ได้รับผลกระทบเลย (ร้อยละ 1.3)

ผลการทดสอบสมมุติฐานในประเด็นต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

- สมมุติฐานข้อที่ 1 นิสิตนักศึกษามีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ผลการวิจัยพบว่า มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้
- สมมุติฐานข้อที่ 2 นิสิตนักศึกษาบริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจมากขึ้นจากช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาบริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้
- สมมุติฐานข้อที่ 3 นิสิตนักศึกษาให้นำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญญาะมากกว่าปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่อและสาร ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาให้นำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญญาะ ไม่มากกว่าปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่อและสาร เป็นการปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้
- สมมุติฐานข้อที่ 4 นิสิตนักศึกษาที่มาจากพื้นฐานครอบครัวและชั้นปีที่ศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสารต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้ต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อไม่ต่างกัน นิสิตนักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่ได้รับผลกระทบต่างกัน จะมีพฤติกรรม

ในการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ไม่ต่างกัน และนิสิตนักศึกษาที่อยู่ในชั้นปีที่ศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อไม่ต่างกัน เป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

นอกจากนั้น นิสิตนักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้ต่างกัน จะมีค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์จากสื่อและข่าวสารไม่ต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์ด้านอรรถประโยชน์มากกว่าด้านค่านิยมเชิงสัญลักษณ์เหมือนกัน นิสิตนักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่ได้รับผลกระทบต่างกัน จะมีค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์จากสื่อและข่าวสารไม่ต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์ด้านอรรถประโยชน์มากกว่าด้านค่านิยมเชิงสัญลักษณ์เช่นเดียวกัน และนิสิตนักศึกษาที่อยู่ในชั้นปีที่ศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการบริโภคและใช้ประโยชน์จากสื่อและข่าวสารไม่แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์ด้านอรรถประโยชน์มากกว่าด้านค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ในทิศทางเดียวกัน เป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากการผลวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถนำประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

- พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษา

การเปิดรับข่าวสารในแต่ละสัปดาห์ พบว่า สื่อโทรทัศน์มีการเปิดรับมากที่สุด (ร้อยละ 70.3) โดยมีค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาเป็นสื่อวิทยุสถานีต่าง ๆ และสื่อหนังสือพิมพ์

สาเหตุที่สื่อโทรทัศน์มีการเปิดรับมากกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะปรับบทและช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับเป็นปัจจัยสำคัญ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาใช้เวลาตอนกลางวันในการเรียน เมื่อกลับถึงบ้านหรือที่พัก สามารถที่จะเปิดรับสื่อโทรทัศน์ได้ทันที มีความสะดวกสบายกว่าสื่ออื่น ๆ และยังเป็นสื่อที่ใช้ความสามารถ (effort) ในการเปิดรับน้อยกว่าสื่ออื่น ๆ จึงเหมาะกับการใช้ประโยชน์ในเชิงการพักผ่อนหย่อนใจ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของโรเปอร์ (Roper :1967) พบว่า ถ้าคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุด และเห็นว่า เป็นสื่อที่น่าเชื่อถือที่สุดด้วย

นอกจากนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ เช่น ประไพ กาชิตฺติ (ปีพ.ศ. 2539) พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการติดตามข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชน โดยสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่นักศึกษาเปิดรับมากที่สุด และงานวิจัยของสุภาพร อัทธกุลวัฒน์ (ปีพ.ศ.2541) พบว่า กลุ่มประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการแสวงหาข่าวเศรษฐกิจจากสื่อมวลชน โดยมี

โทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างติดตามมากที่สุด

เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจกับในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 54.3 มีการเปิดรับข่าวสารเหมือนเดิม เป็นเพราะนิสิตนักศึกษาอยู่ในสังคมข่าวสาร จึงมีการเปิดรับข่าวสารเป็นปกติอยู่แล้ว และเพราะเป็นวัยรุ่นจึงไม่ได้สนใจในข่าวสารต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างจริงจัง

เนื้อหาที่เปิดรับจากสื่อ พบว่า นิสิตนักศึกษา เปิดรับเนื้อหาบันเทิงสูงกว่าเนื้อหาอื่น ๆ เช่นการเมือง ต่างประเทศ และกีฬา เป็นต้น เพราะนิสิตนักศึกษายังเป็นวัยรุ่นอยู่ เป็นเรื่องปกติที่จะสนใจเรื่องความบันเทิง ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง ในเรื่องของแฟชั่นการแต่งกาย ดารา นักร้อง และภาพยนตร์ ดนตรี ซึ่งให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และผ่อนคลายมากกว่าการติดตามเนื้อหาอื่น ๆ แม้ว่าจะอยู่ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจก็ตาม

อย่างไรก็ดีพบว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นมาก ถึงแม้ปริมาณในการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจจะมีระดับปานกลาง โดยข่าวสารเศรษฐกิจที่มีการติดตามมากที่สุดคือ สภาพเศรษฐกิจทั่วไป ทั้งนี้ สภาพแวดล้อมของครอบครัวและสังคมรวมทั้งบทบาทสื่อมวลชนในการกำหนดวาระข่าวสารด้านเศรษฐกิจ (Agenda Setting) อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีการเปิดรับและสนใจข่าวสารด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น รวมทั้งจากการปรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของรัฐบาลเมื่อเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปีพ.ศ.2540 และการเข้ารับความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ(IMF) ทำให้ราคาสินค้าและการบริการต่าง ๆ ปรับตัวสูงขึ้น จึงมีผลกระทบโดยตรงต่อนิสิตนักศึกษาที่มีรายได้เท่าเดิมในแต่ละเดือน

การที่นิสิตนักศึกษามีความตื่นตัวในการเปิดรับข่าวสารด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นมากกว่าช่วงก่อนเกิดวิกฤติเศรษฐกิจนั้น สอดคล้องกับทฤษฎีการพึ่งพาของผลการสื่อสารมวลชน (A Dependency Model of Mass media Effects) ของบอลล์-โรคิช และเดอเฟลอร์ (Ball-Rokeach,S.J.and DeFleur,M.L., ค.ศ. 1976) ที่อธิบายถึง ระบบสังคม หรือ สภาวะสังคมที่มีความไม่แน่นอน หรือขาดความมั่นคงแน่นอนในเชิงโครงสร้าง ผู้คนในสังคมมีความต้องการพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชนสูงตามไปด้วย ผู้รับสารหรือนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น อาจเป็นเพราะต้องการแสวงหาความรู้ความเข้าใจในปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาวะด้านเศรษฐกิจของสังคมไทยในอนาคต

• ค่านิยมในการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษา

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ในด้านค่านิยมเชิงอรรถประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือวิทยุและหนังสือพิมพ์เป็นต้น และบริโภคข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ในด้านค่านิยมเชิงสัจจะมากที่สุดเช่นกัน รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ – อินเทอร์เน็ต และคอมพิวเตอร์ – อี – เมล์ เป็นต้น โดยลักษณะสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นต้น สามารถเป็นตัวกำหนดการบริโภคเชิงสัจจะได้

อาจกล่าวได้ว่า นิสิตนักศึกษา มีค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อประโยชน์ด้านอรรถประโยชน์ เช่น เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวในสังคม, เพื่อความรู้, เพื่อให้รู้จักคนอื่นในสังคม และเพื่อความสนุกสนาน เป็นต้น มากกว่าเพื่อประโยชน์ด้านเชิงสัจจะ เช่น เพื่อทันยุคทันสมัย, เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม และเพื่อความเท่า เป็นต้น

สื่อสิ่งพิมพ์เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร / วารสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่น รายการวิทยุตามสถานีต่าง ๆ รายการโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ และเคเบิลทีวี เป็นต้น มีการบริโภคเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงอรรถประโยชน์มากกว่าเชิงสัจจะ เพราะโดยลักษณะของสื่อเหล่านี้ เป็นสื่อพื้นฐานที่ทุกคนควรรีونมีเพื่อเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ เป็นปกติอยู่แล้ว การนำมาใช้เป็นประโยชน์ในเชิงสัจจะ เช่น เพื่อทันยุคทันสมัย หรือเพื่อความเท่า จึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญในการเปิดรับของนิสิตนักศึกษา

คอมพิวเตอร์ – อินเทอร์เน็ตที่เป็นสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการใช้ประโยชน์ในเชิงอรรถประโยชน์ในปริมาณที่ใกล้เคียงกับสื่อสิ่งพิมพ์คือ หนังสือพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์คือ รายการวิทยุสถานีต่าง ๆ ทั้งนี้ โดยลักษณะของสื่อเองที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูง มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และเพราะเป็นสื่อที่นิสิตนักศึกษาสามารถเปิดรับในการค้นคว้าเนื้อหาทางด้านวิชาการและข้อมูลต่าง ๆ ได้สะดวกรวดเร็วจากทั่วทุกมุมโลก ในขณะเดียวกันยังมีการใช้ประโยชน์ในเชิงสัจจะในปริมาณที่ใกล้เคียงกันเช่นกัน เพราะนอกจากตัวสื่อที่มีภาพลักษณ์ของความทันสมัยเป็นเครื่องมือของคนรุ่นใหม่แล้ว การเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ – อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา ได้สะท้อนค่านิยมที่ยอมรับกันว่า เมื่อเปิดรับแล้วทำให้เป็นคนทันยุคทันสมัย มีความเท่า เทียมหน้าเทียมตาเพื่อน ๆ ในสังคมอีกด้วย

ในขณะเดียวกัน คอมพิวเตอร์ – อี – เมล์ มีการใช้ในเชิงอรรถประโยชน์ เพราะใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน หรือคนที่อยู่ห่างไกล โดยเสียค่าใช้จ่ายไม่มากนัก และมีการใช้ประโยชน์เชิงสัจจะในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน เพราะเป็นสื่อที่แสดงถึงความเป็นคนทันสมัย แทนที่จะเขียนจดหมายโดยส่งทางไปรษณีย์ธรรมดาแบบเก่า

สื่อเกมอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศอีกชนิดหนึ่ง มีการใช้ในเชิงอรรถประโยชน์ เพื่อความสนุกสนานและเพื่อฆ่าเวลา เป็นส่วนใหญ่ และมีการใช้ประโยชน์เชิงสัจจะใน

ปริมาณใกล้เคียงกัน เพราะเป็นสื่อที่มีความทันสมัยและสามารถติดตามพัฒนาการของระบบคอมพิวเตอร์ในการคิดค้นเกมใหม่ ๆ ได้อีกด้วย

ในขณะที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ให้ความบันเทิง และผ่อนคลายความตึงเครียด เช่น เคเบิลทีวี, ภาพยนตร์ตามโรง, วิดีโอหรือวีซีดี และม้วนเทป หรือซีดีเพลงต่าง ๆ มีการบริโภคเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงอรรถประโยชน์และเชิงสัญลักษณ์ใกล้เคียงกันเช่นเดียวกับสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ นิสิตนักศึกษาบริโภคเพื่อทราบความเคลื่อนไหวในเรื่องที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ภาพยนตร์ใหม่ ๆ ดนตรี หรือเพลงใหม่ ๆ และรายการสารคดีที่มีประโยชน์เพื่อความรอบรู้สนุกสนาน และฆ่าเวลา เป็นสื่อที่ทันสมัยและเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อน ๆ และสังคมรอบตัว

ในการเลือกเปิดรับสื่อหรือข่าวสาร นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ เลือกจากปัจจัยที่เป็นสื่อ หรือ รายการที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการมากที่สุด โดยมีลักษณะเชิงอรรถประโยชน์ แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเปิดรับสื่อหรือข่าวสารเพื่อที่จะสนองความต้องการของตนเอง โดยเป็นผู้รับสารที่เลือกเปิดรับสื่อหรือสารมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ รองลงมาเป็นปัจจัยที่เป็นสื่อ หรือ รายการที่สนุกสนาน ตามลักษณะนิสัยของนิสิตนักศึกษาที่ยังอยู่ในช่วงวัยรุ่นที่เน้นเรื่องความสนุกสนานบันเทิงเป็นส่วนใหญ่

ในขณะเดียวกัน นิสิตนักศึกษาเลือกปัจจัยที่เป็นสื่อหรือรายการที่มีความทันสมัย มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งมีลักษณะเชิงสัญลักษณ์ แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษามีความตื่นตัวในการเลือกเปิดรับรายการที่สร้างสรรค์ และมีการนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพราะจะทำให้เป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ

นักศึกษาสามารถแยกแยะการเปิดรับสื่อและเนื้อหาที่จะได้รับค่อนข้างดี โดยสามารถจะเลือกเปิดรับสื่อชนิดใด เพื่อตอบสนองความต้องการอะไร เช่น จะเปิดรับสื่อโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร / วารสาร เพื่อทราบความเคลื่อนไหวในสังคม เพื่อความรอบรู้ และเปิดรับสื่อเคเบิลทีวี, วิดีโอ หรือ วีซีดี ภาพยนตร์ และเทปเพลง หรือ ซีดีเพลงต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานและฆ่าเวลาเป็นหลัก และเปิดรับสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น คอมพิวเตอร์ เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานและทันสมัย

การทดสอบสมมุติฐานที่ว่า นิสิตนักศึกษามีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น โดยเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เพราะเป็นสื่อที่มีความสะดวกในการเปิดรับและมีระยะเวลาที่เปิดรับหลังจากเลิกเรียนและวันหยุดเท่านั้น

สมมุติฐานที่ว่า นิสิตนักศึกษบริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจมากขึ้น จากช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ โดยเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เพราะสภาวะสังคมมีส่วนทำให้

นิสิตนักศึกษาเปิดรับข่าวสารด้านเศรษฐกิจเพื่อรับรู้เหตุการณ์ และตอบสนองความต้องการ โดยได้รับผลตามที่มุ่งหวังประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ

สมมุติฐานที่ว่า นิสิตนักศึกษาให้นำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญญาะมากกว่าปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่อและสาร ไม่ตรงตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ นิสิตนักศึกษาให้นำหนักกับปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ เช่น ปัจจัยที่เป็นรายการที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการ หรือเพื่อความสนุกสนานมากกว่าปัจจัยเชิงสัญญาะ เช่น เป็นสื่อ หรือรายการที่เปิดรับแล้วทำให้รู้สึกมีสถานภาพหรือมีระดับ ทั้งนี้เพราะนิสิตนักศึกษามีวิจารณญาณในการเลือกเปิดรับสื่อ รู้จักแยกแยะสาระประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ อย่างเข้าใจ

และสมมุติฐานที่ว่า นิสิตนักศึกษาที่มาจากพื้นฐานครอบครัว และชั้นปีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสารต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ในส่วนของพื้นฐานครอบครัวต่างกันและชั้นปีที่ศึกษาต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารและค่านิยมในการบริโภคสื่อต่าง ๆ แสดงว่า รายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกัน และการได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการเปิดรับสื่อและข่าวสาร โดยนิสิตนักศึกษายังคงเปิดรับข่าวสารเป็นปกติ และนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1-3 และชั้นปีที่ 4 มีความตื่นตัวในการเปิดรับข่าวสารด้านเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น และนิสิตนักศึกษากลุ่มต่าง ๆ เปิดรับข่าวสารและสื่อต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญที่ด้านอรรถประโยชน์ หรือ ความมีสาระประโยชน์ของรายการหรือ สื่อ นั้น ๆ เช่น เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวในสังคม หรือ เพื่อความรู้ มากกว่าด้านค่านิยมเชิงสัญญาะ เช่น เพื่อความเท่ ทันยุคทันสมัย เป็นต้น

- ความเชื่อถือของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อสื่อ

จากการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ตอบว่า สื่อโทรทัศน์มีความน่าเชื่อถือที่สุดในด้านความเที่ยงตรงในการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ด้านการนำเสนอความคิดเห็น หรือ ชี้นำ และด้านการให้ความรู้ความเข้าใจ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อ ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุสถานีต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อโทรทัศน์ ให้ภาพ เสียง สี และความเคลื่อนไหวได้ดีกว่าสื่ออื่น ๆ

นอกจากนี้การนำเสนอของสื่อโทรทัศน์ที่คัดเลือกผู้สื่อข่าว คนอ่านข่าว ที่มีบุคลิกลักษณะที่น่าเชื่อถือ มีความคล่องตัวกระฉับกระเฉงและคูดีในสายตาประชาชนทั่วไป เช่น การเลือกคนที่มืออาชีพเป็นแพทย์มาอ่านข่าว หรือ คนที่มีความเชี่ยวชาญในข่าวเฉพาะด้าน เช่น การเมือง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ เป็นต้นมาทำหน้าที่อ่านข่าว วิเคราะห์ข่าว ซึ่งสร้างความน่าเชื่อถือต่อข่าวที่นำเสนอ และมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ของนิสิตนักศึกษา

ในขณะเดียวกัน การจัดลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อพบว่า นิสิตนักศึกษาคือตอบว่า

นิตยสาร / วารสารมีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สื่อ นิตยสาร / วารสาร ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา และสามารถนำเสนอรายละเอียดเนื้อหาได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ เช่น โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในปี พ.ศ.2540 นั้น เป็นเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ และมีผลกระทบต่อประชาชนทุกคนในประเทศ การปรับเปลี่ยนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของรัฐบาล และการได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ รวมถึงบทบาทของสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์เช่น หนังสือพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่น โทรทัศน์ เป็นต้น มีส่วนสำคัญในการกำหนดวาระข่าวสารด้านเศรษฐกิจ (Agenda setting) ที่มีการนำเสนอข่าวสารด้านเศรษฐกิจต่อประชาชนอย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่โดยปกตินิสิตนักศึกษาจะเปิดรับเนื้อหาด้วนบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ในสื่อทุกประเภทมากกว่าเนื้อหาอื่น ๆ ทำให้มีผลต่อพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาไม่มากนักน้อย ที่จะเปิดรับข่าวสารด้านเศรษฐกิจจากสื่อเพิ่มขึ้น เพราะสามารถติดตามรายละเอียดของภาวะวิกฤติได้ตามที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

กรณีที่นิสิตนักศึกษาตอบว่ามีการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้นนั้น อาจเป็นเพราะต้องการให้ตัวผู้ตอบคำถามดูดีในสายตาของคนทั่วไปว่า มีความใส่ใจในเรื่องของข่าวสารด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัญหาหลักของสังคมในปัจจุบัน ทั้งนี้โดยความเป็นจริงอาจจะไม่ได้สนใจเท่าใดนัก เพราะส่วนใหญ่ตอบว่า ยังคงมีการเปิดรับข่าวสารเหมือนเดิม แต่พบว่า มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาบันเทิงมากกว่าเนื้อหาอื่น ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน การเปิดรับข่าวสารเพื่อผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนาน ก็เลือกที่จะเปิดรับจากการฟังวิทยุ หรือ ดูภาพยนตร์ เป็นต้น เพราะเป็นสื่อที่มีเนื้อหาสาระด้านความบันเทิงเป็นหลัก

ผลของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ทำให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและได้รับผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้คาดหวังเช่น ได้รับรู้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้รับรู้ปัญหาของคนอื่น ลดความกดดันจากสภาพสังคมรอบตัว ได้รับความเพลิดเพลิน เป็นต้น โดยสอดคล้องกับแบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ ของแคทซ์และคณะ (Katz, E. and Others, 1974) ที่อธิบายถึง ภาวะทางสังคมและจิตใจ ที่มีส่วนทำให้เกิดความต้องการในการบริโภคสื่อต่าง ๆ ตามความคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์จากสื่อที่เปิดรับ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจตามที่ต้องการและผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้คาดหวัง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของโรเซนเกรน (Karl Erik Rosengren, 1974) ที่อธิบายถึงความต้องการของบุคคล โครงสร้าง

สังคมและโครงสร้างสื่อมวลชน ที่ทำให้คนเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ โดยได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและมีผลย้อนกลับ ไปมีผลต่อ โครงสร้างของสังคมและ โครงสร้างสื่อมวลชนอีกครั้งหนึ่ง .

ข้อเสนอแนะ

เพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาถึงปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลกระทบต่อการใช้บริการของนิสิตนักศึกษา เช่น สภาวะความไม่ปกติทางการเมืองการปกครอง เกิดการปฏิวัติรัฐประหาร เป็นต้น
2. ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและค่านิยมในการใช้บริการของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครกับนิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัด
3. ศึกษาพฤติกรรมและค่านิยมในการบริการและใช้ประโยชน์ข่าวสารของประชากรกลุ่มอื่นๆในสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เช่น กลุ่มคนที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา, กลุ่มคนทำงานบริษัทและผู้ใช้แรงงานต่าง ๆ เป็นต้น

เพื่อนำไปปฏิบัติ

1. การบริการข่าวสารของนิสิตนักศึกษาเน้นหนักที่สื่อโทรทัศน์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเงื่อนไขเกี่ยวกับปริบทและช่วงเวลาโดยมักเปิดรับหลังจากเลิกเรียน สื่อโทรทัศน์ควรเพิ่มเนื้อหาสาระของรายการต่าง ๆ ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว เพื่อให้ตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น
2. สื่อต่าง ๆ ควรปรับปรุงในเรื่องของความน่าเชื่อถือในการนำเสนอ และแสดงความคิดเห็น โดยให้ความสำคัญกับเนื้อหา และความเที่ยงตรงมากขึ้น
3. สื่อต่าง ๆ ควรเสนอข่าวสารด้านการใช้ประโยชน์เชิงอรรถประโยชน์ โดยเพิ่มเนื้อหา ด้านอรรถประโยชน์เพื่อความรู้เพื่อเรื่องสติปัญญา มากกว่าข่าวสารด้านการใช้ประโยชน์เชิงสัจจะเช่น ตามกระแสนิยม เป็นต้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- จระไน แกลโกศล. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร** หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช , 2529 .
- เดนิส แมคเคลว และ สเวน วินคาหล. **แบบจำลองการสื่อสารสำหรับศึกษาการสื่อสารมวลชน.แปล**
โดย สวนิต ชมาภัย และ ระวีวรรณ ประกอบผล.กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย , 2537.
- พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์ . **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร** หน่วยที่ 1 - 8 .นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช , 2531.
- พัชญา พิทักษ์ไพรวิน และคณะ. **เดอะอินเทอร์เน็ต ฟอรั เอฟเวอร์วัน คู่มือสำหรับผู้ใช้และผู้ให้**
บริการ กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล, 2539.
- พัชนี เชขจรยา และคณะ. **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์** . กรุงเทพฯ : เบลโล่การพิมพ์ , 2538.
- พีระ จิรโสภณ. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร** หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,
2529.
- วิทยากร เขียงกุล และคณะ . **วิกฤติเศรษฐกิจไทย ผลกระทบจากการรับเงินกู้ IMF และ ทางออก**
สำหรับประชาชน . กรุงเทพฯ : ประพันธ์สาส์น , 2541.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้านคอมพิวเตอร์** : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย , 2543.
- สุพัตรา สุภาพ . **สังคมและวัฒนธรรมไทย: ค่านิยม : ครอบครั้ว : ศาสนา : ประเพณี** . กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช , 2528.
- สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ . **คู่มืออินเทอร์เน็ต** . กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น , 2538.
- สุวินัย ภรณวลัย. **เศรษฐกิจฟองสบู่ : บทเรียนและทางรอด** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,
2541.
- สิริพร สมบูรณ์บุรณะ. **วัฒนธรรมการบริโภค : แนวคิดและการวิเคราะห์** . กรุงเทพมหานคร : ไมลด์
พับลิชชิง , 2538.
- เสถียร เชขประทับ. **ศักยภาพของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ** . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย , 2530.

วิทยานิพนธ์

- กรรณิกา ศรีสวัสดิ์วิชัย. “การตัดสินใจซื้อและอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- ชูดภา ปุณณะหิตานนท์. “การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โน พร็อบเบิ้ลล์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ. เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิรตซ์ ของผู้ ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- จิตติมาศ เพ็ชรรัตน์. “การศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านและความต้องการเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์รายวัน ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตนิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2538.
- นพพร ปริบูรณ์. “การศึกษาความสนใจของนิสิตมหาวิทยาลัยในพระนครต่อเรื่องต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์รายวัน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต โสวัตต์ศึกษา บัณฑิต วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2509.
- นรินทร์ บุญชู. “การศึกษาความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษา อังกฤษของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บรรณารักษ์ ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2519.
- ประไพ กาศิบัติ. “ความสนใจทางการเมืองกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักศึกษา สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2538.
- สุชีลา เตชากวีวัฒน์พันธ์. “การศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยของนักศึกษา วิทยาลัยครูจันทระเกษม” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บรรณารักษ์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.
- สุภาพร อัทธกุลวัฒน์. “การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของประ ชาชนกรุงเทพมหานคร หลังการประกาศค่าเงินบาทลอยตัว” วิทยานิพนธ์ปริญญา โทมหาบัณฑิต วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- อรวรรณ วิจักขณะ. “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต การสื่อสาร มวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ภาษาอังกฤษ

Anita Taylor and Others. **Communicating**. New Jersey : Prentice -Hall , 1986.

Backstorm , C. H. and Hursh , G. D. **Survey Research**. North Western University Press, 1963.

Denis McQuail . **Mass Communication Theory : An Introduction**. 3 rd Edition . ,London :
SAGE , 1994 .

Jay Black and Jennings Bryant . **Introduction to Mass Communication** .IA :Wm. C. Brown ,
1992 .

Jay G. Blumler and Elihu Katz . **The Uses of Mass Communication Current Perspectives on
Gratifications Research** . London : SAGE , 1974 .

John V. PaVlik . **New Media Technology** . Mass. Allyn and Bacon , 1996 .

Stanley J. Baran and Dennis K. Davis. **Mass Communication Theory : Foundations Ferment
and Future**. CA :Wadsworth , 1995 .

ภาคผนวก

D
P
U

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน
ของนิสิตนักศึกษาในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ ต้องการทราบพฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน
ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในเขตกรุงเทพมหานคร

โปรดตอบคำถามตามสภาพความเป็นจริงของท่าน และขอความกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ
คำตอบที่ได้รับจะถือเป็นความลับ และจะไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ท่านต้องการเลือกคำตอบ หรือ เติมคำลงในช่องว่าง

- ชื่อสถาบันที่ท่านศึกษา
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
 สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
- สาขาวิชาที่ท่านศึกษา
 สาขาวิทยาศาสตร์ / วิศวกรรมศาสตร์
 สาขาบริหารธุรกิจ / เศรษฐศาสตร์
 สาขาสังคมศาสตร์ / มนุษยศาสตร์
- ปัจจุบันท่านศึกษาอยู่ชั้นปีที่
 ปี 1 ปี 2
 ปี 3 ปี 4 หรือ ปีสุดท้าย
- เพศ
 ชาย หญิง
- อาชีพของผู้มีรายได้หลักในครอบครัว (บิดา หรือ มารดา)
 ผู้บริหาร / พนักงานบริษัทเอกชน ครู / อาจารย์ / นักวิชาการ (ราชการ หรือ เอกชน)
 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบธุรกิจ หรือการค้าขายส่วนตัว (ทุกประเภท)
 วิชาชีพอิสระเช่นแพทย์ ทนายความ สถาปนิก พ่อค้าแม่ค้ารายย่อย
 รับจ้างแรงงาน ภาคเกษตร ธุรกิจ และอุตสาหกรรม อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้ของครอบครัว (ทั้งบิดา-มารดา) โดยเฉลี่ยต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 30,000 บาท
() 30,001 – 60,000 บาท () 60,001 – 90,000 บาท
() สูงกว่า 90,000 บาท ขึ้นไป

7. รายได้ หรือ ค่าใช้จ่ายที่ท่านได้รับ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 1,000 บาท () 1,001 – 2,000 บาท
() 2,001 – 3,000 บาท () 3,001 – 4,000 บาท
() 4,001 – 5,000 บาท () สูงกว่า 5,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ผลกระทบจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

1. ครอบครัวของท่านได้รับผลกระทบจากภาวะทางด้านเศรษฐกิจ ในด้านต่อไปนี้หรือไม่เพียงใด

ลักษณะผลกระทบ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ได้รับผลกระทบเลย
ด้านหน้าที่การงาน						
ด้านรายได้เงินเดือน						
ด้านการจับจ่ายใช้สอย (ค่าใช้จ่าย)						
อื่น ๆ โปรดระบุ.....						

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษา

1. โดยเฉลี่ยในรอบสัปดาห์ ท่านเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่อไปนี้บ่อยเพียงใด (โปรดใส่เครื่องหมาย / ในช่องคำตอบแต่ละสื่อ)

ประเภทสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแต่ละสื่อโดยเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์					
	ทุกวัน	เกือบทุกวัน (4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์)	2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์	สัปดาห์ ละครั้ง	น้อยกว่า สัปดาห์ ละครั้ง	ไม่เคย เปิดรับเลย
หนังสือพิมพ์						
นิตยสาร / วารสาร						
โทรทัศน์ (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11, ITV)						
เคเบิลทีวี (UBC)						
ภาพยนตร์ตามโรง						
วิดีโอ หรือ วีซีดี						
เทปเพลง หรือ ซีดีเพลงต่างๆ						
วิทยุสถานีต่างๆ						
คอมพิวเตอร์ - Internet						
คอมพิวเตอร์ E - mail						
เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ						

2. เปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ท่านคิดว่าปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ของท่านขณะนี้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ และโปรดระบุเหตุผลที่ตอบด้วย

- () เปลี่ยนแปลงโดยติดตามเปิดรับข่าวสารเพิ่มขึ้น^{มาก} ระบุเหตุผล.....
- () เปลี่ยนแปลงโดยเปิดรับข่าวสารเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ระบุเหตุผล.....
- () เหมือนเดิม ระบุเหตุผล.....
- () เปลี่ยนแปลงโดยเปิดรับข่าวสารลดลงเล็กน้อย ระบุเหตุผล.....
- () เปลี่ยนแปลงโดยเปิดรับข่าวสารลดลงมาก ระบุเหตุผล.....

5. ปกติ ในช่วงนี้ท่านติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจมากน้อยเพียงใด

- () มากที่สุด (เป็นประจำ)
- () มาก (บ่อยพอสมควร)
- () ปานกลาง
- () น้อย (นานๆ ครั้ง)
- () น้อยมาก (แทบไม่เคยเลย)

6. เปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะเศรษฐกิจวิกฤติ ท่านคิดว่า ปริมาณการติดตาม

ข่าวสารด้านเศรษฐกิจของท่านในขณะนี้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่

- () เหมือนเดิม
- () ติดตามเพิ่มขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย
- () ติดตามเพิ่มขึ้นกว่าเดิมมาก
- () ติดตามน้อยลงกว่าเดิมเล็กน้อย
- () ติดตามน้อยลงกว่าเดิมมาก

7. ข่าวสารด้านเศรษฐกิจประเภทใดที่ท่านติดตามมากที่สุด

- 1)
- 2)
- 3)

8. ในแต่ละวัน ท่านใช้เวลาในการเปิดรับสื่อต่อไปนี้ นานเพียงใด

ประเภทสื่อ	ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อต่อวัน				
	น้อยกว่า 15 นาที	15 - 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร / วารสาร					
วิทยุสถานีต่างๆ					
โทรทัศน์ช่องต่างๆ					
เคเบิลทีวี					
คอมพิวเตอร์ - Internet					
เกมอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ					
เพลงจากม้วนเทป หรือ ซีดี					
หนังจากวีดีโอ หรือ วีซีดี					

9. ปกติท่าน ดูภาพยนตร์ เฉลี่ยเดือนละกี่เรื่อง

- () น้อยกว่าหนึ่งเรื่อง
- () 2-3 เรื่อง
- () 4-5 เรื่อง
- () มากกว่า 5 เรื่องขึ้นไป

10. ประเภทของภาพยนตร์ ที่ท่านดูเป็นประจำ

- () ภาพยนตร์ไทย
- () ภาพยนตร์ต่างประเทศ
- () ภาพยนตร์การ์ตูน
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

11. เนื้อหาภาพยนตร์ ที่ท่านชอบ

- () หนังสืงประวัติศาสตร์
- () หนังสืงตื้นเต้นผจญภัย
- () หนังสืงเกี่ยวกับความรัก
- () หนังสืงชีวิต
- () หนังสืงตลก
- () หนังสืงผี
- () หนังสืงวัยรุ่น
- () หนังสืงประเทืองปัญญา
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

2. ในการเลือกเปิดรับสื่อ หรือข่าวสารต่างๆ นั้น ท่านให้น้ำหนักต่อปัจจัยต่างๆต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ปัจจัยในการเลือกเปิดรับสื่อ หรือ สาร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 เพราะความเด่นดังมีชื่อเสียงของสื่อ หรือ รายการนั้น					
2 เพราะเป็นสื่อ หรือ รายการที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการ					
3 เพราะเป็นสื่อ หรือ รายการที่มีสาระเอาไปใช้ประโยชน์ได้					
4 เพราะเป็นสื่อ หรือ รายการที่ใคร ไม่ติดตาม ต้องถือว่าเชย					
5 เพราะเป็นสื่อหรือรายการที่สร้างความทันสมัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี					
6 เพราะเป็นสื่อ หรือ รายการที่ประเทืองปัญญา ให้ความรู้ ความฉลาด					
7 เพราะเป็นสื่อ หรือ รายการที่สนุกสนานต้นต้น					
8 เพราะเป็นสื่อที่เปิดรับแล้ว ทำให้หันกระแส ไม่ให้ตกข่าว					
9 เพราะเป็นสื่อที่เพื่อนฝูง หรือ ใคร ๆ เปิดรับกันทั้งนั้น					
10 เพราะเป็นสื่อหรือรายการที่เปิดรับแล้วทำให้รู้สึกมีสถานภาพหรือมีระดับ					
11 เพราะเป็นสื่อ หรือ รายการที่ใครเปิดรับแล้วดูเท่ น่าชื่นชม					
12 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ส่วนที่ 5 ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อประเภทต่างๆ

1. โดยรวมๆ แล้ว สื่อต่อไปนี้นำเสนอข่าวสารต่างๆ ได้เที่ยงตรงเพียงใด

สื่อ	ความเที่ยงตรงในการเสนอข่าวสาร				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร / วารสาร					
โทรทัศน์					
วิทยุ					
ภาพยนตร์					
คอมพิวเตอร์ (Internet)					

2. โดยรวมๆ แล้ว สื่อต่อไปนี้ ท่านคิดว่านำเสนอความคิดเห็น และ ชี้นำได้ น่าเชื่อถือเพียงใด

สื่อ	ความน่าเชื่อถือในการแสดงความคิดเห็น หรือ ชี้นำ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร / วารสาร					
โทรทัศน์					
วิทยุ					
ภาพยนตร์					
คอมพิวเตอร์ (Internet)					

3. สื่อต่อไปนี้ให้ความรู้ความเข้าใจได้ดีเพียงใด

สื่อ	ระดับการให้ความรู้ความเข้าใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร / วารสาร					
โทรทัศน์					
วิทยุ					
ภาพยนตร์					
คอมพิวเตอร์ (Internet)					

4. โปรดจัดอันดับ ความน่าเชื่อถือ ที่ท่านมีต่อสื่อต่างๆ โดยรวม

(เรียงลำดับ 1 - 6 โดยใส่หมายเลขหน้าคำตอบ)

- () หนังสือพิมพ์
- () นิตยสาร / วารสาร
- () โทรทัศน์
- () วิทยุ
- () ภาพยนตร์
- () คอมพิวเตอร์ (Internet)

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

ประวัติผู้เขียน

นายวิโรจน์ ศิริเคารพ เกิดเมื่อวันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2506 ที่จังหวัดชลบุรี สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต จากคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2529

ประวัติการทำงาน ได้เข้าทำงานเป็นผู้ช่วยบรรณาธิการ บริษัทหนังสือพิมพ์หุ้นไทย จำกัด ในปี พ.ศ. 2530 ต่อมาปี พ.ศ. 2532 ได้เข้าทำงานเป็นผู้ช่วยบรรณาธิการ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชนรายวันบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) และตั้งแต่ปีพ.ศ. 2533 ถึงปัจจุบันทำงานที่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ตำแหน่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และได้เข้าศึกษาในระดับปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เมื่อปี พ.ศ. 2539