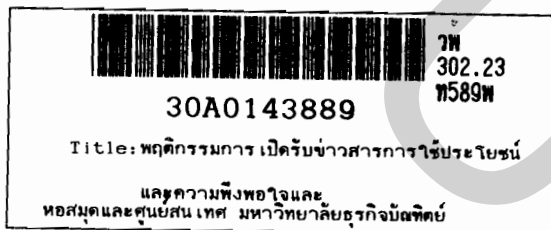




พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การไร้ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัย
ประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543

นายทูลเกล้า คงนุ้ม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2544

ISBN 974-281-634-4

**MEDIA EXPOSURE BEHAVIOR USES AND GRATIFICATION AND
FACTORS IN THE DECISION-MAKING OF BANGKOK GOVERNOR
ELECTION IN 2000 A.D.**

MR. Tulklao Kongnum

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement
for the Degree of Master of Arts
Department of Business Communication Arts
Graduate School , Dhurakijpundit University
2001**

ISBN 974-281-634-4

0143889
8 B.P. 2544
PN
301.23
7589W
P2



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัย
ประกอบการศึกษาการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543

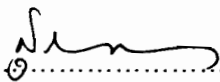
เสนอโดย นายทูลเกล้า คงนุ้ม

สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

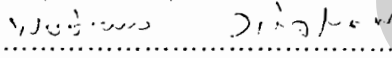
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

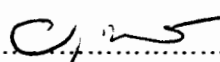
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ

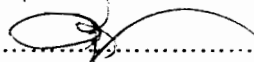
(ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร.พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร)

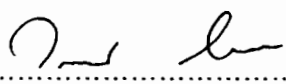
..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(รศ.อรนุช เลิศจรรยาวัณ)

..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย

(อาจารย์อรุณ งามดี)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รศ.ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ)

วันที่ 14 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2544

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรธุรกิจ โดยทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 ของประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และอาชีพ ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามหรือเป็นการวิจัยเชิงสำรวจเป็นหลักวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากศาสตราจารย์สุกัญญา สุกบรรทัด อาจารย์อรุณ งามดี รองศาสตราจารย์อรุณช เลิศจรธารักษ์ และดอกเตอร์พงษ์เทพ วรภิกโกภาทร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้า นอกจากนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณผู้มีพระคุณแก่ข้าพเจ้า คือ บิดา และมารดาของข้าพเจ้าจากนี้ต้องขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ทุกท่านด้วย ขอขอบคุณญาติพี่น้อง มิตรสหายของข้าพเจ้าทุกๆ คน ที่เป็นกำลังใจให้แก่ข้าพเจ้ามาโดยตลอดนอกจากนี้ต้องขอขอบคุณอาจารย์สุรางคณา ณ นคร ผู้ให้ความช่วยเหลือแก่ข้าพเจ้าตลอดมา และข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ข้าพเจ้าทุกๆ คนที่มีได้ระบุนามไว้ ณ ที่นี้ด้วย ข้าพเจ้าหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างยิ่งสืบเนื่องต่อไป

ชุลเกล้า คงนุ้ม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๙
กิตติกรรมประกาศ	๗
สารบัญ	๗
สารบัญภาพ	๘
สารบัญตาราง	๘
บทที่ 1	
บทนำ	1
ความเป็นมาของปัญหา	1
ปัญหาการวิจัย	3
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร	7
แนวคิดและทฤษฎีจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร	12
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	
ระเบียบวิธีการวิจัย	35
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
แบบแผนการสุ่มตัวอย่าง	35
ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย	38
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือในการศึกษา	38
การทดลองความถูกต้องของเครื่องมือ	39
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	42
กรอบแนวความคิดความสัมพันธ์ของตัวแปร	43
 บทที่ 4	
ผลการวิจัย	44
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	44
ตอนที่ 2 การแจกแจงพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร	49
ตอนที่ 3 การแจกแจงการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง	
ผู้ว่าฯกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543	53
ตอนที่ 4 การแจกแจงความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง	
ผู้ว่าฯกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543	56
ตอนที่ 5 การแจกแจงความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อ	58
ตอนที่ 6 การแจกแจงการออกไปใช้สิทธิการเลือกตั้ง	63
การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ใช้สถิติ (Chi-Square)	
ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร	
การเลือกตั้งผู้ว่าฯกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543	65
การเปิดรับสื่อมวลชน	65

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	72
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	93
ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์	101
ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ	106
ความสัมพันธ์ของการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร	108
การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ใช้สถิติ (Oneway ANOVA)	
เปรียบเทียบพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	109
เปรียบเทียบพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	113
เปรียบเทียบพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	114
เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสาร	116
เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร	120
บทที่ 5	
สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ	125
สรุปผลการวิจัย	126
อภิปรายผลการวิจัย	132
ข้อเสนอแนะทั่วไป	136
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	137
บรรณานุกรม	138
ภาคผนวก	142
แบบสอบถามการวิจัย	143
ประวัติผู้เขียน	167

สารบัญภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1 แสดงให้เห็นถึงกระบวนการรับรู้	13
2 แบบจำลองทฤษฎีการกำหนดควาระของ Cecker, McCombs และ Melord	18
3 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของ Katz และคณะ	26
4 กรอบแนวความคิดเพื่อดูความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย	43

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนพื้นที่และประชากรผู้มีสิทธิเลือกตั้ง	37
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	44
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	45
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา	46
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	46
6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	47
7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	48
8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน	49
9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อบุคคล	50
10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อเฉพาะกิจ	51
11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร	53
12 แสดงผลทดสอบการใช้ประโยชน์	55
13 แสดงผลทดสอบเรื่องสถานที่เลือกตั้ง	55
14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจ	56
15 แสดงผลความพึงพอใจ	57
16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจที่ได้รับสื่อ	58
17 จำนวนและร้อยละระดับความพึงพอใจ จำแนกตามสื่อมวลชน	59
18 จำนวนและร้อยละระดับความพึงพอใจ จำแนกตามสื่อบุคคล	60
19 จำนวนและร้อยละระดับความพึงพอใจ จำแนกตามเฉพาะกิจ	61
20 แสดงผลสื่อที่ให้ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสาร	62
21 แสดงผลการออกไปใช้สิทธิ	63
22 แสดงผลการออกไปใช้สิทธิ จำแนกตามสาเหตุ.....	63
23 แสดงผลการไม่ออกไปใช้สิทธิ จำแนกตามสาเหตุ	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
24 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	65
25 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	66
26 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	67
27 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้	67
28 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากวิทยุเรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามศาสนา	68
29 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากวิทยุเรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	69
30 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์เรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	70
31 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากภาพยนตร์เรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส	71
32 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารเรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	71
33 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารเรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามศาสนา	72
34 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับคนในครอบครัว เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	73
35 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับคนในครอบครัว เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
49 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับผู้นำท้องถิ่นเรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส	85
50 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่,นักวิชาการ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	85
51 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่,นักวิชาการ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	86
52 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่,นักวิชาการ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามศาสนา	87
53 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่,นักวิชาการ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	88
54 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่,นักวิชาการ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้	89
55 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	90
56 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	91
57 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส	92
58 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากการคุยกับเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามศาสนา	92
59 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากป้ายโฆษณา เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	93
60 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	94
61 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
62 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	95
63 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากป้ายโปสเตอร์ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	96
64 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากใบปลิว เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	97
65 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากใบปลิว เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามศาสนา	97
66 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากใบปลิว เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	98
67 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากแผ่นพับ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	98
68 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากแผ่นพับ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	99
69 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากวารสารแนะนำตัว เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	100
70 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	100
71 ความสัมพันธ์พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	101
72 ความสัมพันธ์การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ประกอบการตัดสินใจ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	102
73 ความสัมพันธ์การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ประกอบการตัดสินใจ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	102
74 ความสัมพันธ์การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ประกอบการตัดสินใจ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
75 ความสัมพันธ์ความพึงพอใจจากข่าวสาร ประกอบการตัดสินใจ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา	104
76 ความสัมพันธ์ความพึงพอใจจากข่าวสาร ประกอบการตัดสินใจ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้	105
77 ความสัมพันธ์แสดงประ โยชน์ที่ได้รับจากข่าวสารกับพฤติกรรมเปิดรับสื่อมวลชน เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	106
78 ความสัมพันธ์ความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อมวลชน เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	107
79 ความสัมพันธ์ความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อบุคคล เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	108
80 ความสัมพันธ์การใช้ประ โยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสาร เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	109
81 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน จำแนกตามการศึกษา	110
82 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน การศึกษาต่างกัน.	110
83 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน สถานภาพต่างกัน	111
84 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนระหว่างสถานภาพ.	111
85 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน จำแนกตามศาสนา	112
86 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ระหว่างตามศาสนา.....	112
87 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา	113
88 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลระดับการศึกษาต่างกัน	114
89 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามการศึกษา	114
90 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ระดับการศึกษาต่างกัน	115
91 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามอาชีพ	115
92 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ อาชีพต่างกัน	116
93 แสดงการเปรียบเทียบประ โยชน์ที่ได้รับจากข่าวสาร การศึกษาต่างกัน	117
94 แสดงการเปรียบเทียบประ โยชน์ที่ได้รับจากข่าวสาร ระหว่างกลุ่มการศึกษา.....	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
95	แสดงการเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสาร ตามอาชีพ ต่างกัน	118
96	แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ระหว่างอาชีพ	119
97	แสดงการเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสาร จำแนกตามรายได้	119
98	แสดงการเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสาร รายได้ต่างกัน	120
99	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร จำแนกตามการศึกษา	121
100	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร การศึกษาต่างกัน	121
101	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร อาชีพต่างกัน	122
102	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร ระหว่างกลุ่มอาชีพ	123
103	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร รายได้ต่างกัน	123
104	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร ระหว่างกลุ่มรายได้	124

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัยประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543
ชื่อนักศึกษา	นายทูลเกล้า คงนุ้ม
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2543

บทคัดย่อ

- การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 มีวัตถุประสงค์ดังนี้
1. เพื่อศึกษาให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
 2. สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543
 3. เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 ของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง
 4. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจจากข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 ของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง
 5. เพื่อศึกษาให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ (เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้) ของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ.2543 กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 จำนวน 421 คน ในพื้นที่ 5 เขตของกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งได้แก่ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ปีพ.ศ.2543 แตกต่างกัน กล่าวคือ การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ศาสนาพุทธ เปิดรับ
ข่าวสารเรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 จากสื่อมวลชน ประเภทวิทยุโทร
ทัศน์ มากที่สุด การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจคือ ป้ายโฆษณา อาชีพข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ เปิดรับมากที่สุด
และ สื่อบุคคลได้แก่ การคุยกับคนในครอบครัว ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษามีการพูดคุย
หรือเปิดรับมากที่สุด และศาสนาที่นับถือคือ นับถือศาสนาอิสลาม

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์
และความพึงพอใจ เรื่องการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 แตกต่างกัน กล่าวคือ ระดับ
การศึกษาผู้ที่จบสูงกว่าปริญญาตรี มีอาชีพ ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ มีระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาท/
เดือน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานครปี พ.ศ.
2543 โดยเฉลี่ยแล้วการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง

Thesis Title	Media Exposure Behavior for Uses and Gratification and Factors in the Decision-Making of Bangkok Governor Election in 2000 A.D.
Name	Mr. Tulklao Kongnum
Thesis advisor	Dr. Pongthep Vorakitpokatorn
Department	Business Communication Arts
Academic Year	2000

Abstract

The objectives of the research on “Media Exposure Behavior for Uses and Gratification and Factors in the Decision-Making of Bangkok Governor Election in 2000A.D.” are:

1. To examine the exposure behavior to mass media, interpersonal media and specific media of the voters of Bangkok Governor in 2000 A.D.
2. To study the uses of information from mass media, interpersonal media and specific media in the decision-making of the voters of Bangkok Governor in 2000 A.D.
3. To study the gratification of information from mass media, interpersonal media and specific media in the decision-making of the voters of Bangkok Governor in 2000 A.D.
4. To examine the relationship between social and economic factors (sex, age, education, marital status, profession and income) of the voters and their exposure behavior to the media for uses and gratification in the decision-making of Bangkok Governor Election in 2000 A.D.

This is a survey research, using questionnaires as research tool. The data are collected and assessed from a total of 421 people living in Bangkok who have the right to vote for the Bangkok Governor in the year 2000. These people are selected from 5 districts of Bangkok.

The findings of the research are as follows. The difference in social and economic factors, namely, educational level, marital status and profession result in the difference in media exposure behavior regarding the Bangkok Governor Election of 2000 A.D.

That is, the people with Bachelor's degree, single, Buddhist are exposed to information about the Bangkok Governor Election of 2000 A.D. from the mass, particularly radio and television, the most. Those who work for the government and state

enterprise are exposed to specific media, particularly billboard, the most. The Islamic people with primary education are exposed to interpersonal media, i.e. family members, the most.

In addition, it is found that the difference in social and economic factors result in the difference in the uses and gratification regarding the Bangkok Governor Election of 2000 A.D. That is, the people who hold post-graduate degree, work for the government or state enterprise with a monthly income of over 20,000 bath respond to the uses and gratification regarding the Bangkok Governor Election of 2000 A.D. the most. In all, the uses and gratification are at an average level.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าของวิทยาการสารสนเทศ ซึ่งมีพื้นฐานการที่จะนำไปสู่ความเป็นสังคมข่าวสาร เป็นเหตุให้ข่าวสารถูกถ่ายทอดและไหลเวียนไปเพื่อความเข้าใจและประสานความสัมพันธ์ในสังคม ทำให้เกิดการ พัฒนาและแก้ปัญหา ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ ของประเทศให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อ จะไปสู่เป้าหมาย ฉะนั้นการสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีบทบาทช่วยในการสนับสนุนเพื่อให้เกิด การพัฒนาของมนุษย์ และตัดสินใจที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อ สิ่งพิมพ์ต่างๆ สื่อบุคคล ตลอดจนสื่ออื่นๆ

เนื่องจากสื่อมวลชนมีบทบาทในการพัฒนาความคิดของมนุษย์ ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดทัศนคติ และโลกทัศน์ที่กว้างขึ้น ระดับการพัฒนาความคิดขึ้นอยู่กับระดับการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารด้วย หากเข้าถึง และใช้สื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้เกิดการพัฒนาความคิดในด้านใดด้านหนึ่งอย่างแน่นอน ประกอบกับ ความเจริญทางเทคโนโลยีทางการสื่อสารช่วยให้สื่อมวลชนสามารถเข้าถึงแพร่กระจายถึง ประชาชนทุกระดับ ทุกองค์กร ได้อย่างรวดเร็ว (ชม ภูมิภาค, 2524, น. 626) สื่อมวลชนจึงเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม กระตุ้น ให้ประชาชนตื่นตัวในการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดจากข่าวสารที่ได้รับเพื่อ พัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมให้ดียิ่งขึ้น

การสื่อสารที่ได้ผล ลักษณะสำคัญประการหนึ่งคือ การส่งสารและการรับสารต้องให้สอดคล้องกัน ทั้งทางด้านผู้ส่งสารและผู้รับสาร การสื่อสารนั้นก็ล้มเหลว ถ้าผู้รับสารไม่ได้ให้ความสนใจกับเรื่องที่ผู้ส่ง สารสื่อสารด้วยในเรื่องนั้นๆ อย่างเช่น การรณรงค์ให้ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ออกไปใช้สิทธิในการเลือก ตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 แต่ประชาชนไม่ได้ให้ความสนใจในข่าวสาร ก็จะทำให้ไม่ได้รับ ความร่วมมือในการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ขาดจิตสำนึกในการใช้สิทธิเลือกตั้ง ทำให้ส่วนใหญ่การสื่อสาร ประสบความล้มเหลวหรือไม่ได้ผลเท่าที่เป็นที่น่าพอใจ

ดังนั้นกระบวนการสื่อสารดังกล่าว อาจมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความก้าว หน้าของสังคมมนุษย์ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ปัจจุบัน กระบวนการสื่อสารจึงจำเป็นต้องอาศัยความ ร่วมมือของบุคคลหรือสถาบันด้วย เพื่อความเข้าใจกันเป็นประการสำคัญ

อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนเป็นเพียงเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารความรู้และกระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นบางอย่างกับประชาชนเท่านั้น จะทำหน้าที่นอกเหนือจากนั้นค่อนข้างลำบาก แต่จะให้ได้ผลในเชิงการสื่อสาร โน้มน้าวใจหรือให้เกิดผลถึงขั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ควรทำร่วมกับสื่อบุคคล

(อรรถวธ ปิตินธน์โอวาท, 2537, น. 186) เพราะส่วนใหญ่สังคมไทยประชาชนยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา โดยเฉพาะแล้วชาวชนบทยังมีระดับการศึกษาค่อนข้างต่ำ อันเป็นอุปสรรคใหญ่หลวงในการเข้าถึงสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสารและหนังสืออื่นๆ สื่อที่เข้าถึงและเป็นที่ยอมรับมากที่สุดจึงได้แก่ วิทยุ ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกในการรับข่าวสารได้โดยการรับฟังเพียงอย่างเดียว ไม่ต้องอาศัยความสามารถในการอ่านแต่อย่างใด

ยังมีอีกสื่อที่มีความสำคัญสำหรับใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชนหรือกลุ่มบุคคล สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่า “สื่อเฉพาะกิจ” (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งตีพิมพ์ (Printed Media) ประเภทต่างๆ

สำหรับในการศึกษารุ่นนี้สื่อเฉพาะกิจที่ผู้สมัครรับการเลือกตั้งฯ ได้แก่ ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ ใบปลิว วารสารแนะนำตัว เป็นต้น

ฉะนั้นผู้รับสารก็จะเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนเองสามารถเข้าใจได้ง่ายจากสื่อต่างๆ ในเรื่องราวที่ตนเองสนใจและสอดคล้องกับประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสารตามความต้องการ เพื่อตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของตนเอง

ผลของการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารนั้นจะต้องให้ความสำคัญต่อบุคคลเป้าหมายหรือผู้รับสารด้วย เพราะบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารต่างกัน (พัชนี เษยจรยา, 2538, น. 185) ซึ่งผู้ส่งสารสามารถศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับสารในแง่ต่างๆ ได้ เช่น ประสิทธิภาพ อาชีพ รายได้ บทบาทและสถานภาพทางสังคม ชมรมสโมสรที่เป็นสมาชิกอยู่ ทัศนคติ ความเชื่อ ความคาดหวัง ความสนใจ ลักษณะบุคลิกนิสัย ของผู้รับสาร เป็นต้น

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อของผู้รับสาร เป็นกระบวนการที่สำคัญมาก ที่จะทำให้ทราบว่าประชาชนมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเป็นอย่างไร และในการศึกษารุ่นนี้ จะศึกษาถึงพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสารที่เปิดรับโดยอาศัย สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพราะสื่อทั้งสามประเภทนี้มีบทบาทในฐานะที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในด้านความคิด ความรู้ ทัศนคติและ พฤติกรรมต่างๆ อันจะนำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 ครั้งนี้

สำหรับปัญหาที่น่าสนใจในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และปัจจัยประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543” สิ่งที่จะนำมาศึกษาในครั้งนี้คือ ประชาชนผู้รับสารมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เป็นอย่างไร ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัย ที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารในเรื่องเกี่ยวกับการเลือก

ตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 ที่ผู้รับสารคาดหวังไว้จากสื่อ และผู้รับสารนั้นได้รับการตอบสนองเพียงใด เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

การพิจารณาการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 ผู้ศึกษามีความสนใจต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ.2543 ซึ่งมุ่งอธิบายปัจจัยต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ พบว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ประการ คือ

ประการแรก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้

ประการที่สอง ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง เช่น การรับรู้ข่าวสารทางการเมือง เป็นต้น

ปัญหานำการวิจัย

1. ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพ ปี พ.ศ. 2543 จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ อย่างไร
2. ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ได้นำข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจ ไปใช้ประโยชน์ประกอบการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 อย่างไร
3. ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง มีความพึงพอใจข่าวสารการเลือกตั้งฯ ที่ได้รับจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 อย่างไร
4. ประชาชนมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 นั้นแตกต่างกันหรือไม่ เมื่อวิเคราะห์ตามปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมคือ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพและระดับรายได้ ของผู้ที่ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543

2. เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 ของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

3. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจจากข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 ของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

4. เพื่อศึกษาให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ (เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้) ของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมด้าน เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมด้าน เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

3. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมด้าน เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเลือกตั้งฯ

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมด้าน เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกัน

5. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมด้าน เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน การใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งฯ แตกต่างกัน

6. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมด้าน เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน ความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีเป้าหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าได้นำประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ผลิตขึ้น เพื่อแนะนำตัวและหาเสียง ในการเลือกตั้ง เพื่อให้ประชาชนประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ณ.วันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ.

2543 ผู้วิจัยแบ่งพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อทำการวิจัยเป็น 4 เขต คือ กรุงเทพมหานครชั้นใน ได้แก่ เขตพระนครและเขตธนบุรี กรุงเทพมหานครเขตต่อเมืองทางทิศตะวันออก ได้แก่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานครเขตต่อเมืองทางทิศตะวันตก ได้แก่ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครเขตชานเมืองตะวันออก ได้แก่ เขตมีนบุรี

ผู้ทำวิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อทำการศึกษาในครั้งนี้ โดยจะแจกแบบสอบถามเพื่อให้ประชาชนกรอกแบบสอบถามก่อนมีการเลือกตั้ง 5-7 วัน เพราะว่า ประชาชนจะได้รับข้อมูลข่าวสาร จาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ได้มากที่สุด และนำประโยชน์และความพึงพอใจ ประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

เนื่องจากการทำวิจัยครั้งนี้ เป็นกรณีศึกษา จึงทำการศึกษาเฉพาะ การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

ข้อจำกัดในการวิจัยจากการศึกษาได้แก่ เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีเกณฑ์ ศาสนามาเป็นตัววัดด้วย จึงมีการเจาะเลือกเขตพื้นที่ ที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่หนาแน่น

นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความถี่ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เรื่องที่ผู้รับสารให้ความสนใจและต้องการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

สื่อมวลชน หมายถึง หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร วารสาร

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่จัดทำขึ้นในกรณีพิเศษ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการเลือกตั้งและเผยแพร่ข่าวสารให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร เกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 ได้แก่ ป้ายโฆษณา ใบปลิว ป้ายประกาศ ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ ไปสเตอร์ วารสารแนะนำตัว แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต สติกเกอร์ เสื้อ พัด เป็นต้น

สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลที่ได้รับความเชื่อถือจากบุคคลอื่นในสังคม สามารถถ่ายทอดข่าวสาร เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและมีอิทธิพลชักจูงผู้รับสารให้คล้อยตามได้ คือ ผู้นำความคิดเห็น ได้แก่ ผู้นำท้องถิ่น หัวหน้าชุมชน หัวหน้าคณะ คนในครอบครัว เพื่อนฝูง กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครู ข้าราชการผู้ใหญ่ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ตามเขตต่างๆ เป็นต้น

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ ทั้งด้านความคิดและการปฏิบัติ โดยอาจมีระดับที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการตอบสนองของผู้รับสารที่มีต่อการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งออกมาในรูปของระดับความพึงพอใจหรือความชอบ ความเชื่อถือที่มีต่อข่าวสารในเรื่องเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 ที่ต้องการจากสื่อ โดยแบ่งระดับความพึงพอใจ คือ มากที่สุด-มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งแตกต่างกันแต่ละบุคคล

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจ หมายถึง ปัจจัยที่นำมาประกอบเพื่อใช้พิจารณาทั้งในแง่ความคิดและการปฏิบัติ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเช่น การติดตามข่าวสารทางการเมือง การรับรู้ข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยให้ทราบว่า ประชาชนมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัยประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

2. ทำให้ทราบว่า ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับ และนำประโยชน์ไปใช้ และเกิดความพึงพอใจ ประกอบการตัดสินใจไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 เป็นไปในลักษณะใด เมื่อวิเคราะห์ตามปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ

3. ช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจความหมายและบทบาทของสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ ว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

4. นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ ทั้งทางด้านวิชาการ และในทางปฏิบัติจริงต่อหน่วยงานในสังกัดของกรุงเทพมหานคร และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลไปใช้ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในครั้งต่อไป

5. ทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ใช้นำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการใช้ประโยชน์ และการพึงพอใจ ประกอบการตัดสินใจ ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543” ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย ค้นคว้าตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร
3. แนวความคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

การสื่อสารนับเป็นกระบวนการที่สำคัญยิ่งสำหรับสังคมมนุษย์ มนุษย์สื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจ และทำให้สังคมมนุษย์เกิดการพัฒนาและมีความเจริญก้าวหน้า จนสามารถที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรมให้แก่คนรุ่นหลังได้ และที่สำคัญทำให้มนุษย์มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน

การสื่อสารมีศัพท์บัญญัติ ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า communication คำว่า communication มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า communis มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า commonness แปลว่าความเหมือนกัน ความร่วมกัน ดังนั้นจึงหมายถึง ความร่วมกัน ความเหมือนกัน การสื่อสารจึงเป็นการสร้างความร่วมกัน ความเหมือนกัน (Wilbur Schramm, 1960,p.3.)

การสื่อสารนั้นหากจะพิจารณาคำในภาษาไทย จะเห็นว่าประกอบด้วยคำสำคัญอยู่ 2 คำ คือ สื่อ และสาร สื่อ หมายถึงตัวกลาง ตัวที่จะนำพาบางสิ่งจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง สารตรงกับภาษาอังกฤษว่า Message เป็นข่าว ความคิด หรือความรู้ที่จะให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบ

ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นการนำสารที่อาศัยสื่อจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง หรือจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจตรงกัน หรือหมายถึงการส่งสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเพื่อให้เข้าใจตรงกัน

กระบวนการสื่อสารโดยทั่วไปจะประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการ

1. แหล่งข่าวสารหรือผู้ส่งสาร (Source communication)
2. สาร (Message)
3. ช่องทางหรือสื่อ (Channel or Medium)
4. จุดหมายปลายทางหรือผู้รับสาร (Destination or Receiver)

องค์ประกอบการสื่อสารมีสาระสำคัญพอที่จะอธิบายได้ดังนี้ (สมควร กวียะ, บรรณาธิการ, 2530, น.12-15)

1. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) หมายถึง แหล่งกำเนิดของสารหรือผู้ที่เลือกสารเกี่ยวกับความคิดหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น แล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารนี้อาจเป็นบุคคลธรรมดาเพียงคนเดียวหรือคณะบุคคลหลายคนทำงานด้วยกัน เช่น กลุ่มนักข่าวโทรทัศน์ หรืออาจเป็นสถาบันและองค์การ ก็ได้ เช่น สำนักงานหนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ หรือ โรงถ่ายภาพยนตร์ เป็นต้น

การสื่อสารจะบรรลุผลดี ถ้าหากว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีทักษะ ทักษะ และความรู้ในระดับเดียวกันหรือใช้ใกล้เคียงกัน และอยู่ในระบบสังคมและวัฒนธรรมเดียวกัน

2. สาร (Message) หมายถึง สิ่งเร้า หรือสารเรื่องราวที่ส่งออกไปจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสาร Message อาจเป็นความคิด (Idea) หรือเรื่องราวที่ส่งผ่านไปตามสื่อ message ถือว่าเป็น “ผลิตภัณฑ์” ของ ผู้ส่งสารในรูปแบบที่สามารถส่งไปตามสื่อได้ ผลิตภัณฑ์นี้ได้มาจากเหตุการณ์และวัตถุสิ่งของที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันหรือจากความคิดก็ได้ ตัวอย่างเช่น ในการพูด คำพูดนั้น ถือว่าเป็นสาร ในการเขียนการเขียนก็ถือว่าเป็นสาร ในการวาดรูป ภาพที่วาดนั้นคือสารหรือการเสนอข่าวทางหนังสือพิมพ์ข่าวและคำอธิบายข่าวถือว่าเป็นสาร

ถ้าวิเคราะห์องค์ประกอบของสาร message โดยทั่วไปจะพบว่ามีส่วนประกอบ 3 ประการ คือ สัญลักษณ์ของสาร (message code, or symbol of signal) เนื้อหาของสาร (message content) และการเลือกและจัดลำดับสาร (message treatment) องค์ประกอบทั้งหมดนี้สามารถแยกวิเคราะห์ออกไปอีกลักษณะของปัจจัยย่อย (element) และ โครงสร้าง (structure) ตัวอย่าง เช่น สัญลักษณ์ของสารส่วนใหญ่ได้แก่ ภาษาซึ่งมีปัจจัยย่อยเป็นศัพท์ต่างๆ และมีโครงสร้างการรวมศัพท์เหล่านี้เป็นวลีหรือประโยคอย่างมีความหมาย เช่น ประโยค “ไม่มีการสื่อสารใดในโลกนี้สมบูรณ์” ย่อมประกอบด้วยคำศัพท์และการเอาศัพท์เข้าเป็นโครงสร้างรูปประโยค ภาษา (ไทย) ที่ใช้ทั้งหมดเป็นสัญลักษณ์

คำว่า message ในความหมายที่ใช้ทั่วไปในการติดต่อสื่อสารนั้นมักหมายถึง “เนื้อหาของสาร” มากกว่า เนื้อหาของสารนั้นก็หมายถึง “ข้อความ” ที่ผู้ส่งสารเลือกใช้เพื่อสื่อความหมายตามที่ต้องการ ทั้งนี้ อาจคลุมถึงข้อเสนอ บทสรุป และความเห็นต่างๆ ที่ผู้ส่งสารแสดงออกมาในข่าวสารนั้นๆ ส่วนที่เกี่ยวกับสัญลักษณ์ของสารนั้น และมักจะอ้างอิงในการวิยภาษาของข่าวสาร การเลือกสรรข่าวสาร ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการบรรณาธิการข่าวสาร (editing) และการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสาร

3. สื่อ (Media or Medium)

ในกระบวนการสื่อสาร คำว่า “สื่อ” (Media or medium) ใช้กันในความหมายต่างๆ มากมาย จนทำให้เข้าใจไขว้เขวได้ง่าย ถ้าพิจารณาจากการใช้ทั่วไป สื่อในทางสื่อสารหมายถึงสิ่งต่อไปนี้

1.) วิธีการเข้ารหัสและถอดรหัสข่าวสาร (modes of encoding and decoding messages)

2.) พาหนะที่นำข่าวสาร (message – vehicle)

3.) ตัวที่นำพาหนะนั้นไป (vehicle – carriers)

การค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับ “สื่อ” (Media) ทั่วไปมักจะแบ่งสื่อออกเป็นสองประเภท คือ สื่อมวลชน และสื่อระหว่างบุคคลหรือตัวต่อตัว หรือมักถือเอาแหล่งกำเนิดของสาร (source) เป็นเกณฑ์ มักแบ่งสื่อออกเป็นสื่อประจำท้องถิ่น และสื่อภายนอก

เป็นที่น่าสังเกตว่าการค้นคว้าวิจัยทางสื่อสารมวลชนจำนวนไม่น้อยที่จำกัดขอบเขตอยู่เฉพาะ “สื่อมวลชน” เท่านั้น ไม่ได้คำนึงถึง “เนื้อหาของสาร” และองค์ประกอบอย่างอื่นด้วย

กล่าวอีกนัยหนึ่ง สื่อมวลชนมักใช้เป็นเครื่องชี้ของกระบวนการสื่อสารมวลชนทั้งหมด นับว่าเป็นข้อบกพร่องอย่างหนึ่งในการวิจัยสื่อสารมวลชน โดยทั่วไปแล้วมักเรียกตัวแปรของสื่อมวลชนนี้ว่า “การเปิดรับสื่อมวลชน” (exposure to mass media)

4. ผู้รับสาร (Receiver or Destination) หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึงอาจเป็นบุคคลธรรมดาที่กำลังรับฟัง ดู หรืออ่านข่าวสาร หรือเป็นสมาชิกของกลุ่ม เช่น ผู้ดูโทรทัศน์ หรือผู้ฟังคำบรรยาย เป็นต้น หรือไม่ก็เป็น “มวลชน” (Mass audience) เช่น ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ หรือฟังวิทยุ เป็นต้น

ในกระบวนการสื่อสารทั่วไป ผู้รับสารทำหน้าที่เป็นคนถอดรหัสข่าวสารที่ส่งมาจากแหล่งสารด้วย ดังนั้น receiver กับ decoder จึงมักเป็นคนเดียวกัน อาจมีข้อยกเว้นบางกรณีที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน ผู้รับข่าวสารอาจไม่สามารถถอดรหัสสารเองได้ ต้องอาศัยคนอื่นเป็น decoder ให้ เช่น คนอ่านหนังสือไม่ออกต้องช่วยให้คนอื่นอ่านและแปลให้ฟัง

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดด้านการสื่อสาร สรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการ 2 ทาง (two – way process) ในการสื่อความหมายของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะการส่งและรับสารในสภาพแวดล้อมหนึ่งๆ โดยมีองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์กันเสมอ

ดังนั้นกระบวนการด้านการสื่อสารจึงเป็นพื้นฐานในการส่งสารเพื่อที่จะให้เกิดความรู้ความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เช่นเดียวกับผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ในฐานะผู้ส่งสาร เพื่อหาเสียงให้ตนเอง โดยใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือส่งสาร จะส่งสารเพื่อให้

ประชาชนทราบและรับรู้ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 ประชาชนในฐานะผู้รับสารเมื่อได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ นิตยสาร ตลอดจนสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น ผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงการกำหนดเนื้อหาข่าวสารให้สอดคล้องกับสื่อชนิดต่างๆ แล้ว จะต้องพิจารณาการเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้รับสารด้วย

จากการศึกษาถึงกระบวนการสื่อสาร กระแสข่าวสารในกระบวนการของสื่อมวลชน จากสถาบันทางสื่อมวลชน เมื่อข่าวสารถูกเผยแพร่หรือถูกส่งออกไปนั้น จะถึงตัวผู้รับสารทันทีหรือไม่ และข่าวสารนั้นมีอิทธิพลต่อบุคคลผู้รับสารในลักษณะใด เป็นการไหลเวียนข่าวสารเพราะ สื่อมวลชนไม่ได้เข้าถึงผู้รับสารโดยตรงทุกคน และผู้รับสารทุกคนก็ไม่ได้รับสารจากสื่อมวลชนเพียงแหล่งเดียวเท่านั้น ซึ่งอาจสรุปเป็นทฤษฎีต่างๆ ดังนี้ (อรวรรณ ปิลาธน์โอวาท, 2537, น. 189-191)

1. ทฤษฎีการไหลของข่าวสารแบบจังหวะเดียว (One-Step Flow of Communication Theory) ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นจากการศึกษาที่ได้พยายามศึกษาถึงผลของสื่อมวลชน พบว่าสื่อมวลชนนั้นมีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารตามทฤษฎีนี้เป็นผู้ที่มีลักษณะเฉื่อยชา (Passive Receiver) ไม่แสวงหาข่าวสารจากช่องทางอื่นเลย ดังนั้น เนื้อหาจากสื่อมวลชนจึงมีผลต่อ ความคิดทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยตรงเป็นการไหลข่าวสารแบบเข็มฉีดยา (Hypodermic needle) หรือลูกปืน (Bullet) ที่เจาะทะลุทะลวงเข้าไปในตัวบุคคลโดยตรง ทฤษฎีนี้ยึดตามแนวทฤษฎีสิ่งเร้าตอบสนอง คือคิดว่า ผู้รับสารไม่มีปฏิกริยาเริ่มสิ่งใด (passive) ผู้ส่งสารสามารถทำอย่างไรก็ได้กับผู้รับสาร ผู้รับสารมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในค่านิยม แบบแผนการพูด ตลอดจนการแต่งกาย เป็นความคิดช่วงทศวรรษ 1930 และ 1940

ทฤษฎีทางการสื่อสารหลายทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมสื่อสารทางการเมือง และทฤษฎีที่เน้นถึงอิทธิพลของผู้ส่งสารอย่างเด็ดขาด และได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง ก็คือทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic needle theory) คือเชื่อว่า ผู้ส่งสารมีอิทธิพลทางการสื่อสารเหนือผู้รับสาร การอัดฉีดสารของผู้ส่งสารเข้าสู่สังคม ซึ่งมีผู้รับสารรับสารนั้นเข้าไปอย่างสิ้นเชิง เหมือนกับการฉีดยาของนายแพทย์เข้าสู่ตัวของคนไข้ นั่นเอง เราอาจเปรียบเทียบการอธิบายผลของการไหลเวียนข่าวสารแบบดังกล่าว ได้กับทฤษฎีการกระตุ้นและตอบสนอง (S-R Theory) ซึ่งมีหลักว่าเมื่อมีการกระตุ้นจะเกิดการตอบสนองทันที

2. ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-Step Flow of Communication Theory) ทฤษฎีนี้ค้นพบโดย Paul F. Lazarsfeld และคณะ สารสำคัญของทฤษฎีนี้คือ การแพร่กระจายข่าวสาร โดยผ่านสื่อมวลชนนั้นจะผ่านสองขั้นตอน คือ ข่าวสารจะไปถึงกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งได้รับการ

ยอมรับให้เป็นกลุ่มผู้นำความคิดเห็น (opinion leaders) ในขั้นแรก และกลุ่มผู้นำความคิดเห็นจะเป็นผู้เผยแพร่ ข่าวสารต่อไปยังประชาชนอื่นๆ ในขั้นที่สองต่อไป

แนวคิดสำคัญของทฤษฎีนี้เชื่อว่า บุคคลทุกคนไม่ได้อยู่โดดเดี่ยวในสังคม แต่ทุกคนจะต้องมีกิจกรรมร่วมกันในสังคม ซึ่งทำให้แต่ละบุคคลมีความสัมพันธ์กันและในทุกๆ สังคมจะต้องมีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งได้รับการยอมรับให้เป็นกลุ่มผู้นำความคิดเห็นซึ่งมักจะได้รับข่าวสารก่อนผู้อื่น และทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวที่ได้รับนั้น ไปยังบุคคลอื่นๆ ในสังคม จะเห็นได้ว่าจุดสำคัญของทฤษฎีคือ

1. ผู้นำความคิดเห็น (opinion leaders) สารที่ถูกถ่ายทอดไปยังผู้ตามจะมีอิทธิพลจากผู้นำความคิดเห็นเข้าไปด้วย

2. ความสัมพันธ์ของสมาชิกในสังคม ซึ่งหล่อหลอมให้สมาชิกในกลุ่มสังคมมีแนวคิดและพฤติกรรมที่สอดคล้องกัน รวมทั้งมีอิทธิพลซึ่งกันและกันในการรับข่าวสารนั้นๆ

จากการค้นพบของ Paul F. Lazarsfeld และคณะ ในเรื่องนี้ ได้รับผลมาจากการศึกษาการออกเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาที่มณฑลอีรี มลรัฐ โอไฮโอ ในปี ค. ศ. 1940 ซึ่งพบว่า ผู้นำความคิดเห็นเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งมากกว่าประชาชนทั่วไป และยังคงพบเพิ่มเติมว่าการตัดสินใจของประชาชนนั้นได้รับอิทธิพลจากการชักจูงจากบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน

การค้นพบทฤษฎีนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการวิจัยการสื่อสารในสมัยต่อมาอย่างต่อเนื่องและผลการวิจัยในระยะหลัง สามารถชี้ให้เห็นข้อขัดแย้งกับหลักการของทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอนในสมัยแรก กล่าวคือ การแพร่กระจายข่าวสารในสังคมนั้นไม่ใช่จะมีอยู่เพียง 2 ขั้นตอนที่กล่าวไว้ แต่ความเป็นจริงแล้ว การแพร่กระจายข่าวสารสามารถแพร่กระจายออกไปยังสมาชิกอื่นๆ ในสังคมได้หลายขั้นตอน และผู้นำความคิดเห็นนั้นนอกจากจะมีอิทธิพลในด้านการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนแล้ว ก็ยังสามารถได้รับอิทธิพลจากประชาชนอื่นๆ ในสังคมอีกด้วยคือ อาจเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับข่าวสารจากผู้อื่น

3. ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi – Step Flow of Communication Theory) เป็นการศึกษาถึงผลของสื่อมวลชนที่พัฒนามาจากทฤษฎี Two – Step Flow เนื่องจากเริ่มพบว่าในสภาพความเป็นจริงนั้น มนุษย์เราติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ข้อมูลข่าวสารจะถูกถ่ายทอดมาจากบุคคลอื่นๆ ต่อๆ กันมาเป็นทอดๆ บุคคลอาจมีการรับข่าวสารทั้งจากบุคคลอื่นและจากสื่อมวลชน

จากการศึกษาทฤษฎีการไหลเวียนของข่าวสาร สรุปได้ว่าในกระบวนการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารจะมีการไหลเวียนตลอดเวลา เพราะมนุษย์เรามีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน บุคคลจึงอาจจะได้รับ ข่าวสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการถ่ายทอดจากบุคคลอื่นๆ ต่อๆ กันมาเป็นทอดๆ เช่นเดียวกับการรับข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับเรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ

กรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 ประชาชนอาจได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร วารสาร หรือได้รับข่าวสารจากการถ่ายทอดมาจากบุคคลอื่นๆ ที่ติดต่อสัมพันธ์กันในสังคมก็ได้ เช่น คนในครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง หัวหน้าชุมชน ผู้นำท้องถิ่น ข้าราชการที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ เป็นต้น ซึ่งจะมีการสื่อสารกันเพื่อการรับรู้ข่าวสาร จากทฤษฎีข้างต้น ทฤษฎีที่อธิบายสภาพการณ์ที่ใกล้เคียงกับชีวิตมากที่สุดคือ การไหลเวียนข่าวสารแบบหลายขั้นตอน และในลักษณะนี้ ผู้นำทางความคิดจะมีบทบาทมาก

แต่ในการเลือกตั้งครั้งนี้ เป็นการเลือกตั้งท้องถิ่นก็ตาม แต่ก็ถูกยกฐานะให้เป็น การเลือกระดับชาติ เพราะเป็นการเลือกตั้งที่เป็นศูนย์กลาง คือ เมืองหลวงนั่นเอง ฉะนั้นความทันสมัยหรือวิทยาการทางการสื่อสารจึงได้รวมอยู่ที่นี่เป็นส่วนใหญ่ ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสาร ได้สะดวกมากในปัจจุบัน โดยอาศัย สื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ก็คิดว่าเข้าถึงข่าวสารในเรื่องการเลือกตั้งครั้งนี้ได้พอสมควร

ฉะนั้นในการเปิดรับข่าวสาร ของคนกรุงเทพมหานครจะเป็นในทิศทางใด มีการไหลเวียนของข่าวสารในลักษณะใด และข่าวสารที่ได้รับทางใดจะมีอิทธิพลต่อคนกรุงเทพมหานคร เพื่อตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 นี้

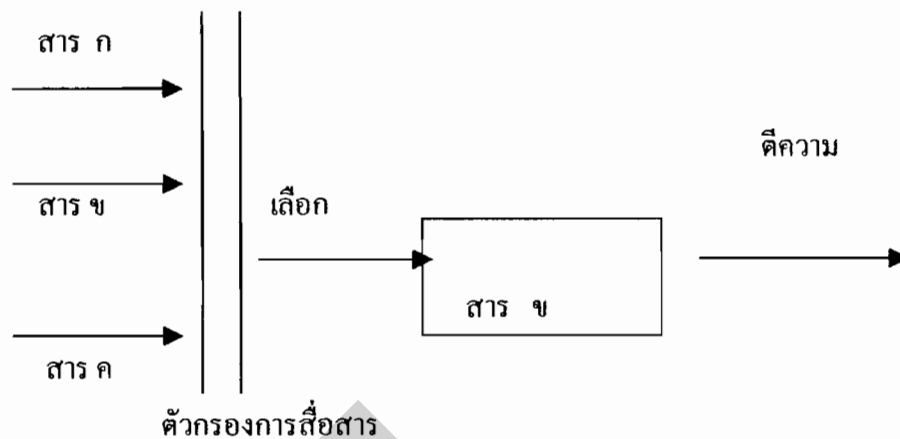
แนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาเกี่ยวกับการสื่อสาร

พฤติกรรมกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการของจิตวิทยา เนื่องจากการกระทำหรือการแสดงออกด้านการติดต่อสัมพันธ์ของมนุษย์ เป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ไม่ได้วิเคราะห์หรือตีความหมายเฉพาะแง่เนื้อหาของสารซึ่งเป็นตัวกระตุ้น แต่ผู้ร่วมกระทำ การสื่อสารจะสร้างหรือกำหนดความหมายไปตามลักษณะปัจจัยทางจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งเป็นแรงกระตุ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งปัจจัยจิตวิทยาส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

1. การรับรู้

เนื่องจากคนเรามีการรับรู้ที่ต่างกัน ความล้มเหลวของการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ ถ้าเราไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทักษะ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับเป็น กระบวนการเลือกรับสาร การจัดการเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

กระบวนการรับรู้



โดยทั่วไป การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดขึ้นตามประสบการณ์ที่สั่งสมทางสังคม

เนื่องจากคนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้น เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจาก อิทธิพลหรือตัวกรอง (filter) บางอย่างเช่น

1.) **แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (motives)** เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตัวอย่างเช่น ถ้า ก. ไม่ชอบ ข. ก. จึงมักจะขัดแย้งกับ ข. ในเรื่องต่างๆ หาก ก. ได้รับสารซึ่ง ข. แสดงท่าทีเห็นด้วยกับ ก. ก. ก็ยังตีความว่า ข. ไม่ได้หมายความว่า ข. พุดจริง เป็นต้น

2.) **ประสบการณ์เดิม (past experience)** คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีที่ต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน เช่น คนที่ไปศึกษาต่อต่างประเทศและพบเพื่อน เจ้าของประเทศที่เอื้อเพื่อช่วยเหลือ จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อคนของชาตินั้นมากกว่าคนที่พบกับเพื่อนซึ่งถูกเหยียดหยามชาติอื่น

3.) **กรอบอ้างอิง (frame of reference)** ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้น คนต่างศาสนากันจึงมีความความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่างๆ กันได้

4.) **สภาพแวดล้อม** คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับต่างกัน การถูกตำหนิในห้องส่วนตัวย่อมทำให้ผู้ถูกตำหนิรู้สึกต่างจากการถูกตำหนิต่อหน้าผู้อื่น

5.) **สถานะจิตใจและอารมณ์** ได้แก่ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักจะความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยขณะที่มีความรัก เป็นต้น

นอกจากการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่ต่างกันแล้ว ยังมีตัวกรองข่าวสารของแต่ละบุคคลที่ต่างกันด้วย ซึ่งจะเป็นปัญหาต่อการรับรู้ และจะทำให้การสื่อสารนั้นไม่มีประสิทธิภาพ เช่น

ก. การรับรู้แบบเหมารวม (stereotype) เช่น มักมองว่าผู้หญิงทุกคนเป็นคนอ่อนแอหรือชาวใต้เป็นคนคด

ข. การรับรู้แบบมีอคติหรือความโน้มเอียง (bias) เช่น มองคนที่ตนรักเป็นคนดี มองคนที่ตนเกลียดเป็นคนไม่ดีเสมอ

ค. การรับรู้แบบสุดขั้ว (black or white) เช่น มองว่าถ้าคนไม่สวยก็ต้องจี๋เห่หรือถ้าไม่เป็นคนเลวสละก็ต้องเป็นคนเห็นแก่ตัว

ง. การรับรู้แบบแช่แข็ง (freezing) เช่น ถ้าเห็นคนๆ หนึ่งหรือของอย่างหนึ่ง เคยเป็นอย่างนั้น ไร ก็จะเป็นคนหรือของนั้นๆ เป็นเช่นนั้นตลอดเวลา แม้ว่าในความเป็นจริง อาจมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างเกิดขึ้นแล้วก็ตาม (พัชนี เศษจรรยา และคณะ, 2538, น. 105-108)

2. การเลือกรับ แนวคิดที่เกี่ยวข้องในการสื่อสารระหว่างกันของมนุษย์ คือ การเลือกรับรู้ ซึ่งสามารถแยกออกเป็นพฤติกรรม 3 แบบ คือ

1.) การเลือกเปิดรับ (selective exposure) คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน (Klapper : 1960) แม้ว่าการเลือกเปิดรับข่าวสารจะเอนเอียงไปตามแต่ลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว แต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเรื่องที่บุคคลรู้สึกหรืออยู่ในระดับจิตสำนึก นอกจากนี้ การเลือกเปิดรับนี้เป็นเรื่องที่เป็นไปได้ในระดับจิตไร้สำนึกด้วยเช่นกัน

2.) การเลือกรับรู้ (selective perception) การเลือกรับรู้นี้ หมายถึงแนวโน้มของคนเราที่จะเปิดรับ และตีความ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยการบิดเบือนสารให้มีทิศทางเป็นที่พึงพอใจของตน ด้วยเหตุนี้ คนๆ หนึ่งจึงอาจได้ยินผู้พูดพูดในสิ่งหนึ่งขณะที่อีกคนหนึ่งได้ยินผู้พูดคนเดียวกันนั้นพูดในสิ่งที่แตกต่างกันในแง่ทฤษฎีแล้ว ผู้ฟังหลายคนอาจได้ยินสารเดียวกันแตกต่างกันออกไป

3.) ความสนใจ ความสนใจเป็นขั้นก่อนแรก ที่ผู้รับยอมรับสารของผู้ส่ง ซึ่งก่อนที่ผู้รับสารจะรับสารนั้นต้องอาศัยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ การปรับร่างกายและอวัยวะรับรู้ การมีสติ และจิตสำนึกที่ปลอดโปร่งและเด่นชัด และความพร้อมที่จะเกิดปฏิกิริยาตอบหรือแสดงพฤติกรรมตอบได้ความสนใจจึงช่วยให้เรามุ่งเน้นกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากกว่าที่เราจะรับรู้ได้ในแต่ละช่วงเวลานั้น

ความสนใจ เป็นกระบวนการทางจิตที่ซับซ้อนมาก อาจถือได้ว่าเป็นกระบวนการปรับตัวของประสาทรับรู้ ความสนใจแบ่ง ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.) ความสนใจหลัก (focal attention) คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยตรง เช่น เมื่อเรารู้อยู่กับใครเราก็จะมุ่งความสนใจไปที่คนที่เรารู้อยู่ด้วย เป็นต้น

2.) ความสนใจรอบนอก (peripheral or marginal attention) คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งน้อยกว่าความสนใจหลัก เช่น ขณะเดินคุยกับเพื่อนความสนใจก็คือ การคุย ส่วนความสนใจรองคือ การมองผู้คนและรถที่ผ่านไปมา

โดยทั่วไป คนเรามักให้ความสนใจหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความสนใจด้วยสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. ลักษณะของตัวกระตุ้น ไม่ว่าจะเป็นวัตถุหรือสิ่งที่เป็นกายภาพ หรือตัวผู้สื่อสารเอง เช่น ขนาด รูปร่าง สี การเคลื่อนไหว ความกระตือรือร้น

2. สารของตัวกระตุ้น

2.1 เรื่องและเหตุการณ์ที่น่าสนใจ เช่น ใกล้ตัว ส่วนตัว ทันสมัยเป็นรูปธรรมเห็นภาพพจน์ มีความขัดแย้ง น่าสงสัย หลากหลาย แปลกใหม่ หรือมีอารมณ์ขัน

2.2 ภาษาที่ใช้ กระชับรัดกุมมีพลัง มีชีวิตชีวา เร้าอารมณ์ หลากหลาย

3. วิธีการเสนอสารของตัวกระตุ้น เช่น การใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทางการแสดงกิริยาท่าทาง และการใช้วจนภาษาต่างๆ การเน้น เป็นต้น

ทั้งนี้มีสิ่งที่จะเป็นตัวช่วยเสริมหรือทำให้คนเกิดความสนใจมากขึ้น จากหลายแหล่ง คือ

1. สังคม เช่น การคล้อยตามผู้อื่น แฟชั่น การยกย่องหรือต่อต้านการกระทำในสังคม ศีลธรรม

2. สภาวะทางจิต เช่น ความกลัว แรงงูใจ คุณธรรม ความต้องการ

3. สภาพแวดล้อมจากภายนอก เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้า การจัดสถานที่ เป็นต้น (พัทณี เสงจรยา และคณะ , 2538 , น. 111 – 113)

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร สรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารกับกระบวนการทางจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับด้านความสนใจของบุคคล ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของการของบุคคลผู้รับสาร และจากทฤษฎีนี้ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งก็มีความแตกต่างกันในการรับรู้ การเลือกรับรู้ และความสนใจในเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 นี้ แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งจะมีผลต่อการเลือกตั้งครั้งนี้

กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมองเห็นว่าการเลือกตั้งครั้งนี้ น่าสนใจเพราะนโยบายของผู้สมัครบางคนอาจมีผลเกี่ยวข้องกับตนเอง นั่นก็แสดงให้เห็นว่ามีการเข้าถึงข่าวสาร

หรืออาจจะสนใจในข่าวสารการเลือกตั้งในเรื่องที่ตนเองสนใจจากสื่อต่างๆ ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้จะ
 ทำให้ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งในครั้งนี้ แต่จะเห็นได้ว่าการหาเสียงของผู้สมัครแต่ละคนในการเลือกตั้งเดือน
 กรกฎาคม นี้ มีการใช้สื่อแบบต่างๆ มากมาย มีทั้ง สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ ที่ไม่ค่อยจะมีให้เห็น
 กันในสมัยก่อน และยังมีสื่อที่เกิดขึ้นใหม่คือ สื่อบนหลังการเคลื่อนที่ สื่อที่มองเห็นผ่านกระจกได้
 ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็เพื่อเรียกร้องความสนใจ สร้างความเชื่อถือ ความนิยม ทศนคติที่ดี ให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสาร
 คือประชาชนในกรุงเทพมหานคร นั่นเอง

ในทางกลับกันถ้าประชาชนเข้าไม่ถึงข่าวสารหรือไม่ได้ให้ความสนใจ ก็อาจจะไม่ออกไปใช้
 สิทธิในการเลือกตั้งครั้งนี้ก็ได้

สื่อมวลชนและผู้นำความคิดเห็น

สื่อมวลชน

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อกลางที่นำข่าวและความรู้ไปสู่มหาชน เช่น
 หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

สื่อสารมวลชน (Mass Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารสู่มหาชน โดย
 อาศัยเครื่องมือหรือสื่อกลางต่างๆ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์

ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารมวลชนนั่นเอง

วไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2532, น. 15 – 17) สรุปไว้ว่า สื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบ
 หนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งผู้รับสารเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ มีความหลากหลายและลักษณะแตกต่างกันออกไป
 สื่อที่ใช่เป็นประเภทที่สัมผัสได้ด้วยกำมองเห็น การฟัง และทั้งสองประเภทสัมผัส ซึ่งลักษณะ
 สำคัญของสื่อมวลชนมีดังนี้

1. สื่อที่รับได้ด้วยการมอองเห็น (Visual media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพถ่าย
 และภาพวาด เป็นต้น สื่อเหล่านี้ผู้รับสารรับได้ด้วยการอ่าน การมอองเห็น เช่น หนังสือพิมพ์เป็นสื่อ
 สำหรับผู้ที่มีการศึกษาอย่างน้อยต้องอ่านหนังสือออก ในสังคมเมืองและประเทศพัฒนาแล้วหนังสือ
 พิมพ์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมาก เพราะเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลได้ละเอียดถี่ถ้วนและหลากหลายกว่าสื่อ
 อื่น ซึ่งรายการวิทยุ โทรทัศน์ทำได้น้อยกว่า ส่วนหนังสือและนิตยสารเป็นแหล่งความรู้ สาร
 บันเทิง และการบริการทางการศึกษาโดยมีคุณสมบัติที่สำคัญ 2 ประการ คือ ความคงทนถาวรและ
 ความหลากหลายของเนื้อหา บทบาทและหน้าที่สามารถครอบคลุมไปทุกวงการอาชีพ นอกจากนี้สื่อ
 พิมพ์เป็นสื่อที่มีราคาโดยเฉลี่ยไม่สูงนัก คนทั่วไปสามารถซื้อหาอ่านได้ และผู้รับสารสามารถหยิบ
 ฉวยมาอ่านได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นเวลาใด สถานที่ใด และสามารถกลับมาอ่านซ้ำได้อีกตามต้องการ
 แต่สื่อประเภทนี้ก็มีข้อด้อยในเรื่องการใช้เวลานานพอสมควรกว่าจะถึงปลายทางคือ ผู้รับสาร ทำให้

ความสดของข่าวสารลดลง ซึ่งต่างกับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ที่ ผู้รับสามารถรับสารในขณะที่ผู้ส่งอยู่ในเหตุการณ์ซึ่งให้ความรู้สึกเหมือนจริงมากกว่า

2. สื่อที่รับได้ด้วยการฟัง (Audio media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่ไม่มีภาพหรือการมองเห็นใดๆ การสื่อสารที่ต้องใช้การพูดอธิบายเพื่อให้เกิดภาพในสมองของผู้รับฟัง ซึ่งนับว่าเป็นข้อได้เปรียบ คือทำให้มีความสดและชีวิตชีวา ผู้รับสามารถจินตนาการได้กว้างไกลตามแต่ประสบการณ์ของคน มีผู้กล่าวว่า ภาพที่เกิดจากจินตนาการของผู้รับสารจากวิทยุ นั้นมีความหลากหลายกว่าภาพที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์ เพราะภาพบนจอโทรทัศน์นั้นจำกัดความคิดหรือจินตนาการของผู้รับสารไว้แค่นจอเท่านั้น ในขณะที่ผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงอาจมองเห็นภาพที่กว้างกว่าคำอธิบายจากสื่อประกอบกับประสบการณ์ของ ผู้เรียนรู้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีความเร็วในการเสนอข่าวสาร แต่มีข้อเสียเปรียบต่อสิ่งพิมพ์คือ รายการวิทยุ นั้นจะมีกำหนดเวลาการออกอากาศซึ่งถ้าผู้ฟังไม่ว่าเวลานั้นก็อาจพลาดรายการนั้นๆ ได้ หรือถ้าสนใจจริงๆ ก็จำเป็นต้องอยู่รอฟังตามกำหนดเวลาซึ่งต่างกับสิ่งพิมพ์ที่สามารถหยิบมาอ่านเมื่อใดก็ได้ และรายการวิทยุเมื่อเปิดฟังแล้วก็ผ่านไป หดไปไม่สามารถนำกลับมาฟังใหม่ เว้นแต่จะมีการบันทึกไว้

3. สื่อที่รับได้ด้วยการฟังและการมองเห็น (Audio-Visual media) ได้แก่ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ผู้รับสารสามารถรับสารได้ด้วย การมองเห็นและได้ยินเสียงไปพร้อมๆ กัน ซึ่งจะได้เปรียบในแง่ของความเข้าใจสารง่ายกว่าสองประเภทแรก โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความสมบูรณ์แบบในแง่ของประสาทสัมผัสทั้งห้า แต่สื่อโทรทัศน์ก็เป็นสื่อประเภทที่มีกำหนดเวลาเช่นเดียวกับวิทยุกระจายเสียง ผู้รับต้องดูตามเวลาที่เสนอ ไม่มีโอกาสเปรียบเทียบและไม่มีโอกาสกลับมาดูข่าวสารที่เสนอไปแล้วได้ใหม่ยกเว้นจะมีการบันทึกเทปไว้ สื่อชนิดนี้จึงต้องการความสนใจจากผู้รับสารมาก นอกจากนี้การดำเนินการผลิตรายการหรือข่าวสารมีกระบวนการยุ่งยากต้องใช้ทุนสูงในการผลิต

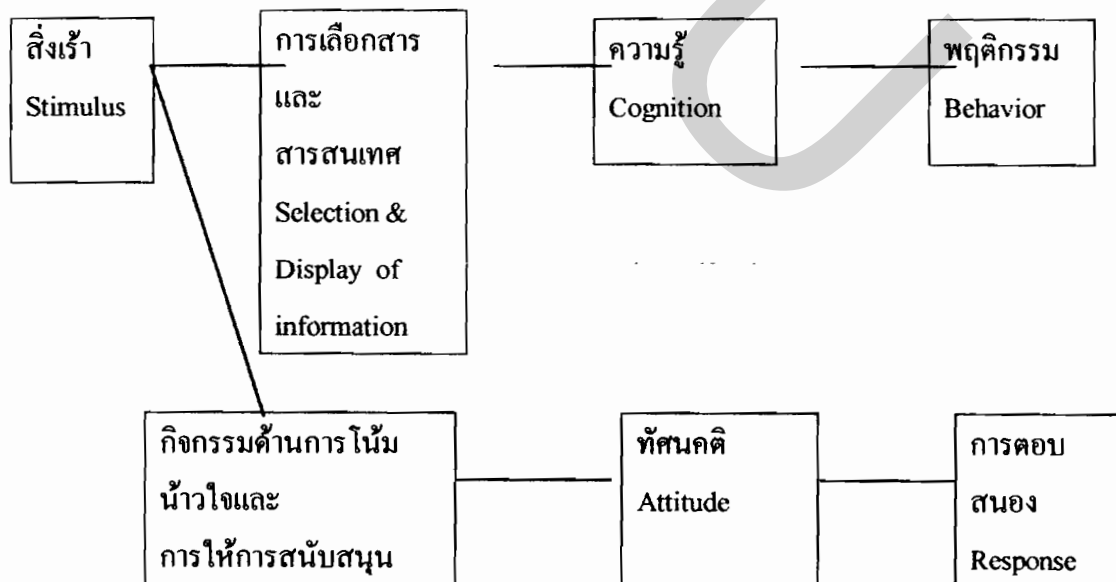
Wilbur Schramm ได้สรุปหน้าที่ของสื่อมวลชนในการพัฒนาสังคม 3 ลักษณะ คือ

1. เป็นยามตรวจสอบหรือหน้าที่ให้ข่าวสาร
 2. หน้าที่ในการวินิจฉัยสั่งการเพื่อการตัดสินใจของกลุ่มบุคคล โดยที่สื่อมวลชนจะเป็นผู้ใช้ข้อมูลนำข่าวสารไปสู่ประชาชน ทำให้ประเด็นปัญหาต่างๆ ชัดเจน
 3. หน้าที่ในการให้ความรู้ เช่น การใช้สื่อมวลชนเพื่อการศึกษาในห้องเรียน เป็นต้น
- จากหน้าที่ของสื่อมวลชนข้างต้น ได้มีการศึกษาทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda Setting) แนวความคิดนี้ ถือว่าสื่อมวลชนทั้งหลายเป็นผู้กำหนด (set) วาระการประชุม (Agenda) เกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ส่วนประชาชนหรือผู้รับสาร เปรียบเสมือนผู้เข้าร่วมประชุม จึงต้องรับทราบหรือประเด็นต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในวาระนั้นๆ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นมานั้นคือ ประชาชนจะคิดแลกเปลี่ยนทัศนะ และปฏิบัติตามวาระที่สื่อมวลชนกำหนดไว้นั่นเอง

การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda Setting) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการที่สื่อมวลชนเลือกประเด็น (Topic) หรือปัญหา (Issue) มาเป็นข่าวสารเพื่อการรับรู้หรือความเข้าใจในประเด็นปัญหานั้นๆ ของประชาชนเป็นประการสำคัญ โดยมีข้อสรุปว่า ถ้าสื่อมวลชนยิ่งเลือกเสนอข่าวเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหาใดมาก ประชาชนผู้รับสารก็จะรับรู้หรือตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นหรือปัญหานั้นมากขึ้นตามไปด้วย

แบบจำลองของทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda Setting) เสนอโดย Becker, MacCombs และ Melord (1975:35) แสดงให้เห็นข้อคล้ายคลึงและข้อแตกต่างระหว่างแนววิธีการแบบเก่าคือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude change) กับการศึกษาแบบใหม่คือ การกำหนดวาระ (Agenda Setting) ดังนี้

สภาพแวดล้อมของ	พฤติกรรมของ	ระดับการตอบสนอง	ผลตอบสนอง
ขั้น			
สื่อมวลชน	สื่อมวลชน	ของผู้รับสาร (First	ขั้นต่อมาของผู้
รับ		Level audience response)	สาร (Subsequent
(Media environment)	(Media behavior)		audience
			response)



แบบจำลองที่ 1 แบบจำลองของทฤษฎีการกำหนดวาระของ Cecker, McCombs และ

Melord

แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลของสื่อมวลชน แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรต่างๆ ตามแนววิธีการศึกษา Agenda Setting (ถูกศตรง) และ Attitude Change (ถูกศไข่งปลา) ดังคำอธิบายนี้

1. สภาพแวดล้อมของสื่อมวลชน (Media environment) ซึ่งนับเป็นเครื่องเร้าหรือสาเหตุที่ก่อให้เกิด
2. พฤติกรรมสื่อมวลชน (Media behavior) หมายถึง การเลือกและการเสนอข่าวสารหรือวิธีการโน้มน้าวจิตใจต่างๆ แล้วแต่พฤติกรรมเกี่ยวกับสื่อมวลชนนี้เองจะก่อให้เกิด
3. ผลตอบสนองของสื่อมวลชน (Audience response) ซึ่งในขั้นนี้จะปรากฏในรูปการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางความรู้ (Cognition) หรือทัศนคติ (Attitude) และหลังจากนั้นจะมี
4. ผลตอบสนองขั้นสุดท้ายตามมาอันได้แก่ การแสดงออกซึ่งพฤติกรรม (Behavior) ต่างๆ

ดังนั้น จะพบว่าขั้นตอนทั้งหมดที่เกิดขึ้นเป็นลูกโซ่ต่อกัน แต่ลักษณะวิธีการศึกษาคำถามกัน จะ ทำให้ลักษณะขั้นตอนที่เกิดขึ้นต่อมาแตกต่างกันออกไปด้วย แบบจำลองนี้สะท้อนถึงบทบาทของสื่อ- มวลชนในการรายงานปัญหาหรือเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปทราบ และอภิปรายถกเถียงกัน ซึ่งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงๆ นั้นสลับซับซ้อนและเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ ทั้งนี้ จะเห็นได้จากความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อม (Environment) กิจกรรมสื่อมวลชน (Media activities) และผลตอบสนอง (response) ที่ตั้งขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาวตามมา

สรุปแนวคิดทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda Setting) นั้น สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร ภาพยนตร์ และสื่ออื่นๆ จะเป็นผู้นำประเด็นปัญหาหรือหัวข้อต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมมาเสนอให้ประชาชนรับทราบประเด็นปัญหาต่างๆ ดังนั้นประชาชนผู้รับสารก็ได้ทราบหรือตระหนักถึงความสำคัญตามไปด้วย อันเป็นการให้ความสำคัญสื่อมวลชนในฐานะผู้เสนอข่าวสาร (Information) มิใช่ในฐานะผู้ชักจูงหรือโน้มน้าวใจ อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และความคิดเห็นเท่านั้น

อย่างไรก็ดี Wilbur Schramm (1973: 125) ยังกล่าวถึงสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชนหรือกลุ่มบุคคล สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่า “สื่อเฉพาะกิจ” (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งตีพิมพ์ (Printed Media) ประเภทต่างๆ

สื่อเฉพาะกิจดังกล่าว นับได้ว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสาร เพราะเป็นสื่อที่ได้รับจัด ทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการ เผยแพร่ความรู้ข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการกำหนดแน

นอนแล้ว เพราะนอกจากจะได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความนิยมแล้ว ยังจัดทำเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจอีกด้วย การเผยแพร่สามารถจัดทำได้หลายรูปแบบ โดยพิจารณาตามความเหมาะสมของสภาพท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม งบประมาณ ตลอดจนความพร้อมของผู้รับสารและผู้ส่งสาร

โดยเฉพาะกรณี ที่จะมีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 นี้ จะเห็นได้ว่า ผู้สมัครได้มีการหาเสียงโดยใช้สื่อเฉพาะกิจหลากหลายประเภทมากมาย เพื่อที่จะหาเสียงให้แก่ตนเอง และให้ผู้รับสารเข้าใจในเรื่องที่สื่อสารออกไป เพื่อเกิดความนิยมในตัวผู้สมัคร มีทัศนคติที่ดีนั่นเอง สื่อเฉพาะกิจจะเห็นได้ ก่อนที่จะมีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 เช่น ป้ายโฆษณาที่มีรูปและเบอร์ของผู้สมัครอยู่ หรือมีข้อความสั้นเพื่อชักชวนให้ผู้รับสารสนใจ นอกจากนี้ป้ายแล้ว ก็ยังมีรูปแบบต่างๆ ที่ผู้สมัครใช้ต่างกันไป เช่น ป้ายบนหลังคารถแท็กซี่ ป้ายโฆษณาที่ติดตามรถเมล์ที่มีรูปของผู้สมัครหาเสียงอยู่ ซึ่งถือเป็นสื่อเฉพาะกิจ ที่สามารถเคลื่อนที่ไปตามที่ต่างๆ ได้ ทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ได้มากกว่าป้ายโฆษณา และสามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในเขตเมืองได้ดี ให้ความถี่ในการมองเห็นได้สูงมากสามารถ โน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจได้

นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบอีกมากมาย โดยเฉพาะยิ่งใกล้ถึงวันเลือกตั้งมากเท่าไรก็จะมีมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น เสื้อยืดที่มีชื่อและพรรคที่ตัวเองสังกัดอยู่, พัดที่ทำขึ้นพิเศษเพื่อแจกเชิญชวนให้ไปเลือกตัวผู้สมัคร, สื่อโรงภาพยนตร์ ผู้สมัครใช้สื่อนี้ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น สื่อนี้สามารถเลือกสถานที่ได้ และผู้ชมก็หลีกเลี่ยงข้อความได้น้อย จะเห็นได้ว่าสื่อเฉพาะกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่า เพื่อบอกกล่าวแนะนำตัวโดยตรงแก่ผู้รับสาร

อาจสรุปได้ว่า สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการส่งสารที่เรียกว่าการสื่อสารมวลชน เพราะสามารถถ่ายทอดข่าวจากแหล่งสารหนึ่งไปถึงผู้รับจำนวนมาก ส่วนใหญ่แล้วในการสื่อสารของสื่อมวลชนที่เป็นสถาบัน มักจะนำเสนอข่าวสารที่เป็นกลาง ไม่ได้ชักจูงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือค่อยบอกเรื่องราวต่างๆ ในสังคมให้ได้รับรู้ แก่ผู้รับสาร สื่อมวลชนประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์นิตยสาร เป็นต้น ซึ่งสื่อมวลชนในการศึกษารั้วนี้ ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วาสาร ภาพยนตร์ ส่วนสื่อเฉพาะกิจก็เป็นเรื่องของผู้สมัครที่สามารถผลิตสื่อได้นำสนใจมากน้อยขนาดไหน เพื่อให้ผู้รับสารเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบ และเกิดภาพพจน์ที่ดี

ในกรณีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 นี้ สื่อมวลชนก็พร้อมที่จะรายงานความเคลื่อนไหวตลอด ตั้งแต่เดือนมีนาคมเป็นต้นมา หลังจากที่มีการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาฯ ไป แต่ส่วนใหญ่อย่างทีกล่าวในข้างต้น เป็นการรายงานความเคลื่อนไหวสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น วันสมัครรับเลือกตั้งคือ วันไหน มีใครบ้างลงสมัคร บรรยากาศ ในวันสมัครเป็นอย่างไร หรือน่าประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมานำเสนอ เช่น พรรค

ประชาธิปไตยไม่สนับสนุน นายรัชชชัย สังกุล ลงสมัครเลือกรับเลือกตั้งในนามพรรค ก่อนที่จะมีการประกาศตัวอย่างเป็นทางการ เป็นต้น

ผู้นำความคิดเห็น

พัชนี เขยจรยา และคณะ, (2538, น. 191 — 193) กล่าวว่า ผู้นำความคิดเห็น คือ บุคคลที่ได้รับความเชื่อถือจากบุคคลอื่นในสังคม ผู้นำความคิดเห็นแจ้งข่าวสาร เสนอความคิดเห็น และการตัดสินใจต่อกลุ่มต่างๆ

ผู้นำความคิดเห็นเรื่องหนึ่งหรือกิจกรรมหนึ่ง อาจไม่ใช่ผู้นำความคิดเห็นในอีกเรื่องหรืออีกกิจกรรมหนึ่ง เช่น ผู้นำความคิดเห็นทางการเมือง จะไม่ใช่ผู้นำความคิดเห็นด้านแฟชั่นความงาม

ผู้นำความคิดเห็นจะเป็นเสมือนช่องทางการแพร่กระจายข่าวสารและสร้างเครือข่ายการสื่อสารในสังคม ซึ่งจะแพร่กระจายข่าวสารผสมผสานความคิดเห็นส่วนตัวไปยังสมาชิกในกลุ่มสังคมนั้น

ประสิทธิภาพของผู้นำความคิดเห็นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย คือ

1. มีความเชื่อถือ และมีความสามารถในการเป็นตัวแทนของสมาชิกในกลุ่ม
2. มีความสามารถในการสื่อสารกับผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารแบบซึ่งหน้ากัน (face to face communication)
3. มีอำนาจบารมีสามารถให้คุณให้โทษในเรื่องต่างๆ ต่อสมาชิกในสังคมนั้นได้

นอกจากนั้นผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นผู้มีโอกาสในเรื่องการรับสื่อมากกว่า มีสถานะภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูงกว่า เป็นผู้มีความสัมพันธ์กับสมาชิกในกลุ่มสังคมมากเป็นผู้ที่กล้าเสี่ยง และยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย

ผู้นำความคิดเห็นมี 2 ประเภท คือ

1. ผู้นำความคิดเห็นระหว่างท้องถิ่น (local influential) ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นสนใจกับ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องเฉพาะภายในท้องถิ่น หรือภายในสังคมนั้นเท่านั้น
2. ผู้นำความคิดเห็นระดับกว้างขวาง (cosmopolitan influential) ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นที่สนใจต่อกิจกรรมนอกท้องถิ่น หรือนอกสังคมด้วย เช่น กิจกรรมระดับประเทศ หรือระหว่างประเทศ

คุณลักษณะของผู้นำความคิดเห็น

1. ผู้นำทางความคิดเห็นมักจะเป็นคนในท้องถิ่น มีความผูกพันสัมพันธ์กับกลุ่มของสังคมนั้น
2. มักเป็นผู้มีสถานะทางสังคมสูงกว่าผู้อื่น
3. มีการศึกษาในระดับที่ค่อนข้างสูงกว่า
4. เปิดรับสารมวลชนมากกว่า
5. เดินทางติดต่อกับสังคมภายนอกท้องถิ่นนั้นมากกว่า
6. เป็นผู้มีแนวโน้มยอมรับการเปลี่ยนแปลงในเรื่องต่างๆ ได้ดี และง่ายกว่าบุคคลอื่น

ลักษณะของผู้นำทางความคิดเห็นดังกล่าว อาจไม่ใช่มาตรฐานของผู้นำทางความคิดเห็นที่จะต้องครบทุกข้อในบางครั้ง บางกรณี ผู้นำทางความคิดเห็นอาจไม่ใช่ผู้ที่รับสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลอื่น หรืออาจเป็นคนที่ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงก็ได้

อาจสรุปได้ว่า ในการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 มีการใช้สื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ว่าการเขต ตามเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร ที่จะบอกกล่าวถึง วันเวลา และสถานที่ในเลือกตั้งหรือบุคคลที่เป็นตัวแทนของผู้สมัครรับการเลือกตั้ง เช่น นายรัชชัย สัจกุล ได้นำลูกชายออกพื้นที่ เพื่อช่วยในการหาเสียง และนางปิวิภา หงสกุล ได้นำพี่สาวคือ นางประภัสสรา หงสกุล มาช่วยในการหาเสียง ซึ่งถือเป็นผู้นำความคิดเห็นของบุคคลบางกลุ่ม เนื่องจากมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและชื่นชอบของประชาชน ส่วนใหญ่ เป็นต้น

การใช้สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดเห็นมาผสมผสานกับกระบวนการทางสื่อมวลชนเพื่อให้การหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะผู้นำความคิดเห็นสามารถโน้มน้าวให้ผู้รับสารหรือผู้ตามมีทัศนคติ ตามความคิดของตน ฉะนั้นในการหาเสียงของผู้สมัคร จึงต้องอาศัยการ สื่อสารระหว่างสื่อที่เป็นบุคคล (Human Media) ได้แก่ บุคคลในครอบครัว เพื่อนฝูง คนสนิท ผู้นำทางความคิดเห็น ผู้นำชุมชน หัวหน้าแผน นักวิชาการ ข้าราชการที่เกี่ยวข้องตามสำนักงานเขตต่างๆ เป็นต้น

ถึงอย่างไรก็ดี รูปแบบการใช้สื่อของผู้สมัครรับเลือกตั้งก็มีความแตกต่างกันไป ด้วยความพร้อมของตัวผู้สมัครเอง อาจเป็นเรื่องเวลา งบประมาณ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีการประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

การศึกษาวิจัยสื่อสารมวลชนในลักษณะ “Effect Approach” ปรากฏว่าไม่สามารถอธิบาย พฤติกรรมหลายๆ อย่างของประชาชนในเรื่องของการสื่อสารได้อย่างครบถ้วน จึงทำให้เกิดแนวทางการศึกษาแบบใหม่เกิดขึ้นมาแทน โดยมุ่งประโยชน์ของการสื่อสารมวลชนที่มีต่อสังคมและ

ประชาชน เป็นการศึกษาว่าประชาชนทำอะไรกับสื่อมวลชน เป็นการศึกษาที่เรียกว่า “ Functional Approach ” ที่ทำให้การ สื่อสารมวลชนในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) หมายถึง ประชาชนใช้สื่อสารมวลชนกันอย่างไร และสื่อมวลชนตอบสนองความต้องการทางใจของประชาชนได้อย่างไร (Katz and Lazarsfeld, 1955) การศึกษาในแนวนี้ เป็นการที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือทัศนคติไปตามผลที่ได้รับจากสื่อ แต่กลับเป็นการพิจารณาว่าบุคคลจะเป็นผู้กระทำ (Active person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อ เพื่อสนองความพอใจส่วนตัว (เมตตา กฤตวิทย์, พัทณี เขยจรรยา และฉรินันท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2532, น.132) ทั้งนี้เพื่อศึกษาผู้ใช้สื่อว่ามีพฤติกรรมอย่างไร และก่อให้เกิดอะไรในตัวเขาขึ้นมา

การศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ยังเป็นการศึกษาที่ให้ความสำคัญแก่ประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้รับ โดยผู้รับสารเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าตนเองมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่ออะไร มีความเชื่อถือในเรื่องอะไร และข้อมูลข่าวสารอะไรที่ต้องการได้จากสื่อ และสารที่ได้นั้นไปตอบสนองความต้องการของคนได้หรือไม่ และสารอะไรที่จะตอบสนองความพึงพอใจของคน จึงทำให้ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อข่าวสารเอง

แนวความคิดนี้เน้นความสำคัญของหน้าที่ (Functionalism) มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมเฉพาะบุคคล หรือแยกแยะให้ทราบว่าผู้รับสารแต่ละคน จะมุ่งสนใจ รับรู้ และเลือกจดจำเฉพาะการสื่อสารที่มีลักษณะที่น่าสนใจ สามารถช่วยเหลือเขาได้ในบางโอกาส หากเขาคิดว่าการสื่อสารในขณะนั้นจะเป็นประโยชน์หรือสร้างความพึงพอใจให้กับเขาได้ก็จะเปิดตัวเองยอมรับรู้ รับฟัง ในขณะเดียวกัน หากมองไม่เห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น ก็จะพยายามปิดกั้นหรืออาจเพิกเฉยไปเลย ดังนั้นการศึกษาแบบนี้จะถือว่าเป็น กิจกรรมที่มีจุดมุ่งหมายที่ประชาชนจงใจทำ (Active and goal-directed activity) การศึกษาตามแนวความคิดนี้จึงเน้นที่ความต้องการและสาเหตุของความต้องการของประชาชน ดังนั้นกลุ่ม จึงพยายามสร้างบัญชีรายการความต้องการของประชาชนที่มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมทางการสื่อสารขึ้นมา เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการ บุคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่นๆ มีส่วนช่วยอธิบายความต้องการที่มนุษย์เราแสวงหา หรือหลีกเลี่ยง ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากข้อความบางอย่างที่มีอยู่ในสื่อสารมวลชน (เสรี วงษ์มณฑา, 2523, น.1-5)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ได้เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างสาร มาเป็นความต้องการของผู้รับสาร อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยา ความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่าง ที่ มาสโลว์ (Maslow A.H., 1954) กล่าวไว้คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย ความต้องการปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จชีวิตมนุษย์ ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง คือ ความต้องการมีความรู้ ความเข้าใจ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจ

สภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนมาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่างๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่ถูกยัดเยียดข่าวสารให้ คั่งที่เคยกิดกัน

(Katz and Other: 1974) ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตวิทยา และสังคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Need) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่าง มารวมกัน เป็นความต้องการในด้านต่างๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ได้แก่

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ เช่น
 - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลกับสิ่งแวดล้อมภายนอก
 - 2.1 การติดต่อเพื่อรับรู้ข่าวสาร ทำให้เกิดความรู้
 - 2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ
 - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Reference คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์เชื่อมโยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - 3.1 ตนเอง
 - 3.2 ครอบครัว
 - 3.3 เพื่อนฝูง
 - 3.4 สังคม รัฐบาล
 - 3.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
 - 3.6 โลก
 - 3.7 สิ่งอ้างอิงภายนอกอื่นๆ

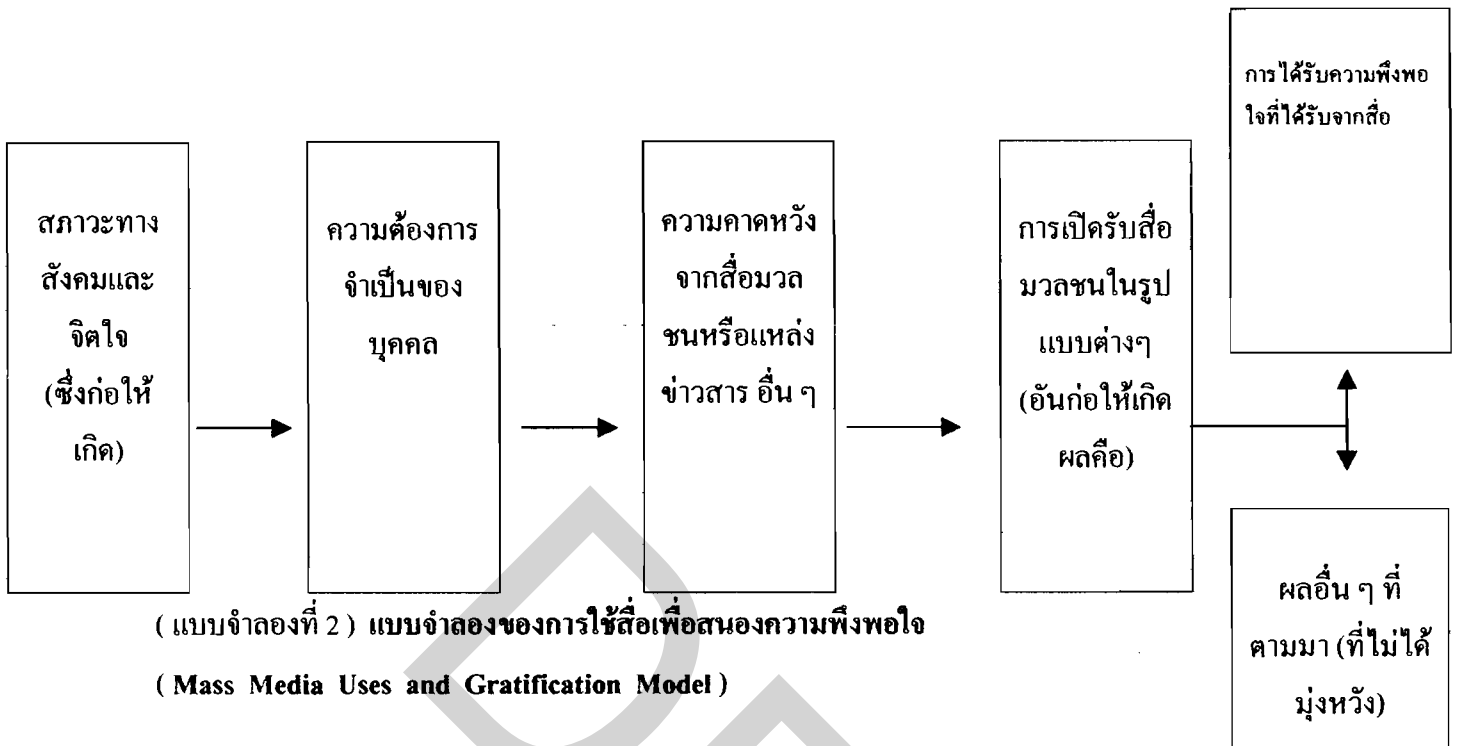
จากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้ แคทซ์และคณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Need) ของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่างๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจได้ การสร้างข้อความเพื่อแสดงความต้องการทำได้โดย ผนวกองค์ประกอบแต่ละด้าน เช่น การผนวกข้อ 1.1, 2.4, 3.2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัว ซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น คือ ความต้องการที่จะลดการติดต่อกับครอบครัวตนเอง และถ้าผนวกข้อ 1.2, 2.4, 3.1 คือความต้องการที่จะลด

การติดต่อกับตนเอง นั่นคือ ความต้องการที่จะหนี (Escape) จากสภาพที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิง จะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างสารมาเป็นความตั้งใจของผู้ใช้สื่ออันมีผลมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยา ดังจะพบในข้อสรุปของ Katz, Gurevitch และ Haas (1973) ซึ่งกล่าวเกี่ยวกับ (Mass Media Uses and Gratification Model) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ

1. สภาพทางสังคม และจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการเฉพาะของบุคคล และเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กัน อันก่อให้เกิดผล คือ
5. การได้รับความพึงพอใจความต้องการ และ
6. ผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่เจตนาไว้ก็ได้

แบบจำลองที่แคทซ์และคณะ (1973) สร้างขึ้น อธิบายได้ดังนี้ คือ สภาพของสังคมและจิตใจที่แตกต่าง ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายคือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย สรุปแบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจได้ดังนี้



1. สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อความต้องการของบุคคล ได้แก่
 - 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การศึกษา เป็นต้น
 - 1.2 การมีความสัมพันธ์ของกลุ่ม บางสังคมจะมีความสัมพันธ์ของกลุ่มแบบหลวมๆ คือ สมาชิกของสังคมจะไม่ค่อยสนใจหรือเกี่ยวข้องกับเพื่อนร่วมสังคมมากเท่าไร (เช่น สังคมในเมือง) ในขณะที่สังคมอื่นอาจมีความสัมพันธ์ของสมาชิกสูง (เช่น สังคมชนบท)
 - 1.3 คุณลักษณะทางบุคลิกภาพ ได้แก่ ความกลัว ความตื่นเต้น ความก้าวร้าว เป็นต้น
2. ความต้องการเฉพาะบุคคล ได้แก่
 - 2.1 ความต้องการทางพุทธิปัญญา ซึ่งเป็นความต้องการที่จะใฝ่หาความรู้ต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรา หรือเหตุการณ์หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
 - 2.2 ความต้องการทางความรู้สึก ซึ่งรวมถึงความรักและความพอใจ ตลอดจนอารมณ์ที่มีส่วนผลักดันให้เกิดการเปิดรับสื่อ
 - 2.3 ความต้องการความสมบูรณ์ส่วนตัว ต่างคนต่างจิตใจ และมีความต้องการต่างกัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเชื่อถือในตัวเอง ความมั่นใจ รวมไปถึงการต้องการความมั่นคงในสถานะของคน
 - 2.4 ความต้องการความสมบูรณ์ทางสังคม ซึ่งคล้ายกับข้อ 2.3 เพียงแต่เป็นระดับทางสังคม ซึ่งไปเกี่ยวข้องกับการยอมรับในครอบครัว เพื่อน หรือการยกย่องทางสังคม

2.5 ความต้องการผ่อนคลายอารมณ์ หรือหลีกเลี่ยงความวุ่นวายยุ่งยาก ดังนั้นจึงมีความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลอื่นหรืองานอื่น

3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ เป็นการตระหนักว่า สื่อใดสื่อหนึ่งย่อมมีหน้าที่หรือคุณสมบัติเฉพาะตัวอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อ ก็คือ ความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพเพียงพอที่จะให้ความพึงพอใจแก่คน และเป็นแรงจูงใจทำให้บุคคลเปิดรับสื่อนั้นๆ

4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ ได้แก่

4.1 ประเภทของสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร

4.2 เนื้อหาสาระที่เผยแพร่จากสื่อมวลชน เช่น ข่าวการเมือง ข่าวสังคม บท ความและบทสัมภาษณ์ที่กระตุ้นให้เกิดทัศนคติต่างๆ เป็นต้น

4.3 การเปิดและการเข้าถึงสื่อมวลชนนั้นๆ ซึ่งแต่ละคนมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ หรือมีโอกาสในการเข้าถึงสื่อต่างกัน

4.4 สภาพของสังคมที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อมวลชน

5. การพึงพอใจที่ต้องการ ซึ่งเป็นภาวะ การตอบสนองของบุคคลว่ามีความพึงพอใจต่อสื่อนั้นอย่างไร กล่าวคือ

5.1 การสำรวจเหตุการณ์ เป็นการสอดคล้องติดตามตรวจสอบข่าวสารที่มีอยู่รอบตัว

5.2 ความเพิกเฉลหรือการพักผ่อน เป็นการใช้สื่อเพื่อการพักผ่อน หรือเป็นการหลบหนีปัญหาต่างๆ หนีความจำเจของชีวิต

5.3 เอกลักษณะเฉพาะบุคคล อาจเป็นการค้นหาความจริงที่บุคคลต้องการ หรืออาจเป็นการแสวงหาข้อมูล เพื่อเสริมความเชื่อหรือความคิดของตนเอง

5.4 การมีความสัมพันธ์กับสังคม ความพึงพอใจในการใช้สื่อเพราะ ทำให้รู้เหตุการณ์ความเปลี่ยนแปลงในสังคม จะได้มีส่วนร่วมหรือมีความสัมพันธ์กับสังคม

แบบจำลองนี้ อาจจะยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่ง ซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาต้องการได้ คือเป็นคนรอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุก ๆ วัน ก็อาจจะทำให้มีผลอื่นๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น การติดตามข่าวสารในการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี พ. ศ. 2543 อาจทำให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ต่างไปจากเดิมได้ เป็นต้น

นอกจากนี้ แมคคอมส์ และเบคเกอร์ (Mc Combs and Becker, 1979,p. 51 — 52) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการได้ดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย หรือสนทนา (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว
5. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งคือ งานของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, USA,1986,p. 14) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications Map) เวนเนอร์ แบ่งความพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ
2. Social Gratifications เป็นการใช้นำข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ
3. Para – Social Gratifications หมายถึงกระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลเกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยัดถือหรือการชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม
4. Para – Orientation Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์

สำหรับความพึงพอใจที่จะทำให้เกิดการรับสารนั้น บลูมเลอร์ (Jay G. Blumler, 1985, p. 50) ได้จำแนกความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ความเพิกเฉล (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกหนีจากงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น
 2. มนุษยสัมพันธ์ (Personel Relation) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว เป็นต้น
 3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้เป็นข้อมูลมาเป็นแรงยึดความเชื่อของตน เป็นต้น
 4. รู้เหตุการณ์ (Surveillance)
- พาล์มกรีน และคณะ (Palmgreen and Other, 1985, p.14) ที่สนใจศึกษาและพัฒนาแนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยสนับสนุนการพัฒนาข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญ ในการศึกษาแนวความคิดทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ดังนี้

1. ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร และกระตือรือร้น
2. การใช้สื่อจึงมีเป้าหมายโดยตรง
3. สื่อแต่ละชนิดจะมีการแข่งขันในการตอบสนองความพึงพอใจ
4. ลักษณะต่างๆ ของผู้รับสารที่จะเชื่อมโยงความต้องการกับโอกาสในการเปิดรับสาร
5. การบริโภคสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่างๆ
6. เนื้อหาของสื่อจะไม่สามารถทำนายรูปแบบของความพึงพอใจได้ถูกต้องสมบูรณ์เสมอไป
7. ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรม และสภาพแวดล้อมของสื่ออาจจะทำให้ความต้องการความพึงพอใจแตกต่างกันในช่วงของเวลา หรือสถานการณ์
8. ความพึงพอใจที่ได้รับมีจุดเริ่มต้นมาจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ หรือสถานการณ์ทางสังคมที่มีส่วนให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อขึ้น

บลูมเลอร์ (Jey G. Blumler, 1985) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการสื่อมวลชนไว้ ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
 - 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคม และโลก
 - 1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็นและในการตัดสินใจ

- 1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจ
- 1.4 ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาตนเอง
- 1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้จากสื่อมวลชน
2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
 - 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - 2.2 ให้แบบอย่างทางพฤติกรรม
 - 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
 - 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปในตนเอง
3. ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.1 มองลึกกลงไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - 3.3 นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.4 ใช้แทนเพื่อน
 - 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
 - 4.1 เพื่อหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - 4.2 เพื่อผ่อนคลาย
 - 4.3 เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - 4.4 เพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - 4.5 เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
 - 4.6 เพื่อกระตุ้นทางเพศ

กระบวนการของความพึงพอใจในการใช้สื่อของบุคคลมีตัวแปรจำนวนมากที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้งและซับซ้อนจนไม่สามารถอธิบายได้ครบถ้วน อย่างไรก็ตาม ตัวแปรบางตัวแปรที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการวิจัยมาประยุกต์ใช้ นำมาจากหนังสือเรื่อง Media Gratifications Research Current Perspectives ของ โรเซเกรน (Rosengren) เวนเนอร์ (Wenner) และปาล์มกรีน (Palmgreen) (1985) ตัวแปรที่สำคัญที่นำมาศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ตัวแปรด้านความพึงพอใจจากสื่อ มีความหมายเป็น 2 ประเด็น ได้แก่
 - 1.1 ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ของผลจากความเชื่อ หรือ ความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อให้ได้ อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อ (Palmgreen and Rayburn, 1985, p.62) ความ

พึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อนี้เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ (perceived gratification obtained) อันเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคล

1.2 ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งจะย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิมของบุคคลนั้นต่อไป

เมื่อกล่าวถึงความพึงพอใจจากสื่อ ผู้วิจัยหมายถึง ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อหรือความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ เนื่องจากความหมายนี้ เน้นถึงการเป็นผู้กระทำของผู้รับสาร (Active audience) ซึ่งแสดงพฤติกรรมต่างๆ ตามแรงจูงใจของตนเอง (Motivational nature) และแนวความคิดของนักจิตวิทยาเชื่อว่า ความสุขของมนุษย์เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ และความต้องการนี้เองจะเป็นตัวกระตุ้น หรือผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา

จากทฤษฎีข้างต้น อาจสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน เพื่อการประโยชน์และความพึงพอใจ ประกอบในการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 นี้ ประชาชนจะเลือกรับสื่อซึ่งประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ในการวิจัยครั้งนี้ และสื่ออื่นๆ สามารถตอบสนองความพึงพอใจของเขาได้ในสิ่งที่คาดหวัง ในเรื่องการเลือกตั้ง ผู้ว่าฯ ก็เสมือนเป็นการกระตุ้นในสิ่งที่คาดหวังภายในของประชาชน จึงก่อให้เกิดกิจการนำประโยชน์และความ พึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ เช่น เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของการเลือกตั้ง การเตรียมตัวในการเลือกตั้ง วันและเวลาเลือกตั้งที่จะมาถึง ตลอดจนบอกถึงความสำคัญของประชาชนในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมือง หรือรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งที่ประชาชนคาดหวังที่จะรู้ เป็นต้น แต่ในการเปิดรับสื่อที่อาจจะมีขึ้นอยู่หลายปัจจัย เช่น สภาพแวดล้อมสังคมหรือปัจจัยทางจิตวิทยาส่วนบุคคลด้วย เช่น การรับรู้ การเลือกรับรู้ และความสนใจ ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป

อย่างไรก็ตาม ประชาชนจะเลือกเปิดรับสื่อที่คิดว่า ให้ประโยชน์ และความพึงพอใจแก่คนที่ จะสนับสนุนความคิด และสร้างความมั่นใจเพื่อ ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่า กรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 ครั้งนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Pamgreen and Raybum, 1979) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์จากกลุ่ม ตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน โดยวัดค่าความคาดหวังจากการดู โทรทัศน์ว่ารายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้ต่างๆ การใช้ประโยชน์และการใช้สื่อสัมพันธ์ การช่วยให้ลืมปัญหาต่างๆ การเป็นเพื่อนแก้เหงา และเพื่อความบันเทิง เขาพบว่า ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกัน

จากงานวิจัยของ ลักษณา สตะเวทิน และประทีน ฤกษ์กลาง (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2531) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารของนักศึกษา สาขานิเทศศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยส่วนหนึ่งของการศึกษานี้ ได้สอบถามเกี่ยวกับจุดประสงค์ของการใช้สื่อมวลชน ซึ่งพบว่าเพื่อความบันเทิง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อทราบเหตุการณ์เคลื่อนไหวต่างๆ เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อมวลชนต่างๆ สามารถตอบสนองความต้องการของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างได้ต่างกัน กล่าวคือ สื่อวิทยุกระจายเสียงจะให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และแก้เหงา ได้มากกว่าวัตถุประสงค์อื่นๆ หนังสือพิมพ์จะให้การศึกษาค้นคว้าได้ดีที่สุด สำหรับโทรทัศน์นั้นจะถูกใช้และตอบสนองความต้องการในเรื่องราวต่างๆ ได้หลายวัตถุประสงค์มากกว่าสื่ออื่นๆ เช่น ด้านความบันเทิง การรับทราบข่าวสาร หรือเหตุการณ์ต่างๆ การศึกษาหาความรู้ความเข้าใจ และการคลายเครียด เป็นต้น

จากงานวิจัยของ อำพล สิงห์โกวินท์ และสวัสดิ์ กฤตรัชตนันท์ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524) ซึ่งสำรวจอิทธิพลของการสื่อสาร ต่อการตื่นตัวทางการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอปทุมรัตน์ จังหวัดร้อยเอ็ด และอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า โอกาสของการฟังวิทยุและอ่านหนังสือพิมพ์ มีส่วนสำคัญที่ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นดังกล่าว มีความรู้ความเข้าใจทางการเมือง นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การประชุมชี้แจงของราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และการบอกกล่าวของญาติพี่น้องเพื่อนฝูง เป็นแหล่งข่าวสำคัญที่ช่วยสร้างความตื่นตัว และความเข้าใจทางการเมือง ผลที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ กระบวนการในการสื่อสารแบบสองชั้นตอน หมายถึง ใช้ทั้งสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลผสมกันนั้นเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการเผยแพร่ความรู้ทางการเมือง แก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ผู้ให้ข่าวเป็นบุคคลที่ชาวบ้านให้ความเชื่อถือ และสามารถเข้ากับชาวบ้านได้

จากงานวิจัยของ สมควร กวียะ (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530) การสื่อสารของหน่วยการปกครองท้องถิ่น กับประชาชน ศึกษาเทศบาลตำบลกันตัง สื่อมวลชนที่ใช้เรียงความสำคัญคือ เสียงตามสาย วิทยุกระจายเสียงป้ายประกาศ จดหมาย รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ แผ่นปลิวโฆษณา ส่วนสื่อบุคคล ได้แก่ พนักงานเทศบาล ผู้สื่อข่าวสาธารณะสุขตำบล นักเรียน และอาสาสมัครหมู่บ้าน โดยสื่อเสียงตามสายและพนักงานเทศบาล เป็นสื่อที่ประชาชนได้รับบ่อยครั้งมากที่สุดและเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้ดีที่สุด

ปริยานิจ ชัยจันดี (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2526) ในการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสารของเกษตรกรกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่มีต่อการปรับปรุงวิธีการผลิตทางการเกษตรในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า สื่อบุคคลภายในท้องถิ่นเป็นสื่อที่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงการผลิตทางการเกษตรมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับ สื่อมวลชน และสื่อบุคคลภายนอกท้องถิ่น สื่อบุคคล ภายนอกมาจากหน่วยงานแต่ละแห่งของรัฐและทำหน้าที่ชักจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ศุภวรรณ สัจจงงค์ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแหล่งความเชื่อของแหล่งข่าวสาร การคาดหวัง ผลตอบแทนความพึงพอใจ และพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนจากการฟังข่าวสารทางวิทยุของสถานีกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ปรากฏว่าผู้ฟังมีเหตุผลของความต้องการในการรับฟังต่างๆ นานา และมีการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจในระดับสูง เช่น อยากรู้ว่ามิเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นบ้าง คาดหวังสูง 94 % อยากรู้แนวทางในการพัฒนาประเทศของรัฐบาล คาดหวังสูง 92.3 % เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวทางการเมือง คาดหวังสูง 84.2 % เพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น คาดหวังสูง 79.9 % เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จำเป็นประโยชน์ต่องานและชีวิตประจำวัน คาดหวังสูง 76.8 % เป็นต้น

พจนา รูปแก้ว (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของชาวพัทธา ซึ่งแบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ประกอบการ พนักงานบริการหญิงอาชีพพิเศษ กรรมกร และนักเรียน ผลปรากฏว่าชาวพัทธาแต่ละกลุ่มมีการเลือกเปิดรับและพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น ได้แก่ วิทยุท้องถิ่น โทรทัศน์ทางสาย หนังสือ-พิมพ์ท้องถิ่น และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ แตกต่างกันไป โดยเฉพาะวิทยุท้องถิ่น (สทร 5 และ อสมท.) เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุด รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ ชาวพัทธาพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อที่ผลิตมาจากส่วนกลาง (กรุงเทพมหานคร) ทั้งนี้ กลุ่มพนักงานบริการซึ่งมีระดับการศึกษาค่อนข้างมีคุณสมบัติ ข้อดี และข้อเสียแตกต่างกันไป ดังนั้น ชาวพัทธาแต่ละกลุ่มจึงเลือกเปิดรับสื่อตามความต้องการและความพึงพอใจของตนเองเป็นหลัก

ประวิณ พัฒนพงษ์ (จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2534) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการแสวงหาและความพึงพอใจต่อข่าวสาร เพื่อพัฒนาชีวิตของกรรมการ หมู่บ้านอำเภอแม่มะ จังหวัดลำปาง เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ การศึกษา รายได้ โอกาสการเปิดรับสื่อ และค่านิยมทันสมัย กับพฤติกรรม การแสวงหาและความพึงพอใจต่อข่าวสาร...ความรู้กฎหมาย ชาวต่างประเทศ เลือกใช้สื่อบุคคล วิทยุ โทรทัศน์ แตกต่างกันไป กรรมการหมู่บ้านที่มีการศึกษาต่างกันจะมีความสนใจข่าวสารการเมืองการปกครอง การศึกษา การโฆษณาการรักษาโรค เลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ และมีจุดมุ่งหมายการเปิดรับข่าวสาร เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแตกต่างกัน กรรมการหมู่บ้านที่มีค่านิยมความทันสมัยต่างกัน จะมีความสนใจเกี่ยวกับความรู้การศึกษา ธุรกิจการค้า ชาวท้องถิ่น ชาวกีฬา เลือกใช้สื่อบุคคล โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และหอกระจายข่าว แตกต่างกันไป เป็นต้น

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการมีครัวข้าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัย ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กำหนดรูปแบบการศึกษาไว้ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ใช้ทำการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีอายุ 18 ขึ้นไป ถึง 60 ปี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 3,837,301 คน (ศูนย์ประมวลผล ภาค 1 กรุงเทพมหานคร ปี 2543) จากตารางสำเร็จรูปของ Yamane ที่ถือเกณฑ์การคำนวณขนาดตัวอย่างประชากรที่มีระดับความมีนัยสำคัญ .05 สำหรับความคาดเคลื่อนในการประมาณ ไม่เกิน $\pm 5\%$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ประชากรเกินกว่า 100,000 คน จนไปถึง ∞ จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

แบบแผนการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1

กรุงเทพมหานครมีการแบ่งเขตทั้งหมด 50 เขต (ตารางที่ 1) ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดเขตพื้นที่เพื่อให้มีการกระจายและเกิดความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด จึงกำหนดเขตพื้นที่ขึ้น เพื่อที่จะสุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่มาใช้สิทธิ์เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี 2543 ครั้งนี้ โดยกำหนดตามเขตการปกครอง ได้แก่

เขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามเขตปกครองกรุงเทพมหานคร

1. กรุงเทพมหานครชั้นใน ได้แก่ เขตพระนคร และเขตรอบนอก
2. กรุงเทพมหานครเขตต่อเมืองทางทิศตะวันออก ได้แก่ เขตดอนเมือง
3. กรุงเทพมหานครเขตต่อเมืองทางทิศตะวันตก ได้แก่ เขตทวีวัฒนา
4. กรุงเทพมหานครเขตชานเมืองตะวันออก ได้แก่ เขตมีนบุรี

ในการกำหนดเขตพื้นที่ 5 เขตจากกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากปัจจัยหลายๆ ด้าน เช่น ความแตกต่างของพื้นที่ จำนวนประชากร สภาพเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่ โดยศึกษาถึงการประกอบอาชีพของประชาชน ความเจริญของพื้นที่ สถานะภาพของประชาชนในพื้นที่ เช่น การนับถือศาสนาที่ต่างกัน เป็นต้น

วิธีการเลือกพื้นที่ตัวอย่าง เป็นการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขั้นตอนที่ 2

การเลือกตัวอย่างคือ ประชาชนในเขตพื้นที่ ที่กำหนดไว้ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ (Quota Sample) โดยเลือกประชาชนเขตละ 80 คน จากเขตพื้นที่ทั้งหมด 5 เขต จะได้ตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เพื่อตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3

เป็นการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sample) ซึ่งไม่ได้กำหนดว่าจะไปใคร หมายถึงใครก็ได้ที่ตอบแบบสอบถามตามสถานที่ ที่ไปคือ เขตกรุงเทพฯชั้นใน ได้แก่ ห้างเดอะมอลล์ท่าพระ และ ห้าง บางลำพู เคาปูน เขตกรุงเทพฯเขตต่อเมืองทิศตะวันออก ได้แก่ ห้างฟิวเจอร์ปาร์ค เขตกรุงเทพฯทิศตะวันตก ได้แก่ หมู่บ้านทวีวัฒนา 1. และเขตชานเมืองตะวันออก ได้แก่ ชุมชนอนุรักษ์คลองแสนแสบซึ่งเป็นชาวอิสลามเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 1

จำนวนประชากรผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ณ เดือนมีนาคม 2543

เขตพื้นที่	จำนวนผู้มีสิทธิ	เขตพื้นที่	จำนวนผู้มีสิทธิ
1. พระนคร	52,027	26. ธนบุรี	108,989
2. ป้อมปราบฯ	45,257	27. คลองสาน	67,394
3. ปทุมวัน	47,356	28. บางกอกน้อย	104,092
4. สัมพันธวงศ์	24,421	29. บางพลัด	88,813
5. บางรัก	36,499	30. บางกอกใหญ่	64,581
6. ยานนาวา	64,602	31. ภาษีเจริญ	100,409
7. สาทร	71,794	32. บางขุนเทียน	73,468
8. บางคอแหลม	79,452	33. ราษฎร์บูรณะ	65,859
9. ดุสิต	99,360	34. คลิ่งชัน	72,652
10. บางซื่อ	11,928	35. จอมทอง	120,986
11. พญาไท	56,546	36. หนองแขม	76,193
12. ราชเทวี	58,670	37. ดินแดง	118,208
13. ห้วยขวาง	53,573	38. สวนหลวง	76,193
14. พระโขนง	71,446	39. คันนายาว	53,070
15. ประเวศ	83,321	40. สะพานสูง	49,488
16. คลองเตย	97,467	41. วังทองหลาง	75,713
17. บางเขน	118,968	42. สายไหม	98,395
18. ดอนเมือง	102,411	43. หลักสี่	82,732
19. จตุจักร	123,996	44. คลองสามวา	61,544
20. บางกะปิ	98,944	45. บางแค	122,898
21. ลาดพร้าว	77,923	46. บางบอน	49,570
22. บึงกุ่ม	92,037	47. บางนา	71,571
23. หนองจอก	58,779	48. วัฒนา	56,995
24. มีนบุรี	66,869	49. ทวีวัฒนา	37,231
25. ลาดกระบัง	77,063	50. ทุ่งครุ	61,732
รวมทั้งสิ้น			3,837,301

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ข้อมูลจาก ศูนย์ประมวลผลภาค 1

1. เขตพระนคร เขตเมืองชั้นใน ประชากรมีอาชีพค้าขาย กรรมกร คนงาน รับจ้างทั่วไป รับราชการ หรือเป็นลูกจ้างรัฐบาล โดยทั่วไปมีฐานะปานกลาง
2. เขตธนบุรี เขตเมืองชั้นใน อาชีพประชากรส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพรับจ้าง ค้าขาย และอุตสาหกรรมในครัวเรือน
3. เขตดอนเมือง เขตต่อเมืองทางทิศตะวันออก ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง ค้าขายโดยทั่วไปมีฐานะดี
4. เขตทวีวัฒนา เขตต่อเมืองทางทิศตะวันตก เนื่องจากเป็นเขตชั้นนอก ประกอบกับข้อกำหนดการใช้ที่ดินตามผังเมืองรวมกำหนดให้เป็นพื้นที่สีเขียว ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรและพื้นที่สีเขียวที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกร ซึ่งเป็นตัวจำกัดการใช้ที่ดิน รวมทั้งประเภทของกิจการที่สามารถดำเนินการได้ จึงทำให้พื้นที่เป็นแหล่งที่พักอาศัย ซึ่งประชากรส่วนหนึ่งเดินทางเข้าไปทำงานในเขตพื้นที่อื่นๆ และมีประชากรส่วนหนึ่งประกอบอาชีพด้าน เกษตรกรรม ทำนา สวนผลไม้ ดอกไม้
5. เขตมีนบุรี เขตชานเมืองทางทิศตะวันออก ประชากรจัดเป็นสองประเภท คือ ผู้ตั้งถิ่นฐานเดิม อันประกอบด้วย ชนชาวมุสลิม ซึ่งอาศัยอยู่ริมคลองแสนแสบ และชนชาวพุทธ

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

จากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดตัวแปรต่างๆ สำหรับใช้ในการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่
 - ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ ศาสนา และระดับรายได้
2. ตัวแปรตาม ได้แก่
 - พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
 - การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ฯ
 - ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับการตอบสนองจากสื่อ ประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. ศึกษาจากเอกสาร (Documents Study) ได้แก่ หนังสือ วารสาร เอกสารทางวิชาการ สารนิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประมวลใช้เป็นกรอบความคิดในการศึกษาและแนวทางในการกำหนดแบบสอบถาม การวิเคราะห์ผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในด้านการนำ

สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมาใช้ เพื่อประโยชน์และเกิดความพึงพอใจ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

2. ศึกษาจากภาคสนาม (Field Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยเริ่มสอบถามก่อนมีการเลือกตั้ง 5-7 วัน เป็นวันจันทร์ที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2543 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงกับการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด

เนื่องจาก เป็นช่วงระยะเวลาที่ใกล้จะถึงวันเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 คือ วันอาทิตย์ที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2543

วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

1. เนื่องจากระยะเวลาในการเก็บข้อมูลนั้นเป็นระยะเวลาที่สั้น และมีการกระจายของกลุ่มตัวอย่างมาก จึงคัดเลือกผู้ช่วยในการเก็บข้อมูลประมาณ 10-12 คน เป็นนักศึกษาที่อยู่ในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปี 3-4 ที่เคยผ่านหลักสูตรระเบียบวิธีการวิจัยมาแล้ว

2. นักบุคคลที่เลือกมาพบกันเพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้อธิบาย เพื่อให้ นักศึกษามี ความรู้ความเข้าใจตรงกัน

2.1 วิธีการวิจัย

2.2 แบบสอบถาม

2.3 เทคนิคและจิตวิทยาที่จะให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม

3. ให้นักศึกษาตอบแบบสอบถามเองก่อน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ

4. กำหนดพื้นที่มอบหมาย

5. ออกไปเก็บข้อมูลจริง

6. แบบสอบถามที่ได้กลับมา จะปรึกษา เพื่อค้นหาปัญหา เพื่อจะได้แบบสอบถามจนสมบูรณ์

การทดสอบความถูกต้องของเครื่องมือ

1. การทดสอบความถูกต้อง (validity) ของเครื่องมือในการวัด เริ่มจากการศึกษาทฤษฎี และศึกษาแบบอย่างคำถามจากผู้ทำวิจัยมาแล้ว ซึ่งอาจจะใกล้เคียงกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแล้วนำมาคัดแปลง หรือปรุงแต่งคำถามให้สอดคล้องกับแนวความคิดและทฤษฎี ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนี้ ตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถาม และความชัดเจนของเนื้อหา

2. การปรับปรุงแก้ไขภาษาและข้อความในการวัดให้ชัดเจนและตรงประเด็นยิ่งขึ้น จึงมีการทำ pre-test แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อที่จะนำมาทดสอบความเชื่อถือได้ โดยหา

Reliability Coefficient Alpha ของตัวแปร เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความคำถามต่างๆ แล้วนำมาประมวลผลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โดยผลของการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้คือ 0.8247 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามที่ใช้มีความเชื่อถือได้มีระดับดีพอควร

แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาทั้งหมด แบ่งเป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่

เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะภาพทางสังคมและศาสนา อาชีพ และระดับรายได้

ส่วนที่ 2 ประกอบด้วย 2.1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยกำหนดพฤติกรรมเป็นความถี่ในการเปิดรับสื่อ คือ

1. เปิดรับ 5-7 ครั้ง/สัปดาห์
2. เปิดรับสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
3. เปิดรับสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
4. เปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้ง / สัปดาห์

ระดับการให้คะแนน

ตอบ เปิดรับ 5-7 ครั้ง/สัปดาห์	ให้คะแนนเท่ากับ	4 คะแนน
ตอบ เปิดรับสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	ให้คะแนนเท่ากับ	3 คะแนน
ตอบ เปิดรับสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	ให้คะแนนเท่ากับ	2 คะแนน
ตอบ เปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้ง / สัปดาห์	ให้คะแนนเท่ากับ	1 คะแนน

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วย 3.1 เป็นคำถามที่มีข้อมูลเรื่อง การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่เปิดรับ เป็นการใช้คำถามที่ทำให้เกิดความรู้ทั้งแง่ความคิดและการปฏิบัติ นำประโยชน์ไปใช้มากน้อยอย่างไร เพื่อประกอบในการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 โดยใช้คำถามทั้งหมด 7 ข้อ และแบ่งระดับของการใช้ประโยชน์เป็น 5 ระดับ คือ

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

ระดับการให้คะแนน

ตอบ มากที่สุด	คะแนนเท่ากับ	5 คะแนน
ตอบ มาก	คะแนนเท่ากับ	4 คะแนน

ตอบ ปานกลาง	คะแนนเท่ากับ	3 คะแนน
ตอบ น้อย	คะแนนเท่ากับ	2 คะแนน
ตอบ น้อยที่สุด	คะแนนเท่ากับ	1 คะแนน

ส่วนที่ 3.2, 3.3, 3.4 และ 3.5 เป็นคำถามให้เลือกตอบ มีคำตอบทั้งหมด 3 ข้อย่อยเลือกตอบเพียง 1 ข้อ ยกเว้นข้อ 3.3 มีคำตอบ 2 ข้อย่อยเลือกตอบ 1 ข้อ

ส่วนที่ 4 ประกอบด้วย 4.1 เป็นคำถามที่มีข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ การตอบสนองจากสื่อ เพื่อประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543 โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนคือ	ตอบ มากที่สุด	คะแนนเท่ากับ	5 คะแนน
	ตอบ มาก	คะแนนเท่ากับ	4 คะแนน
	ตอบ ปานกลาง	คะแนนเท่ากับ	3 คะแนน
	ตอบ น้อย	คะแนนเท่ากับ	2 คะแนน
	ตอบ น้อยที่สุด	คะแนนเท่ากับ	1 คะแนน

ส่วนที่ 4.2, 4.3, 4.4 และ 4.5 เป็นคำถามให้เลือกตอบ มีคำตอบทั้งหมด 3 ข้อย่อยเลือกตอบ 1 ข้อ

ส่วนที่ 5 ประกอบด้วย 5.1 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยแบ่งระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนคือ	ตอบ มากที่สุด	คะแนนเท่ากับ	5 คะแนน
	ตอบ มาก	คะแนนเท่ากับ	4 คะแนน
	ตอบ ปานกลาง	คะแนนเท่ากับ	3 คะแนน
	ตอบ น้อย	คะแนนเท่ากับ	2 คะแนน
	ตอบ น้อยที่สุด	คะแนนเท่ากับ	1 คะแนน

ส่วนที่ 5.2, 5.3, 5.4 และ 5.5 เป็นคำถามให้เลือกตอบ เลือกตอบเพียง 1 ข้อ จากคำถามที่ถาม

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจะออกหรือไม่ออกไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งและสาเหตุที่ออก และไม่ออกไปใช้สิทธิ เป็นคำถามให้เลือกตอบ และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คือ ข้อ 2 และข้อ 3

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้นำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) ในการประมวลผลข้อมูลและจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติต่างๆ ที่ต้องการ

ค่าสถิติที่กำหนดไว้ ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย (mean) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคม คือ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และระดับรายได้ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ สื่อที่ให้ความพึงพอใจ และการออกไปใช้สิทธิการเลือกตั้ง

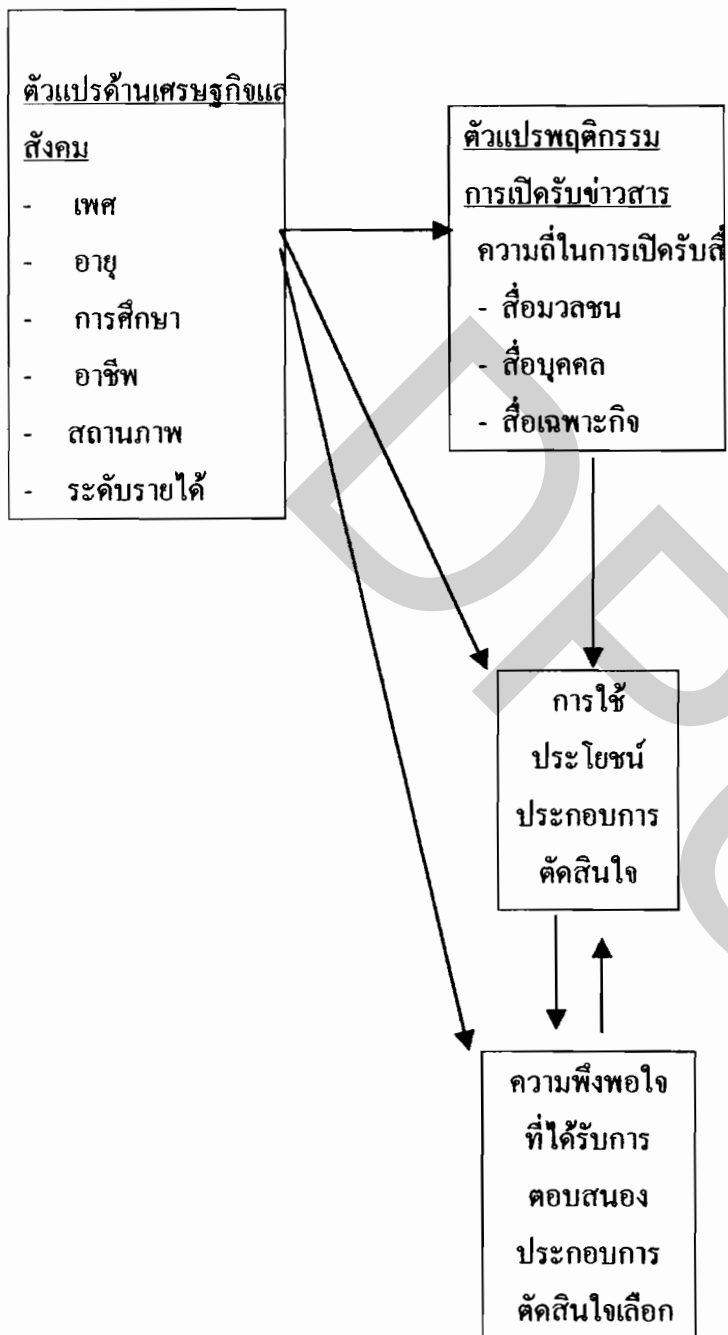
ค่าสถิติ Chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในสมมติฐานข้อที่ 1

ค่าสถิติ Oneway ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในสมมติฐานข้อที่ 2

ในการกำหนดเกณฑ์เพื่อใช้ในการตีความหมายของคะแนนที่ได้จากการวัดด้วยวิธีการวัดแบบ Rating Scale ผู้วิจัยจะทำการแบ่งเกณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

4.76 – 5.00	แสดงถึงระดับมากที่สุด
3.76 – 4.75	แสดงถึงระดับมาก
2.76 – 3.75	แสดงถึงระดับปานกลาง
1.81 – 2.66	แสดงถึงระดับน้อย
1.00 – 1.80	แสดงถึงระดับน้อยที่สุด

กรอบแนวความคิดในการศึกษาเพื่อดูความสัมพันธ์ของตัวแปร



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ และปัจจัยประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ ในการเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

- 1.2 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
- 1.3 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร
- 1.4 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสาร
- 1.5 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ
- 1.6 แสดงจำนวนร้อยละการออกและไม่ออกไปใช้สิทธิการเลือกตั้ง

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	209	49.6
หญิง	212	50.4
รวม	421	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนไม่แตกต่างกัน คือ ชายจำนวนร้อยละ 49.6 และหญิงจำนวนร้อยละ 50.4

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 25 ปี	141	33.4
26 - 33 ปี	120	28.5
34 - 41 ปี	73	17.3
42 - 49 ปี	54	12.8
50 - 58 ปี	22	5.2
59 ปีขึ้นไป	11	2.6
รวม	421	100.0

จากตารางที่ 3 เมื่อแยกกลุ่มตัวอย่างตามอายุแล้ว ปรากฏว่าช่วงอายุ 18-25 ปี ของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.4 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-33 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.5 นอกจากนั้นคือ อายุระหว่าง 34-41 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.3 อายุระหว่าง 42-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.8 อายุระหว่าง 50-58 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ 59 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
จบประถมหรือเทียบเท่า	29	6.9
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	39	9.3
จบอาชีวศึกษา(ปวช.,ปวส.) หรือเทียบเท่า	140	33.2
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	178	42.2
สูงกว่าปริญญาตรี	35	8.3
รวม	421	100.0

จากตารางที่ 4 เมื่อแยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นระดับการศึกษา ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาจบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมา คือ จบอาชีวศึกษา (ปวช.,ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 33.2 นอกจากนั้นคิดเป็นร้อยละ 9.3 คือ จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.3 และน้อยที่สุด คือ จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 6.9

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	244	58
สมรส	157	37.2
หม้าย	20	4.8
รวม	421	100.0
<u>ศาสนา</u>		
พุทธ	313	74.3
อิสลาม	101	24.0
คริสต์เตียน	7	1.7
รวม	421	100.0

จากตารางที่ 5 เมื่อแยกกลุ่มตัวอย่างตามสถานภาพ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมากที่สุดถึงร้อยละ 58.0 รองลงมา คือ สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 37.2 และน้อยที่สุด คือ หม้าย คิดเป็นร้อยละ 4.8

สถานภาพที่เป็น ศาสนาที่ให้กลุ่มตัวอย่างระบุลงไปแบบสอบถาม ปรากฏว่า ศาสนาพุทธ มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.3 รองลงมา คือ ศาสนาอิสลาม คิดเป็นร้อยละ 24.0 และมี ศาสนา คริสเตียนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต,นักศึกษา	95	22.5
ข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจ	74	17.6
ทำงานบริษัทเอกชน	127	30.2
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	96	22.8
แม่บ้าน	16	3.8
อื่น ๆ (รับจ้าง)	13	3.1
รวม	421	100.0

จากตารางที่ 6 เมื่อแยกกลุ่มตัวอย่างออกตามกลุ่มอาชีพ ปรากฏว่ากลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชนมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 22.8 นิสิต,นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.5 นอกจากนั้น คือ ข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 17.6 แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และ อื่นๆ ที่ไม่ตรงกับกลุ่มอาชีพที่กำหนดให้ คือ รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	82	19.5
5,001 – 10,000 บาท	120	28.5
10,001 – 15,000 บาท	94	22.3
15,001 – 20,000 บาท	70	16.6
รวม	421	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกตามระดับรายได้ ปรากฏว่า ระดับรายได้ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ 50,001 – 10,000 บาท จำนวน 120 คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมา คือ ระดับรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 94 คิดเป็นร้อยละ 22.3 นอกจากนั้น คือ ระดับรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 ระดับรายได้ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.6 และที่น้อยที่สุด คือ มากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.1

ตอนที่ 1.2 ผลการแจกแจงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2543

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อมวลชน

พฤติกรรมเปิดรับ ประเภทสื่อ	น้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ (%)	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง (%)	สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง (%)	สัปดาห์ละ 5-7 ครั้ง (%)	รวม (%)
	สื่อหนังสือพิมพ์	37 (8.8)	39 (9.3)	108 (25.7)	237 (56.3)
วิทยุ	46 (10.9)	37 (8.8)	137 (32.5)	201 (47.7)	421 (100.0)
โทรทัศน์	19 (4.5)	18 (4.3)	50 (11.9)	334 (79.3)	421 (100.0)
ภาพยนตร์	274 (65.1)	74 (17.6)	40 (9.5)	33 (7.8)	421 (100.0)
นิตยสาร	186 (44.2)	104 (24.7)	87 (20.7)	44 (10.5)	421 (100.0)

จากตารางที่ 8 พบว่าจำนวนความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชนประเภท หนังสือพิมพ์วิทยุ และ โทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีการเปิดรับ 5-7 วัน แต่เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อแล้ว สื่อโทรทัศน์เปิดรับมากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาคือ อ่านหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 56.3 และสื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 47.7 ตามลำดับ

สื่อที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างน้อยมากหรือมีการเปิดรับน้อยที่สุดคือ สื่อภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 65.1 รองลงมาคือ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 44.2

จะเห็นได้ว่าสื่อที่มีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากคือ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ สังกัด
ได้จากการแข่งขันทางการตลาดที่ชัดเจน และการนำเสนอข่าวสารที่ต่อเนื่อง

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล

ประเภทสื่อ	พฤติกรรมเปิดรับ	น้อยกว่า 1ครั้ง ต่อ สัปดาห์ (%)	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง (%)	สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง (%)	สัปดาห์ละ 5-7 ครั้ง (%)	รวม (%)
	พูดคุยกับคนในครอบครัว	65 (15.4)	63 (15.0)	112 (26.6)	181 (43.0)	421 (100.0)
พูดคุยกับเพื่อนหรือคนสนิท	51 (12.1)	66 (15.7)	143 (34.0)	161 (38.2)	421 (100.0)	
พูดหรือปรึกษากับหัวหน้าชุมชน	317 (75.3)	62 (14.7)	29 (6.9)	13 (3.1)	421 (100.0)	
พูดหรือปรึกษากับผู้นำท้องถิ่น	340 (80.8)	49 (11.6)	27 (6.4)	5 (1.2)	421 (100.0)	
พูดหรือปรึกษากับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ	313 (74.3)	55 (13.1)	39 (9.3)	14 (3.3)	421 (100.0)	
พูดหรือปรึกษาเจ้าหน้าที่สำนักงาน ที่ว่าการเขตต่างๆ	351 (83.4)	41 (9.7)	22 (5.2)	7 (1.7)	421 (100.0)	

จากตารางที่ 9 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจากสื่อบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิด
รับข่าวสารจากการพูดคุยกับคนในครอบครัวเป็นประจำหรือแทบทุกวันคือ 5-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.0 พูดคุย
กับเพื่อนหรือคนสนิท คิดเป็นร้อยละ 38.2 พูดหรือปรึกษากับหัวหน้าชุมชนน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิด
เป็นร้อยละ 75.3 พูดหรือปรึกษากับผู้นำท้องถิ่นน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80.8 พูดหรือ
ปรึกษากับข้าราชการผู้ใหญ่หรือนักวิชาการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.3 และพูดหรือ
ปรึกษาเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตต่างๆ น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 83.4

จะเห็นได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีการพูดคุยกับคนในครอบครัวมากที่สุด และจะมีการพูดคุยหรือปรึกษากับเจ้าหน้าที่สำนักงานที่ว่าการเขตต่างๆ น้อยที่สุด ทั้งนี้และทั้งนั้นอาจเป็นการผิดกฎหมาย ถ้าเจ้าหน้าที่ตามสำนักงานเขตต่างๆ ชี้นำหรือช่วยเหลือผู้สมัครเลือกตั้งผู้ว่าฯกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ

พฤติกรรมเปิดรับ ประเภทสื่อ	น้อยกว่า	สัปดาห์ละ	สัปดาห์ละ	สัปดาห์ละ	รวม (%)
	1 ครั้งต่อ สัปดาห์ละ (%)	1-2 ครั้ง (%)	3-4 ครั้ง (%)	5-7 ครั้ง (%)	
ป้ายโฆษณา	22 (5.2)	22 (5.2)	106 (25.2)	271 (64.4)	421 (100.0)
ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่	39 (9.3)	51 (12.1)	159 (37.8)	172 (40.9)	421 (100.0)
ป้ายประกาศ	34 (8.1)	51 (12.1)	116 (27.6)	220 (52.3)	421 (100.0)
ป้ายโปสเตอร์	45 (10.7)	39 (9.3)	94 (22.3)	243 (57.7)	421 (100.0)
ใบปลิว	78 (18.5)	100 (23.8)	143 (34.0)	100 (23.8)	421 (100.0)
แผ่นพับ	85 (20.2)	118 (28.0)	136 (32.3)	82 (20.2)	421 (100.0)
วารสารแนะนำตัว	125 (29.7)	115 (27.3)	112 (26.6)	69 (16.4)	421 (100.0)
อินเทอร์เน็ต	316 (75.1)	42 (10.0)	41 (9.7)	22 (5.2)	421 (100.0)
สื่อที่ทำขึ้นพิเศษเช่น เสื่อ,สติ๊กเกอร์ พุด,หมวก,เทป เป็นต้น	269 (63.9)	73 (17.3)	65 (15.4)	14 (3.3)	421 (100.0)

จากตารางที่ 10 พบว่าพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจากสื่อเฉพาะกิจที่เป็นป้ายโฆษณามีการเปิดรับเป็นประจำคือ 5-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 64.4 ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่เปิดรับเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 40.9 ป้ายประกาศเปิดรับเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 52.3 ป้ายโปสเตอร์มีการเปิดรับเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 57.7 ใบปลิวเปิดรับสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.0 แผ่นพับเปิดรับข่าวสารสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.3 วารสารแนะนำตัวของผู้สมัครเปิดรับสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.7 อินเทอร์เน็ตเปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.1 และสื่อที่ทำขึ้นพิเศษเช่น เสื้อ, สติกเกอร์, หมวก, พัด, เทป ฯลฯ เป็นต้นมีการเปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.9

จะเห็นว่าสื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือ ป้ายโฆษณา รองลงมาคือ ป้ายโปสเตอร์ และสื่อที่มีการเปิดรับ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คือ ใบปลิวและแผ่นพับ

สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต และรองลงมาคือ สื่อที่ทำขึ้นพิเศษเช่น เสื้อ, พัด, เทป ฯลฯ เป็นต้น

สังเกตว่าป้ายโฆษณาที่มีการเปิดรับมากที่สุด เนื่องจากป้ายมีขนาดใหญ่ เป็นที่สังเกตเห็นง่าย แก่กลุ่มตัวอย่าง และสื่ออินเทอร์เน็ต ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารน้อยที่สุด อาจจะเนื่องมาจากสื่อทางนี้ยังไม่แพร่หลายมากเหมือนสื่ออื่นๆ

ตอนที่ 1.3 การแจกแจงการใช้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสาร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสาร การเลือกตั้งผู้ว่าฯกรุงเทพมหานคร	น้อย ที่สุด (%)	น้อย (%)	ปาน กลาง (%)	มาก (%)	มาก ที่สุด (%)	รวม (%)	X (เกณฑ์การ ใช้ ประโยชน์)	S.D
รู้วิธีปฏิบัติในการเลือกตั้ง	4 (1.0)	23 (5.5)	167 (39.7)	151 (35.9)	76 (18.1)	421 (100.0)	3.646 (ปานกลาง)	.871
แนวทางในการตัดสินใจเลือก	6 (1.4)	16 (3.8)	159 (37.8)	158 (37.5)	82 (19.5)	421 (100.0)	3.698 (ปานกลาง)	.874
สามารถบอกข้อมูลของผู้สมัครที่ชอบ	5 (1.2)	41 (9.7)	235 (55.8)	110 (26.1)	30 (7.1)	421 (100.0)	3.283 (ปานกลาง)	.783
สามารถรู้ว่าใครอยู่สังกัดพรรคใดกลุ่มใด หมายเลขใด	1 (.2)	48 (11.4)	163 (38.7)	155 (36.8)	54 (12.8)	421 (100.0)	3.506 (ปานกลาง)	.866
สามารถทราบเคลื่อนไหวของผู้สมัคร	10 (2.4)	52 (12.4)	180 (42.8)	147 (34.9)	32 (7.6)	421 (100.0)	3.330 (ปานกลาง)	.874
มีข้อมูลเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	7 (1.7)	56 (13.3)	175 (41.6)	151 (35.9)	32 (7.6)	421 (100.0)	3.344 (ปานกลาง)	.863
ช่วยประกอบการตัดสินใจ (เลือก)	12 (2.9)	48 (11.4)	124 (29.5)	174 (41.3)	63 (15.0)	421 (100.0)	3.542 (ปานกลาง)	.974

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ใช้ประโยชน์จากข่าวสาร มากที่สุดคือ แนวทางในการตัดสินใจเลือกวิธีเลือกตั้งผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร โดยมีคะแนนการใช้ประโยชน์เฉลี่ยเท่ากับ 3.698 ซึ่งมีคะแนนการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง

รองลงมาคือ ทำให้รู้วิธีเลือกตั้งผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร โดยมีคะแนนการใช้ประโยชน์เฉลี่ยเท่า

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละของผลการทดสอบการใช้ประโยชน์

ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง	สื่อมวลชน (%)	สื่อบุคคล (%)	สื่อเฉพาะกิจ (%)	รวม (%)
ทราบวัน,เวลา,สถานที่ จากสื่อใด มากที่สุด	332 (78.9)	47 (11.2)	42 (10.0)	421 (100.0)
สื่อที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด	287 (68.2)	85 (20.2)	49 (11.6)	421 (100.0)
ข่าวสารจากสื่อใดที่นำมาใช้ประโยชน์ มากที่สุด	287 (68.2)	78 (18.5)	56 (13.3)	421 (100.0)

ตารางที่ 12 พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วสื่อมวลชนเป็นสื่อที่ให้ประโยชน์ต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เรื่องของวันเวลา และสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 78.9 เรื่องการนำข่าวสารมาใช้ประโยชน์คือ สื่อมวลชนคิดเป็นร้อยละ 68.2 และความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อคือ สื่อมวลชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.2

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละผลทดสอบเรื่องสถานที่เลือกตั้ง

ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง	รู้ (%)	ไม่รู้ (%)	รวม (%)
ท่านทราบสถานที่เลือกตั้งฯ ในเขตของท่าน หรือไม่	379 (90.0)	42 (10.0)	421 (100.0)

จากตารางที่ 13 พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างรู้สถานที่เลือกตั้งในเขตของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 90.0

ตอนที่ 1.4 การแจกแจงความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร

ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสาร การเลือกตั้งผู้ว่าฯกรุงเทพมหานคร	น้อย ที่สุด (%)	น้อย (%)	ปาน กลาง (%)	มาก (%)	มาก ที่สุด (%)	รวม (%)	X (เกณฑ์ความ พึงพอใจ)	S.D
รู้ประวัติและรายละเอียดการทำงานของ ผู้สมัคร	2 (.5)	13 (3.1)	173 (41.1)	194 (46.1)	39 (9.3)	421 (100.0)	3.606 (ปานกลาง)	.718
ทราบนโยบายของผู้สมัคร	2 (.5)	22 (5.2)	189 (44.9)	174 (41.3)	34 (8.1)	421 (100.0)	3.513 (ปานกลาง)	.739
ทราบข่าวสารและความเคลื่อนไหวการ เลือกตั้งเสมือนมีส่วนร่วม	6 (1.4)	42 (10.0)	197 (46.8)	150 (35.6)	26 (6.2)	421 (100.0)	3.352 (ปานกลาง)	.739
มีการใช้สื่อที่หลากหลายมากขึ้น	4 (1.0)	39 (9.3)	174 (41.3)	169 (40.1)	35 (8.3)	421 (100.0)	3.352 (ปานกลาง)	.799
ข่าวสารส่วนใหญ่ตอบสนองเรื่องที่ท่าน อยากรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งฯ	8 (1.9)	41 (9.7)	199 (47.3)	154 (36.6)	19 (4.5)	421 (100.0)	3.456 (ปานกลาง)	.811
ทำให้ทัศนเหตุการณ์ สามารถแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น	9 (2.1)	40 (9.5)	155 (36.8)	188 (44.7)	29 (6.9)	421 (100.0)	3.321 (ปานกลาง)	.786
ข่าวสารที่เปิดรับ ช่วยประกอบการตัดสินใจ เลือกผู้ว่าฯกรุงเทพมหานคร	12 (2.9)	30 (7.1)	107 (25.4)	218 (51.8)	54 (12.8)	421 (100.0)	3.646 (ปานกลาง)	.840

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารข่าวสาร ในเรื่องการช่วยประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่า มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.646 ซึ่งมีเกณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

รู้ประวัติและรายละเอียดการทำงานของผู้สมัคร มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.606 ซึ่งมีเกณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

นโยบายของผู้สมัคร มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.513 ซึ่งมีเกณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ข่าวสารส่วนใหญ่สามารถตอบสนองเรื่องที่ต้องการรู้ได้เกี่ยวกับการเลือกตั้งฯ มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.456 ซึ่งมีเกณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวการเลือกตั้งฯ และผู้สมัครมีการใช้สื่อมากขึ้น มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.352 ซึ่งมีเกณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ทำให้ทันเหตุการณ์และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.321 ซึ่งมีเกณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

สรุปกลุ่มตัวอย่างมีเกณฑ์คะแนนความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนร้อยละผลความพึงพอใจ

ความพึงพอใจที่ได้รับ	สื่อมวลชน (%)	สื่อบุคคล (%)	สื่อเฉพาะกิจ (%)	รวม (%)
สื่อที่ให้รายละเอียดมากที่สุด	269 (63.9)	61 (14.5)	91 (21.6)	421 (100.0)
สื่อที่ให้ข่าวสารการเลือกตั้งฯ ได้มากที่สุด	309 (73.4)	66 (15.7)	45 (10.7)	421 (100.0)
สื่อที่สนองความอยากรู้ได้มากที่สุด	280 (66.5)	74 (17.6)	67 (15.9)	421 (100.0)
สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	268 (63.7)	105 (24.9)	48 (11.4)	421 (100.0)

จากตารางที่ 15 พบว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ให้ข่าวสารการเลือกตั้งได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.4 สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับประวัติของผู้สมัครมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.9 สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.5 และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.7 คือ สื่อมวลชน

กล่าวโดยสรุป คือ สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ให้ความพึงพอใจแก่กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่

ตอนที่ 1.5 การแจกแจงความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ

ชนิดสื่อ	ระดับความพึงพอใจ						X (เกณฑ์ความ พึงพอใจ)
	มากที่สุด (%)	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	น้อยที่สุด (%)	รวม (%)	
สื่อมวลชน	121 (28.7)	217 (51.5)	79 (18.8)	3 (0.7)	1 (0.2)	421 (100.0)	4.078 (มาก)
สื่อบุคคล	31 (7.44)	159 (37.8)	199 (47.3)	23 (5.5)	9 (2.1)	421 (100.0)	3.428 (ปานกลาง)
สื่อเฉพาะกิจ	32 (7.6)	107 (25.4)	206 (48.9)	63 (15.0)	13 (3.1)	421 (100.0)	3.195 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความพึงพอใจของสื่อ คือ สื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 51.5 มีค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4.078 รองลงมา คือ สื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นร้อยละ 48.9 มีค่าเฉลี่ยการให้คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 3.428 และสื่อบุคคล

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามสื่อมวลชน

ประเภทสื่อมวลชน	สื่อมวลชนที่ให้ความพึงพอใจ (%)
วิทยุ	85 (20.2)
โทรทัศน์	270 (64.1)
หนังสือพิมพ์	57 (13.5)
นิตยสาร/วารสาร	6 (1.4)
ภาพยนตร์	3 (0.7)
รวม (%)	421 (100.0)

ตารางที่ 17 พบว่า สื่อมวลชนที่ให้ความพึงพอใจมากที่สุด คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 64.1 รองลงมา คือ วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 20.2 และหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 13.5

สื่อมวลชนที่ได้รับระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สื่อภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนร้อยละของ ระดับความพึงพอใจ จำแนกตามสื่อบุคคล

ประเภทสื่อบุคคล	สื่อบุคคลที่ให้ความพึงพอใจ (%)
ไม่ตอบ	43 (10.2)
คนในครอบครัว	183 (43.5)
เพื่อน	126 (29.9)
หัวหน้าชุมชน เช่น กรรมการชุมชน	13 (3.1)
ผู้นำท้องถิ่น เช่น กำนัน,ผู้ใหญ่บ้าน	8 (1.9)
ข้าราชการผู้ใหญ่,นักวิชาการ	39 (9.3)
เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตต่างๆ	9 (2.1)
รวม	421
(%)	(100.0)

ตารางที่ 18 พบว่าสื่อบุคคลที่ให้ความพึงพอใจมากที่สุด คือ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 29.9 และข้าราชการผู้ใหญ่,นักวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 9.3 สื่อบุคคลที่ให้ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ผู้นำท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนร้อยละของ ระดับความพึงพอใจ จำแนกตามสื่อเฉพาะกิจ

ประเภทสื่อเฉพาะกิจ	สื่อเฉพาะกิจที่ให้ความพึงพอใจ (%)
ไม่ตอบ	52 (12.4)
ป้ายโฆษณาต่าง ๆ	59 (14.0)
ป้ายประกาศ	27 (6.4)
ป้ายโปสเตอร์	44 (10.5)
ใบปลิว	12 (2.9)
แผ่นพับ	23
วารสารแนะนำตัวผู้สมัคร	(5.9)
อินเตอร์เน็ต	178 (42.3)
สื่อที่ผู้สมัครทำขึ้นพิเศษเพื่อแจก	18 (4.3)
เช่น	8
เทป,สื่อ,หมวก ฯ เป็นต้น	(1.9)
รวม	421
(%)	(100.0)

ตารางที่ 19 พบว่า สื่อเฉพาะกิจที่ให้ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ วารสารแนะนำตัวผู้สมัคร คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 14.0 และป้ายโปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 10.5

สื่อเฉพาะกิจที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สื่อที่ผู้สมัครทำขึ้นพิเศษเพื่อแจก เช่น เสื้อ,หมวก, เทป,พัต เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนร้อยละ ของสื่อที่ให้ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

สื่อ	ความเร็วในการเสนอข่าวสาร (%)
สื่อมวลชน	344 (81.7)
สื่อบุคคล	33 (7.8)
สื่อเฉพาะกิจ	44 (10.5)
รวม	421
(%)	(100.0)

ตารางที่ 20 พบว่าสื่อที่ให้ความเร็วในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กรุงเทพฯ ปีพ.ศ.2543 คือ สื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 81.7 รองลงมา คือ สื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.5 และสื่อบุคคลคิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 1.6 ผลการแจกแจงการออกไปใช้สิทธิ์ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543
ตารางที่ 21 แสดงจำนวนร้อยละการออกไปใช้สิทธิ์การเลือกตั้งฯ

การใช้สิทธิ์เลือกตั้งผู้ว่าฯ	ออกไปใช้สิทธิ์ (%)	ไม่ออกไปใช้สิทธิ์ (%)	รวม (%)
ท่านจะออกไปใช้สิทธิ์หรือไม่	382 (90.7)	39 (9.3)	421 (100.0)

ตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างออกไปใช้สิทธิ์ในการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 มากถึงร้อยละ 90.7 และ ไม่ออกไปใช้สิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 9.3

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละของการออกไปใช้สิทธิ์ จำแนกตามสาเหตุ

สาเหตุที่ออกไปใช้สิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ(%)
มีความชอบผู้สมัครเป็นการส่วนตัว	109	28.5
ออกไปใช้สิทธิ์กับคนในครอบครัวญาติพี่น้อง	100	26.2
ต้องการใช้สิทธิ์ตามระบอบประชาธิปไตย	295	77.2
ออกไปใช้สิทธิ์เพราะ ผู้สมัครมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์สูง	139	36.4
มีเวลาว่าง	74	19.4
อื่น ๆ	11	2.9

ตารางที่ 22 พบว่าสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างออกไปใช้สิทธิ์มากที่สุด คือ ต้องการใช้สิทธิ์ตามระบอบประชาธิปไตย คิดเป็นร้อยละ 77.2 รองลงมาคือ ผู้สมัครมีความรู้ ความสามารถจึงออกไปใช้สิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 36.4 และชอบผู้สมัครเป็นการส่วนตัว ร้อยละ 28.5

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละของการไม่ออกไปใช้สิทธิ์การเลือกตั้ง จำแนกตามสาเหตุ

สาเหตุที่ไม่ออกไปใช้สิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ(%)
ไม่ได้สนใจเรื่องการเมือง	4	10.3
ไม่วางคิดธุระ	26	66.7
ไม่มีประโยชน์ ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้	7	17.9
ไม่สะดวกต่อการเดินทางไปใช้สิทธิ์	6	15.4
ไม่รู้ว่าเลือกตั้งวันไหน	1	2.6
อื่น ๆ	7	17.9

ตารางที่ 23 พบว่า สาเหตุของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ออกไปใช้สิทธิ์ คือ ไม่วางคิดธุระ คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ไม่มีประโยชน์ ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ คิดเป็นร้อยละ 17.9 และไม่สะดวกต่อการเดินทางไปใช้สิทธิ์ ร้อยละ 15.4

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ (นำเสนอลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1

H_0 - อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์

H_1 - อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 24 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
18-25 ปี	33.069	15	.0046
26-33 ปี			
34-41 ปี			
42-49 ปี			
50-58 ปี			
59 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 24 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0046 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคืออายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2

H_0 - การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์

H_1 - การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 25 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	36.750	12	.0002
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จบสูงกว่าปริญญาตรี			

จากตารางที่ 25 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0002 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3

H_0 - อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์

H_1 - อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 26 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต,นักศึกษา ข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	46.038	15	.0001

จากตารางที่ 26 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0001 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคืออาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4

H_0 = การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์

H_1 = การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 27 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

รายได้	Chi-Square	D.F.	Sig.
น้อยกว่า 5,000บาท 5,001-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท มากกว่า 20,000 บาท	31.973	12	.0014

จากตารางที่ 27 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0014 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯจากสื่อหนังสือพิมพ์

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5

H_0 - ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ

H_1 - ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ

ตารางที่ 28 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ศาสนา	Chi-Square	D.F.	Sig.
พุทธ อิสลาม คริสต์เตียน	13.256	6	.0391

จากตารางที่ 28 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0391 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯจากสื่อวิทยุ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6

H_0 - อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ

H_1 - อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ

ตารางที่ 29 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.6 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต, นักศึกษา ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	27.312	15	.0263

จากตารางที่ 29 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0263 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคืออาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.7

H_0 - การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์

H_1 - การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 30 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.7 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษา	41.568	12	.0000
จบมัธยมศึกษา			
จบอาชีวศึกษา			
จบปริญญาตรี			
จบสูงกว่าปริญญาตรี			

จากตารางที่ 30 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0000 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.8

H_0 = สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อภาพยนตร์

H_1 = สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อภาพยนตร์

ตารางที่ 31 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.8 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

สถานภาพสมรส	Chi-Square	D.F.	Sig.
โสด สมรส หม้าย	23.173	6	.0007

จากตารางที่ 31 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0007 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อภาพยนตร์

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.9

H_0 = การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ

H_1 = การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ

ตารางที่ 32 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.9 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษา จบมัธยมศึกษา จบอาชีวศึกษา จบปริญญาตรี จบสูงกว่าปริญญาตรี	28.888	12	.0041

จากตารางที่ 32 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0041 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.10

H₀ - ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อนิคมสาร

H₁ - ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อนิคมสาร

ตารางที่ 33 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.9 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ศาสนา	Chi-Square	D.F.	Sig.
พุทธ อิสลาม คริสต์เตียน	20.122	6	.0026

จากตารางที่ 33 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0026 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H₀ กล่าวคือ ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อนิคมสาร

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.11 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อบุคคล ได้แก่ คุยกับคนในครอบครัว เพื่อน หัวหน้าชุมชนผู้นำท้องถิ่น ข้าราชการผู้ใหญ่ เจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

H₀ - อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากคนในครอบครัว

H₁ - อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากคนในครอบครัว

ตารางที่ 34 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.11 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษา	42.027	15	.0002
จบมัธยมศึกษา			
จบอาชีวศึกษา			
จบปริญญาตรี			
จบสูงกว่าปริญญาตรี			

จากตารางที่ 34 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0002 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.9

H_0 - การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

H_1 - การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

ตารางที่ 35 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.12 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จากระดับศึกษาทุริค จนมัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า	28.927	12	.0040
จบอาชีวศึกษาหรือ เทียบเท่า			
จบปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า			
จบสูงกว่าปริญญาตรี			

จากตารางที่ 35 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0040 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.13

H_0 = สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

H_a = สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

ตารางที่ 36 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.13 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

สถานภาพสมรส	Chi-Square	D.F.	Sig.
โสด สมรส หม้าย	17.619	6	.0073

จากตารางที่ 36 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0073 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.14

H_0 - ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ

H_1 - ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ

ตารางที่ 37 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.14 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ศาสนา	Chi-Square	D.F.	Sig.
พุทธ อิสลาม คริสต์เคียน	15.017	6	.0201

จากตารางที่ 37 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0201 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.15

H_0 = อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

H_1 = อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

ตารางที่ 38 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.15 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต,นักศึกษา ข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	26.736	15	.0310

จากตารางที่ 38 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0310 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.16

H_0 = รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

H_1 = รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

ตารางที่ 39 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.16 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

รายได้	Chi-Square	D.F.	Sig.
น้อยกว่า 5,000 บาท	43.140	12	.0000
5,001-10,000 บาท			
10,001-15,000 บาท			
15,001-20,000 บาท			
มากกว่า 20,000 บาท			

จากตารางที่ 39 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0000 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.17

H_0 = อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเพื่อน

H_1 = อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเพื่อน

ตารางที่ 40 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.17 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
18-25 ปี	26.645	15	.0318
26-33 ปี			
34-41 ปี			
42-49 ปี			
50-58 ปี			
59ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 40 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0318 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับเพื่อน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.18

H_0 - สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเพื่อน

H_1 - สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเพื่อน

ตารางที่ 41 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.18 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

สถานภาพสมรส	Chi-Square	D.F.	Sig.
โสด	13.302	6	.0385
สมรส			
หม้าย			

จากตารางที่ 41 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0385 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับเพื่อน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.19

H_0 - รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเพื่อน

H_1 - รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเพื่อน

ตารางที่ 42 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.19 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

รายได้	Chi-Square	D.F.	Sig.
น้อยกว่า 5,000 บาท	22.621	12	.0311
5,001-10,000 บาท			
10,001-15,000 บาท			
15,001-20,000 บาท			
มากกว่า 20,000 บาท			

จากตารางที่ 42 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0311 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับเพื่อน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.20

H_0 = เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

H_1 = เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

ตารางที่ 43 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.20 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	10.688	3	.0135
หญิง			

จากตารางที่ 43 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0135 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.21

H_0 = อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

H_1 = อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

ตารางที่ 44 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.21 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

รายได้	Chi-Square	D.F.	Sig.
18-25 ปี	27.791	15	.0229
26-33 ปี			
34-41 ปี			
42-49 ปี			
50-58 ปี			
59ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 44 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0229 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.22

H_0 = การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

H_1 = การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

ตารางที่ 45 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.22 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	27.188	12	.0073
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า			
จบอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า			
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า			
จบสูงกว่าปริญญาตรี			

จากตารางที่ 45 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0073 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.23

H_0 - อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

H_1 - อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

ตารางที่ 46 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.23 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต, นักศึกษา ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	25.782	15	.0404

จากตารางที่ 46 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0404 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคืออาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับหัวหน้าชุมชน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.24

H_0 = อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น

H_1 = อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น

ตารางที่ 47 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.24 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
18-25 ปี	44.601	15	.0001
26-33 ปี			
34-41 ปี			
42-49 ปี			
50-58 ปี			
59ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 47 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0001 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคืออายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.25

H_0 - การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น

H_a - การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น

ตารางที่ 48 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.25 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	25.628	12	.0121
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า			
จบอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า			
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า			
จบสูงกว่าปริญญาตรี			

จากตารางที่ 48 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0121 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากการพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.26

H_0 - สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น

H_1 - สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น

ตารางที่ 49 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.26 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

สถานภาพสมรส	Chi-Square	D.F.	Sig.
โสด สมรส หม้าย	15.852	6	.0146

จากตารางที่ 49 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0146 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.27

H_0 - อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

H_1 - อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

ตารางที่ 50 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.27 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

รายได้	Chi-Square	D.F.	Sig.
18-25 ปี	32.752	15	.0051
26-33 ปี			
34-41 ปี			
42-49 ปี			
50-58 ปี			
59ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 50 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0051 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.28

H_0 - การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

H_1 - การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

ตารางที่ 51 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.28 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	29.693	12	.0031
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า			
จบอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า			
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า			
จบสูงกว่าปริญญาตรี			

จากตารางที่ 51 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0031 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับนักวิชาการ, ข้าราชการผู้ใหญ่

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.29

H_0 = ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

H_1 = ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

ตารางที่ 52 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.29 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

สถานภาพสมรส	Chi-Square	D.F.	Sig.
พุทธ อิสลาม คริสต์เชียน	13.360	6	.0377

จากตารางที่ 52 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0377 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.30

H_0 = อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

H_1 = อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

ตารางที่ 53 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.30 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต, นักศึกษา ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	32.592	15	.0055

จากตารางที่ 53 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0055 น้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคืออาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.31

H_0 = รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

H_1 = รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

ตารางที่ 54 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.31 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

รายได้	Chi-Square	D.F.	Sig.
น้อยกว่า 5,000 บาท	22.245	12	.0349
5,001-10,000 บาท			
10,001-15,000 บาท			
15,001-20,000 บาท			
มากกว่า 20,000 บาท			

จากตารางที่ 54 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0349 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.32

H_0 - อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการตามเขต

H_1 - อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการตามเขต

ตารางที่ 55 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.32 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

รายได้	Chi-Square	D.F.	Sig.
18-25 ปี	30.921	15	.0090
26-33 ปี			
34-41 ปี			
42-49 ปี			
50-58 ปี			
59ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 55 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0090 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การเลือกตั้งจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขตต่างๆ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.33

H_0 = การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

H_1 = การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

ตารางที่ 56 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.33 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	24.664	12	.0165
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า			
จบอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า			
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า			
จบสูงกว่าปริญญาตรี			

จากตารางที่ 56 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0165 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขตต่างๆ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.35

H₀ - สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

H₁ - สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

ตารางที่ 57 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.35 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

สถานภาพสมรส	Chi-Square	D.F.	Sig.
โสด สมรส หม้าย	13.435	6	.0366

จากตารางที่ 57 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0366 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H₀ กล่าวคือ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.36

H₀ - ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

H₁ - ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

ตารางที่ 58 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.36 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ศาสนา	Chi-Square	D.F.	Sig.
พุทธ อิสลาม คริสเตียน	30.856	6	.0000

จากตารางที่ 58 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0000 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.37 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายโฆษณา ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ ไปสเตอร์ โบปลิว แผ่นพับ วารสารแนะนำตัว อินเทอร์เน็ต สื่อที่ผู้สมัครทำขึ้นพิเศษ เช่น หมวก เสื้อ เทปฯ พัด เป็นต้น

H_0 - อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายโฆษณา

H_1 - อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายโฆษณา

ตารางที่ 59 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.37 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต,นักศึกษา ข้าราชการ,วิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	36.967	15	.0013

จากตารางที่ 59 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0013 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากป้ายโฆษณา

สมมติฐานย่อยที่ 1.38

H_0 - อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายโฆษณา เคลื่อนที่

H_1 - อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายโฆษณาเคลื่อนที่

ตารางที่ 60 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.38 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต,นักศึกษา ข้าราชการ,วิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	39.319	15	.0006

จากตารางที่ 60 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0006 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากป้ายโฆษณาเคลื่อนที่

สมมติฐานย่อยที่ 1.39

H_0 - สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ

H_1 - สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ

ตารางที่ 61 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.39 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

สถานภาพสมรส	Chi-Square	D.F.	Sig.
โสด สมรส หม้าย	12.718	6	.0477

จากตารางที่ 61 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0477 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากป้ายประกาศ

สมมติฐานย่อยที่ 1. 40

H_0 = อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ

H_1 = อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ

ตารางที่ 62 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.40 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต,นักศึกษา ข้าราชการ,วิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	37.539	15	.0011

จากตารางที่ 62 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0011 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากป้ายประกาศ
สมมติฐานย่อยที่ 1. 41

H_0 = อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายโปสเตอร์

H_1 = อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายโปสเตอร์

ตารางที่ 63 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.41 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต, นักศึกษา ข้าราชการ, วิชาชีพ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	27.249	15	.0026

จากตารางที่ 63 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0026 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากป้ายโปสเตอร์

สมมติฐานย่อยที่ 1. 42

H_0 = เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากใบปลิว

H_1 = เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากใบปลิว

ตารางที่ 64 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.42 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย หญิง	15.965	3	.0012

จากตารางที่ 64 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0012 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯจากใบปลิว

สมมติฐานย่อยที่ 1.43

H_0 - ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากใบปลิว

H_1 - ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากใบปลิว

ตารางที่ 65 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.43 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ศาสนา	Chi-Square	D.F.	Sig.
พุทธ อิสลาม คริสต์ียน	14.984	6	.0204

จากตารางที่ 65 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0204 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯจากใบปลิว

สมมติฐานย่อยที่ 1.44

H_0 - อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากใบปลิว

H_1 - อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากใบปลิว

ตารางที่ 66 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.44 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต, นักศึกษา ข้าราชการ, วิศวกร บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	29.633	15	.0133

จากตารางที่ 66 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0133 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากใบปลิวสมมติฐานย่อยที่ 1.45

H_0 = เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากแผ่นพับ

H_1 = เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากแผ่นพับ

ตารางที่ 67 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.45 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย หญิง	8.008	3	.0458

จากตารางที่ 67 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0458 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากแผ่นพับ

สมมติฐานย่อยที่ 1. 46

H₀ - อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากแผ่นพับ

H₁ - อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากแผ่นพับ

ตารางที่ 68 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.46 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต,นักศึกษา ข้าราชการ,วิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	26.227	15	.0357

จากตารางที่ 68 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0357 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H₀ กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯจากแผ่นพับ

สมมติฐานย่อยที่ 1. 47

H₀ - เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากวารสารแนะนำตัว

H₁ - เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากวารสารแนะนำตัว

ตารางที่ 69 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.47 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย หญิง	8.614	3	.0349

จากตารางที่ 69 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0349 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การเลือกตั้งจากวารสารแนะนำตัว สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.49

H_0 - การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต

H_1 - การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 70 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.49 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษาหรือ เทียบเท่า จบมัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า จบอาชีวศึกษาหรือ เทียบเท่า จบปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า จบสูงกว่าปริญญาตรี	24.557	12	.0171

จากตารางที่ 70 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0171 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่ออินเทอร์เน็ต

สมมติฐานย่อยที่ 1.50

H_0 - ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต

H_1 - ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 71 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.50 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ศาสนา	Chi-Square	D.F.	Sig.
พุทธ อิสลาม คริสต์ียน	46.760	6	.0000

จากตารางที่ 71 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0000 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่ออินเทอร์เน็ต

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

(นำเสนอลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์)

สมมติฐานย่อยที่ 2.1

H_0 = เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

H_1 = เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

ตารางที่ 72 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.1 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย หญิง	9.764	4	.0446

จากตารางที่ 72 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0446 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้ง

สมมติฐานย่อยที่ 2.2

H_0 - การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้ง

H_1 - การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้ง

ตารางที่ 73 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.2 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษาหรือ เทียบเท่า จบมัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า จบอาชีวศึกษาหรือ เทียบเท่า จบปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า จบสูงกว่าปริญญาตรี	26.942	16	.0421

จากตารางที่ 73 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0421 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้ง

สมมติฐานย่อยที่ 2.3

H_0 - อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้ง

H_1 - อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้ง

ตารางที่ 74 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.3 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
นิสิต, นักศึกษา ข้าราชการ, วิสาหกิจ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน อื่นๆ (รับจ้าง)	41.988	20	.0028

จากตารางที่ 74 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0028 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้ง

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 (นำเสนอลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ)

สมมติฐานย่อยที่ 3.1

H_0 - การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

H_1 - การศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

ตารางที่ 75 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.1 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

การศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
จบประถมศึกษาหรือ เทียบเท่า จบมัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า จบอาชีวศึกษาหรือ เทียบเท่า จบปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า จบสูงกว่าปริญญาตรี	27.569	16	.0356

จากตารางที่ 75 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0356 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

สมมติฐานย่อยที่ 3.2

H_0 = การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

H_1 = การศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

ตารางที่ 76 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.2 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

รายได้	Chi-Square	D.F.	Sig.
น้อยกว่า 5,000 บาท	33.488	16	.0064
5,001-10,000 บาท			
10,001-15,000 บาท			
15,001-20,000 บาท			
มากกว่า 20,000 บาท			

จากตารางที่ 76 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0064 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

สมมติฐานย่อยที่ 3.3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

สมมติฐานย่อยที่ 3.3.1

H_0 = การใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

H_1 = การใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ตารางที่ 77 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.3.1 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ประ โยชน์ที่ได้รับจากการ เปิดรับสื่อมวลชน	Chi-Square	D.F.	Sig.
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด	20.852	8	.0075

จากตารางที่ 77 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0075 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้ง

สมมติฐานย่อยที่ 3.3.2

H_0 = ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

H_1 = ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ตารางที่ 78 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.3.2 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อมวลชน	Chi-Square	D.F.	Sig.
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด	17.813	8	.0227

จากตารางที่ 78 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0227 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้ง

สมมติฐานย่อยที่ 3.3.3

H_0 = ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

H_1 = ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

ตารางที่ 79 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.3.3 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ความพึงพอใจที่ได้รับจาก การเปิดรับสื่อบุคคล	Chi-Square	D.F.	Sig.
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด	16.334	8	.0378

จากตารางที่ 79 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0378 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

สมมติฐานย่อยที่ 3.3.4 ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ

สมมติฐานย่อยที่ 3.3.4

H_0 - ประโยชน์ที่ได้รับไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ

H_1 - ประโยชน์ที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ

ตารางที่ 80 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.3.4 โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ประ โยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร	Chi-Square	D.F.	Sig.
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด	551.728	16	.0000

จากตารางที่ 80 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0000 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ประ โยชน์ที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ

สมมติฐานข้อที่ 4 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA ระดับนัยสำคัญที่ .05 (นำเสนอลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน)

สมมติฐานย่อยที่ 4.1

H_0 - ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน

H_1 - ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ตารางที่ 81 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 4.1 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

การศึกษา	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	29	2.5103	0.5361	6.8488	0.0000
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	39	2.6015	0.5419		
จบอาชีวศึกษา (ปวช. ปวส.) หรือเทียบเท่า	140	2.6286	0.5593		
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	178	2.8697	0.4918		
สูงกว่าปริญญาตรี	35	2.8686	0.5178		
รวม	421				

จากตารางที่ 81 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0000 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ตารางที่ 82 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนระหว่างกลุ่มการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ประถมศึกษา(1)	2.5103					
มัธยมศึกษา(2)	2.6015					
อาชีวศึกษา(3)	2.6286					
ปริญญาตรี(4)	2.8697	*		*		
สูงกว่าปริญญาตรี(6)	2.8686					

* พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มการศึกษา

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มการศึกษาที่จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มประถมศึกษาหรือเทียบเท่าและอาชีวศึกษา ในขณะที่คู่อื่นๆ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4.2

H_0 = สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน

H_1 = สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ตารางที่ 83 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 4.2 โดยใช้สถิติ One-way ANOVA

สถานภาพ	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
โสด	244	2.8074	0.5402	4.5929	0.0106
สมรส	157	2.6459	0.5188		
หม้าย	20	2.6600	0.5915		
รวม	421				

จากตารางที่ 83 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ 0.0106 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ตารางที่ 84 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชน

ระหว่างกลุ่มสถานภาพสมรส

สถานภาพ	X	(1)	(2)	(3)
โสด(1)	2.8074		*	
สมรส(2)	2.6459			
หม้าย(3)	2.6600			

* พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันระหว่างสถานภาพสมรส

จากตารางสรุปได้ว่า สถานภาพโศกมีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนมากกว่าสถานภาพสมรส ในขณะที่คู่อื่นๆ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4.3

H_0 = ศาสนาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน

H_1 = ศาสนาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ตารางที่ 85 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 4.3 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

ศาสนา	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
พุทธ	313	2.7629	0.5351	3.9728	0.0195
อิสลาม	101	2.6416	0.5487		
คริสต์ียน	7	3.1429	0.276		
รวม	421				

จากตารางที่ 85 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ 0.0195 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ศาสนาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ตารางที่ 86 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนระหว่างกลุ่มสถานภาพทางศาสนา

สถานภาพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)
พุทธ(1)	2.7629			
อิสลาม(2)	2.6416			
คริสต์ียน(3)	3.1429		*	

* พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนที่แตกต่างระหว่างสถานภาพทางศาสนา

จากตารางสรุปได้ว่า ศาสนาคริสต์เคยมีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนมากกว่าศาสนาอิสลาม ในขณะที่คู่อื่นๆ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4.4

H_0 - ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

H_1 - ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ตารางที่ 87 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 4.4 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

การศึกษา	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	29	2.206	0.7672	3.4148	0.0092
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	39	1.829	0.5179		
จบอาชีวศึกษา (ปวช. ปวส.) หรือเทียบเท่า	140	1.832	0.5529		
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	178	1.858	0.4844		
สูงกว่าปริญญาตรี	35	1.966	0.4216		
รวม	421				

จากตารางที่ 87 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0092 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ตารางที่ 88 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ประถมศึกษา(1)	2.206				*	*
มัธยมศึกษา(2)	1.829					
อาชีวศึกษา(3)	1.832					
ปริญญาตรี(4)	1.858					
สูงกว่าปริญญาตรี(6)	1.966					

* พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนที่แตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษา

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มการศึกษาที่จบประถมหรือเทียบเท่า มีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อบุคคลมากกว่ากลุ่มที่จบปริญญาหรือเทียบเท่าและสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มอื่นๆ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4.5

H_0 - ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน

H_1 - ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 89 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 4.5 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

การศึกษา	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	29	2.4406	0.6268	5.7820	0.0002
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	39	2.3932	0.5266		
จบอาชีวศึกษา (ปวช.ปวส.) หรือเทียบเท่า	140	2.5405	0.5878		
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	178	2.7615	0.5688		
สูงกว่าปริญญาตรี	35	2.6063	0.42810		
รวม	421				

จากตารางที่ 89 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0002 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 90 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ประถมศึกษา(1)	2.4406					
มัธยมศึกษา(2)	2.3932					
อาชีวศึกษา(3)	2.5405					
ปริญญาตรี(4)	2.7615		*	*		
สูงกว่าปริญญาตรี(6)	2.6063					

* พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษา

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มการศึกษาที่จบปริญญาหรือเทียบเท่ามีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่ากลุ่มที่จบมัธยมและอาชีวศึกษา ในขณะที่คู่อื่นๆ ไม่ต่างกัน สมมติฐานย่อยที่ 4.6

H_0 - อาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน

H_1 - อาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 91 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 4.6 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

อาชีพ	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
นิสิต,นักศึกษา	95	2.5591	0.5322	5.5633	0.001
ข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจ	74	2.7747	0.5501		
บริษัทเอกชน	127	2.7288	0.5537		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	96	2.4826	0.6426		
แม่บ้าน	16	2.1597	0.4425		
อื่นๆ (รับจ้าง)	13	2.8376	0.4197		
รวม	421				

จากตารางที่ 91 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .001 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 92 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มอาชีพ

กลุ่มอาชีพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
นิสิต, นักศึกษา(1)	2.5591						
ข้าราชการ ฯ(2)	2.7747						
บริษัทเอกชน(3)	2.7288						
ธุรกิจส่วนตัว(4)	2.4826						
แม่บ้าน(5)	2.1597						
อื่นๆ รับจ้าง(6)	2.8376						

* พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอาชีพ จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มอาชีพข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจมีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อเฉพาะกิจมากกว่ากลุ่มอาชีพแม่บ้าน ในขณะที่อื่นๆ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ แยกต่างการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 5.1

H_0 = ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ แตกต่างกัน

ตารางที่ 93 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 5.1 โดยใช้สถิติ One-way ANOVA

การศึกษา	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	29	2.9606	0.5938	6.6010	0.0000
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	39	3.3663	0.4903		
จบอาชีวศึกษา (ปวช. ปวส.) หรือเทียบเท่า	140	3.4908	0.5212		
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	178	3.5554	0.6129		
สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.5918	0.6675		
รวม	421				

จากตารางที่ 93 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0000 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 94 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งระหว่างกลุ่มการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ประถมศึกษา(1)	2.9606					
มัธยมศึกษา(2)	3.3663					
อาชีวศึกษา(3)	3.4908	*				
ปริญญาตรี(4)	3.5554	*				
สูงกว่าปริญญาตรี(5)	3.5918	*				

* พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษา

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มการศึกษาที่จบสูงกว่าปริญญา,ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและอาชีวศึกษามีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่ากลุ่มที่จบประถมศึกษา ในขณะที่คู่อื่นๆ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 5.2

H_0 - อาชีพแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 - อาชีพแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 95 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 5.2 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

อาชีพ	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
นิสิต,นักศึกษา	95	3.3323	0.6045	5.8015	0.000
ข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจ	74	3.7259	0.6255		
บริษัทเอกชน	127	3.4679	0.5919		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	96	3.5446	0.6237		
แม่บ้าน	16	3.0179	0.5663		
อื่นๆ (รับจ้าง)	13	3.3189	0.6149		
รวม	421				

จากตารางที่ 95 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 96 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง
ระหว่างกลุ่มอาชีพ

กลุ่มอาชีพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
นิสิต,นักศึกษา(1)	3.3323						
ข้าราชการ ฯ(2)	3.7259	*				*	
บริษัทเอกชน(3)	3.4679						
ธุรกิจส่วนตัว(4)	3.5446						
แม่บ้าน(5)	3.0179						
อื่นๆ รับจ้าง(6)	3.3189						

* พฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอาชีพ

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มอาชีพข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่ากลุ่มอาชีพนิสิต,นักศึกษาและแม่บ้าน ในขณะที่กลุ่มอื่นๆ ไม่ต่างกัน สมมติฐานย่อยที่ 5.3

H_0 - ระดับรายได้แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 - ระดับรายได้แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 97 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 5.3 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

รายได้	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
น้อยกว่า 5,000.-	82	3.2317	0.6442	6.0392	0.001
5,001-10,000.-	120	3.4167	0.6034		
10,001-15,000.-	94	3.6033	0.5488		
15,001-20,000.-	70	3.5857	0.6714		
มากกว่า20,000.-	55	3.6312	0.5933		
รวม	421				

จากตารางที่ 97 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .001 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ รายได้ที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งฯ แตกต่างกัน

ตารางที่ 98 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ ระหว่างระดับรายได้

กลุ่มอาชีพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
น้อยกว่า 5,000.-(1)	3.2317					
5,001-10,000.- (2)	3.4167					
10,001-15,000.-(3)	3.6033	*				
15,001-20,000.-(4)	3.5857	*				
มากกว่า20,000.-(5)	3.6312	*				

* พฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งฯที่แตกต่างระหว่างระดับรายได้

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มระดับรายได้10,001-มากกว่า20,000.-มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งฯมากกว่าระดับรายได้ น้อยกว่า 5,000.- ในขณะที่กลุ่มอื่น ๆ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 6 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน ความพึงพอใจการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 6.1

H_0 - ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 - ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯแตกต่างกัน

ตารางที่ 99 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 6.1 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

การศึกษา	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	29	3.0049	0.6781	6.4690	0.0000
จบมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	39	3.4322	0.4954		
จบอาชีวศึกษา (ปวช. ปวส.) หรือเทียบเท่า	140	3.4806	0.5677		
จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	178	3.5169	0.5907		
สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.7020	0.5293		
รวม	421				

จากตารางที่ 99 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0000 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 100 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารการเลือกตั้งระหว่างกลุ่มการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ประถมศึกษา(1)	3.0049					
มัธยมศึกษา(2)	3.4322					
อาชีวศึกษา(3)	3.4806	*				
ปริญญาตรี(4)	3.5169	*				
สูงกว่าปริญญาตรี(5)	3.7020	*				

* ความพึงพอใจการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มการศึกษา

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มการศึกษาที่จบสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและอาชีวศึกษามีความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่ากลุ่มที่จบประถมศึกษา ในขณะที่คู่อื่นๆ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 6.2

H_0 = อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 = อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 101 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 6.2 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

อาชีพ	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
นิสิต,นักศึกษา	95	3.4060	0.5080	3.4578	0.0045
ข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจ	74	3.6873	0.6374		
บริษัทเอกชน	127	3.4387	0.5480		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	96	3.5119	0.6367		
แม่บ้าน	16	3.2232	0.5970		
อื่นๆ (รับจ้าง)	13	3.2308	0.6663		
รวม	421				

จากตารางที่ 101 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .0045 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 102 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง
ระหว่างกลุ่มอาชีพ

กลุ่มอาชีพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
นิสิต,นักศึกษา(1)	3.4060						
ข้าราชการฯ(2)	3.6873	*		*	*	*	*
บริษัทเอกชน(3)	3.4387						
ธุรกิจส่วนตัว(4)	3.5119						
แม่บ้าน(5)	3.2232						
อื่นๆ รับจ้าง(6)	3.2308						

* ความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งที่แตกต่างระหว่างกลุ่มอาชีพ

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มอาชีพข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจจากการเปิดรับ
ข่าวสารมากกว่าทุกกลุ่มอาชีพ ในขณะที่คนอื่นๆ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 6.3

H_0 = ระดับรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่าง
กัน

H_1 = ระดับรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 103 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 6.3 โดยใช้สถิติ Oneway ANOVA

รายได้	N	\bar{X}	S.D	F	Sig.
น้อยกว่า 5,000.-	82	3.2300	0.5766	6.9363	0.0000
5,001-10,000.-	120	3.4226	0.5275		
10,001-15,000.-	94	3.5927	0.5562		
15,001-20,000.-	70	3.5469	0.6875		
มากกว่า20,000.-	55	3.6779	0.5479		
รวม	421				

จากตารางที่ 103 ในการทดสอบปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่าทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ รายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้งฯ แตกต่างกัน

ตารางที่ 104 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ ระหว่างระดับรายได้

กลุ่มอาชีพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
น้อยกว่า 5,000.-(1)	3.2300					
5,001-10,000.- (2)	3.4226					
10,001-15,000.-(3)	3.5927	*				
15,001-20,000.-(4)	3.5469	*				
มากกว่า20,000.-(5)	3.6779	*				

* ความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้งฯที่แตกต่างระหว่างระดับรายได้

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มระดับรายได้10,001-มากกว่า20,000.-มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งฯมากกว่าระดับรายได้ น้อยกว่า 5,000.- ในขณะที่กลุ่มอื่นๆ ไม่ต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัยประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 ” มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543
2. เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 ของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
3. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 ของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์และความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ (เพศ, อายุ, การศึกษา, สถานภาพ, อาชีพ, และรายได้) ของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 กับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัย ประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทั้งนี้ผลของการวิจัยได้นำเสนอเป็นลำดับดังนี้

ตอนที่ 1

1. ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ
2. แสดงผลร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
3. แสดงผลร้อยละการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสาร ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543
4. แสดงผลร้อยละความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543
5. แสดงผลร้อยละการออกไปใช้สิทธิการเลือกตั้งฯ ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2

2.1 การทดสอบสมมติฐานที่ 1

2.2 การทดสอบสมมติฐานที่ 2

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป spss / pc เพื่อประมวลผลข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงบรรยาย ใช้คำร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างอย่างแจ่มแจ้งตามปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi Square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจกับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร และใช้สถิติ oneway ANOVA ในการวิเคราะห์ความแตกต่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ วิเคราะห์ตามปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1

1. ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า ทั้งเพศ ชายและเพศ หญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน

อายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 18-25 ปี รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 26 - 33 ปี ช่วงอายุ 34-41

ปี คมลำดับ

ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาคือ จบอาชีวศึกษา

(ปวช.,ปวศ.) หรือเทียบเท่า ตามลำดับ

สถานภาพการสมรสส่วนใหญ่เป็นโสด สถานภาพทางศาสนาส่วนใหญ่เป็นศาสนาพุทธ รองลงมาคืออิสลาม ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ทำงานบริษัทเอกชน รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนิสิต, นักศึกษา ตามลำดับ ระดับรายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ 5,001-10,000 บาท/เดือน และ 10,001-15,000 บาท/เดือน

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543

1.3 กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเป็นประจำ 5-7 วันหรือแทบทุกวันคือ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุ ตามลำดับ ยกเว้น ภาพยนตร์และนิตยสาร ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้งหรือน้อยที่สุด ตามลำดับ

1.4 กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเป็นประจำหรือแทบทุกวันคือ พูดคุยกับคนในครอบครัว รองลงมาคือ พูดคุยกับเพื่อนหรือคนสนิท ยกเว้น พูดคุยหรือปรึกษากับหัวหน้าชุมชน, พูดคุยหรือปรึกษากับผู้นำท้องถิ่น, พูดคุยหรือปรึกษากับนักวิชาการ ข้าราชการผู้ใหญ่ และพูดคุยหรือปรึกษากับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้งหรือน้อยที่สุด

1.5 กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเป็นประจำหรือแทบทุกวันคือ ป้ายโฆษณา, ป้ายโปสเตอร์, ป้ายประกาศ และป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร 3-4 ครั้ง/ สัปดาห์ คือใบปลิว และแผ่นพับ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้งหรือน้อยที่สุดคือ สื่ออินเตอร์เน็ต สื่อที่ทำขึ้นพิเศษเพื่อแจกหาเสียง เช่น เทปฯ , พัด , เสื้อ , สติกเกอร์ เป็นต้น และวารสารแนะนำตัวของผู้สมัคร ตามลำดับ

1.6 การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ ประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

จากการศึกษาพบว่า การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ วัธีปฏิบัติในการเลือกตั้ง (3.646) แนวทางในการเลือกตั้งฯ (3.698) สามารถบอกข้อมูลของผู้สมัครได้ (3.283) ทำให้รู้ว่าผู้สมัครอยู่พรรคไหน,เบอร์ที่เท่าไร (3.506) ทราบการเคลื่อนไหวของผู้สมัคร (3.330) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (3.344) ส่วนการใช้ประโยชน์ในระดับที่มากที่สุดคือ ช่วยประกอบการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 (3.542)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ข่าวสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด เรื่องของวันเวลาและสถานที่ในการเลือกตั้ง และเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด

1.7 ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับ ประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร ระดับ คือ ปานกลาง กล่าวคือ สามารถรู้ประวัติและรายละเอียดการทำงานของผู้สมัคร (3.606) ทราบนโยบายของผู้สมัคร (3.513) ทราบความเคลื่อนไหวการเลือกตั้ง (3.352) ผู้สมัครมีการใช้สื่อเพิ่มมากขึ้นในการเลือกตั้ง (3.352) ข่าวสารสามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องที่อยากรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งฯ (3.456) ทันทเหตุการณ์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (3.321) ช่วยประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 ตามลำดับ (3.646)

โดยสรุปแล้ว สื่อที่ให้รายละเอียดในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 สามารถตอบสนองในเรื่องที่อยากรู้ได้มากที่สุด มีความรวดเร็วในการเสนอข่าวสาร และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ สื่อมวลชน

สื่อที่ให้ความพึงพอใจในระดับที่มากที่สุด คือ สื่อมวลชน ประเภทโทรทัศน์

สื่อที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ วารสารแนะนำตัวผู้สมัคร และสื่อบุคคล ได้แก่ พุดคุยกับคนในครอบครัว

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน ที่ 1

1.1 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

การเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชน มีผลการวิจัยดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับ สื่อหนังสือพิมพ์ สถานภาพทางศาสนา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ สื่อวิทยุ ระดับ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับ โทรทัศน์ สถานสมรสมีความสัมพันธ์กับ ภาพยนตร์ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับสื่อนิตยสาร

สื่อบุคคล มีผลการวิจัยดังนี้

อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับ การพุดคุยกับคนในครอบครัวการศึกษา

อายุ สถานภาพสมรส และรายได้ มีความสัมพันธ์กับ การพุดคุยกับเพื่อน

เพศ อายุ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับ การพุดคุยปรึกษากับหัวหน้าชุมชน

อายุ การศึกษา และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับ พุดคุยปรึกษากับผู้นำท้องถิ่น

อายุ การศึกษา สถานภาพศาสนา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับ การพุดคุย

ปรึกษากับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ

อายุ การศึกษา สถานภาพสมรสและศาสนา มีความสัมพันธ์กับ การพุดคุยปรึกษากับเจ้าหน้าที่ที่ว่าการเขต

สื่อเฉพาะกิจ มีผลการวิจัยดังนี้

อาชีพมีความสัมพันธ์กับ ป้ายโฆษณา

ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่

สถานภาพสมรสและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ ป้ายประกาศ

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับ โปสเตอร์

เพศ มีความสัมพันธ์กับใบปลิว

เพศและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ แผ่นพับ

เพศ ความสัมพันธ์กับ วารสารแนะนำตัว

ระดับการศึกษา และสถานภาพทางศาสนามีความสัมพันธ์กับ สื่ออินเทอร์เน็ต

สื่อที่ผู้สมัครทำขึ้นพิเศษเพื่อแจกหาเสียง เช่น เทปฯ, พัด, หมวก, เสื้อ, สติกเกอร์ เป็นต้น

ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม

สมมติฐานที่ 2 การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร เมื่อวิเคราะห์ตามปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ผลการวิจัยมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ดังนี้

- 2.1 เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ได้รับ
- 2.2 การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ได้รับ
- 2.3 อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ได้รับ

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร เมื่อวิเคราะห์ตามปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับความพึงพอใจ จากผลการวิจัยคือ

- 3.1 การศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ จากข่าวสารที่ได้รับ
- 3.2 รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ จากข่าวสารที่ได้รับ
- 3.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร

- 3.4 ความพึงพอใจที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ชน

- 3.5 ความพึงพอใจที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล
- 3.6 ความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ที่ได้รับ

สมมติฐานที่ 4 ศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

การเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จากผลการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อมวลชน พบว่า ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และศาสนา ต่างกัน จะมีพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อมวลชนต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษากลุ่มที่จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ได้ค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อมวลชนสูงกว่าระดับอื่น ๆ และกลุ่มที่จบประถมหรือเทียบเท่าได้ค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อมวลชนต่ำกว่าระดับอื่น ๆ

เมื่อเปรียบเทียบ พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่จบปริญญาตรีมีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่ากลุ่มที่จบการศึกษาประถมศึกษาและอาชีวศึกษา

สถานภาพ โสดมีค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าสถานภาพสมรสและหม้าย และกลุ่มสถานภาพสมรสมีค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อมวลชนน้อยกว่าสถานภาพอื่น ๆ

เมื่อเปรียบเทียบ พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างสถานภาพสมรส ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพ โสด มีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่าสถานภาพสมรส

กลุ่มศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกมีค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มศาสนาอื่น ๆ และกลุ่มศาสนาอิสลามมีค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อมวลชนน้อยกว่าศาสนาอื่น ๆ

เมื่อเปรียบเทียบ พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างศาสนา ผลการวิจัยพบว่า ศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกมีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่าศาสนาอิสลาม

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล พบว่า ระดับการศึกษา ต่างกัน จะมีพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อบุคคลต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มจบประถมศึกษาหรือเทียบเท่ามีค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อบุคคลสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ และที่จบมัธยมศึกษา มีค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อบุคคลต่ำกว่ากลุ่มอื่น ๆ

เมื่อเปรียบเทียบ พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่จบประถมศึกษา มีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่ากลุ่มที่จบปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน จะมีพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อเฉพาะกิจต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มที่จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อเฉพาะกิจสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ และกลุ่มที่จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่ามีค่าเฉลี่ยกรเปิดรับสื่อเฉพาะกิจต่ำกว่ากลุ่มอื่น ๆ

เมื่อเปรียบเทียบ พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่จบปริญญาตรีมีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่ากลุ่มที่จบมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

กลุ่มอาชีพ อื่น ๆ ได้แก่รับจ้าง มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจสูงกว่ากลุ่มอาชีพทุกๆกลุ่ม และอาชีพแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจต่ำกว่า ทุกอาชีพ

เมื่อเปรียบเทียบ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มอาชีพบริษัทเอกชนและข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่ากลุ่มอาชีพแม่บ้าน

สมมติฐานที่ 5 การใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง

ผลการวิจัยพบว่า เมื่อวิเคราะห์ตามปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง พบว่า ระดับการศึกษา, รายได้, และอาชีพ ต่างกันจะใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มที่จบสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสารสูงกว่าระดับอื่น ๆ และกลุ่มที่จบประถมหรือเทียบเท่ามีค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับข่าวสารต่ำสุด

เมื่อเปรียบเทียบ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่จบสูงกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และอาชีวศึกษา มีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์มากกว่ากลุ่มที่จบประถมศึกษา

อาชีพ พบว่า ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสารสูงกว่าระดับอื่น และกลุ่มแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับข่าวสารต่ำสุด

เมื่อเปรียบเทียบ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มอาชีพข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่า อาชีพ นักศึกษาและแม่บ้าน

ระดับรายได้ พบว่า กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสารสูงกว่าระดับอื่นๆ กลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับข่าวสารต่ำสุด

เมื่อเปรียบเทียบ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มรายได้ ผลการวิจัยพบว่า รายได้ระดับ 10,001 ถึง มากกว่า 2,0000 มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่า ระดับรายได้น้อยกว่า 5,000.-

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารจากการเลือกตั้ง

กล่าวคือ เมื่อวิเคราะห์ตามปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา, รายได้, และอาชีพ ต่างกันจะได้รับความพึงพอใจจากข่าวสารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มที่จบสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารสูงกว่าระดับอื่นๆ และกลุ่มที่จบประถมหรือเทียบเท่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารต่ำสุด

เมื่อเปรียบเทียบ ความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้งเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่จบสูงกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และอาชีวศึกษา มีความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้ง มากกว่ากลุ่มที่จบประถมศึกษา

อาชีพ พบว่า ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารสูงกว่าระดับอื่น และกลุ่มแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารต่ำสุด

เมื่อเปรียบเทียบ ความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้งเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า อาชีพข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากกว่าทุกกลุ่มอาชีพ

รายได้ พบว่า กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารสูงกว่าระดับอื่นๆ กลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสารต่ำสุด

เมื่อเปรียบเทียบ ความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้งเพื่อหาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มรายได้ ผลการวิจัยพบว่า ระดับรายได้ 10,001 - มากกว่า 20,000.- มีความพึงพอใจมากกว่าระดับรายได้น้อยกว่า 5,000.-

การอภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และปัจจัย ประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543” ผู้วิจัยเห็นว่าการเลือกตั้งผู้ว่าฯครั้งนี้มีความสำคัญเพราะเป็นช่วงการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทำให้ประชาชนตื่นตัวกันมาก ซึ่งแตกต่างจากการเลือกตั้งผู้ว่าฯ ครั้งก่อนๆ ตัวผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งเองก็เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ วิธีการเลือกใช้สื่อต่างๆ มีมากขึ้นและการแข่งขันกันสูงกว่าที่ผ่านมา ทำให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากเพื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในข่าวสารที่น่าเสนอไป ประชาชนชาวกรุงเทพฯ ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งฯ ปีพ.ศ. 2543 จะตอบสนองต่อสื่ออย่างไร ทั้งทางด้านพฤติกรรมกาเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัย ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 นี้เป็นประเด็นที่น่าสนใจ

ในการอภิปรายผลการวิจัย เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์และง่ายต่อความเข้าใจ ผู้วิจัยได้แบ่งสื่อเป็น 3 สื่อคือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในการส่งข่าวสารหรือเรียกว่าหาเสียงในการเลือกตั้งฯ

จากผลของการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 จากสื่อมวลชนประเภท โทรทัศน์มากที่สุด เพราะด้วยลักษณะพิเศษ

ของสื่อโทรทัศน์ที่สามารถให้ได้ทั้งภาพและเสียงจึงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2532) เรื่อง การเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ใช้การติดตามข่าวสารทางการเมืองจากวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ.2543 จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ในระดับความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ ในเรื่องของการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้ง

ยกเว้นระดับการศึกษาที่จบประถมศึกษาหรือเทียบเท่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องของการเลือกตั้งผู้ว่าฯ จากสื่อบุคคลมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ ความแตกต่างนี้แสดงให้เห็นว่าการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อ เพื่อติดตามข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าฯ แตกต่างกันตามระดับการศึกษา

ผลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาต่างกันย่อมมีความสนใจในสื่อแตกต่างกัน ตามความพอใจ ตามที่แคทซ์และคณะ (1974) อธิบายในแบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ

ผลการวิจัยพบว่าสถานภาพโสภณมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากกว่าสถานภาพอื่นๆ และการวิจัยครั้งนี้ได้นำสถานภาพทางศาสนาเข้ามาเป็นตัวแปรในการวิจัย เพื่อศึกษาว่าศาสนาที่แตกต่างกับศาสนาพุทธซึ่งเป็นศาสนาพื้นฐานของชาวกรุงเทพฯ จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างไร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 อย่างไร

การวิจัย พบว่า ศาสนาคริสต์เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของศาสนาคริสต์มีจำนวน 7 คน จึงถือว่าน้อยมากในทางสถิติจึงถือว่าเกือบจะไม่มีผลทางสถิติจึงนำเสนอ ศาสนาพุทธและอิสลาม ซึ่งถือว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์เพื่อดูความแตกต่าง

ฉะนั้นศาสนาพุทธจึงมีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชน มากกว่าศาสนาอิสลาม แต่ก็ถือว่าไม่มาก คือ 2.7629 และ 2.6416 ตามลำดับ

การวิจัยยังพบว่า สถานภาพทางศาสนา มีความสัมพันธ์กับสื่อวิทยุ, สื่อนิตยสาร ศาสนาที่เปิดรับมากที่สุดคือ ศาสนาพุทธ ส่วนสื่อบุคคลคือการพูดคุยกับคนในครอบครัว ศาสนาอิสลามจะเปิดรับมากกว่าศาสนาพุทธ การพูดคุยหรือปรึกษากับข้าราชการผู้ใหญ่, นักวิชาการ ศาสนาพุทธมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าศาสนาอิสลาม ส่วนการพูดคุยหรือปรึกษากับเจ้าหน้าที่ว่าการเขตนพบว่าเป็นศาสนา

อิสลามเปิดรับข่าวสารมากกว่าศาสนาพุทธ และสื่อเฉพาะกิจสถานภาพทางศาสนามีความสัมพันธ์กับสื่อไปปลิวและสื่ออินเทอร์เน็ต การวิจัยพบว่า ศาสนาพุทธเปิดรับสื่อทั้งสองชนิดมากกว่าศาสนาอิสลาม

ผู้นับถือศาสนาอิสลามจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่เป็นบุคคลมากกว่าสื่อประเภทอื่น อาจจะเป็นด้วย ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามนั้นมีการอยู่อาศัยที่เป็นแหล่งหรือชุมชนของตนเองจึงมีผู้นำเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ทางเศรษฐกิจ หรือการพัฒนาท้องถิ่น ช่องทางการสื่อสารมักอาศัยสื่อที่เป็นบุคคล วงสนทนา สภาตำบล คณะกรรมการมัสยิด และสื่อมวลชน (ดร. สุรพงษ์ โสธนะเสถียร)

สื่อบุคคลเป็นอีกสื่อที่มีอิทธิพลในการชักจูงใจหรือมีความสำคัญในการที่ผู้สมัครใช้ในการกระจายข่าวสาร กล่าวคือ ผู้นำความคิดเห็น ได้แก่ บุคคลที่ได้รับความเชื่อถือจากบุคคลอื่นในสังคม ผู้นำความคิดเห็นแจ้งข่าวสาร เสนอความคิดเห็นและตัดสินใจต่อกลุ่มต่างๆ ผู้นำความคิดเห็นเรื่องหนึ่งหรือกิจกรรมหนึ่ง อาจไม่ใช่ผู้นำความคิดเห็นในอีกเรื่องหรืออีกกิจกรรมหนึ่ง เช่น ผู้นำความคิดเห็นทางการเมืองในการหาเสียงของผู้สมัครเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ.2543 ซึ่งสื่อบุคคล ได้แก่ คนในครอบครัว เพื่อน หัวหน้าชุมชน ฯลฯ เป็นต้น แต่จะไม่ใช่ผู้นำความคิดเห็นด้านแฟชั่น ความงาม (พัชนี เสงขจรธยา และคณะ 2538, น.191-193)

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อบุคคล จะเห็นได้ว่าระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในระดับประถมศึกษาจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากกว่าระดับอื่น กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกันพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลแตกต่างกัน และพบว่าการพูดคุยกับคนในครอบครัวเป็นพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คนในครอบครัวจะมีความผูกพัน โดยการนำข่าวสารการเลือกตั้งมาพูดคุยกันบ่อยๆ อีกทั้งยังมีบทบาทชักจูงให้ออกไปใช้สิทธิ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมถึงการตัดสินใจในการเลือกตั้งฯ และความรู้ในเรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ.2543

การวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้าน อาชีพมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร จากสื่อเฉพาะกิจต่างกัน จากการวิจัยพบว่า อาชีพข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่าอาชีพอื่น จะเห็นได้ว่าผู้ที่ทำงานในหน่วยงานของรัฐหรือเกี่ยวข้องนั้นย่อมมีความสนใจในข่าวสารการเลือกตั้งมากกว่า มีความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตนต่อการเมือง ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทางอาชีพย่อมทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในสื่อที่จะเลือกเปิดรับแตกต่างกันออกไป

นอกจากนี้ยังพบว่าอาชีพมีผลจากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือคนที่มีการศึกษาสูงย่อมมีโอกาสในการประกอบอาชีพที่ดี เมื่อมีการศึกษาย่อมมีความรู้มากกว่าความรู้ที่น้อย นั้นหมายถึงสามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆจากสื่อต่างๆ ที่อยู่รอบตัว

กล่าวโดยสรุปแล้ว ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด นับถือศาสนาพุทธ เปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปีพ.ศ.2543 จากสื่อมวลชนประเภท โทรทัศน์ มากที่สุด และสื่อเฉพาะกิจคือ ป้ายโฆษณา อาชีพที่เปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งฯ คือ ข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจเปิดรับมากที่สุด ส่วนสื่อบุคคลคือ คนกับคนในครอบครัว ระดับการศึกษา ระดับประถมศึกษา การเปิดรับมากที่สุด

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร ประกอบการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 ของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ คือ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ต่างกัน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร แตกต่างกัน กล่าวคือ

ระดับการศึกษายิ่งสูงกว่าปริญญาตรี ใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

อาชีพข้าราชการ,รัฐวิสาหกิจ ใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือนใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

เรื่องข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ (Blumler, 1985) ที่กล่าวว่า การที่บุคคลแต่ละคน หรือผู้รับสารจะเปิดรับสื่อมวลชน ก็ต้องพิจารณาว่าสื่อมวลชนจะให้ประโยชน์หรือความพึงพอใจต่อตนเองอย่างไรบ้าง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การมองเห็นประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมวลชน หรือสื่ออื่นๆ ดังนั้นบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อใดจะพิจารณาว่าจะได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดเป็นสำคัญ ทั้งนี้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข่าวสารแตกต่างกันไป

การวิจัยยังพบว่า การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารมากจะมีความพึงพอใจที่ได้รับมากด้วย ตรงกับแนวความคิดของ โรเซนเกรน (Rosengren, 1972) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ของประโยชน์ (Uses) และความพึงพอใจ (Gratification) ว่าประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจได้และความพึงพอใจก็สามารถนำไปสู่ประโยชน์ได้เช่นกัน เพื่อประกอบในการตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2543

การเปิดรับข่าวสารยังสอดคล้องกับตามทฤษฎีการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) ที่กล่าวไว้ว่า บุคคลมักเลือกเปิดรับและเลือกจดจำข่าวสารที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการของตน ดังที่ (Mc Combs and Becker ,1979) กล่าวในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการ คือต้องการรู้เหตุการณ์, เพื่อต้องการพูดคุยสนทนา, ต้องการมีส่วนร่วมและต้องการช่วยในการตัดสินใจ

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของ เวินเนอร์ (Lawrence A. Wenner , 1986) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร พบว่า การใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ด้านข้อมูลอ้างอิง, เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบที่แสดงออกมาได้แก่ การติดตามข่าวสาร หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

จากผลการวิจัยทั้งหมดทำให้มองเห็นภาพได้ว่า สื่อมวลชนที่ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครเลือกเปิดรับมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ จะมีบทบาทเด่นชัดมากรองลงมาคือ ป้ายโฆษณา และป้ายโปสเตอร์ ส่วนสื่อที่เป็นบุคคลได้แก่ คุยกับคนในครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ตามลำดับ จากองค์ประกอบการสื่อสารทางการเมืองนี้ จะเป็นส่วนผลักดันให้เกิดพฤติกรรมทางการเมืองโดยใช้ข้อมูลข่าวสารที่เลือกเปิดรับ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจและการออกไปใช้สิทธิในการเลือกตั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

นอกจากนี้การสื่อสารได้ให้ประโยชน์และความพึงพอใจ ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประโยชน์ที่ได้รับปานกลางและมาก ความพึงพอใจที่ได้รับปานกลางและมาก เช่นกัน ซึ่งแตกต่างกันตามปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ คือ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ของผู้รับสาร

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจแตกต่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการเลือกตั้งฯ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกัน การสื่อสารเข้ามามีบทบาทผลักดันให้เกิดพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ การสื่อสารมีบทบาทในกระบวนการทางการเมือง การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ.2543 โดยผ่านตัวแทน (Agents) ในระดับต่างๆ ของสังคม ซึ่งแต่ละตัวแทนก็จะมีบทบาทในการสร้างองค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองที่แตกต่างกันออกไป การใช้สื่อต่างๆ เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานครปีพ.ศ.2543 สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ประชาชนเลือกเปิดรับมากที่สุด แต่การใช้สื่อร่วมกันหลายสื่อ นั้น เป็นทางเลือกแก่ผู้รับสาร เพราะสื่อแต่ละชนิดมีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไป กล่าวคือ สื่อมวลชนมีคุณสมบัติเด่นในการให้ความรู้ ในขณะที่สื่อบุคคลมีคุณสมบัติเด่นในด้านการโน้มน้าวใจ และสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่เน้นย้ำเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้เกิดความตระหนัก

มากขึ้น ฉะนั้นผลที่ได้จะมีประโยชน์ในการวางแผนการใช้สื่อในการเลือกตั้งครั้งต่อไปเพื่อประโยชน์ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

2. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จะมีความแตกต่างกันไปตามปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ผู้รับสารจะมีความแตกต่างในแง่ปัจเจกบุคคลของคนที่ไม่เหมือนกัน จากการวิจัยพบว่าระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยที่ได้ควรนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการใช้ประโยชน์ที่ประชาชนเลือกใช้เพราะ การใช้ประโยชน์มากความพึงพอใจที่ได้รับก็มาก หรือความพึงพอใจที่ได้รับมาก การใช้ประโยชน์ก็มากสามารถนำไปสู่ซึ่งกันและกันได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะผลของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ.2543 เท่านั้น ซึ่งหากจะให้การศึกษาการสื่อสารในกระบวนการสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ควรจะได้มีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมาด้วย

2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีตัวเคราะห์เนื้อหาของข่าวสารจากสื่อในเรื่องอื่นเช่นให้ความบันเทิง ศึกษาแต่เฉพาะข่าวสารในการเลือกตั้งฯ

3. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกขอบเขตในการศึกษาเฉพาะเขตพื้นที่ที่กำหนดไว้เท่านั้น ฉะนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเขตพื้นที่ในกรุงเทพฯ ให้มากกว่านี้ เพื่อขยายขอบเขตของพื้นที่ให้กว้างยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

จำนวนประชากรผู้มีสิทธิเลือกตั้ง. กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายกรรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, พ.ศ.2543

ชม ภูมิภาค. **พื้นฐานทางสังคม และวัฒนธรรมของการเมืองไทย**, นนทบุรี : สุโขทัยธรรมาธิราช, ม.ป.ป.

อรรรรณ ปิถันธน์โอวาท. **การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ**, กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พ.ศ. 2537.

พัชรี เขยจรรยา และ คณะ. **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**, กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พ.ศ. 2538.

บุบล เบญจรงค์. **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พ.ศ. 2538.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร . **การสื่อสารกับการเมือง**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พ.ศ.2537.

เมตตา กฤตวิทย์, พัทณี เขยจรรยา และฉัตรนันทน์ อนวัชศิริวงศ์. **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, พ.ศ. 2532.

สมควร กวียะ . “ **บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร** ” . ใน **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วย 1-8** นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. พ.ศ. 2530.

อำพน สิงห์โกวินทร์ และสวัสดิ์ กฤตวรรษนันท์ . “ **ความตื่นตัวทางการเมืองกับการสื่อสาร** ”. รายงานการวิจัยการวิจัยคณะรัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์”, ม.ป.ท., ม.ป.ป. ว.พ.

สมควร กวียะ . “การวางแผนเพื่อพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์”. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ .
 นนทบุรี : เอกสารคำสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , พ.ศ. 2530.

ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์ . “สื่อมวลชนกับการพัฒนาการทางการเมืองไทย” . นนทบุรี : มหาวิทยาลัย
 สุโขทัยธรรมาธิราช, ม.ป.ป.

ปรียานิจ ชัยจันดี. “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสารของเกษตรกรกับการรับรู้ ทัศนคติ
 และพฤติกรรมที่มีต่อการปรับปรุงวิธีการผลิตทางการเกษตร ศึกษาเฉพาะ กรณีเกษตรกร
 ชั้นเล็ก ในเขต อ. เกษตรวิสัย จ. ร้อยเอ็ด” . บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัยเกษตรศาสตร์, พ.ศ. 2532.

ประทุม ฤกษ์กลาง และลักขณา สตะเวทิน .ความสัมพันธ์ระหว่างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับพฤติกรรม
 การสื่อสารของนักศึกษา สาขานิเทศศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร.
 กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, พ.ศ. 2531.

ประทีน พัฒนะพงษ์ . “พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสาร และความพึงพอใจต่อข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของกรรมการหมู่บ้าน” . วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย, พ.ศ. 2534.

ศุภวรรณ สัจจงงค์ . “ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจและ
พฤติกรรม การรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีรายงานข่าว
 ภาคน้ำท่วม ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย” . วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะ
 วาสารศาสตร์และสื่อมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พ.ศ. 2532.

วันทนิย์ แสนภักดี . “ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทาง
การเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา” . วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศ
 ศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พ.ศ. 2533.

พจนา ชูแป้ว . “รูปแบบพฤติกรรมของชาวพหยาในการใช้และพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของ
ท้องถิ่น” . วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พ.ศ. 2534.

ประไพ กาชิตฺติ . “ความสนใจการเมืองกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์”. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, พ.ศ. 2539.

กัณดา ชิวภักดี . “การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสาร ที่ผู้ลงทุนได้รับจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย”. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, พ.ศ. 2540

(ภาษาอังกฤษ)

Becker, Lee B. Maxwell E. McCombs and Jack M. Mciord, “The Development of Political Cognition” in Steven H. Chaffee (ed) Political Communication, California : Sage Publishing, 1975.

Klopper, Joseph T. The Effect of Mass communication, Illinois : The FreePress, 1960.

Katz, E. and Lazursfeld . P.E. , personal Influence : The Past Played in the Flow of Mass Communications, New york : The Free Press 1955.

Katz, E. J. G. Blumler and M. Gurevitch. Utilization of Mass Communications , Bevelly Sage, 1973.

Katz, E. M. Gurvitch, and H. Hass. “On the Uses of Mass Media for Important thing”, American Sociological Review , 38, 1973.

Katz, E. and In Blumler J.G. (eds), The Uses of Mass Communication Current Perspectives on Gratification Research , London : Sage , 1974.

Rosengren , Karl Erik , Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen . Media Linnet Book
And Glive Bingley, 1972.

Maslow, A.H. Motivation and Personality. New york. Harper and Brother, 1954 .

Schramm , Wilbur , Donald F. The Process and Effects of Mass Communication . Urbana ,
Illinois : University of Illinois Press , 1971

McCombs , M.E. and Becker , L.B. Using Mass Communicayion Theory. Englewood cliffs :
N.J. Princtice Hall , 1979.

Wenner , L.A. Model Specification and Theoretical Development in Gratifications Sought And
Obtained Research : A Comparison of Discrepancy and Transation Appoa
Communication Monographs. 1986.

Blumler. J.G. The Social Character of Media Gratifications. Media Gratfication Researc
Current Perspectives. Beverly Hill : Sage 1985.

Palmgreen , P. and Rayburn , J.D. Use and Gratifications and Exposure to Public Television :
A Discrepancy Approach. Communication Research 6 , 1979.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เนื่องจากผมนายทูลเกล้าฯ คงนุ้ม นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผู้ทำวิจัยในหัวข้อเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและปัจจัย ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543” เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี การเลือกตั้งฯ ที่จะถึงในวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2543 นี้ จึงได้ทำแบบสอบถามขึ้นเพื่อประกอบในการทำวิทยานิพนธ์ ผู้ทำวิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากอาจนำไปเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาให้กับประชาชนในการเลือกตั้งฯ ครั้งต่อไป

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้ถือเป็นประโยชน์และเป็นความลับ จึงขอความกรุณาท่านให้ตอบแบบสอบถามนี้ ตามความเป็นจริง

- หมายเหตุ:**
- ชื่อมวลชน** หมายถึง หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร วารสาร
 - ชื่อบุคคล** หมายถึง คนในครอบครัว เพื่อน หัวหน้าชุมชน ผู้นำท้องถิ่น ข้าราชการ ผู้ใหญ่ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ตามสำนักงานที่ว่าการเขตต่าง ๆ
 - ชื่อเฉพาะกิจ** หมายถึง ป้ายโฆษณา ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ ป้ายประกาศ ป้ายโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว วารสาร อินเทอร์เน็ต สติกเกอร์ เสื้อผ้า จดหมาย เพื่อแนะนำตัวของผู้สมัครรับการเลือกตั้งฯ

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำประโยชน์จากการเปิดรับชื่อมวลชน ชื่อบุคคล และชื่อเฉพาะกิจ มาใช้ทั้งด้านความคิดและการปฏิบัติ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ปี พ.ศ. 2543 อาจมีระดับที่ต่างกันไป

ความพึงพอใจ หมายถึง ความชอบหรือความพึงพอใจที่ท่านเปิดรับข่าวสารจากชื่อมวลชน ชื่อบุคคล และชื่อเฉพาะกิจ ความน่าเชื่อถือที่มีต่อข่าวสาร สามารถตอบสนองท่านได้ ในเรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ปี พ.ศ. 2543 อาจมีระดับที่ต่างกันไป

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเบื้องต้นทางเศรษฐกิจและสังคม

แบบสอบถามเฉพาะ : สำหรับประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ เป็นความจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

(.....) ชาย

(.....) หญิง

2. อายุ

(.....) 18 - 25 ปี

(.....) 26 - 33 ปี

(.....) 34 - 41 ปี

(.....) 42 - 49 ปี

(.....) 50 - 58 ปี

(.....) 59 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

(.....) จบประถมศึกษา หรือเทียบเท่า

(.....) จบมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า

(.....) จบอาชีวศึกษา (ปวช., ปวส.) หรือเทียบเท่า

(.....) จบปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

(.....) สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ

- (.....) โสด
- (.....) สมรส
- (.....) หม้าย

ศาสนา โปรดระบุ

5. อาชีพ

- (.....) นิสิต, นักศึกษา
- (.....) ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ
- (.....) ทำงานบริษัทเอกชน
- (.....) ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
- (.....) แม่บ้าน
- (.....) อื่นๆ มีอาชีพไม่แน่นอนเป็นครั้งคราว และอาชีพอื่นที่ไม่ตรงกับรายการข้างตน
โปรดระบุ

6. รายได้ต่อเดือน

- (.....) น้อยกว่า 5,000 บาท
- (.....) 5,001 – 10,000 บาท
- (.....) 10,001 – 15,000 บาท
- (.....) 15,001 – 20,000 บาท
- (.....) มากกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมกำรเปิดรับข้วสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ในการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

- 2.1 ท่านเปิดรับข้วสารจากสื่อต่างๆ ดังต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด ก่อนที่จะมีการเลือกตั้งผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543
(กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องสี่เหลี่ยมตามความเห็นของท่าน)

สื่อ	พฤติกรรมกำรเปิดรับ			
	5-7 ครั้ง / สัปดาห์	3-4 ครั้ง / สัปดาห์	1-2 ครั้ง / สัปดาห์	น้อยกว่า 1ครั้ง / สัปดาห์
สื่อมวลชนได้แก่				
หนังสือพิมพ์				
วิทยุ				
โทรทัศน์				
ภาพยนตร์				
นิตยสาร/ วารสาร				
สื่อบุคคลได้แก่				
พูดคุยกับคนในครอบครัว				
พูดคุยกับเพื่อนหรือคนสนิท				
พูดหรือปรึกษากับหัวหน้าชุมชน เช่น ประธานหมู่บ้าน, คณะกรรมการชุมชน เป็นต้น				
พูดหรือปรึกษากับผู้นำท้องถิ่น เช่น หัวคะแนน, กำนัน, ผู้ใหญ่บ้าน				
พูดคุยหรือปรึกษากับข้าราชการ ผู้ใหญ่ นักวิชาการ				
พูดหรือปรึกษากับเจ้าหน้าที่สำนักงาน ที่ว่าการเขตในพื้นที่ของท่าน				

ชื่อ	พฤติกรรมมารับ			
	5-7 ครั้ง / สัปดาห์	3-4 ครั้ง / สัปดาห์	1-2 ครั้ง / สัปดาห์	น้อยกว่า 1 ครั้ง / สัปดาห์
ป้ายโฆษณา				
ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่				
ป้ายประกาศ				
ป้ายโปสเตอร์				
ใบปลิว				
แผ่นพับ				
วารสารแนะนำตัว				
อินเตอร์เน็ต				
สื่อชนิดอื่นๆ ที่ทำขึ้นมาแจกเพื่อหาเสียง เช่น เสื้อ, สติกเกอร์, พัด, หมวก, เทปบันทึกเสียง เป็นต้น				

ส่วนที่ 3

3.1 : ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากข่าวสาร ประกอบกาตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 ครั้งนี้ มากน้อยอย่างไร
(กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง สี่เหลี่ยมตามความเห็นของท่าน)

การใช้ประโยชน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รู้วิธีปฏิบัติในการเลือกตั้งผู้ว่าฯ					
2. มีแนวทางในการตัดสินใจที่จะเลือกบุคคลที่เหมาะสมอยู่แล้ว					
3. บอกข้อมูลของผู้สมัครที่ท่านชอบได้เพื่อติดตามข่าวสาร					
4. สามารถรู้ว่าผู้สมัครอยู่พรรคใดหมายเลขใด					
5. สามารถทราบความเคลื่อนไหวของผู้สมัครและสถานการณ์เลือกตั้งฯ ทำให้พร้อมไปลงเลือกตั้งฯ					
6. ทำให้มีข้อมูลเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น					
7. ช่วยประกอบการตัดสินใจ(เลือก)บุคคลที่มีความรู้ความสามารถเป็นผู้ว่าฯกรุงเทพมหานคร					

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง () ตามความคิดเห็นของท่าน

3.2 ท่านทราบข่าวสารเกี่ยวกับ วันเวลา และสถานที่ ในการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2543 จากสื่อประเภทใดมากที่สุด

- (.....) สื่อมวลชน
 (.....) สื่อเฉพาะกิจ
 (.....) สื่อบุคคล

3.3 ท่านทราบหรือไม่ว่า สถานที่เลือกตั้งฯ ในเขตท่านอยู่ที่ใด

- (.....) รู้
 (.....) ไม่รู้

3.4 สื่อที่ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งฯ เพื่อประกอบการตัดสินใจ ท่านคิดว่า สื่อ ใดมีความน่าเชื่อถือ

- (.....) สื่อมวลชน
 (.....) สื่อบุคคล
 (.....) สื่อเฉพาะกิจ

3.5 ท่านคิดว่าเนื้อหาข่าวสารจากสื่อใด ที่ท่านนำมาใช้ประโยชน์เพื่อตัดสินใจเลือกตั้งฯ ผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

- (.....) สื่อมวลชน
 (.....) สื่อบุคคล
 (.....) สื่อเฉพาะกิจ

ส่วนที่ 4

4.1 : ความพึงพอใจที่ท่านได้รับจากข่าวสาร ประกอบภาคตัดสินใจการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 ครั้งนี้ มากน้อยอย่างไร
(กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง สี่เหลี่ยมตามความเห็นของท่าน)

ความพึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รู้ประวัติและทราบรายละเอียดการทำงานของผู้สมัคร					
2. ทราบนโยบายของผู้สมัคร แต่ละคนว่าเป็นอย่างไรและแนวทางการปฏิบัติ					
3. ทราบข่าวสารการเคลื่อนไหว ทำให้มีส่วนร่วมในสังคมกรุงเทพฯ					
4. ผู้สมัครใช้สื่อที่หลากหลายมากขึ้น เช่น สื่อโทรทัศน์,สื่อโฆษณาเคลื่อนที่ ทำให้รู้และเข้าใจในข่าวสารมากยิ่งขึ้น					
5. ข่าวสารที่ท่านเปิดรับ ส่วนใหญ่ตอบสนองเรื่องที่ท่านอยากรู้ได้เกี่ยวกับเรื่องของการเลือกตั้งฯ					
6. ทำให้มีข้อมูลเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น					
7. ข่าวสารที่เปิดรับ ช่วยประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าฯได้					

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง () ตามความคิดเห็นของท่าน

4.2 ท่านคิดว่า สื่อ ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับประวัติของผู้สมัครผู้ว่าฯ มากที่สุด

- (.....) สื่อมวลชน
- (.....) สื่อเฉพาะกิจ
- (.....) สื่อบุคคล

4.3 ท่านคิดว่า สื่อ ที่สามารถให้ข่าวสารการเลือกตั้งฯ ได้มากที่สุด

- (.....) สื่อมวลชน
- (.....) สื่อเฉพาะกิจ
- (.....) สื่อบุคคล

4.4 ท่านคิดว่า สื่อ ที่ตอบสนองเรื่องที่ท่านอยากทราบเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าฯ มากที่สุด

- (.....) สื่อมวลชน
- (.....) สื่อบุคคล
- (.....) สื่อเฉพาะกิจ

4.5 ท่านคิดว่า สื่อ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกตั้งฯ

- (.....) สื่อมวลชน
- (.....) สื่อบุคคล
- (.....) สื่อเฉพาะกิจ

ส่วนที่ 5 : สื่อที่นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

5.1 ท่านคิดว่าสื่อที่ให้ความพึงพอใจแก่ท่าน ประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

(กรุณาใส่เครื่องหมาย / ในช่องสี่เหลี่ยมตามความคิดเห็นของท่าน)

ชนิดสื่อ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สื่อมวลชน					
สื่อบุคคล					
สื่อเฉพาะกิจ					

(กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน () ตามความคิดเห็นของท่าน)

5.2 สื่อมวลชน ชนิดใดที่ให้ความพึงพอใจท่านมากที่สุด

- (.....) วิทยุ
- (.....) โทรทัศน์
- (.....) หนังสือพิมพ์
- (.....) นิตยสาร / วารสาร
- (.....) ภาพยนตร์

5.3 สื่อบุคคล ที่ให้ความพึงพอใจท่านมากที่สุด

- (.....) คนในครอบครัว
- (.....) เพื่อน
- (.....) หัวหน้าชุมชน เช่น ประธานหมู่บ้าน กรรมการชุมชน

- (.....) ผู้นำท้องถิ่น เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หัวคะแนน
- (.....) ข้าราชการผู้ใหญ่ นักวิชาการ
- (.....) เจ้าหน้าที่ สำนักงานเขตต่าง ๆ

5.4 สื่อเฉพาะกิจ ที่ให้ความพึงพอใจท่านมากที่สุด

- (.....) ป้ายโฆษณา ต่างๆ
- (.....) ป้ายประกาศ
- (.....) ป้ายโปสเตอร์
- (.....) ใบปลิว
- (.....) แผ่นพับ
- (.....) วารสารแนะนำตัวผู้สมัคร
- (.....) อินเทอร์เน็ต
- (.....) สื่อที่ผู้สมัครทำขึ้น เช่น สติกเกอร์ เสื้อ พัด หมวก ฯ เป็นต้น

5.5 ท่านคิดว่า สื่อ ประเภทใด ที่ให้ข่าวสารได้รวดเร็วเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่า ฯ ก.ท.ม. ครั้งนี้

- (.....) สื่อมวลชน
- (.....) สื่อบุคคล
- (.....) สื่อเฉพาะกิจ

ส่วนที่ 6: การไปใช้สิทธิการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543

1. ท่านคิดว่าจะออกไปใช้สิทธิการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2543 ครั้งนี้หรือไม่

(.....) ออกไปใช้สิทธิ

(.....) ไม่ออกไปใช้สิทธิ (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 3)

2. สาเหตุที่ท่านออกไปใช้สิทธิ เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(.....) ท่านมีความชอบผู้สมัครเป็นการส่วนตัวอยู่แล้ว

(.....) ท่านออกไปใช้สิทธิกับคนในครอบครัวญาติพี่น้อง

(.....) ท่านต้องการออกไปใช้สิทธิ ตามระบอบประชาธิปไตย

(.....) ผู้สมัครรับการเลือกตั้งฯ ส่วนใหญ่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์

(.....) มีเวลาว่าง

(.....) อื่นๆ โปรดระบุ

3. สาเหตุที่ท่านไม่ออกไปใช้สิทธิ เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(.....) ท่านไม่ว่างติดธุระ

(.....) ท่านไม่สนใจเรื่องของการเมือง

(.....) เลือกไปก็ไม่มีประโยชน์ เปลี่ยนแปลงอะไรไม่ได้

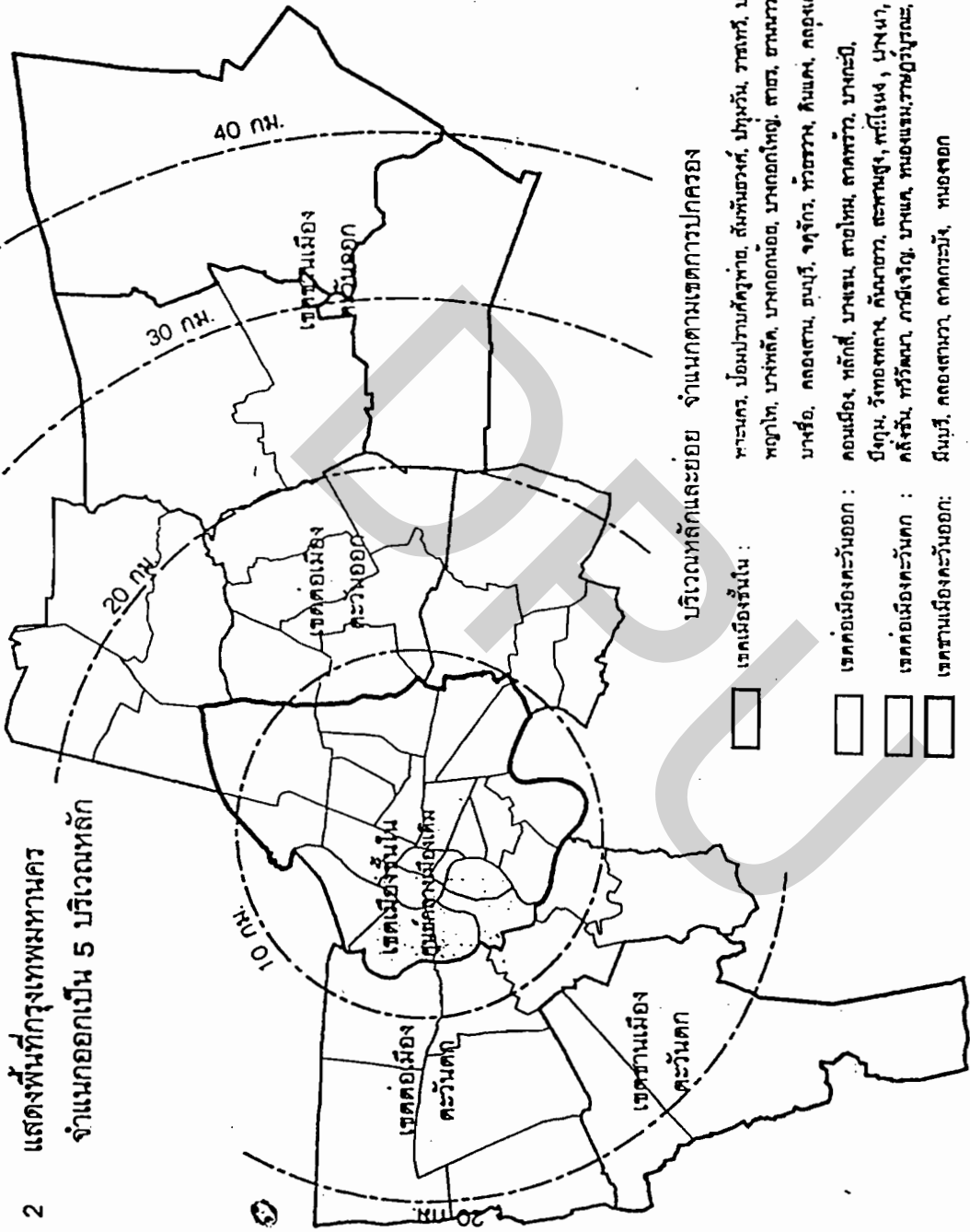
(.....) ไม่สะดวกแก่การเดินทางไปใช้สิทธิ

(.....) ไม่รู้ว่าเลือกตั้งเมื่อไร

(.....) อื่นๆ โปรดระบุ

ผู้ทำการวิจัยขอขอบคุณท่านอย่างสูง ที่กรุณาตอบแบบสอบถามนี้

แผนที่ 2 แสดงพื้นที่กรุงเทพมหานคร
จำแนกออกเป็น 5 บริเวณหลัก



บริเวณหลักและย่อย จำแนกตามเขตการปกครอง

- เขตเมืองชั้นใน : พระนคร, ป้อมปราบศัตรูพ่าย, สัมพันธวงศ์, ปทุมวัน, วรจักร, บางรัก, สุขุมวิท, พญาไท, บางกอกน้อย, บางกอกใหญ่, ศาลา, ชานมราว, บางกอกเขตน บางซื่อ, คลองสาน, ธนบุรี, จตุจักร, หัวหมาก, ดินแดง, คลองเตย, วัฒนา
- เขตชานเมืองตะวันออก : ดอนเมือง, หลักสี่, บางเขน, สายไหม, ลาดพร้าว, บางกระปิ, ปทุม, วังทองหลาง, คันนายาว, สะพานสูง, ศรีโขน, บางนา, ทุ่งครุ, ลำโพง, คลังจันทน์, ทวีวัฒนา, ภาษีเจริญ, บางพลี, หนองแขม, ราษฎร์บูรณะ, ทุ่งครุ, จอมทอง
- เขตชานเมืองตะวันตก : มีนบุรี, คลองสามวา, ลาดกระบัง, หนองจอก
- เขตชานเมืองตะวันออก : บางขุนเทียน, บางบอน

ที่มา : สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตพื้นที่และการแบ่งเขตปกครองของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครเป็นนครหลวงของประเทศไทย ปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ประมาณ 1,568.737 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่เขตการปกครองในปัจจุบัน 50 เขตดังต่อไปนี้ (ดูแผนที่ 1 ประกอบ)

เขตพระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง ดินแดง พระโขนง บางนา คลองเตย วัฒนา ประเวศ สวนหลวง บางเขน สายไหม ดอนเมือง หลักสี่ จตุจักร บางกะปิ วังทองหลาง ลาดพร้าว บึงกุ่ม คันนายาว สะพานสูง หนองจอก คลองสามวา มีนบุรี ลาดกระบัง ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางพลัด ภาษีเจริญ บางแค บางขุนเทียน บางบอน จอมทอง ดลิ่งชัน ทวีวัฒนา ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ และหนองแขม

ทิศเหนือ	จดแนวเขตจังหวัดนนทบุรี และจังหวัดปทุมธานี
ทิศตะวันออก	จดแนวเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
ทิศใต้	จดแนวเขตจังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอไทย
ทิศตะวันตก	จดแนวเขตจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม

จากการที่กรุงเทพมหานครได้แบ่งเขตการปกครองจาก 38 เขต จนเป็น 50 เขตในปี 2541 นั้น ทำให้สามารถจำแนกกลุ่มพื้นที่เขตได้ดังนี้ (ดูแผนที่ 2 ประกอบ)

1. เขตเมืองชั้นใน (Inner City) ประกอบด้วยศูนย์กลางเมืองเดิม ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการตั้งถิ่นฐานชุมชนในระยะเริ่มแรก และพื้นที่อนุรักษ์ทางประวัติศาสตร์ สถานที่ราชการ สถานศึกษา ย่านธุรกิจการค้าหนาแน่น จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรมีแนวโน้มลดลง แต่ความหนาแน่นประชากรในเขตต่างๆ ส่วนใหญ่เกินกว่า 10,000 คนต่อตารางกิโลเมตร ประกอบด้วย 22 เขต อยู่ในพื้นที่ทางฝั่งตะวันออก 17 เขต คือ เขตพระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน ราชเทวี บางรัก ดุสิต พญาไท สาทร ยานนาวา บางคอแหลม บางซื่อ จตุจักร ห้วยขวาง ดินแดง คลองเตย และวัฒนา และพื้นที่ทางฝั่งตะวันตก 5 เขต คือ บางพลัด บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ คลองสาน และธนบุรี
2. เขตชั้นกลางหรือเขตต่อเมือง (Urban Fringe) เป็นเขตที่มีการขยายตัวของประชากร กิจกรรมทางการค้า และที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ตั้งอยู่ในรัศมีระหว่าง 10-20 กิโลเมตรจากศูนย์กลางเมือง ซึ่งในปัจจุบันเป็นบริเวณที่มีการพัฒนาเมืองอย่างกระจัดกระจาย (Urban Sprawl) ประกอบด้วย 22 เขต อยู่ในพื้นที่ทางฝั่งตะวันออก 14 เขต คือ เขตดอนเมือง หลักสี่ บางเขน สายไหม ลาดพร้าว บางกะปิ บึงกุ่ม วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง พระโขนง บางนา ประเวศ และสวนหลวง และพื้นที่ทางฝั่งตะวันตก 8 เขต คือ เขตดลิ่งชัน ทวีวัฒนา ภาษีเจริญ บางแค หนองแขม ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ จอมทอง
3. เขตชั้นนอกหรือเขตชานเมือง (Suburb) เป็นพื้นที่เขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งยังมีพื้นที่ว่างและพื้นที่เกษตรกรรมอยู่เป็นส่วนใหญ่ และมีสัดส่วนสูงกว่าพื้นที่พัฒนาแบบเมือง โดยมีลักษณะผสมระหว่างเมืองและชนบท เป็นเขตที่อยู่ห่างจากศูนย์กลางเมืองเกินกว่า 20 กิโลเมตร ประกอบด้วย 6 เขต อยู่ในพื้นที่ทางฝั่งตะวันออก 4 เขต คือ เขตมีนบุรี คลองสามวา หนองจอก และลาดกระบัง และทางฝั่งตะวันตก 2 เขต คือ เขตบางบอน และบางขุนเทียน



รายชื่อผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร



หมายเลข ๑
นายมณฑล ชาติ
สุวรรณ



หมายเลข ๒
น.อ.วินัย สมพงษ์



หมายเลข ๓
นางปวีณา หงสกุล



หมายเลข ๔
คุณหญิงกัลยา
โสภณนาถ



หมายเลข ๕
นางสุดารัตน์ เกยุ
ราพันธุ์



หมายเลข ๖
น.ส.จิตติพร อภิบาล
สุวรรณ



หมายเลข ๗
นายสมิคร สุนทร
เวช



หมายเลข ๘
น.ต.ท.กานต์
เทียนแก้ว



หมายเลข ๙
นายคำวิ รัตนวงษ์



หมายเลข ๑๐
น.อ.ประจักษ์ สว่าง
จิตร



หมายเลข ๑๑
นายวิฑูรย์ ไชค
ชนะ



หมายเลข ๑๒
นายธีรพร ประเสริฐ
เวศสากร



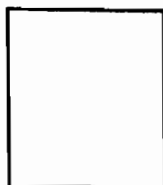
หมายเลข ๑๓
นายรัชชัยย์ สัจ
จกุล



หมายเลข ๑๔
นายวิวัฒน์ ศัลย
กำธร



หมายเลข ๑๕
นายกิตติศักดิ์ ทีวี
ศิษฐ์



หมายเลข ๑๘
นายสมิตร สมิทธิ
นันท์



หมายเลข ๑๘
นายชัยรัตน์ รัตน
น้อย



หมายเลข ๑๙
นายกุลภัทร ฤ
โรหิต



หมายเลข ๒๐
นายอุดม วิบูล
ชาติ



หมายเลข ๒๐
นายจร ชู
แก้ว



หมายเลข ๒๒
นายณัฐวัฒน์
เรือนเรือง



หมายเลข ๒๓
นายทรงผล
สุวรรณบุญ

DRAFT

สุดสัปดาห์

มติชน

ฉบับประจำวันจันทร์ที่ 5 มิถุนายน 2543 ปีที่ 20 ฉบับที่ 1033-7129 35 บาท

เกจิ'โหร'พันธง
'ชวนชัย'ดี'ฉิมพ์
มีดโกน'ทื่อ'
'กรรมเก่า'ออนไลน์



ยกที่ 1 คือ กทม.
หมัก อะนาล็อก
VS หน้อย ดิจิตอล
จับตา วินัย-หอย-ปีก

“ปรีดา” 24 ชั่วโมง-จัง





สมานผู้ว่าฯ กทม.เดือด 'ทอย' อากาทรหนัก 'สมัคร' โคนป้ายสี 'ธรรมกาย' ทุ่มสุดฤทธิ์

โยไม่ตามรอยรัฐบุรุษ

งานระดมทุน 100 ปีชาติกาลรัฐบุรุษ อากาทร ๒๐ พฤษภาคม ที่เพิ่งผ่านไปหมาดๆ เป็นงานที่ถูกจัดขึ้นที่สนามหลวงหลังการระดมทุน ซึ่งดูผ่านความเครียดที่หนักหน่วงกับแผ่นดินอันเป็นบ้านเกิดเมืองนอน

แม้งานหลักอาจจะดูว่าเป็นมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และบรรพชาลูกแมกม แต่ในความเป็นจริงแล้วทุกคนที่ระลึกรู้ถึงท่านปรีดี สาธารณที่จะมีส่วนร่วมได้ทั้งสิ้น เพราะท่านได้รับการยกย่องไม่เพียงประเทศไทยเท่านั้น

หากแต่ต้องมีการพูดในโอกาสอันควรนี้ให้เป็นคนสำคัญของไทย

ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในวันนั้นท่ามกลางการอวดดี และระลึกรู้ถึง ที่มีการแสดงออกกันตามแต่บุคลิกของแต่ละคน อย่างรายยาวลุดดีของคุณชวน หลีกภัย นายกรัฐมนตรี ก็เป็นเรื่องที่สุดแล้วจะมองกันออกไป เพราะในยามนี้แม้คุณชวนจะได้ภาพของความซื่อสัตย์บริสุทธิ์ส่วนตัวมาเกือบทุกภาพก็ไม่ไรไร แต่คุณชวนก็มีรอยคำขมขื่นมาจากคนรอบข้างสะสมมากรวมทุก

ดังนั้นแม้แต่ที่คุณชวนจะพยายามแสดงความยกย่องความผูกพันในความรู้สึกที่มีให้กับท่านปรีดี แต่ก็ยังมีคำถามว่า จริงใจแค่ไหน เป็นเพียงการจกขยสตามการณีสร้างภาพหรือเปล่า

เพราะในขณะที่ท่านปรีดี คือผู้กับความไม่ถูกต้องอย่างแนบแน่น แต่คุณชวนจะให้แนวทางการเมือง ออชตัวเหนือปัญหา ขอมแม้แต่กรณีเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ที่ถูกสังคมนคราหน้าว่าเป็นกลุ่มเผด็จการ แดงยังได้เคารพว่ากรณีที่เกิดขึ้นทำได้อย่างมากก็คือเสียใจเท่านั้น

จุดต่างๆ เหล่านี้เองที่ทำให้มีบางสิ่งบางอย่างสะกิดแวมเข้ามาในหัวแห่งล่านึก ไขว่คว้ารัฐกิจแล้ว เป็นภาวะระลึกรู้จากใจจริงถึงเพียงใด หรือว่าเป็นเพราะบทบาทต่อสังคมจึงทำให้ต้องมีการแสดงออกให้สมบทบาทกับแม่

ใครจะว่าอดีตก็คงช่วยไม่ได้ เพราะทุกวันนี้ความจริงใจของนักการเมืองยุคปัจจุบันยากที่จะพิสูจน์ได้จึงรู้ว่า จริงหรือเท็จ ของจริงหรือสร้างภาพ หรือแม้กระทั่งหลงกลเพื่อหวังผลประโยชน์

คุณธรรมบนถนนการเมืองแม้บางไปพอๆกับการจกขยสที่คิดขุ่นต่อแผ่นดินไทย ที่จึงจางลงไปอย่างน่ากลัว

ปัญหาคนรับสั่งจึงสวนทางพุ่งเข้ามาอย่างน่าตระหนก

สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดเป็นคำถามว่า ในเมื่อต้นแบบของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ไม่ว่าจะเป็นท่านปรีดี หรือแม้แต่อาจารย์ป๋วย อึ้งภากรณ์ก็รูปแบบของการต่อสู้เพื่อความถูกต้องเพื่อรักษาความเป็นชาติ และปกป้องประเทศ แต่ทำไมบางคนที่ผ่านการศึกษามาจากวีรกรรมศาสตร์กลับไม่ได้คำนึงความหมายที่ถูกส่งกลับใช้ความรู้อย่างด้านกฎหมายที่ได้รับ ไปใช้ในการดำเนินชีวิตเพื่อทุกข์

และถากถางในอำนาจให้นานที่สุด โดยไม่ใส่ใจเลยว่ามีความเสียหายกับประเทศชาติ

ๆ ล่าสำนักแห่งจิตวิญญาณได้ถูกขายให้ชา

ความร่อนแรงศึกจึงแก่ผู้ว่าฯ กทม. ไกลจุดเดือดตั้งแต่ไก่โห่ บักทอย อากาทรหน้าเป็นห่วงได้อย่างแต่ต้องเสียอีกอย่าง ลูกพรรค ส.ส. สก. สข. ออกอาการเอือมระอา ลงแรงช่วยหาเสียงจัดโชว์ตัวและปราศรัยหาเสียงกับถูกบักทอยเบียดหน้าตาเฉยดวงยังเซงได้แรงหนุนาเบ็ดเตล็ดยี่ม่า ระดมทุนพลตกดินสายช่วยหาเสียง ขณะที่ าสสมัคร โคนแห่งเต็มหลังคู่แข่งป้ายสีได้วัดธรรมกายสังคีลชัยที่งานบั้นเพคะแนนเสียงช่วยสุดฤทธิ์สุดเดชเพื่อทดแทนบุญคุณนะจ๊ะ!



* นายสมัคร สุนทรเวช

* นายธีรวิชัย สัจจุกล

นายธีรวิชัย สัจจุกลหรือบักทอย ผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เปิดเผยมถึงกลยุทธการรณรงค์หาเสียงชิงชัยเก้าอี้ผู้ว่าฯ กทม. ว่าขณะนี้มีศิลปินดลกทั่วทั้งเมืองไทยแสดงความจำนงเข้ามาให้การสนับสนุน และช่วยรณรงค์หาเสียงให้โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน ซึ่งอาจจะมีความเข้าใจที่ถูกต้องว่าน่าจะมิสาเหตุมาจากกรณีที่คุณได้เข้าไปเป็นกรรมการสมาคมศิลปินดลกแห่งประเทศไทย โดยเป็นที่เข้าใจดีแล้วว่าสมาคมศิลปินดลกมีความรักใคร่กลมเกลียวกันชนิดเหนียวแน่นเลยทีเดียวได้จึงไม่ต้องสงสัยเลยกับการที่นักแสดงจำนวนจะหันมาให้การสนับสนุนตนเอง "ตอนนี้ยังไม่สามารถระบุรายละเอียดให้ชัดเจนได้ว่า คาราคลทกที่จะมาช่วยหาเสียงให้จะมีกิจกรรมอะไรหรือมีรูปแบบเป็นอย่างไร การดำเนินการในเรื่องนี้ให้เปิด เตลี่ยืมเป็นผู้ประสาน และเป็นผู้จัดทำกิจกรรมให้ทั้งหมด คงไม่นานนี้หน้าที่จะมีอะไรออกมาให้ชาวบ้านได้ออกกันบ้างว่า บักทอยกล่าว

รายงานข่าวจากพรรคประชาธิปัตย์ (ปชป.) แจ้งว่า การรณรงค์หาเสียงช่วยบักทอยของบรรดา ส.ส. สก. และ สข. ได้เกิดปัญหาเป็นเกลียวกันขึ้นมาแล้ว ทั้งนี้การที่พรรค ปชป. ตัดสินใจส่งบักทอยลงสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าฯ กทม. และสมาชิกพรรคที่เป็น ส.ส. สก. สข. ต้องช่วยกันหาเสียงให้กับผู้สมัครในนามพรรค โดยที่ที่ผ่านมาสมาชิกพรรคต่างให้ความสำคัญกับเรื่องนี้

มากได้ลงพื้นที่พบปะชาวบ้านอย่างต่อเนื่อง และมีการให้คำมั่นสัญญากับชาวบ้านด้วยว่า จะนำนายธีรวิชัยมาปรากฏตัวพร้อมกล่าวปราศรัยแสดงวิสัยทัศน์ให้ชาวบ้านได้ทราบ ในงานต่างๆ ทั้งงาน บวร งานแต่งงาน และงานศพ แต่อดีตผู้จัดการทีมฟุตบอลชาติไทยเขี่ยขโมยมาปรากฏตัว

เรื่องที่เกิดขึ้นตั้งแต่บักทอยเท่านั้นที่ได้รับความสะดวก และมีผลกระทบถึงฐานคะแนนเสียงของพรรค ปชป. ในกรุงเทพฯ อีกด้วย โดยเฉพาะลูกพรรคที่ต้องการให้บักทอยไปโชว์ตัวต่างถูกขอร้องหรือเจ้าของงานขมค้ำว่ากันถ้วนทั่ว ทั้งนี้ก่อนที่จะจัดให้มีการปรากฏตัวและแสดงวิสัยทัศน์ได้มีการประชาสัมพันธ์ไว้ก่อนล่วงหน้าแล้ว แต่พอถึงเวลา นายธีรวิชัยกลับไม่สามารถไปร่วมงานได้ สร้างความไม่พอใจให้เกิดแก่ชาวบ้านที่คาดหวังว่า นายธีรวิชัยจะนำพา นายธีรวิทร สัจจุกล บุตรชายที่เป็นควาานำในละคร ทางโทรทัศน์มาปรากฏตัวด้วย ซึ่งก็ไม่สมหวังอย่างที่เห็นทั้งคุณพ่อและคุณลูก

อย่างไรก็ตามได้มีความพยายามจากผู้ใหญ่ภายในพรรค ปชป. ในการที่จะอธิบายถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นนี้ เพื่อไม่ให้บักทอยร้ายลึกลงไปกว่านี้ โดยได้แสดงความมั่นใจนายธีรวิชัยที่ไม่สามารถวิ่งลอกงานได้ทั้งหมด ทั้งนี้เป็นเพราะพรรค ปชป. เป็นพรรคการเมืองขนาดใหญ่มีสมาชิกที่เป็นนักการเมืองระดับชาติ

ประเทศกระจายอยู่กันเป็นจำนวนมาก การที่คนแสดงความปรารถนาดีแก่บักทอยด้วยการไปแสดงวิสัยทัศน์ตามสถานที่ต่างๆ ที่มีสมาชิกพรรคประจำอยู่แน่นอนว่ากรุงเทพฯ มีเขตปกครองรวมแล้ว 50 เขต เพียงแค่ให้ไปปราศรัยสัก 5 แห่งก็ไม่มีทางทำได้อยู่แล้ว

ทั้งนี้เป็นเพราะงานส่วนใหญ่จะจัดกันในช่วงเวลากลางวันและเป็นเวลาที่โลเดียวก็มาก คงไม่มีใครจะไปโชว์ตัวได้พร้อมๆกันทุกคนได้

อีกด้านหนึ่งเป็นความเคลื่อนไหวของกลุ่มบุคคลจำนวนหนึ่ง ที่เที่ยวแสดงวิสัยทัศน์ตามสภาภาพหรือวงสนทนาของคอการเมืองด้วยกัน โดยพยายามแสดงความอวดรู้ถึงเบื้องลึกในสนามชิงชัยตำแหน่งผู้ว่าฯ กทม. ด้วยการสร้างภาพให้เข้าใจว่า นายสมัคร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคประชากรไทย (ปรท.) มีโอกาสได้รับการเลือกตั้งมากกว่าผู้สมัครรายอื่นๆ โดยไม่จำเป็นต้องไปพึ่งเสียงโหลจากสำนักโหนดเลย ทั้งนี้ได้เข้าอึ้งถึงนายธีรวิชัย สิริธิต เจ้าสิทธิธรรมกาย ได้มีการสั่งการในทางลับๆ ให้ศิษย์วัดพระธรรมกายตะคะแนนเสียงทั้งหมดเท่าที่มีอยู่ให้กับนายสมัคร เพื่อเป็นการแสดงความมูทิดาคใจต่อนางสาววรรณีสุนทรเวช อดีตครูใหญ่โรงเรียนสามัญ คาราคาม มีฐานะเป็นลูกพี่ที่รองหัวหน้าพรรคประชากรไทย และเป็นผู้บริหารที่ดิน

พื้นที่กว่า 196 ไร่ให้กับวัดพระธรรมกาย จนสามารถถือกำเนิดวัดขึ้นมาได้

อย่างไรก็ตามนายธีรวิชัย ภูวภิรมย์ชรัญ เลาธิการพรรคประชากรไทย ให้สัมภาษณ์ปฏิเสธเกี่ยวกับเรื่องที่เกิดขึ้นนี้ว่า ค่อนข้างไม่เชื่อคุณเองเลยว่าจะมาได้ขึ้นได้ฟังวิธีการเล่นการเมืองกันแบบสกปรกในยุคปฏิรูปการเมืองเช่นนี้ ที่ว่าเป็นการเล่นการเมืองกันแบบสกปรกนั้น ก็เพราะมีการนำเอาสถาบันศาสนาเข้ามาเกี่ยวข้องกับการเล่นการเมืองที่สกปรก การที่ศิษย์วัดพระธรรมกายจะออกมาใช้สิทธิ์ลงคะแนนให้กับหัวหน้าพรรคก็ไม่ใช่เรื่องที่เราไร้ยางอายแต่อย่างใด หากศิษย์วัดพระธรรมกายมองว่านายสมัครเป็นผู้มีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาให้กับคนกม. ได้ ก็เป็นการสมควรที่จะลงคะแนนเลือกหัวหน้าพรรค

เช่นเดียวกับที่น้องสาว กทม. คนอื่นๆ ที่เห็นว่าปัญหาของคนเมืองหลวงสามารถแก้ไขได้โดยพรรค ปชท. ก็เป็นการสมควรจะใช้สิทธิ์ลงคะแนนให้นายสมัครมาเป็นผู้ว่าฯ กทม. อย่างไรก็ตามเรื่อง การที่ประชาชนจะพากันไปเลือกใครถือเป็น สิทธิ ตามรัฐธรรมนูญ แต่เป็นการไม่สมควรแก่ถ้ามีการบังคับ ให้มาลงคะแนนให้ใครคนใดคนหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่วิถีทางการเมืองในยุคปฏิรูปการเมือง สิ่งที่ยกย่องมากที่สุดคือการตัดสินใจเลือกใครก็ได้ตามที่ตัวเองเห็นว่าเหมาะสมเข้ามาแก้ไข

รับสมัครเลือกตั้งผู้ว่าฯ กทม. วันที่ 7-11 มิถุนายนนี้ที่ศาลาว่าการ กทม.

คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช

พัฒนาคนให้ได้ก่อนพัฒนาเมือง

คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช รองผู้ว่าฯ กทม. กล่าวว่า การพัฒนาเมืองต้องพัฒนาคนก่อน เพราะคนคือหัวใจของการพัฒนาเมือง

คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช รองผู้ว่าฯ กทม. กล่าวว่า การพัฒนาเมืองต้องพัฒนาคนก่อน เพราะคนคือหัวใจของการพัฒนาเมือง

คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช รองผู้ว่าฯ กทม. กล่าวว่า การพัฒนาเมืองต้องพัฒนาคนก่อน เพราะคนคือหัวใจของการพัฒนาเมือง

คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช รองผู้ว่าฯ กทม. กล่าวว่า การพัฒนาเมืองต้องพัฒนาคนก่อน เพราะคนคือหัวใจของการพัฒนาเมือง

“สุชาติธำ” แหวยงพัฒนาเศรษฐกิจ

สุชาติธำ รองผู้ว่าฯ กทม. กล่าวว่า การพัฒนาเมืองต้องพัฒนาคนก่อน เพราะคนคือหัวใจของการพัฒนาเมือง

สุชาติธำ รองผู้ว่าฯ กทม. กล่าวว่า การพัฒนาเมืองต้องพัฒนาคนก่อน เพราะคนคือหัวใจของการพัฒนาเมือง

สุชาติธำ รองผู้ว่าฯ กทม. กล่าวว่า การพัฒนาเมืองต้องพัฒนาคนก่อน เพราะคนคือหัวใจของการพัฒนาเมือง

สุชาติธำ รองผู้ว่าฯ กทม. กล่าวว่า การพัฒนาเมืองต้องพัฒนาคนก่อน เพราะคนคือหัวใจของการพัฒนาเมือง

ปชป.หมดเกมยื้อ หลัง ดร. อเนก ไชยโกศล สุดท้าย ชู บิ๊กหอย ออกรบ

สัปดาห์ที่ผ่านมามีการมองว่าเกมการสรรหาผู้สมัครรับเลือกตั้งเชิงเก้าอี้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของพรรคประชาธิปัตย์ทำท่าจะลงตัวเป็นที่เรียบร้อย เมื่อมีคำยืนยันชัดเจนว่า ในวันพฤหัสบดีที่ 24 มีนาคมนี้ทางคณะกรรมการบริหารพรรคจะพิจารณาตัดสินชี้ขาดบุคคลทั้งสามคนอันประกอบด้วย นายอวยชัย สังข์กุล, ดร.ประกอบ จีระกิติ และดร.อเนก เหล่าธรรมทัศน์ ว่าใครคือผู้ที่เหมาะสมที่สุดที่จะเป็นตัวแทนของพรรคในการลงสมัครรับเลือกตั้งเชิงเก้าอี้ผู้ว่า กทม. ครึ่งหน้า หลังจากที่ยกหน้านี้ปฏิบัติการเปิดเกมยื้อทำที่ พ.อ.วิชัย สมพงษ์ ต้องตัดสินใจลาออกกลางสมัครในนามกลุ่มอิสระ



นั่นคือภาพแห่งความโกลาหลของพรรคที่ทำให้เกมยื้อในการคัดเลือกคนลงสมัครกลายเป็นจุดแตกหักทางการเมืองในเวลาต่อมา และดูเหมือนว่าเกมยื้อในครั้งนี้จะคงอยู่ต่อไป ทั้งที่พรรคประชาธิปัตย์เองเป็นพรรคการเมืองใหญ่ อยู่มาก็หลายสิบปี การจะจัดสรรหาคนลงสมัครรับเลือกตั้งไม่น่าจะเกิดปัญหา แต่จนแล้วจนรอดปัญหาจากการสรรหาที่ยังคงดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่องตามลำดับ

ล่าสุดการออกมาประกาศแบบชัดๆ คือ การตัดสินใจของ "ดร.อเนก" ในการลงสมัครรับเลือกตั้งว่า ไม่ลงสมัครรับเลือกตั้งไม่ว่าจะสังกัดพรรค หรืออิสระ คือคำตอบที่พอจะสะท้อนอะไรได้ชัดว่าอะไรเป็นอะไรทั้งๆ ที่ศิริในความเป็น "ดีออกเตอร์" และความเป็นคนคบคิดจะรัฐศาสตร์ รวมถึงการเป็นที่ปรึกษาให้กับ พล.ต.สนั่น ธงไชยเศรษฐ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย พอจะทำให้จังหวะและโอกาสทางการเมืองของ "ดร.อเนก" ดีกว่าผู้สมัครรายอื่นๆ ด้วยซ้ำ

การตัดสินใจครั้งนี้จึงถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าเพราะที่ยัง ถึงแม้จากรายงานข่าว "ดร. อเนก" จะระบุถึงเหตุผลในการตัดสินใจครั้งนี้ว่าเนื่องจากเวลากระชั้นเกินไปที่จะฟอร์มทีมรองผู้ว่า กทม. ขณะเดียวกันต้องการที่จะอาศัยวิสัยทัศน์ในการพัฒนา กทม. หลังจากที่ได้เสนอมาก่อนหน้านี้ เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งจุดเหตุและผลในการถ่วงถ่วงก็น่าจะมีความสำคัญอยู่บ้าง แต่ก็ยังไม่ชัดเจนว่ามีเหตุผลอื่นอีก

หรือไม่ที่มีส่วนต่อการตัดสินใจครั้งนี้ อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ที่ลึกลงในรายละเอียดประเด็นเรื่องของการเป็นที่ปรึกษาให้กับ "เสธ.พนัน" พล.ต.สนั่น ธงไชยเศรษฐ์ น่าจะเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่น่าอภิปราย เพราะภาพแห่งความมัวหมองที่เกิดขึ้นในกระแสสังคมหลายเรื่อง น่าจะมีส่วนไม่มากก็น้อย ยิ่งเมื่อต้องทำงานในฐานะที่ปรึกษาจริงไม่อาจมองข้ามไปได้ ทางออกที่คิดจะมีเพียงการถอนตัวตั้งแต่เนิ่นๆ น่าจะเป็นเหตุผลหรือทางออกที่ดีที่สุด และเชื่อว่าประเด็นนี้ "ดร.อเนก" ก็คงจะมองเห็นและรับทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งถ้าจะว่าไปแล้ว นี่ไม่ใช่เหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นครั้งแรก เพราะก่อนหน้านี้ "ดร.ภูษณ ภิรมานนท์" ก็เคยปฏิเสธถึงเชื้อโธที่พรรคประชาธิปัตย์หยิบยื่นให้มาแล้ว

แน่นอนว่า ถึงจุดนี้ตัวเลือกของพรรคประชาธิปัตย์ คงมีเพียงแค่ 2 ตัวเลือกเท่านั้น ทางเลือกหนึ่งคือ "บิ๊กหอย" นายอวยชัย สังข์กุล กับอีกทางเลือกหนึ่งคือ ดร.ประกอบ จีระกิติ ดังที่ "การเมืองไทย" จับประเด็นมาวิเคราะห์ไปเมื่อสัปดาห์ที่แล้ว เพราะผู้บริหารพรรคประชาธิปัตย์มีชื่อเสียงข้ามชอตไปถึงการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ที่จะตามมาอีกไม่กี่วันข้างหน้า ถ้าคนสองคนนี้ คนใดคนหนึ่งลงเลือกตั้งแน่นอนว่าโอกาสที่พรรคจะประสบกับความพ่ายแพ้ย่อมมีเปอร์เซ็นต์สูง ดังนั้นถ้าหากจะมีตัวเลือกใหม่ที่ดีกว่านี้ มีหรือที่พรรคประชาธิปัตย์ โดยเฉพาะระดับบิ๊กของพรรคจะกล้าปฏิเสธ

แต่วันนี้สถานการณ์ดูจะเลวร้ายยิ่งขึ้น รัฐบาลอยู่ในช่วงขาดสภาพคล่องและยังคงระดมกู้ยืมอยู่ทุกวัน การจะหาคนมาใส่เสื้อพรรคออกไปต่อสู้ช่วงชิงเก้าอี้ คงไม่ใช่เรื่องง่าย การออกมาให้สัมภาษณ์ของหัวหน้าพรรคเมื่อหลายสัปดาห์ก่อนในลักษณะที่ว่าทำอย่างไรก็ตามไม่มีมือก็อย่าส่งมันจะยังดีดีกว่า คือภาพของความจริงที่เกิดขึ้น และดำเนินไปอย่างราบเรียบราวกับเกิดกระแสแห่งการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่จริงแล้วพรรคประชาธิปัตย์ไม่มีตัวตนลงสมัครรับเลือกตั้ง "บิ๊กหอย" คนเดียวเท่านั้นที่ขึ้นอาสาขอทำศึกเลือกตั้งในนามพรรค และดูเหมือนว่าจากความตั้งใจจริงของเขา พอทำให้เพื่อนร่วมพรรคเห็นใจพอสมควรขณะที่ ดร.ประกอบ เป็นเพียงชื่อที่ถูกลอยขึ้นมาเพื่อให้ดูว่ามีภาระงานอันเท่านั้น ทั้งที่จริงแล้วไม่มีความจำเป็นอะไรที่ "ดร. ประกอบ" จะต้องลาออกกลางสมัครเชิงเก้าอี้ผู้ว่า กทม. ถึงแม้เส้นทางการเมืองในการเลือกตั้ง ส.ส. คราวหน้าจะต้องไปเจอคู่ต่อสู้จากพรรคไทยรักไทยอย่างเช่น นายภิรมย์ ซึ่งจัดว่าเป็นคนขยันขันแข็ง สองคนที่เสมอกัน กระทั่งวันนี้มีการประเมินกันว่าจะมีการเลือกตั้งในระบอบอันโกลาหลนี้คนไหนจะออกมาใกล้เคียงกัน แหล่งข่าวในพื้นที่วิเคราะห์ให้ฟังถึงเหตุและผล

เมื่อเป็นเช่นนี้ ทางออกที่ดีที่สุดก็คือการเสนอฝ่ายทางตันด้วยการเสนอชื่อ "บิ๊กหอย" ตามมาซึ่งหวั่นและโอกาสมีมากขึ้นแต่ไหน เรื่องนี้ไม่มีใครให้คำตอบได้แน่ชัด

เพราะทั้งหลายทั้งปวงคงอยู่ที่ผู้บริหารระดับสูงของพรรคเท่านั้นในการให้สัญญาณทั้งที่แรงสนับสนุนที่มีต่อ "บิ๊กหอย" ไม่ว่าจะเป็นสมาชิกสภา กทม. (ส.ก.) หรือสมาชิกสภาเขต (ส.ช.) เรียกว่ามีผู้ออกสมควร เนื่องจากสมาชิกพรรคในส่วนนี้มองว่านี่คือหน้าที่ของพรรคที่จะต้องตัดสินใจ ส่วนจะแพ้หรือชนะในการเลือกตั้ง ไม่ใช่เรื่องสาระสำคัญ ขอเพียงได้ส่งคนลงสมัครทำหน้าที่ก็เพียงพอแล้ว นั่นคือมุมมองที่เกิดขึ้นจากสมาชิกบางส่วนของพรรคประชาธิปัตย์ ขณะที่ผู้บริหารพรรคกลับมองอีกมุมหนึ่งว่าถ้าจะส่งคือเป็นคนที่มีความสามารถสูงในการบริหารระดับสูง สามารถมีชื่อเสียง เพราะนี่คือหน้าตาการเมืองใหญ่ หน้าข้างเป็นแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาลอีก

ขณะเดียวกันมีรายงานเข้ามาว่าจากเกมการเคาะดังที่เกิดขึ้นของพรรคประชาธิปัตย์ ในครั้งนี้ ทำให้ "บิ๊กหอย" เปรอกับพรรคพวกเพื่อนฝูง และนักการเมืองท้องถิ่นบางคนว่า ถึงวันนี้จะต้องเดินหน้าต่อไป เพราะหาเสียงกันมาเยอะแล้ว หากเงินหมดทองไปก็มาก ใครจะรับผิดชอบในส่วนนี้โดยเฉพาะกับเม็ดเงินที่ทุ่มลงไปหาเสียง เพราะนี่คือความตั้งใจจริง นอกจากนี้ยังมีรายงานข่าวแจ้งอีกว่า จนถึงขณะนี้ "บิ๊กหอย" ยังมีความพยายามที่จะต่อสายไปยังสมาชิกต่างพรรคต่างกลุ่มให้ช่วยสนับสนุน ขณะที่มีการเสาะหาล่าหานักการเมืองในที่สุดคณะกรรมการบริหารพรรคได้เสนอชื่อ "บิ๊กหอย" ลงทำหน้าที่ในฐานะตัวแทนพรรคเป็นที่เรียบร้อย โดยไม่มีเงื่อนไข ทั้งสิ้นทั้งนี้ มีรายงานข่าวแจ้งเพิ่มเติมอีกว่า ทั้งนี้ในส่วนของการดำเนินรองผู้ว่า กทม. นั้นทางพรรคประชาธิปัตย์จะเป็นผู้สรรหาบุคคลมาหนึ่งทั้งหมด และดูเหมือนว่า "บิ๊กหอย" เองก็ไม่ปฏิเสธในเงื่อนไขนี้แต่อย่างใด

นั่นคือความพร้อมและเส้นทางทางการเมืองของ "บิ๊กหอย" ทั้งนี้ที่ "ดร. อเนก เหล่าธรรมทัศน์" ปฏิเสธการลงสมัครรับเลือกตั้ง ดูเหมือนว่าชื่อของ "บิ๊กหอย" เริ่มจะโดดเด่นชัดขึ้น แต่ท่ามกลางความมั่งคั่งและความเป็นจริง มันคงไม่สดใสเพราะหากเกมนี้ยังมีอีกหลายประเด็นที่ชวนให้คิด วิเคราะห์ โดยเฉพาะการที่มีคณะกรรมการบริหารพรรคและ "ชวน หลีกภัย" เป็นหัวหน้าพรรค ยังจะต้องขบคิดกันถึกันนานเพราะหากการออกรบในครั้งนี้ "บิ๊กหอย" พลาด นั่นหมายความว่าผู้ว่า กทม. ไม่ใช่คนพรรคประชาธิปัตย์ ตามมาพรรคได้เตรียมการในเรื่องนี้ไว้อย่างไร โดยเฉพาะหากในช่วงปลายปีจะมีการเลือกตั้งทั่วไปของ ส.ส. เกิดขึ้นด้วย นั่นคือเรื่องที่ว่าพรรคจะต้องขบคิดกันต่อไป สำหรับหากการเมืองในครั้งนี้ แต่บอกได้ว่าไม่ง่ายแน่



นายพลเรือโท... (Caption text describing the man in the portrait)

เปิดเผยบทบาทเสียงเจ้าตัวต่อขียนยอม

กม.ไม่ผิดวิธีให้สัตยาบัน 180 วัน เพราะ กม. ไม่ผิดวิธีให้สัตยาบันหรือข้อ... (Main article text discussing the political process and the role of the 'เจ้าตัวต่อขียนยอม')

นายพลเรือโท... (Continuation of the article text)

เขื่อนมัยปายสุดใจดีมี

วลาหลายคืนเต็มคืนในคืนที่เย็นสบาย... (Article text about the Maimay Dam project)

ความปลอดภัยเยี่ยม... (Continuation of the dam article text)

นายพลเรือโท... (Text block on the left side of the middle section)

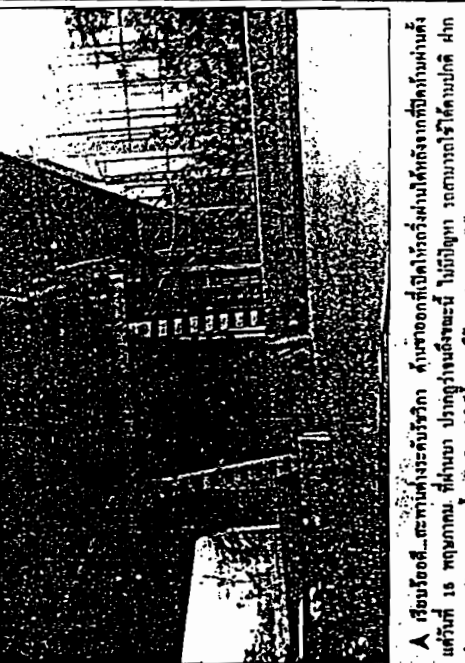
นายพลเรือโท... (Text block on the left side of the middle section)

คุณหญิงคุณคุณเมมมิ่งตัน

คุณหญิงคุณคุณเมมมิ่งตัน... (Text block about the woman mentioned in the title)

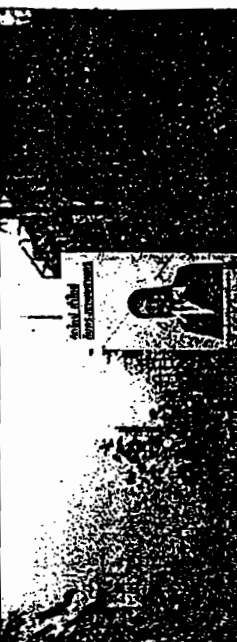
คุณหญิงคุณคุณเมมมิ่งตัน... (Continuation of the text block)

คุณหญิงคุณคุณเมมมิ่งตัน... (Continuation of the text block)



การก่อสร้าง... (Caption text for the construction site photo)

นายพลเรือโท... (Text block at the top left of the page)



นายพลเรือโท... (Text block at the top middle of the page)

Advertisement for 'คุณหญิงคุณคุณเมมมิ่งตัน' (คุณหญิงคุณคุณเมมมิ่งตัน) featuring a logo and promotional text.



A. ถนนที่เต็มไปด้วยผู้คนและร้านค้าในเขตเมืองเก่าของระยอง



อำเภอเมืองเก่าระยอง (กม.) ใน รัชกาลวสันนและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมืองเก่า ระยอง เป็นเมืองเก่าที่มีประวัติอันยาวนาน...

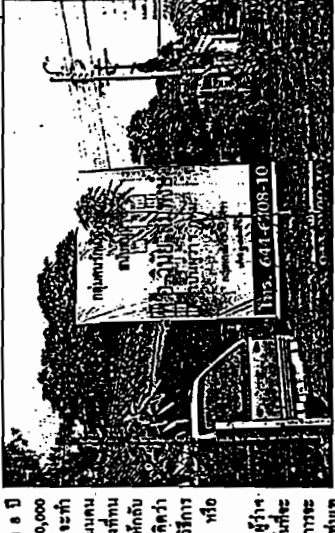
การ กน. พ.ศ. 2538 เช่น การกีฬา และงานเทศกาล การแข่งขันกีฬา การแข่งขันเรือประเพณี การแข่งขันกีฬา การแข่งขันเรือประเพณี...

ขอสัมผัสผู้ว่าฯ กทม. แฉงบอร์ดบริหารสาย

ร.อ.โอบอคำแห่ง เมอริคเจ้านาย... ขอสัมผัสผู้ว่าฯ กทม. แฉงบอร์ดบริหารสาย... ขอสัมผัสผู้ว่าฯ กทม. แฉงบอร์ดบริหารสาย...

ดร.โอบอคำตำหนิผู้ว่าฯ กทม. เตือนผู้ว่าฯ คนใหม่งานนี้ไม่หมุน

นายจิตร ติงว่า จากที่งาน 8 ปี... ดร.โอบอคำตำหนิผู้ว่าฯ กทม. เตือนผู้ว่าฯ คนใหม่งานนี้ไม่หมุน... ดร.โอบอคำตำหนิผู้ว่าฯ กทม. เตือนผู้ว่าฯ คนใหม่งานนี้ไม่หมุน...



A. บริษัทผู้เช่าบ้านที่เมืองเก่า ระยอง... บริษัทผู้เช่าบ้านที่เมืองเก่า ระยอง...

วิภาหอยชัยมโปลาออกจากส.ส. ปฏิเสธข่าวส.ส. ข.ย. ดีจาก... วิภาหอยชัยมโปลาออกจากส.ส. ปฏิเสธข่าวส.ส. ข.ย. ดีจาก...

Advertisement for 'One Way' (เส้นทางเดียว) featuring a logo and text.

เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว...

เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว...

เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว...

เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว...

เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว... เส้นทางเดียว...

จำพวกผสมเต็มตัวความใหม่แรก

จำพวกผสมเต็มตัวความใหม่แรก... จำพวกผสมเต็มตัวความใหม่แรก... จำพวกผสมเต็มตัวความใหม่แรก...

ประวัติผู้เขียน

นายทูลเกล้า คงน่วม เกิดวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2512 จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมตอนปลาย จากโรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชา เมื่อพ.ศ. 2530 จากนั้นเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีที่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขารัฐศาสตร์ เมื่อพ.ศ. 2531 และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เมื่อพ.ศ. 2533

ประวัติการทำงานได้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและได้เข้ารับการศึกษาระดับปริญญาโทนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สาขานิเทศธุรกิจ เมื่อปี พ.ศ. 2541.