

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในด้านปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำ และความพึงพอใจในข้อมูล โดยการใช้วิธีการวิจัยเชิงทดลอง (experimental research) นี้ ได้มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 56 คน โดยจัดแบ่งกลุ่มทดลองออกเป็น 4 กลุ่ม มีการทดลอง 2 ครั้ง ครั้งละ 2 กลุ่ม โดยที่ครั้งแรกเป็นการทดลองอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ระบบเมนูข่าวสารเป็นภาษาอังกฤษ และครั้งที่ 2 อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ระบบอินเตอร์เน็ตเป็นภาษาไทย ซึ่งได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการใช้สื่อทั่ว ๆ ไปของกลุ่มตัวอย่าง

ในปัจจุบันมีสื่อที่จัดเป็นสื่อสารมวลชนอยู่มากมายหลายประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสารและอินเตอร์เน็ต เป็นต้น จากการศึกษาถึงสัดส่วนการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ประเภทของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ

ประเภทของสื่อ	คะแนน
โทรทัศน์	2.21
หนังสือพิมพ์รายวัน	1.93
วิทยุ	1.2
นิตยสาร	0.32
หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์	0.3
วารสาร	0.04

จากตารางแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด โดยจะมีการให้ลำดับความสำคัญตั้งแต่ 0-3 โดยที่ 0 หมายความว่าไม่ได้เปิดรับเลยจนถึง 3 คือมีการเปิดรับมากที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ (2.21) หนังสือพิมพ์

รายวัน (1.93) และวิทยุ (1.2) ตามลำดับ ซึ่งสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ก็จัดเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้มากที่สุดเช่นกัน

สำหรับความถี่ในการเปิดรับสื่อเหล่านี้ จะแสดงให้เห็นในตารางที่ 3 ข้างล่างนี้

ตารางที่ 3 ความถี่ในการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดในชีวิตประจำวัน

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ	คน	เปอร์เซ็นต์
ทุกวัน	42	75
4-6 วัน/สัปดาห์	6	10.71
2-3วัน/สัปดาห์	8	14.29
รวม	56	100

จากตารางจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง 75% ได้เปิดรับสื่อทุกวัน 14.29% เปิดรับ 2-3 วัน/สัปดาห์ และอีก 10.71% เปิดรับสื่อ 4-6 วัน/สัปดาห์

เนื่องจากสื่อได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนเป็นอย่างมาก จึงจะเห็นได้ว่าคนส่วนมากจะต้องเปิดรับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งในแต่ละวัน แต่อย่างไรก็ตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารของแต่ละคนก็จะแตกต่างกันไป และสำหรับระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยปกติของกลุ่มตัวอย่างสามารถจำแนกได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อที่เปิดรับมากที่สุดในชีวิตประจำวัน

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อแต่ละครั้ง	คน	เปอร์เซ็นต์
ไม่เกิน 30 นาที	15	26.79
1/2 - 1 ชั่วโมง	17	30.36
1 - 1 1/2 ชั่วโมง	7	12.5
1 1/2 - 2 ชั่วโมง	3	5.36
2 - 2 1/2 ชั่วโมง	5	8.93
2 1/2 - 3 ชั่วโมง	4	7.14
นานกว่า 3 ชั่วโมง	5	8.93
รวม	56	100

จากตารางจะพบว่าระยะเวลาในการเปิดรับสื่อของแต่ละคนจะกระจายกันไป โดยที่กลุ่มตัวอย่าง 30.36% เปิดรับสื่อ 1/2 - 1 ชั่วโมง 26.79% เปิดรับไม่เกิน 30 นาที และ 12.5% เปิดรับ 1 - 1 1/2 ชั่วโมง ทั้งนี้ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อของแต่ละคนก็ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อที่เปิดรับและความสะดวกในการเปิดรับของแต่ละคนเป็นสำคัญ

สำหรับหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้ในการทดลองครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 56 คน ได้เปิดอ่านหนังสือพิมพ์เป็นปรกติในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว โดยที่ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างมีการกระจายดังตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 5 ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์	คน	เปอร์เซ็นต์
ทุกวัน	24	42.86
4 - 6 วัน/สัปดาห์	12	21.43
2 - 3 วัน/สัปดาห์	13	23.21
สัปดาห์ละครั้ง	5	8.93
2 สัปดาห์/ครั้ง	0	0
นานกว่า 2 สัปดาห์/ครั้ง	2	3.57
รวม	56	100

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคุ้นเคยกับการอ่านหนังสือพิมพ์เป็นอย่างดี เพราะมีกลุ่มตัวอย่างถึง 24 คน (42.86%) ที่ได้อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำทุกวัน 13 คน (23.21%) อ่านหนังสือพิมพ์ 2 - 3 วัน/สัปดาห์ และ 12 คน (21.43%) อ่าน 4 - 6 วัน/สัปดาห์ตามลำดับ ส่วนระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์แต่ละครั้ง สามารถจำแนกได้ดังตารางที่ 6 นี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์แต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง

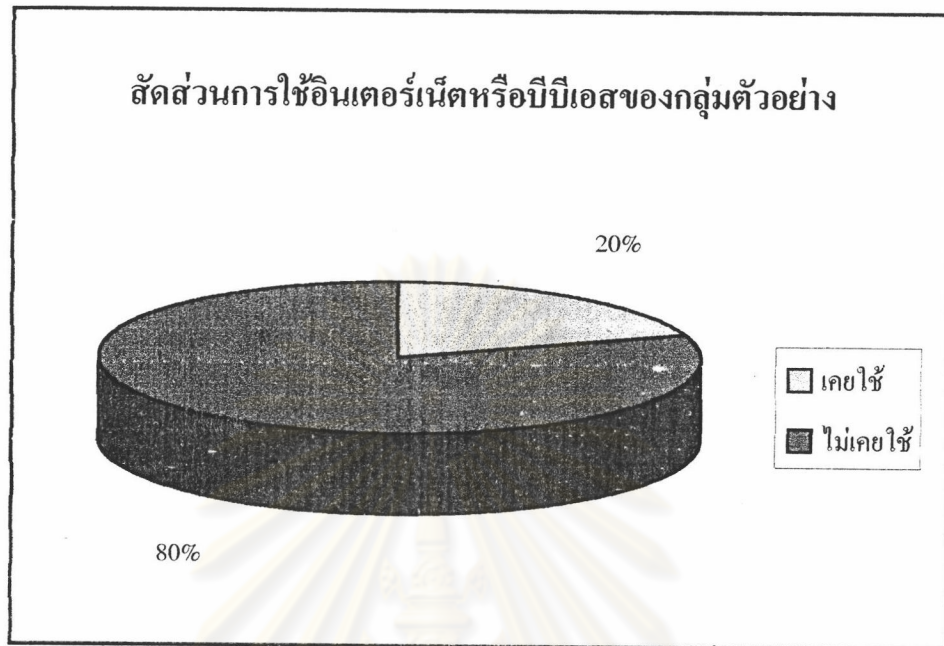
ระยะเวลาในการอ่านน.ส.พ.แต่ละครั้ง	คน	เปอร์เซ็นต์
1 - 10 นาที	7	12.5
11 - 20 นาที	17	30.36
21 - 30 นาที	18	32.14
31 - 40 นาที	8	14.29
41 - 50 นาที	2	3.57
51 - 60 นาที	2	3.57
นานกว่า 1 ชั่วโมง	2	3.57
รวม	56	100

จากตารางจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง 32.14% อ่านหนังสือพิมพ์ครั้งละ 21 - 30 นาที 30.36% อ่านครั้งละ 11 - 20 นาที และ 14.29% อ่านครั้งละ 31 - 40 นาที ตามลำดับ

นอกจากการศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ก็ยังได้มีการศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับอินเทอร์เน็ตหรือบีบีเอสของกลุ่มตัวอย่างด้วย เพื่อจะารู้ถึงความคุ้นเคยกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์อีกประเภทที่ใช้ในการทดลองครั้งนี้ อีกสื่อหนึ่ง โดยที่สัดส่วนการใช้บริการอินเทอร์เน็ตหรือบีบีเอสของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะดังที่จะเสนอในกราฟวงกลมข้างล่างนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กราฟที่ 1 สัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตหรือบีบีเอส



จากกราฟพบว่ามียกุ่มตัวอย่างถึง 80% (45 คน) ที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตหรือบีบีเอส ในทางกลับกันคนที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตมีเพียง 1 ใน 5 ส่วนเท่านั้น และสำหรับคนที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตหรือบีบีเอสทั้ง 11 คน พบว่ามีความถี่ในการใช้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตหรือบีบีเอส

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต/บีบีเอส	คน	เปอร์เซ็นต์
ทุกวัน	2	18.18
4 - 6 วัน/สัปดาห์	0	0
2 - 3 วัน/สัปดาห์	4	36.36
สัปดาห์ละครั้ง	1	9.09
2 สัปดาห์/ครั้ง	1	9.09
นานกว่า 2 สัปดาห์/ครั้ง	3	27.27
รวม	11	100

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างได้ใช้อินเทอร์เน็ตหรือบีบีเอสในลักษณะที่ค่อนข้างกระจาย กล่าวคือ 36.36% ใช้ 2 - 3 วัน/สัปดาห์ 27.27% ใช้แต่ละครั้งห่างกันกว่า 2 สัปดาห์ และ 18.18% ได้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน ทั้งนี้ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตหรือบีบีเอสก็แตกต่างกันไป ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

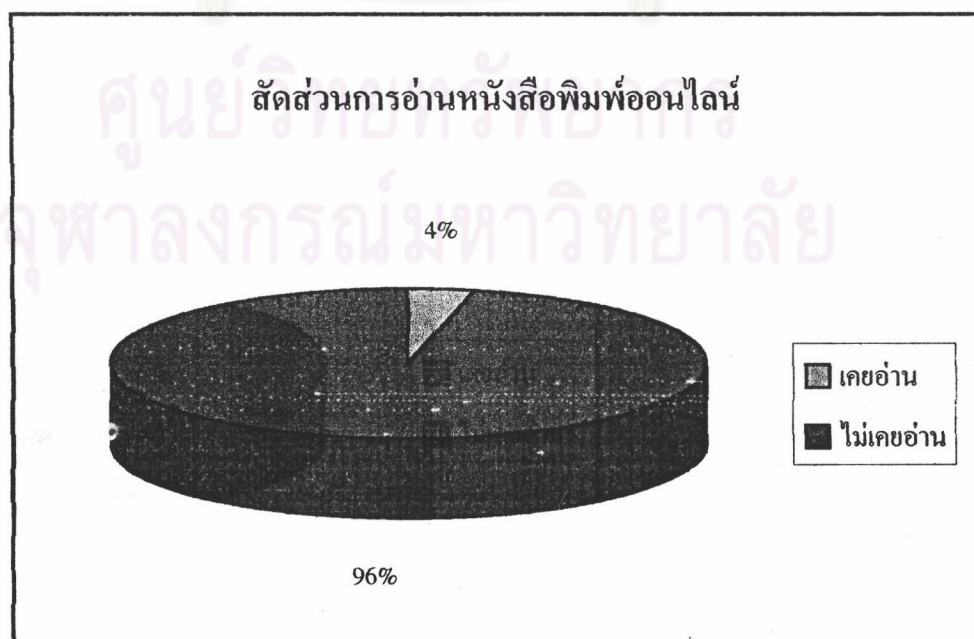
ตารางที่ 8 ระยะเวลาในการใช้อินเตอร์เน็ตหรือบีบีเอสแต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการใช้อินเตอร์เน็ตแต่ละครั้ง	คน	เปอร์เซ็นต์
ไม่เกิน 30 นาที	1	9.09
1/2 - 1 ชั่วโมง	3	27.27
1 - 1 1/2 ชั่วโมง	2	18.18
1 1/2 - 2 ชั่วโมง	2	18.18
2 - 2 1/2 ชั่วโมง	1	9.09
2 1/2 - 3 ชั่วโมง	1	9.09
นานกว่า 3 ชั่วโมง	1	9.09
รวม	11	100

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่า ในการใช้อินเตอร์เน็ตแต่ละครั้ง กลุ่มตัวอย่าง 36.36% ใช้ครั้งละประมาณ 1-2 ชั่วโมง และ 27.27% ใช้ครั้งละประมาณ 1/2-1 ชั่วโมง

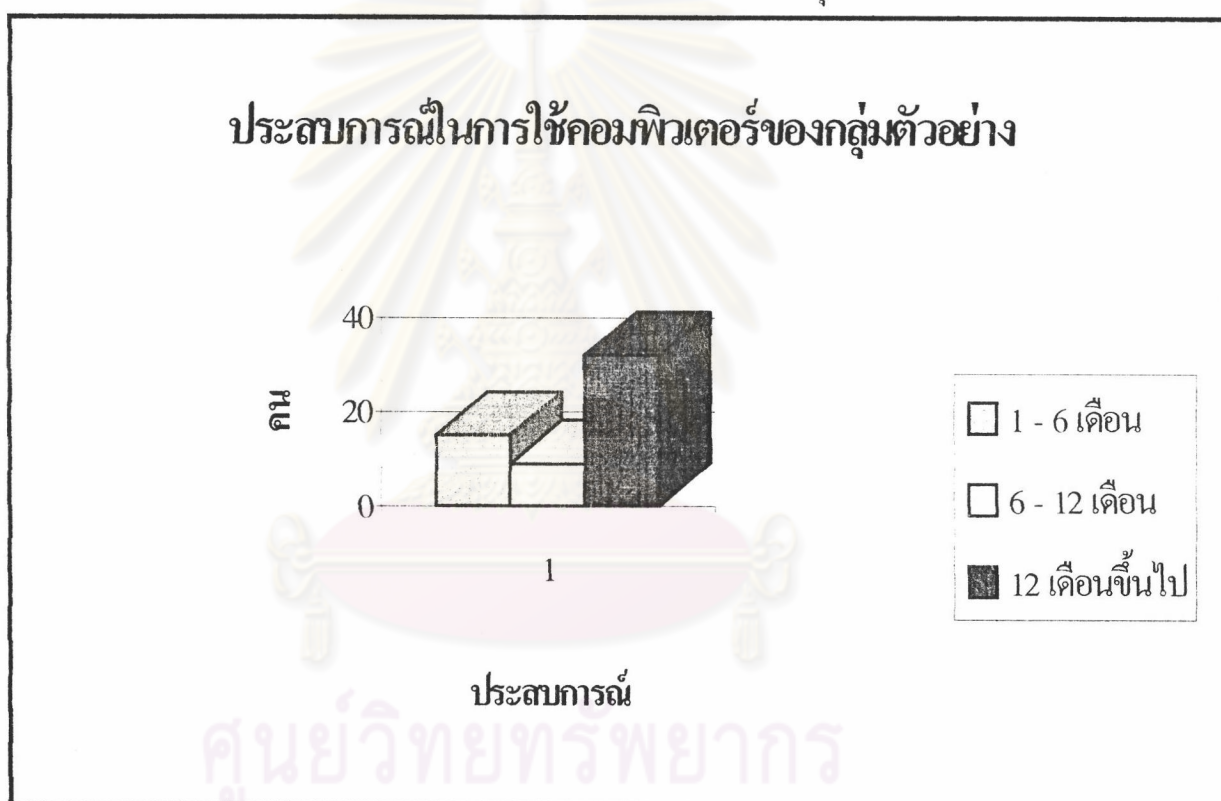
เมื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างให้ลึกลงไป โดยสอบถามถึงการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ก็จะพบว่าคนที่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็จะยังอยู่ในสัดส่วนที่น้อยลงไป คือ มีคนที่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพียง 4% เท่านั้น ดังแสดงให้เห็นในกราฟวงกลมที่ 2 นี้

กราฟที่ 2 สัดส่วนการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์



ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเคยใช้อินเตอร์เน็ตในสัดส่วนน้อยเพียง 20% จึงได้มีการศึกษาถึงประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์โดยทั่ว ๆ ไปของกลุ่มตัวอย่างด้วย เพื่อเป็นการตรวจสอบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกคนสามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้ ทั้งนี้เพราะการจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้ในการทดลองสื่อหนึ่งได้นั้น กลุ่มตัวอย่างจำเป็นต้องมีทักษะเบื้องต้นหรือมีความคุ้นเคยในการใช้คอมพิวเตอร์ระดับหนึ่ง ซึ่งประสบการณ์ในการใช้งานคอมพิวเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะดังนี้

กราฟที่ 3 ประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ของกลุ่มตัวอย่าง



จากกราฟแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้ทุกคน แม้ว่าแต่ละคนจะมีประสบการณ์ในการใช้งานคอมพิวเตอร์แตกต่างกันออกไป โดยที่มีกลุ่มตัวอย่าง 32 คน มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์มานานกว่า 1 ปี อีก 15 คนใช้คอมพิวเตอร์มา 1-6 เดือนและอีก 9 คนใช้คอมพิวเตอร์มานาน 6-12 เดือนตามลำดับ ทั้งนี้ความถี่ในการใช้งานคอมพิวเตอร์ของแต่ละคนสามารถแจกแจงได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 ความถี่ในการใช้คอมพิวเตอร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการใช้คอมพิวเตอร์	คน	เปอร์เซ็นต์
ทุกวัน	4	7.14
4 - 6 วัน/สัปดาห์	4	7.14
2 - 3 วัน/สัปดาห์	17	30.36
สัปดาห์ละครั้ง	3	5.36
2 - 3 ครั้ง/เดือน	8	14.29
เดือนละครั้ง	8	14.29
นานกว่าเดือนละครั้ง	12	21.43
รวม	56	100

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ใช้คอมพิวเตอร์บ่อยนัก อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่าง 30.36% (17 คน) ใช้คอมพิวเตอร์ 2 - 3 วัน/สัปดาห์ 28.56% (16 คน) ใช้ 1-3 ครั้ง/เดือน และอีก 21.43% (12 คน) มีความถี่ในการใช้นานกว่าเดือนละครั้ง

ส่วนระยะเวลาในการใช้งานคอมพิวเตอร์ในแต่ละครั้งนั้น สามารถจำแนกได้ดังนี้

ตารางที่ 10 ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์แต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์แต่ละครั้ง	คน	เปอร์เซ็นต์
ไม่เกิน 30 นาที	4	7.14
1/2 - 1 ชั่วโมง	19	33.93
1 - 1 1/2 ชั่วโมง	3	5.36
1 1/2 - 2 ชั่วโมง	15	26.79
2 - 2 1/2 ชั่วโมง	6	10.71
2 1/2 - 3 ชั่วโมง	5	8.93
นานกว่า 3 ชั่วโมง	4	7.14
รวม	56	100

จากตารางข้างต้นพบว่ากลุ่มตัวอย่าง 19 คน (33.93%) ใช้คอมพิวเตอร์ครั้งละประมาณ 1/2 - 1 ชั่วโมง 15 คน (26.79%) ใช้คอมพิวเตอร์ครั้งละ 1 1/2 - 2 ชั่วโมง และมีกลุ่มตัวอย่าง

6 คน (10.71%) ใช้คอมพิวเตอร์ครั้งละ 2 - 2 1/2 ชั่วโมง ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า หากมีการใช้คอมพิวเตอร์แต่ละครั้ง เรามักจะใช้เวลาอยู่หน้าจอานพอสมควร

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถอ่านข่าวได้ในปริมาณที่แตกต่างกันในระยะเวลาการอ่านที่เท่า ๆ กัน โดยที่

1.1 ถ้านับจากจำนวนชิ้นข่าวที่ได้อ่านในระดับความนำ ผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะอ่านข่าวได้มากกว่าผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์

ในการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์โดยทั่ว ๆ ไป ในระดับแรกผู้อ่านจะต้องกวาดสายตาเพื่อดูหัวข้อข่าวประเภทต่าง ๆ ในแต่ละหน้าก่อนที่จะเข้าไปอ่านข่าวในระดับเนื้อหาจริง ๆ และการอ่านจากหนังสือพิมพ์ผู้อ่านสามารถพลิกหน้าหาตำแหน่งของข่าวที่สนใจได้โดยง่ายเนื่องจากผู้อ่านมีแบบแผน (Schema) ของการจัดรูปเล่มของหนังสือพิมพ์ไว้ใจแล้ว ในขณะที่การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผู้อ่านจำเป็นต้องค่อย ๆ อ่านหัวข้อข่าวที่นำเสนอผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะพบข่าวที่สนใจจึงค่อยเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าว ดังนั้นหากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีการนำเสนอความนำควบคู่ไปกับหัวข้อข่าวเลย ก็อาจจะทำให้ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้อ่านข่าวในระดับความนำมากกว่าผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์

ในการทดสอบความแตกต่างด้านปริมาณของข่าวที่ผู้อ่านทั้ง 2 กลุ่มได้อ่าน โดยใช้ t-test พบว่าในการอ่านข่าวในระดับความนำ (lead) กลุ่มผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะสามารถอ่านข่าวได้มากกว่ากลุ่มผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่า $t = 2.07, p < .05$ (ดูตารางที่ 11) ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ครั้งนี้เป็นลักษณะของการเสนอหัวข้อข่าวพร้อมความนำ (lead) ของข่าวทุกข่าวเรียงตามประเภทของข่าว ผู้อ่านจึงมีโอกาสได้อ่านความนำไปพร้อม ๆ กับการอ่านหัวข้อข่าวก่อนจะเข้าไปอ่านเนื้อหาจริง ๆ



ตารางที่ 11 การทดสอบค่าเฉลี่ยของจำนวนข่าวที่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่อ่านน.ส.พ.และกลุ่มที่อ่าน
น.ส.พ.ออนไลน์ได้อ่านในระดับความนำ

ลักษณะที่เปรียบเทียบ	น.ส.พ.ภาษาไทย			น.ส.พ.ออนไลน์ภาษาไทย			t value
	n	mean	s.d.	n	mean	s.d.	
ข่าวที่ได้อ่านจริงตั้งแต่ระดับความนำ	15	17.67	15.59	15	29	15.49	2.07*

* $p < .05$

1.2 ถ้านับจำนวนชิ้นข่าวที่ผู้อ่านได้อ่านถึงระดับเนื้อหา ผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์จะอ่าน ข่าวได้มากกว่าผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ในการอ่านข่าวครั้งหนึ่ง ๆ ของผู้อ่าน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านแต่ละคนจะมีพฤติกรรมการอ่านข่าวแต่ละข่าวแตกต่างกันไป กล่าวคือ ผู้อ่านอาจจะอ่านข่าวบางข่าวแค่ระดับความนำ อ่านบางข่าวถึงระดับเนื้อหา ซึ่งจะอ่านข่าวจนจบหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับระดับความสนใจของผู้อ่านหรือความยาวของข่าวในแต่ละข่าวเป็นส่วนสำคัญ

สำหรับในการทดลองครั้งนี้ได้มีการสังเกตพฤติกรรมการอ่านดังกล่าวไว้ข้างต้นของกลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์มาเปรียบเทียบกับ ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 12 นี้

ตารางที่ 12 การทดสอบค่าเฉลี่ยของจำนวนข่าวที่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่อ่านน.ส.พ.และกลุ่มที่อ่าน
น.ส.พ.ออนไลน์ได้อ่านถึงระดับเนื้อหา

ลักษณะที่เปรียบเทียบ	น.ส.พ.ภาษาไทย			น.ส.พ.ออนไลน์ภาษาไทย			t value
	n	mean	s.d.	n	mean	s.d.	
ข่าวที่ได้อ่านจริงถึงระดับเนื้อหา	15	11.6	0.68	15	7	3.36	3.06**

** $p < .01$

จากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่า หากพิจารณาการอ่านข่าวถึงระดับเนื้อหาผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์จะอ่านข่าวได้มากกว่าผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยมีค่า $t = 3.06$, $p < .01$ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะการเข้าถึงเนื้อหาข่าวของหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภทแตกต่างกัน โดยที่

หนังสือพิมพ์มีรูปแบบที่เอื้อต่อการเข้าถึงหรือเข้าอ่านเนื้อหาได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็เป็นได้

ในการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 จึงสรุปได้ว่าถ้าหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีการนำเสนอความน่าเชื่อถือไปกับเนื้อหา ในการอ่านข่าวแคในระดับความนำ (lead) ผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะสามารถอ่านข่าวได้มากกว่าผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์ แต่ถ้าหากพิจารณาการอ่านข่าวถึงระดับเนื้อหาก็จะพบว่า ผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์สามารถอ่านข่าวได้มากกว่าผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ตามสมมุติฐานที่ได้ตั้งไว้ข้างต้น

สมมุติฐานข้อที่ 2 ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้ในลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1 ความจำขึ้นข่าว

2.1.1 ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์สามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้มากขึ้นกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากการศึกษาถึงจำนวนข่าวที่กลุ่มตัวอย่างได้อ่านในข้างต้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมในการอ่านเนื้อหาข่าวในระดับต่าง ๆ แตกต่างกัน และเมื่อมาศึกษาถึงจำนวนข่าวที่กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำเนื้อหาได้ พบผลดังที่จะแสดงให้เห็นในตารางที่ 13 ข้างล่างนี้

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของจำนวนข่าวที่กลุ่มตัวอย่างสามารถจำเนื้อหาได้

ครั้งที่ทดลอง	หนังสือพิมพ์			น.ส.พ.ออนไลน์			t value
	n	mean	s.d.	n	mean	s.d.	
1	13	5.15	3.13	13	4.15	1.21	1.12
2	15	8.4	5.34	15	6.6	1.59	1.29

จะเห็นได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบจำนวนข่าวที่กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำเนื้อหาได้ในระยะเวลาการอ่านที่เท่า ๆ กัน จากผลการทดลองทั้ง 2 ครั้งจะพบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ระหว่างจำนวนข่าวที่ผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาได้ ซึ่งไม่ตรงตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

2.2 ความจำเนื้อหาข่าว

2.2.1 เมื่อเปรียบเทียบความจำต่อชิ้นข่าว การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผู้อ่านจะสามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้มากกว่าการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์

การทดลองครั้งนี้ในการข่าวหนึ่ง ๆ ผู้อ่านมีอิสระในการอ่านอย่างเต็มที่ กล่าวคือ ผู้อ่านมีอิสระในการเลือกอ่านข่าวใดก็ได้ จะอ่านข่าวจบหรือไม่ก็ได้ตามความต้องการ และผู้อ่านทุกคนสามารถอ่านข่าวได้ในอัตราความเร็วปรกติในการอ่านของตน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการอ่านข่าวของกลุ่มตัวอย่างในการทดลอง เป็นพฤติกรรมการอ่านที่เป็นไปโดยธรรมชาติที่สุด และจากการประมวลผลด้านความจำจากการอ่านข่าวของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 14 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความจำจากการอ่านข่าวใน 1 ชิ้นข่าว

ครั้งที่ทดลอง	หนังสือพิมพ์			น.ส.พ.ออนไลน์			t value
	n	mean	s.d.	n	mean	s.d.	
1	67	4.25	2.8	54	6.46	5.86	2.73**
2	126	3.68	2.7	99	4.92	3.06	3.26**

** $p < .01$

จากตารางที่ 14 ในการทดสอบความแตกต่างทางสถิติ t-test, $p < .01$ พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความจำใน 1 ชิ้นข่าว ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะสามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้มากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ โดยที่ในการทดลองครั้งที่ 1 ซึ่งใช้ข่าวเป็นภาษาอังกฤษทดลองพบว่า กลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้มากกว่ากลุ่มหนังสือพิมพ์โดยมีนัยสำคัญที่ $t = 2.73$, $p < .01$ และในการทดลองครั้งที่ 2 ซึ่งใช้ข่าวเป็นภาษาไทยทดลองพบว่า กลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาได้มากกว่ากลุ่มหนังสือพิมพ์โดยมีนัยสำคัญที่ $t = 3.26$ ดังนั้นจึงถือได้ว่าผลการวิจัยในส่วนนี้เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

2.2.2 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเฉลี่ยของบุคคล ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะสามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้มากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์

จากการที่ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำข่าวได้มากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ เมื่อเปรียบเทียบความจำใน i ชิ้นข่าว จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจต่อไปว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะสามารถจดจำเนื้อหาข่าวโดยเฉลี่ยต่อบุคคลได้มากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ด้วยหรือไม่ จึงได้มีการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้ t-test, $p < .05$ ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 15 ข้างล่างนี้

ตารางที่ 15 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความสามารถในการจำเนื้อหาข่าวของบุคคล

ครั้งที่ทดลอง	หนังสือพิมพ์			น.ส.พ.ออนไลน์			t value
	n	mean	s.d.	n	mean	s.d.	
1	13	21.92	10.54	13	26.85	14.01	1.05
2	15	30.93	18.63	15	32.47	15.68	0.25

จากตารางจะเห็นได้ว่าทั้งผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาข่าวโดยรวมได้ไม่แตกต่างกัน โดยที่ในการทดลองครั้งที่ 1 $t=1.05$, $p < .05$ และในการทดลองครั้งที่ 2 $t=0.25$, $p < .05$ ซึ่งก็ไม่ตรงตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่ก็แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมหรือรูปแบบการรับรู้จากการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้อย่างน่าสนใจ

2.3 ความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง

2.3.1 เมื่อเปรียบเทียบความจำข้อมูลที่ถูกต้องต่อชิ้นข่าว การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผู้อ่านจะสามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้มากกว่าการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์

เนื่องจากการทดลองการอ่านข่าวครั้งนี้มีการใช้ข่าวที่น่าเสนอในหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ชุดเดียวกัน แต่ข่าวจะนำเสนอในสื่อที่ต่างประเภทกันซึ่งก็จะมีผลให้รูปแบบการนำเสนอแตกต่างกันไปด้วย จึงต้องการจะศึกษาว่าประเภทของสื่อและรูปแบบการนำเสนอมีผลต่อความสามารถในการเข้าใจเนื้อหาข่าวของผู้อ่านหรือไม่

จากการทดสอบสมมติฐานด้านความสามารถในการจดจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงของกลุ่มตัวอย่างก็พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงใน 1 ชั่วโมง ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะสามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้ถูกต้องตามข้อเท็จจริงมากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ (ดูตารางที่ 16) โดยที่ในการทดลองครั้งที่ 1 ซึ่งใช้ข่าวเป็นภาษาอังกฤษทดลองพบว่า กลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้ถูกต้องมากกว่ากลุ่มหนังสือพิมพ์โดยมีนัยสำคัญที่ $t = 2.63, p < .01$ และในการทดลองครั้งที่ 2 ซึ่งใช้ข่าวเป็นภาษาไทยทดลองพบว่ากลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้ถูกต้องมากกว่ากลุ่มหนังสือพิมพ์โดยมีนัยสำคัญที่ $t = 2.84, p < .01$ ดังนั้นจึงถือได้ว่าผลการวิจัยในส่วนนี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 16 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความเข้าใจจากการอ่านข่าวใน 1 ชั่วโมง

ครั้งที่ทดลอง	หนังสือพิมพ์			น.ส.พ.ออนไลน์			t value
	n	mean	s.d.	n	mean	s.d.	
1	67	4.04	2.86	54	6.04	5.33	2.63**
2	126	3.6	2.63	99	4.68	3.12	2.84**

** $p < .01$

2.3.2 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเฉลี่ยของบุคคล ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะสามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้ถูกต้องตามข้อเท็จจริงมากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์

จากการที่ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้ถูกต้องตามข้อเท็จจริงมากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ เมื่อเปรียบเทียบความจำต่อชิ้นข่าว จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจต่อไปว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะสามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้ถูกต้องตามข้อเท็จจริงมากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ด้วยหรือไม่ จึงได้มีการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้ t -test, $p < .05$ ซึ่งพบว่าทั้งผู้อ่านกลุ่มหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้ถูกต้องตามข้อเท็จจริงโดยรวมได้ไม่แตกต่างกัน โดยที่ในการทดลองครั้งที่ 1 $t=0.93$ และในการทดลองครั้งที่ 2 $t=0.1$ ซึ่งก็ไม่ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้างต้น

ตารางที่ 17 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงของบุคคล

ครั้งที่ทดลอง	หนังสือพิมพ์			น.ส.พ.ออนไลน์			t value
	n	mean	s.d.	n	mean	s.d.	
1	13	20.85	11.56	13	25.08	12.51	0.93
2	15	30.27	17.94	15	30.87	15.88	0.1

การเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้จากการอ่านด้านภาษา

ในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการทดลองออกเป็น 2 ครั้ง โดยที่ครั้งแรกใช้ข่าวเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งเหมือนกับการเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนมากที่ผู้อ่านจะต้องรับข้อมูลผ่านการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษอยู่แล้ว ส่วนการทดลองครั้งที่ 2 ใช้ข่าวเป็นภาษาไทย ซึ่งเป็นภาษาสื่อสารที่เรามีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี ทำให้น่าศึกษาต่อไปว่า ภาษาจะเป็นปัจจัยที่เข้ามา มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้อ่านหรือไม่

ดังนั้นจึงได้นำเอาผลของการอ่านของกลุ่มที่อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษมาเปรียบเทียบกับกลุ่มที่อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาไทย ซึ่งพบว่าไม่ว่าจะอ่านข่าวเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาไทย ผู้อ่านก็สามารถจดจำข้อมูลได้ในปริมาณที่ไม่ต่างกัน ($p < .05$) ทั้งในการเปรียบเทียบข้อมูลต่อชิ้นข่าวและต่อบุคคล (ดูตารางที่ 18) แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่อาจจะสรุปได้ว่าความแตกต่างด้านภาษาไม่มีผลต่อการรับรู้ด้านการอ่านของคน เพราะถ้าหากพิจารณาถึงจำนวนข่าวที่ผู้อ่านสามารถจำเนื้อหาได้จะพบว่า กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาไทยจะจดจำเนื้อหาข่าวได้มากขึ้นกว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ($t = 1.99, p < .05$)

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้จากการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษและหนังสือพิมพ์ภาษาไทย

ลักษณะที่เปรียบเทียบ	น.ส.พ.ภาษาอังกฤษ			น.ส.พ.ภาษาไทย			t value
	n	mean	s.d.	n	mean	s.d.	
ความจำ (ต่อบุคคล)	13	21.92	10.54	15	30.93	18.63	1.6
ความจำที่ถูกต้อง ("...")	13	20.85	11.56	15	30.27	17.94	1.69
ความจำ (ต่อชิ้นข่าว)	67	4.25	2.8	126	3.68	2.7	1.39
ความจำที่ถูกต้อง ("...")	67	4.04	2.86	126	3.6	2.63	1.07
ข่าวที่จำเนื้อหาได้	13	5.15	3.13	15	8.4	5.34	1.99*

* $p < .05$

หลังจากที่ได้มีการพิจารณาถึงความแตกต่างทางด้านภาษาแล้วว่า ความแตกต่างด้านภาษา ไม่มีผลต่อความจำของผู้อ่าน จึงได้มีการศึกษาต่อไปโดยนำเอาผลของการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของการทดลองครั้งที่ 1 และ 2 มาเปรียบเทียบกับกันด้วย เพื่อจะศึกษาถึงความแตกต่างของการรับรู้จากการอ่านผ่านสื่อประเภทเดียวกันคือคอมพิวเตอร์ว่า หากข่าวถูกนำเสนอในสื่อเดียวกัน แต่อยู่ในรูปแบบที่ต่างกัน (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมจากภาคผนวก) จะมีผลต่อการรับรู้ของผู้อ่านอย่างไรบ้าง

การเปรียบเทียบการรับรู้จากการอ่านในสื่อเดียวกันแต่อยู่ในรูปแบบการนำเสนอที่ต่างกัน

ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบการรับรู้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีการนำเสนอข่าวสารในรูปแบบที่ต่างกัน

ลักษณะที่เปรียบเทียบ	น.ส.พ.ออนไลน์ภาษาอังกฤษ			น.ส.พ.ออนไลน์ภาษาไทย			t value
	n	mean	s.d.	n	mean	s.d.	
ความจำ (ต่อบุคคล)	13	26.85	14.01	15	32.47	15.68	0.96
ความจำที่ถูกต้อง ("...")	13	25.08	12.51	15	30.87	15.88	1.04
ความจำ (ต่อชิ้นข่าว)	54	6.46	5.86	99	4.92	3.06	2.11*
ความจำที่ถูกต้อง ("...")	54	6.04	5.33	99	4.68	3.12	1.97*
ข่าวที่จำเนื้อหาได้	13	4.15	1.21	15	6.6	1.59	4.45**

* $p < .05$

** $p < .01$

ในการเปรียบเทียบความจำเป็นรายบุคคลพบว่า ผลของการรับรู้โดยรวมของคนจะไม่แตกต่างกัน ($p < .05$) หากแต่ปริมาณของเนื้อหาข่าวที่ผู้อ่านสามารถจดจำได้ต่อ 1 ชิ้นข่าวมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในระบบเมนูข่าวสารจะทำให้ผู้อ่านสามารถจดจำข้อมูล ($t = 2.11, p < .05$) และจดจำข้อมูลได้ถูกต้องตามข้อเท็จจริง ($t = 1.97, p < .05$) ได้มากกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีการนำเสนอความนำ (lead) ควบคู่ไปกับหัวข้อข่าว (ดูรูปแบบการนำเสนอได้ในภาคผนวก)

นอกจากนี้ในด้านปริมาณข่าวที่ผู้อ่านสามารถจดจำเนื้อหาได้ ก็พบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ซึ่งมีการนำเสนอความนำควบคู่ไปกับหัวข้อข่าวจะสามารถจำเนื้อหาข่าวได้มากขึ้นกว่า

ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ระบบเมนูข่าวสาร โดยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ $t = 4.45, p < .01$ (ดูตารางที่ 19)

ความสัมพันธ์ระหว่างความจำและความคุ้นเคยกับสื่อ

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความจำและความคุ้นเคยกับสื่อที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น จะเห็นได้ว่าคนแต่ละคนมีความสามารถในการจำและความคุ้นเคยกับสื่อแต่ละประเภทแตกต่างกันไป ก็เป็นที่น่าสนใจว่า ถ้าหากคนมีความคุ้นเคยกับสื่อประเภทหนึ่ง ๆ มาก กล่าวคือ มีประสบการณ์ในการใช้สื่อหนึ่ง ๆ มานานและเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนึ่ง ๆ บ่อย จะมีผลให้คนสามารถจดจำข้อมูลจากการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ได้มากขึ้นด้วยหรือไม่ จึงได้มีการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความจำข่าวสารจากการเปิดรับสื่อและความคุ้นเคยกับสื่อ ดังแสดงผลในตารางที่ 20 ข้างล่างนี้

ตารางที่ 20 สหสัมพันธ์ระหว่างความจำข่าวสารจากการเปิดรับสื่อและความคุ้นเคยกับสื่อ

	ความจำ	ความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง
ความคุ้นเคยกับน.ส.พ.	0.1	0.11
ความคุ้นเคยกับคอมพิวเตอร์	0.16	0.18

จากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ Pearson r Correlation Coefficient ระหว่างความจำและความคุ้นเคยกับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในการทดลองพบว่า ไม่มีความแตกต่างทางสถิติ ($p < .05, df=26$) ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนึ่ง ๆ บ่อย ๆ ไม่มีผลให้คนสามารถจดจำข่าวสารจากสื่อหนึ่ง ๆ ได้ดีกว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ ที่มีความคุ้นเคยน้อยกว่า

ความสามารถของรูปภาพและกราฟิกในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้เข้ามาเปิดรับข่าวสาร

ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของหนังสือพิมพ์ในทุกวันนี้ส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ต้องพิจารณาเป็นพิเศษก็คือส่วนของรูปภาพและกราฟิกที่จะนำเสนอในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ เพราะนอกจากรูปภาพและกราฟิกต่าง ๆ จะช่วยในการบรรยายข่าวหรือช่วยเสริมรายละเอียดของข่าวแล้วในบางครั้งรูปภาพและกราฟิกก็ยังช่วยดึงดูดผู้อ่านให้ซื้อหนังสือพิมพ์และเข้ามาเปิดรับข่าวสารหนึ่ง ๆ ได้อีกด้วย (Gibson, 1991)

จากการใช้แบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างในการทดลองถึงความสามารถของรูปภาพและกราฟิกในการดึงดูดความสนใจให้เข้ามาเปิดรับข่าวสาร ได้ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 21 ลักษณะเด่นของสื่อที่ดึงดูดผู้รับสารให้เข้ามาเปิดรับข่าวสารมากที่สุด

ลักษณะเด่นของสื่อที่ดึงดูดให้เปิดรับข่าวสาร	คะแนน	เปอร์เซ็นต์
เปิดรับข้อมูลได้ง่าย	45	21.84
มีการเสนอข่าวรวดเร็ว	30	14.56
***มีรูปภาพและกราฟิกประกอบ	28	13.59
มีความทันสมัยและมีความเป็นสากล	26	12.62
มีรายละเอียดและเนื้อหาดี	20	9.71
มีข้อมูลต่างๆให้เลือกมากมาย	17	8.25
ข่าวหรือข้อมูลมีความน่าเชื่อถือสูง	15	7.28
มีการวิเคราะห์ข่าวและข้อมูล	12	5.83
ราคาถูก	7	3.4
พกพาได้สะดวก	6	2.91
รวม	206	100

จากเปอร์เซ็นต์ของลักษณะเด่นของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากเป็นอันดับต้น ๆ นั้น จะเห็นว่าในบรรดาลักษณะเด่นด้านต่าง ๆ ของสื่อที่สามารถดึงดูดผู้รับสารได้นั้น รูปภาพและกราฟิก จัดเป็นปัจจัยที่มีลำดับความสำคัญมากเป็นอันดับที่ 3 (13.59%) โดยที่ลักษณะเด่นของสื่อด้านการ สามารถเปิดรับข้อมูลได้ง่ายสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มตัวอย่างได้มากเป็นอันดับที่หนึ่ง (21.84%) และการที่สื่อสามารถเสนอข่าวได้รวดเร็วสามารถดึงดูดความสนใจได้มากเป็นอันดับที่ 2 (14.56%)

ในแง่ของการเปิดรับข้อมูลประเภทข่าว ซึ่งในการนำเสนอข่าวของสื่อประเภทต่าง ๆ นั้น ต่างก็มีรูปแบบหรือข้อเด่น/ข้อด้อยแตกต่างกันไป จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่าง พึงพอใจกับข่าวที่นำเสนอมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 22 ปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารพึงพอใจกับข่าวที่นำเสนอ

ปัจจัยที่ทำให้พึงพอใจกับข่าวที่นำเสนอ	คะแนน	เปอร์เซ็นต์
ความทันสมัยของข่าว	38	19.29
ความหลากหลายของข่าว	35	17.77
***มีรูปภาพและกราฟิกสวยงาม	27	13.71
มีการวิเคราะห์ข่าว	21	10.66
ความน่าเชื่อถือหรือความถูกต้องของข่าว	21	10.66
ข่าวมีรายละเอียดดี	20	10.15
สามารถค้นหาข่าวที่จะอ่านได้ง่าย	19	9.64
มีภาพเคลื่อนไหวเหมือนจริง	16	8.12
รวม	197	100

เมื่อพิจารณาให้ดูจะเห็นได้ว่าจากตารางที่ 22 ผู้รับสารมีความพึงพอใจกับองค์ประกอบในการนำเสนอข่าวในเบื้องต้นมากกว่ารายละเอียดหรือคุณภาพของเนื้อข่าวจริง ๆ เสียอีก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความทันสมัยของข่าวมากเป็นอันดับหนึ่ง (19.29%) รองลงมาคือ ความหลากหลายของข่าว (17.77%) และรูปภาพและกราฟิกที่สวยงาม (13.71%) ตามลำดับ

ในด้านของสื่อสิ่งพิมพ์ก็พบว่า ปัจจัยหรือรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้เข้ามาเปิดรับข่าวสารหนึ่ง ๆ ได้ มีดังนี้

ตารางที่ 23 ปัจจัยหรือรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน

ปัจจัย/รูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ดึงดูดความสนใจ	คะแนน	เปอร์เซ็นต์
ข่าวตรงกับความสนใจส่วนตัว	139	41.37
***รูปภาพและกราฟิก	74	22.02
การพาดหัวข่าว	67	19.94
การที่สามารถค้นหาข่าวที่ต้องการอ่านได้ง่าย	29	8.63
ขนาดตัวอักษรที่ใหญ่	13	3.87
ตำแหน่งของข่าวในแต่ละหน้า	8	2.38
บทบรรณาธิการ	4	1.19
มีบทความของนักเขียนที่ชื่นชอบ	2	0.6
รวม	336	100

จากตารางที่ 23 พบว่า รูปภาพและกราฟิกมีอิทธิพลในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มตัวอย่างได้มากเป็นอันดับที่สอง (22.02%) ในบรรดาปัจจัยหรือรูปแบบต่าง ๆ ที่จัดเป็นองค์ประกอบสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ และการที่ข่าวตรงกับความสนใจส่วนตัวสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้มากที่สุด (41.37%)

หลังจากที่ได้สอบถามถึงปัจจัยต่างๆที่มีความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยรวมแล้ว ในลำดับต่อมาก็ได้มีการถามกลุ่มตัวอย่างโดยตรงถึงระดับความสำคัญของรูปภาพและกราฟิกในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน ได้ผลดังเสนอในตารางที่ 24 ข้างล่างนี้

ตารางที่ 24 ความสำคัญของรูปภาพและกราฟิกในการดึงดูดผู้อ่าน

ความสามารถดึงดูดใจของรูปภาพ/กราฟิก	คน	เปอร์เซ็นต์
มากที่สุด	11	19.64
มาก	35	62.5
ปานกลาง	8	14.29
น้อย	2	3.57
น้อยที่สุด	0	0
รวม	56	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนใดเลยที่ปฏิเสธความสำคัญของรูปภาพและกราฟิก กล่าวคือ มีกลุ่มตัวอย่างถึง 82.14% (46 คน) ที่เห็นว่ารูปภาพและกราฟิกมีความสำคัญมาก-มากที่สุด อีก 14.29% (8 คน) เห็นว่ารูปภาพและกราฟิกมีความสำคัญปานกลาง และมีเพียง 3.57% (2 คน) ที่เห็นว่ารูปภาพและกราฟิกมีความสำคัญน้อย

เมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อรูปภาพและกราฟิกของกลุ่มตัวอย่างโดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ก็ได้ย้อนกลับมาถามกลุ่มตัวอย่างถึงเหตุผลใจที่ทำให้เลือกอ่านข่าวหนึ่ง ๆ ในการทดลองครั้งนี้ ซึ่งสามารถแจกแจงเหตุผลใจต่าง ๆ ได้ดังนี้

ตารางที่ 25 เหตุจูงใจให้อ่านข่าวต่างๆในการทดลอง

เหตุจูงใจให้อ่านข่าวต่างๆในการทดลอง	คะแนน	เปอร์เซ็นต์
ความสนใจส่วนตัว	50	45.05
การพาดหัวข่าว	35	31.53
***รูปภาพและกราฟิก	16	14.41
การขึ้นข่าวในหน้าหนึ่ง	9	8.11
ความสำคัญของข่าว	1	0.9
รวม	111	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าสาเหตุสำคัญที่จูงใจให้อ่านข่าวต่างๆเปิดรับข่าวสารหนึ่ง ๆ ในการทดลองได้แก่ ความสนใจส่วนตัว (45.05%) การพาดหัวข่าว (31.53%) และรูปภาพและกราฟิก (14.41%) ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างความจำและความพึงพอใจในรูปภาพ/กราฟิก

นอกจากจะศึกษาถึงความสามารถในการดึงดูความสนใจของรูปภาพและกราฟิกแล้ว ยังได้มีการศึกษาต่อไปว่าความพึงพอใจในรูปภาพและกราฟิกของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความสัมพันธ์กับความจำและความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงของกลุ่มตัวอย่างหรือไม่ จึงได้มีการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อรูปภาพและกราฟิกและความจำ/ความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงโดยใช้ Pearson r Correlation Coefficient ดังแสดงผลในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในรูปภาพ/กราฟิกและความจำและความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง

	ความจำ	ความจำที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง
ความพึงพอใจในรูปภาพและกราฟิก	0.05	0.07

จากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์พบว่า ความพึงพอใจในรูปภาพและกราฟิกของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการจดจำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเลย ($p < .05$, $df = 54$)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าความพึงพอใจในรูปภาพและกราฟิกของกลุ่มตัวอย่างจะไม่สัมพันธ์กับความจำจากการอ่านข่าวในการทดลอง แต่จากการศึกษาถึงอิทธิพลของรูปภาพและกราฟิกในการดึงดูความสนใจ อาจกล่าวได้ว่ารูปภาพและกราฟิกมีอิทธิพลในการดึงดูความสนใจของผู้คนให้

เข้ามาเปิดรับข่าวสารได้เป็นอย่างมาก ถึงแม้รูปภาพและกราฟิกจะไม่ใช่ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด แต่ก็นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับต้น ๆ ในบรรดาปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด

ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีผลต่อความชอบและความพึงพอใจในเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สื่อต่าง ๆ แต่ละประเภทย่อมมีข้อเด่นและข้อด้อยหรือข้อจำกัดในตัวเองในการจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้กับผู้รับสาร ซึ่งลักษณะเด่นของสื่อที่ผู้รับสารนิยมเปิดรับมากที่สุดเช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ มีดังนี้

ตารางที่ 27 ลักษณะเด่นของสื่อที่ดึงดูดผู้รับสารให้เข้ามาเปิดรับข่าวสาร

ลักษณะเด่นของสื่อที่ดึงดูดให้เปิดรับข่าวสาร	คะแนน	เปอร์เซ็นต์
เปิดรับข้อมูลได้ง่าย	45	21.84
มีการเสนอข่าวรวดเร็ว	30	14.56
มีรูปภาพและกราฟิกประกอบ	28	13.59
มีความทันสมัยและมีความเป็นสากล	26	12.62
มีรายละเอียดและเนื้อหาดี	20	9.71
มีข้อมูลต่างๆ ให้เลือกมากมาย	17	8.25
ข่าวหรือข้อมูลมีความน่าเชื่อถือสูง	15	7.28
มีการวิเคราะห์ข่าวและข้อมูล	12	5.83
ราคาถูก	7	3.4
พกพาได้สะดวก	6	2.91
รวม	206	100

จากตารางจะเห็นได้ว่า คุณสมบัติที่สำคัญของสื่อที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างได้แก่ การที่สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ง่าย 21.84% การเสนอข่าวรวดเร็ว 14.56% และการมีรูปภาพและกราฟิกประกอบ 13.59%

นอกจากนี้ในสื่อประเภทหนึ่ง ๆ ก็จะมีข้อเด่นที่สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจกับข่าวที่นำเสนอได้ ซึ่งสามารถจะแจกแจงข้อเด่นด้านต่าง ๆ ของสื่อได้ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 28 ปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารรู้สึกพึงพอใจกับข่าวที่นำเสนอ

ปัจจัยที่ทำให้พึงพอใจกับข่าวที่นำเสนอ	คะแนน	เปอร์เซ็นต์
ความทันสมัยของข่าว	38	19.29
ความหลากหลายของข่าว	35	17.77
มีรูปภาพและกราฟิกสวยงาม	27	13.71
มีการวิเคราะห์ข่าว	21	10.66
ความน่าเชื่อถือหรือความถูกต้องของข่าว	21	10.66
ข่าวมีรายละเอียดดี	20	10.15
สามารถค้นหาข่าวที่จะอ่านได้ง่าย	19	9.64
มีภาพเคลื่อนไหวเหมือนจริง	16	8.12
รวม	197	100

จากข้อมูลในตารางข้างต้นพบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจกับข่าวที่นำเสนอมากที่สุดได้แก่ ความทันสมัยของข่าว 19.29% ความหลากหลายของข่าว 17.77% และการมีรูปภาพและกราฟิกสวยงามประกอบ 13.71% ตามลำดับ

ในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์พบว่าข้อเด่นของสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้เข้ามาเปิดรับข่าวสารหนึ่ง ๆ ได้นั้นสามารถจำแนกได้ดังนี้

ตารางที่ 29 ปัจจัยหรือรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้เข้ามาเปิดรับข่าวสาร

ปัจจัย/รูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ดึงดูดความสนใจ	คะแนน	เปอร์เซ็นต์
ข่าวตรงกับความสนใจส่วนตัว	139	41.37
รูปภาพและกราฟิก	74	22.02
การพาดหัวข่าว	67	19.94
การที่สามารถค้นหาข่าวที่ต้องการอ่านได้ง่าย	29	8.63
ขนาดตัวอักษรที่ใหญ่	13	3.87
ตำแหน่งของข่าวในแต่ละหน้า	8	2.38
บทบรรณาธิการ	4	1.19
มีบทความของนักเขียนที่ชื่นชอบ	2	0.6
รวม	336	100

ผลจากตารางสามารถสรุปได้ว่า ข้อเด่นของสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของการทดลองครั้งนี้ได้ ได้แก่ ข่าวตรงกับความสนใจส่วนตัว (41.37%) การพาดหัวข่าว (19.94%) และการมีรูปภาพและกราฟประกอบ (22.02%)

สำหรับการเข้าไปเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะได้มาอ่านในการทดลองครั้งนี้ พบว่าในการเข้าไปอ่านนั้น กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเข้าไปเปิดอ่านดังนี้

ตารางที่ 30 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สาเหตุที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์	คะแนน	เปอร์เซ็นต์
มีข่าวทันสมัย	2	33.33
มีรูปภาพและกราฟที่สวยงามประกอบ	2	33.33
อยากรู้จักเพราะเป็นของใหม่	1	16.67
ค้นหาข่าวที่ต้องการได้ง่าย	1	16.67
รวม	6	100

อาจกล่าวได้ว่าสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ข้างต้นนั้นก็เนื่องเพราะความน่าสนใจหรือข้อเด่นของหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั่นเอง โดยที่การมีข่าวที่ทันสมัย (33.33%) และการมีรูปภาพและกราฟที่สวยงามประกอบ (33.33%) ทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้าไปเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด ส่วนการที่สามารถค้นหาข่าวที่ต้องการอ่านได้ง่าย (16.67%) และการอยากรู้จักเพราะเป็นของใหม่ (16.67%) เป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้าไปเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นอันดับรองลงมา

ความสัมพันธ์ระหว่างความจำและความพึงพอใจในคุณลักษณะต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หลังจากที่ได้ทราบถึงความพึงพอใจต่อลักษณะหรือรูปแบบต่าง ๆ ของสื่อแล้ว ก็ได้มีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณลักษณะของสื่อหนึ่งๆ กับความจำในเนื้อหาที่นำเสนอในสื่อ นั้น ๆ ด้วย ซึ่งในที่นี้จะได้นำเอาความพึงพอใจที่มีต่อคุณลักษณะของความเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์อันได้แก่ การสามารถค้นหาข่าวที่ต้องการได้ง่าย การมีรูปภาพและกราฟที่สวยงาม มีภาพเคลื่อนไหวเหมือนจริง การมีขนาดตัวอักษรใหญ่ทำให้อ่านง่ายและมีความทันสมัยเป็นสากล มาหาค่าสหสัมพันธ์กับคะแนนความจำและความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงจากการอ่านข่าวในการทดลองของกลุ่มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งได้ผลออกมาดังนี้

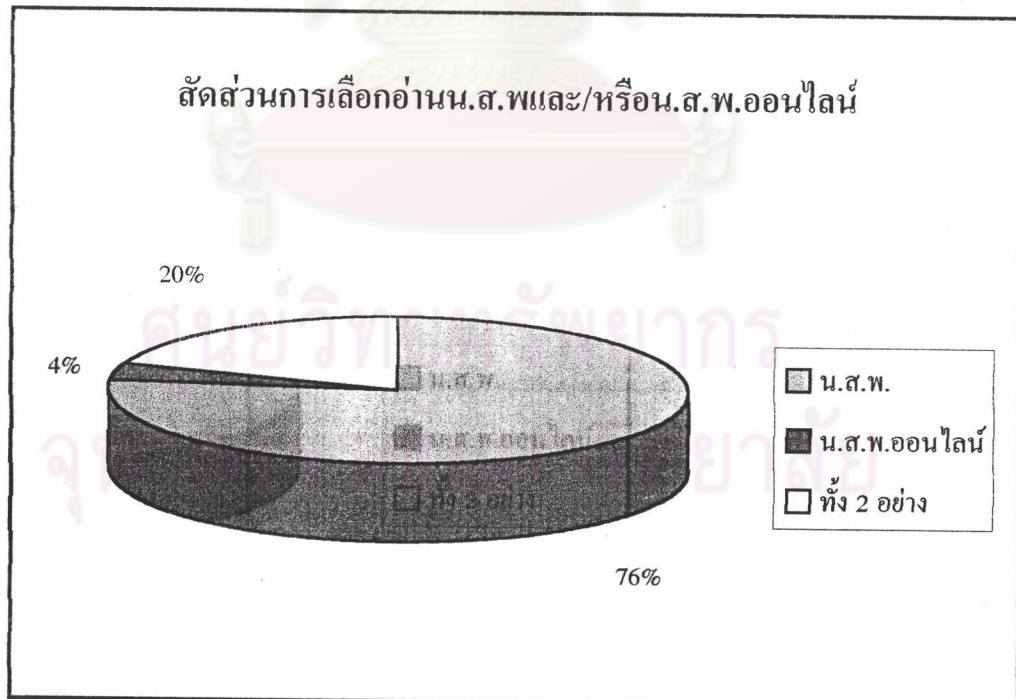
ตารางที่ 31 สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์กับความจำและความจำข้อมูลที่ต้องตามข้อเท็จจริงจากการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

	ความจำ	ความจำที่ต้องตามข้อเท็จจริง
ความพึงพอใจในน.ส.พ.ออนไลน์	0.11	0.09

จากการหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ Pearson Correlation Coefficient ในตารางที่ 29 นั้น จะเห็นได้ว่าไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์กับความจำและความจำข้อมูลที่ต้องตามข้อเท็จจริงในการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ($p < .05$, $df = 26$)

ในท้ายที่สุดหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างได้รู้จักทั้งหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์แล้ว ผู้วิจัยก็ได้ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือจะเลือกอ่านทั้งจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็ได้ ผลที่ได้ได้แสดงให้เห็นในกราฟที่ 4 ดังนี้

กราฟที่ 4 สัดส่วนการเลือกอ่านหนังสือพิมพ์และ/หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์



จากกราฟจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะอ่านหนังสือพิมพ์มากถึง 76% เลือกอ่านทั้งหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 20% อีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง ยังนิยมที่จะยังอ่านหนังสือพิมพ์อยู่ไม่ว่าจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ด้วยหรือไม่ก็ตามถึง 96% และมีผู้ที่เลือกอ่านเฉพาะหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างเดียวเพียง 4% เท่านั้น

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างก็ได้ให้เหตุผลในการเลือกอ่านข่าวจากสื่อหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไว้ดังต่อไปนี้

เหตุผลที่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์

- | | |
|--|--|
| - ความเคยชิน | - ต้องการอ่านข่าวทั่วไป |
| - พกพาสะดวก | - เห็นข่าวที่น่าสนใจ |
| - หาอ่านง่าย อ่านได้ทุกเวลา | - มีข่าวหลากหลายประเภทกว่า |
| - ราคาถูก | - ต้องการทราบข่าวอย่างละเอียด |
| - มีรูปเล่มหรือการจัดหน้าอ่าน มีศิลปะ | - สามารถอ่านการ์ตูนและเล่นเกม |
| - เห็นภาพรวม เลือกอ่านได้ง่าย | - สะดวก ไม่ยุ่งยาก |
| - พลิกเปิดได้เลย | - มีเวลาว่างน้อย |
| - ไม่ต้องเสียเวลาในการ download ข้อมูล | - อ่านได้นานกว่า |
| - มีsectionsข่าวหลากหลายในหน้าเดียวกัน | - ไม่ต้องใช้สายตาเพ่งมาก ทำให้ไม่ปวดตา |

เหตุผลที่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

- | | |
|--|----------------------------|
| - ต้องการค้นหาข้อมูล | - ต้องการหาความรู้ใหม่ |
| - มีการแยกข่าวเป็นประเภท/หมวดหมู่ | - ได้อ่านข่าวที่ทันสมัย |
| - สามารถค้นหาข่าวที่ต้องการอ่านได้ง่าย | - ได้อ่านข่าวของต่างประเทศ |
| - ต้องการหาข่าวเก่าๆ/ติดตามข่าวในอดีต | - ได้ใช้คอมพิวเตอร์ |
| - เรียกข้อมูลได้มาก | - กำลังใช้งานคอมพิวเตอร์ |
| - สามารถเก็บข่าวที่ต้องการลงแผ่นดิสก์ได้ | - มีเวลาว่างมาก |
| - ต้องการทราบข่าวรวดเร็ว ทันใจ | - มีคอมพิวเตอร์ |
| - มีข่าวคววน่าสนใจ | - ไม่มีหนังสือพิมพ์อ่าน |

กล่าวโดยสรุป การที่ผู้อ่านหรือผู้รับสารจะนิยมเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้เปิดรับ โดยมีข้อเด่นและข้อด้อยของสื่อแต่ละประเภทมาเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาเลือกเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ของผู้รับสารโดยตรง แต่อย่างไรก็ตามในการทดลองครั้งนี้ก็พบว่า ความพึงพอใจในคุณลักษณะของสื่อหนึ่ง ๆ ไม่มีผลต่อความจำจากการอ่านข่าวที่นำเสนอในสื่อหนึ่ง ๆ เลย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย