

ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์  
ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาวต๋องจิตต์ สุวรรณศรี

สถาบันวิทยบริการ  
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2543

ISBN 974-13-1108-7

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

POLITICAL INFORMATION NEED, EXPOSURE, AND THE USES OF INFORMATION FROM THAI  
POLITICAL WEB SITES OF INTERNET USERS IN BANGKOK.

Miss Tongchit Suvarnasara



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2000

ISBN 974-13-1108-7

หัวข้อวิทยานิพนธ์      ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง  
และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้  
อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย                              นางสาวต้องจิตต์ สุวรรณศรี

สาขาวิชา                      นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษา              รองศาสตราจารย์ ดร. ปรมะ สตะเวทิน

---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน)

.....กรรมการ  
(ดร.วิเชียร เกตุสิงห์)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ต้องจิตต์ สุวรรณศรี : ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร.

(POLITICAL INFORMATION NEED, EXPOSURE, AND THE USES OF INFORMATION FROM THAI POLITICAL WEB SITES OF INTERNET USERS IN BANGKOK.) อ. ที่ปรึกษา: รศ.ดร.ปรมะ สตะเวทิน 106 หน้า. ISBN 974-13-1108-7

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-Way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย
2. ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร
3. การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร
5. ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ภาควิชา .....การประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา .....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....  
ปีการศึกษา .....2543.....

ลายมือชื่อนิสิต .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## 4285076028 MAJOR : DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : NEED/EXPOSURE/ USES/ CREDIBILITY/ POLITICAL WEB SITES

TONGCHIT SUVARNASARA : POLITICAL INFORMATION NEED, EXPOSURE, AND THE USES OF INFORMATION FROM THAI POLITICAL WEB SITES OF INTERNET USERS IN BANGKOK. THESIS

ADVISOR : ASSO. PROF. PARAMA SATAWEDIN, Ph.D. 106 pp. ISBN 974-13-1108-7

The purpose of this research was to examine the correlation among demographic characteristics, political information need, exposure, satisfaction, source credibility, and the uses of Thai political Web Sites of internet users in Bangkok. Questionnaires were used to collect the data from a total of 400 samples. Frequency, percentage, mean, t-test, One-way ANOVA, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient were employed for the analysis of the data. SPSS for Windows was used for data processing.

The results were as follows :

1. Demographic characteristics did not correlate with the uses of information from Thai political Web Sites of internet users.
2. Political information need positively correlated with the uses of information from Thai political Web Sites of internet users.
3. Political information exposure correlated with the uses of information from Thai political Web Sites of internet users.
4. Satisfaction with political information correlated with the uses of information from Thai political Web Sites of internet users.
5. Credibility of Thai political Web Sites correlated with the uses of information from Thai political Web Sites of internet users.

Department.....Public Relations..... Student's Signature .....

Field of study ....Development Communication..... Advisor's Signature .....

Academic Year .....2000..... Co-advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ประมะ สตะเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำปรึกษาแนะนำอย่างดียิ่งแก่ผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ ผู้เป็น ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ให้คำปรึกษาเรื่องวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งให้เกียรติมาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ต่าง ๆ อันเป็นรากฐานให้แก่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกคนในครอบครัวที่คอยให้กำลังใจ โดยเฉพาะคุณแม่ คุณแม่ และคุณย่าที่ให้การสนับสนุนทั้งกำลังใจและกำลังใจทรัพย์แก่ผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

ขอขอบคุณ เบิร์ด สำหรับกำลังใจ ความช่วยเหลือ และความห่วงใยที่มีให้ตลอดเวลา ขอขอบคุณ พี่แอน ที่คอยให้คำแนะนำและความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้ง เอฟ พี่เหม กอล์ฟ พิงค์ มิน สัตน์ หนูแดง เอื้อย จู๋ ซีล่า ที่ให้ความช่วยเหลือและกำลังใจแก่ผู้วิจัย ตลอดระยะเวลาที่ทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณสำหรับมิตรภาพและความจริงใจที่เพื่อนร่วมรุ่นนิเทศศาสตร์พัฒนาการทุกคนมี ให้แก่ผู้วิจัยตลอด 2 ปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ ขอขอบคุณ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวม แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต และที่ขาดมิได้ ขอขอบพระคุณผู้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุก ท่านที่ได้ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ยิ่งต่อกรวิจัย

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณตัวเองสำหรับความอดทน พลังใจ และพลังความคิดที่ทำให้วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ต้องจิตต์ สุวรรณศร

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	7
ปัญหำนำการวิจัย .....	8
สมมติฐานการวิจัย .....	8
ขอบเขตของการวิจัย .....	8
นิยามศัพท์ .....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	10
<b>2 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวข้อง</b> .....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง .....	11
ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร .....	17
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ .....	20
แนวคิดเรื่องการสื่อสารในสังคมสมัยใหม่ .....	24
ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ .....	27
ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร .....	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	36
<b>3 ระเบียบวิธีวิจัย</b> .....	42
รูปแบบการวิจัย.....	42
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย .....	42
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	42
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	43

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย .....	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	44
การทดสอบเครื่องมือ .....	44
เกณฑ์ในการให้คะแนน .....	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	49
การประมวลผลข้อมูล .....	49
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ .....	49
4 ผลการวิจัย .....	51
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา .....	52
ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน .....	68
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	78
สรุปผลการวิจัย .....	79
อภิปรายผลการวิจัย .....	82
ข้อเสนอแนะทั่วไป .....	92
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป .....	93
รายการอ้างอิง .....	95
ภาคผนวก .....	99
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	106



## สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร .....	52
2	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการเมือง จากเว็บไซต์การเมืองไทย.....	55
3	แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการเข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทย .....	57
4	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทย .....	58
5	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์ การเมืองไทย.....	59
6	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์ การเมืองไทย จำแนกตามเนื้อหาข่าวสาร.....	60
7	แสดงจำนวนและร้อยละของรายชื่อเว็บไซต์การเมืองไทยที่เข้าชมบ่อยครั้ง .....	62
8	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับ จากเว็บไซต์การเมืองไทย.....	63
9	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย .....	65
10	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์ การเมืองไทย.....	67
11	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์ การเมืองไทย จำแนกตามเพศ .....	68
12	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์ การเมืองไทย จำแนกตามอายุ .....	69
13	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์ การเมืองไทย จำแนกตามระดับการศึกษา .....	70
14	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์ การเมืองไทย จำแนกตามอาชีพ .....	71
15	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์ การเมืองไทย จำแนกตามรายได้ .....	72
16	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารด้านการเมืองกับ การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย .....	73

สารบัญ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย .....74
18	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย จำแนกตามเนื้อหาข่าวสาร.....75
19	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย ..... 76
20	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย .....77



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาพการณ์ปัจจุบัน ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศมีความทันสมัยมากขึ้น ระบบเทคโนโลยีการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ และเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมที่ได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในขณะนี้ก็คือ ระบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือที่เรียกว่า “อินเทอร์เน็ต” (internet) ซึ่งทำให้สังคมกลายเป็นสังคมแห่งข่าวสารข้อมูลเนื่องจากประชาชนล้วนมีความต้องการข่าวสารข้อมูลจำนวนมาก เครือข่ายดังกล่าวนี้ได้ทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วพร้อม ๆ กับการขยายตัวในการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ด้วยลักษณะที่ง่ายต่อการติดต่อเข้ามาในเครือข่าย ทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นจุดศูนย์รวมความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ จากผู้คนในทุกมุมของโลก และยังเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีข่าวสารข้อมูลไหลเวียนอยู่ในเครือข่ายเป็นจำนวนมาก ผู้ใช้เครือข่ายสามารถสืบค้นข้อมูลได้ตลอดเวลาจากทุกที่ในโลก ไม่ว่าจะอยู่ในสถานที่ใด และเวลาใดก็สามารถรับข่าวสารได้ ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของสื่อชนิดนี้ที่ไม่จำกัดทั้งเวลาและสถานที่ นอกจากนี้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้น และสามารถเชื่อมต่อถึงกันได้อย่างรวดเร็วด้วยประสิทธิภาพความเร็วของระบบรับส่ง กระจายข้อมูลข่าวสาร

อินเทอร์เน็ตมีจุดเริ่มต้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อปี พ.ศ. 2512 เมื่อกระทรวงกลาโหมของประเทศสหรัฐอเมริกา (US Department of Defence) และอาร์พา(ARPA) ซึ่งเป็นหน่วยงานทหารของสหรัฐได้พัฒนาเครือข่ายที่มีชื่อว่า “ARPANET” (Advanced Research Project Agency Network) โดยในช่วง 19 ปีแรกของอินเทอร์เน็ตนั้น การประยุกต์ใช้จำกัดอยู่ในแวดวงการศึกษาและการวิจัยเท่านั้น หลังจากนั้นจึงได้เริ่มพัฒนามาใช้ในวงกรธุรกิจ

ในปี พ.ศ. 2538 อินเทอร์เน็ตมีอัตราการเจริญเติบโตสูงถึง 160% ในสหรัฐอเมริกา 183% ในประเทศอื่น ๆ อาจกล่าวได้ว่าทุก 20 นาทีจะมีเครือข่ายใหม่เข้ามาเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต และหน่วยงานที่เข้าร่วมระบบนี้มีความหลากหลายมาก ประกอบด้วยสถานศึกษา 42% หน่วยงานรัฐบาล 11% สถาบันทางทหาร 7% หน่วยงานธุรกิจ 47% และอื่น ๆ 9% นับเนื่องถึงปัจจุบัน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ต่อออนไลน์ครอบคลุมมากกว่า 84 ประเทศทั่วโลก และสามารถ

ติดต่อทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งแบบออนไลน์เต็มเวลาและออนไลน์เป็นครั้งคราวได้ถึง 154 ประเทศทั่วโลก (กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจฉบับพิเศษ, เมษายน 2539 : 3 )

อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามาในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2530 ซึ่งในขณะนั้นอินเทอร์เน็ตจำกัดอยู่ในวงการศึกษาและการวิจัยเท่านั้น ไม่ได้เป็นเครือข่ายที่ให้บริการในรูปแบบของธุรกิจ ต่อมาในปี พ.ศ. 2538 ความต้องการในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากภาคเอกชนมีมากขึ้น การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) จึงได้ร่วมมือกับบริษัทเอกชนเปิดบริการอินเทอร์เน็ตแก่บุคคลทั่วไปที่สนใจได้สมัครเป็นสมาชิก โดยตั้งขึ้นในรูปแบบของบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ จัดเก็บค่าบริการอินเทอร์เน็ตในรูปแบบธุรกิจ เริ่มแรกมีผู้ให้บริการ 2 ราย ได้แก่ “ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตแห่งประเทศไทย” และ “บริษัท เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด” โดยมีมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญเป็นที่ปรึกษา ต่อมาบริษัทเอกชนที่เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอีกนับสิบบริษัท ช่วยทำให้การใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเติบโตเข้าสู่ผู้ใช้ทั่วไปอย่างกว้างขวางขึ้นมาก ถึงแม้ว่าจะไม่มีตัวเลขยืนยันที่แน่นอนเกี่ยวกับจำนวนผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตทั้งของในประเทศไทยหรือทั่วโลกก็ตาม แต่จำนวนเว็บไซต์และบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ก็เพิ่มมากขึ้นทุกปี

จากความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตทั้งในสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย จะเห็นได้ว่าระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนี้มีที่มาจากการค้นคว้าวิจัยที่จะเชื่อมโยงเครือข่ายระบบคอมพิวเตอร์เข้าไว้ด้วยกัน และต่อมาได้ขยายวงกว้างขึ้นในหมู่ประชาชนทั่วไป เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารติดต่อกันไปทั่วโลกทำให้การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีข้อได้เปรียบที่เด่นกว่าการสื่อสารแบบอื่น ๆ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประการ คือ (อีคอนนิวส์, กันยายน 2538 : 49-50 )

1. ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล ทั้งที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกันและนอกเครือข่ายที่ห่างไกลกัน มีความสะดวกและคล่องตัวมากขึ้น ประหยัดเวลามากขึ้น
2. เป็นแหล่งความรู้อันยิ่งใหญ่ เนื่องจากมีข้อมูลข่าวสาร ผลงานวิจัย และโปรแกรมที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ มากมายหมุนเวียนอยู่ในเครือข่าย เพื่อให้ผู้สนใจสามารถอ่านและศึกษาได้จากทั่วโลก
3. เป็นช่องทางในการกระจายความรู้จากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่ง ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันได้ในเวลาอันรวดเร็ว
4. ในการติดต่อกัน ข้อมูลจากบุคคลหนึ่งจะส่งไปถึงอีกบุคคลหนึ่งได้อย่างแน่นอน เนื่องจากในระบบจะมีการตรวจสอบการส่งข้อมูล ซึ่งหากส่งไม่ถึงผู้รับ ก็จะขึ้นข้อความเพื่อเตือนให้ผู้ส่งทราบ

## 5. ช่วยลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเอกสารต่าง ๆ ลงได้มาก

นอกจากนี้สิ่งที่ทำให้อินเทอร์เน็ตมีความโดดเด่นเหนือกว่าการสื่อสารประเภทอื่น ๆ ก็คือความสามารถในการรับส่งข้อมูลได้หลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร ภาพกราฟฟิก รวมถึงเสียงและภาพเคลื่อนไหวที่เรียกว่า มัลติมีเดีย (Multimedia) และคุณสมบัติพิเศษอีกอย่าง ได้แก่ ข้อมูลในลักษณะของไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) ซึ่งมีคํ่าบางคํ่าหรือคํ่าหลายคํ่าในเอกสารที่เชื่อม (Link) ไปยังเอกสารหรือไฟล์อื่น ๆ ได้ เช่น ข้อความอธิบายเรื่องหนึ่ง ซึ่งมีศัพท์หรือคํ่าเฉพาะที่สามารถอธิบายในรายละเอียดได้อีก คํ่า ๆ นั้นจะถูกเชื่อมไปยังข้อความหรือไฟล์อีกไฟล์หนึ่งเพื่อให้ผู้ใช้เรียกดูได้ ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเข้าไปได้เรื่อย ๆ

ข้อได้เปรียบดังกล่าวนี้ จึงมีส่วนทำให้ผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ อย่างไม่มีขีดจำกัด กล่าวคือ สามารถค้นคว้าความรู้ใหม่ ๆ ที่มีอยู่ในทุกมุมโลกได้ในเวลาอันรวดเร็ว สามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่อื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ สามารถสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ทางวิชาการจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยทั่วโลก นอกจากนี้ ในด้านการศึกษายังสามารถช่วยในเรื่องการเรียนการสอนในชั้นเรียน เช่น การส่งรายงาน การปรึกษาปัญหาในวิชาต่าง ๆ กับอาจารย์ผู้สอน การบันทึกคำบรรยายไว้ในระบบเพื่อให้นักศึกษาเรียกดู รวมถึงการร่วมกันถกปัญหานอกเวลาเรียน เป็นต้น

บริการที่เป็นจุดดึงดูดสำคัญของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อาจแบ่งได้เป็น 6 ประเภท ได้แก่

### 1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

เป็นการรับและส่งข้อความที่มีขั้นตอนคล้ายกับส่งจดหมายทางไปรษณีย์ แต่เป็นระบบอัตโนมัติผ่านคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ถึงผู้ใช้คนอื่น ๆ ภายในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายอื่นที่เชื่อมกับอินเทอร์เน็ตได้ทั่วโลก

### 2. บริการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลและโปรแกรมต่าง ๆ (File Transfer Protocol : FTP)

บริการทำสำเนาแฟ้มข้อมูลจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่อง ซึ่งอนุญาตให้ถ่ายโอนได้ทั้งข้อมูลทั่วไป ข่าวสารประจำวัน บทความเพื่อให้เกิดการพัฒนางานสำหรับการศึกษา มากขึ้น

### 3. บริการค้นหาไฟล์และฐานข้อมูลทางไกล(Gopher and Archie)

เป็นการค้นหาไฟล์และฐานข้อมูลในรูปแบบของดัชนี ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถสืบค้นข้อมูลที่ต้องการจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ บนเครือข่ายได้ง่ายและสะดวกขึ้น

### 4. กลุ่มสนทนาและกระดานข่าว(USENET, Bulletin Board)

เป็นการสื่อสารที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถทราบข่าวความเคลื่อนไหวในเรื่องต่าง ๆ และร่วมแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นในหัวข้อต่าง ๆ ในระหว่างกลุ่มผู้สนใจในหัวข้อเดียวกัน ซึ่งไม่จำเป็นต้องรู้จักตัวจริงของกันและกันได้

5. ระบบการคุยกันด้วยการพิมพ์โต้ตอบระหว่างกันแบบออนไลน์ (Internet Relay Chat : IRC) คือ การพิมพ์โต้ตอบกันผ่านอินเทอร์เน็ตในทันที

#### 6. บริการเวปไซต์เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW)

คือ บริการเครือข่ายมัลติมีเดียที่เรียกว่า เครือข่ายใยแมงมุม เพราะเป็นระบบการสื่อสารที่มีความเร็วสูง ตลอดจนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีการประมวลผลที่รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง

ในปัจจุบัน การใช้งานเวปไซต์เวิลด์ไวด์เว็บ (WWW) ได้รับความนิยมจากผู้ใช้อุปกรณ์อย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากมีวิธีการใช้งานที่ง่ายสำหรับผู้ใช้งาน ข้อมูลที่ปรากฏจะอยู่รูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้สามารถเรียกดูข้อมูลได้ทั้งแบบที่เป็นข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งเสียงประกอบที่น่าสนใจ ต่างจากบริการอย่างอื่นที่มีเพียงข้อความอย่างเดียว และมีลักษณะการใช้งานที่ค่อนข้างซับซ้อน

นอกเหนือจากแวดวงการศึกษาแล้ว ความนิยมเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านการใช้งานแบบเวปไซต์เวิลด์ไวด์เว็บยังได้ขยายวงกว้างไปสู่วงการอื่น ๆ อย่างรวดเร็ว เช่น ในวงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ นำมาใช้ในการโฆษณาสินค้าและบริการ ในธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารนำคอมพิวเตอร์ที่สามารถใช้งานเวปไซต์เวิลด์ไวด์เว็บได้มาเป็นจุดดึงดูดความสนใจของลูกค้า ส่วนในธุรกิจด้านโรงแรมและการท่องเที่ยวได้มีการจัดทำโฮมเพจ (Home Page) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รวมทั้งรับสำรองตั๋วและห้องพัก

ทางด้านแวดวงการเมืองโลกนั้น ก็เริ่มมีความสนใจนำระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านการใช้งานแบบเวปไซต์เวิลด์ไวด์เว็บมาใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองมากขึ้น ซึ่งบทบาทของอินเทอร์เน็ตที่มีผลกระทบต่อการเมืองนั้น แบ่งออกได้เป็นหลายด้านคือ

- **บทบาทของอินเทอร์เน็ตในฐานะเครื่องมือตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลและเป็นสื่อกลางที่ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของรัฐบาลอย่างเสรี** เมื่อรัฐบาลนำอินเทอร์เน็ตมาเป็นสื่อกลางในการติดต่อ ข้าราชการและนักการเมืองจะต้องส่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นความจริงและโปร่งใสให้กับประชาชน เพื่อให้ประชาชน

ไม่ว่าจากส่วนใดของประเทศสามารถตรวจสอบการทำงาน และในขณะเดียวกันประชาชนก็สามารถแสดงทัศนคติที่มีต่อการทำงานของรัฐบาลผ่านทางสื่อกลางอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย เช่น ในสหรัฐอเมริกา มี e-mail address ของประธานาธิบดีคลินตันเป็นสื่อกลางที่ประชาชนสามารถร้องทุกข์หรือแสดงความคิดเห็นต่อการทำงานของรัฐบาล

- **บทบาทของอินเทอร์เน็ตในฐานะเครื่องมือของพรรคการเมืองและนักการเมืองในการหาเสียง**

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นเครื่องมือในการหาเสียงของประเทศต่าง ๆ ในโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา นับตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1996 เป็นต้นมา อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเลือกตั้งในสหรัฐ และได้เพิ่มบทบาทขึ้นเรื่อย ๆ ดังเช่นที่โทรทัศน์เคยเป็นสื่อที่มีผลกระทบต่อ การเลือกตั้งในสหรัฐมาแล้วตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 ปัจจุบันผู้สมัครรับเลือกตั้งและพรรคการเมืองต่าง ๆ มีเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์และให้รายละเอียดต่าง ๆ ต่อประชาชนอย่างมากมาย รวมถึงเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั้งจากนักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ ที่นอกจากจะให้รายละเอียดเกี่ยวกับแง่มุมต่าง ๆ ของการเมืองแล้ว ยังมีบทวิเคราะห์ และส่วนที่แสดงความคิดเห็นอีกด้วย ซึ่งเว็บไซต์ต่าง ๆ เหล่านี้ ยังมีช่องทางในการติดต่อไปยังประเด็นอื่น ๆ (Hyperlinks) และผู้ใช้บริการยังสามารถติดต่อกับเว็บไซต์นั้น ๆ ในลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ได้อีกด้วย

ตัวอย่างของเว็บไซต์เหล่านี้ เช่น <http://pathfinder.com> ซึ่งผลิตโดย Time-Warner ในเว็บไซต์นี้ นอกจากจะมีช่องทางในการติดต่อไปสู่ประเด็นต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ กีฬา พยากรณ์อากาศแล้ว ยังมีส่วนที่ผู้ใช้สามารถศึกษาเกี่ยวกับการทำงานของวุฒิสมาชิกและสภาผู้แทนราษฎรได้ด้วย หรือ <http://www.georgemag.com> ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้งและรายละเอียดของพรรคการเมืองต่าง ๆ ฯลฯ

- **บทบาทของอินเทอร์เน็ตในฐานะเครื่องมือที่ช่วยบริหารประเทศของรัฐบาล**

(E-Government) E-Government คือการที่รัฐบาลนั้น ๆ นำเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มาเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารประเทศของรัฐบาล เพื่อให้รัฐบาลก้าวเข้าไปสู่การเป็นผู้ให้บริการสาธารณะที่ดี ในอันที่จะให้บริการที่ยอดเยี่ยมแก่ประชาชน การนำเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการบริหารประเทศของรัฐบาลมีข้อดีในหลาย ๆ ด้าน กล่าวคือ การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ข้อมูลข่าวสารจากรัฐบาลเชื่อมไปยังผู้ใช้ทุกหนทุกแห่งอย่างสะดวกและรวดเร็ว และที่สำคัญข่าวสารนั้นจะยังไม่หายไปไหนหากผู้รับยังมีได้เปิดอ่าน นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อสองทางที่ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นกลับมายัง

รัฐบาลได้อีกด้วย ในอนาคตถ้า E-Government ได้รับการพัฒนาไปเรื่อย ๆ ก็กลายเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการดำเนินงานของรัฐบาล

ตัวอย่างรัฐบาลที่ให้ความสนใจกับการพัฒนา E-Government คือรัฐบาลของประธานาธิบดีคลินตัน ซึ่งได้แสดงความสนใจกับการพัฒนา E-Government โดยการจัดตั้งคณะกรรมการศึกษาแนวทางสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล อีกทั้งยังพยายามนำคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการบริหารประเทศและในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาตัวระบบ และเข้าถึงความต้องการของประชาชนมากขึ้น เช่น การจัดทำเว็บไซต์แนะนำการเมืองในแง่มุมต่าง ๆ การมีจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล (E-mail) ให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นต่อการทำงานของรัฐบาลและร้องทุกข์ในเรื่องราวต่าง ๆ การที่รัฐบาลสหรัฐพยายามพัฒนา E-Government ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นและทำให้การเมืองเข้าถึงประชาชนมากยิ่งขึ้น

#### ● บทบาทของอินเทอร์เน็ตในฐานะเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล

รัฐบาลสามารถใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้เช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อกลางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล รวมทั้งนโยบายและแนวทางการแก้ไขปัญหาของประเทศในด้านต่าง ๆ ซึ่งประชาชนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าไปดูรายละเอียดข่าวสารเกี่ยวกับรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ เช่น รายละเอียดของนโยบายด้านต่าง ๆ การประชุมคณะรัฐมนตรี ข้อมูลเกี่ยวกับคณะรัฐบาล วาระการทำงาน ดังตัวอย่างของเว็บไซต์รัฐบาลไทย (<http://www.thaigov.go.th>) นอกจากนี้ เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในเชิงลบของรัฐบาล อินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่อกลางอีกช่องทางหนึ่งที่รัฐบาลสามารถใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อจัดการกับปัญหาภาพลักษณ์ในเชิงลบ

ในขณะเดียวกันแวดวงการเมืองของไทยก็เริ่มต้นตัวที่จะนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองเช่นกัน ปรัชญาการณ์ของการใช้เว็บไซต์การเมืองเป็นเครื่องมือในการหาเสียง โฆษณา และประชาสัมพันธ์ที่เห็นได้ชัด คือ ในช่วงระยะเวลาของการสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2543 เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์ทุกวิธีให้ประชาชนเข้าไปเยี่ยมชมโฮมเพจส่วนตัวของผู้สมัคร รวมถึงเว็บไซต์ของพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัดอยู่ ผู้สมัครหลายรายต่างแนบชื่อโฮมเพจ (Home Page) ของตนเองไว้ในสื่อหาเสียงประเภทต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณาหาเสียง แผ่นปลิว แผ่นพับ สปอตโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น ดังนั้น การสร้างโฮมเพจของผู้สมัครหรือเว็บไซต์ของ



พรรคการเมืองขึ้นมาจึงเปรียบเสมือนเป็นฐานข้อมูลประจำพรรคการเมืองแต่ละพรรค ตัวอย่างของเว็บไซต์ของผู้สมัคร ได้แก่

กัลยา โสภณพนิช	<a href="http://www.drkalaya.com">http://www.drkalaya.com</a>
ธวัชชัย สัจจกุล	<a href="http://www.bighoy.com">http://www.bighoy.com</a>
ปวีณา หงสกุล	<a href="http://www.pavena.com">http://www.pavena.com</a>
วินัย สมพงษ์	<a href="http://www.winai.com">http://www.winai.com</a>
สมัคร สุนทรเวช	<a href="http://www.thaicitizen.com">http://www.thaicitizen.com</a>
สุदारัตน์ เกยุราพันธ์	<a href="http://www.sudarat.com">http://www.sudarat.com</a>

การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2544 ทำให้เว็บไซต์การเมืองไทยต่าง ๆ เกิดและพัฒนาขึ้นเป็นจำนวนมาก มีทั้งเว็บไซต์ของสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวสารในหัวข้อการเมือง รวมทั้งเว็บไซต์อิสระต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นโดยนักวิชาการและผู้สนใจการเมืองซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองโดยเฉพาะ นอกจากนี้ หน่วยงานของรัฐได้ริเริ่มพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ของตนเพื่อให้ทันกับสถานการณ์ทางการเมืองมากขึ้น อาทิ เว็บไซต์ของรัฐบาลไทย (<http://www.thaigov.go.th>) ทั้งนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนชาวไทยได้มีส่วนร่วมในการเมืองโดยตรงกับรัฐบาล กลุ่มนักการเมืองและพรรคการเมืองต่าง ๆ อย่างทั่วถึง รวมทั้งเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นระหว่างประชาชนด้วยกันเองอย่างเสรี อาจกล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางใหม่อีกช่องทางหนึ่งในการคืนอำนาจการสื่อสารสู่ประชาชน

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางในการนำเสนอสื่อที่สนองความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ให้สามารถใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมาปรับปรุงตนเองได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมได้เป็นอย่างดี

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารด้านการเมืองกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร



## ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยจะมุ่งศึกษาเฉพาะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

## นิยามศัพท์

1. **ข่าวสารด้านการเมือง** หมายถึง ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เกี่ยวกับการเมืองซึ่งครอบคลุมถึงข่าวสารที่เกี่ยวกับการเมืองไทยทั้งระบบ ทั้งของรัฐบาล พรรคการเมือง รัฐสภา ความเป็นอยู่ของประชาชน รวมทั้งสถานการณ์บ้านเมือง
2. **ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร** หมายถึง ผู้ใช้งานจากระบบสื่อสารอินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อสื่อสาร สืบค้น และแลกเปลี่ยนข้อมูล ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและมีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป
3. **เว็บไซต์การเมืองไทย** หมายถึง เว็บไซต์ต่าง ๆ ของไทยบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารหลักเกี่ยวกับการเมืองไทย
4. **ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง** หมายถึง ความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารการเมืองในด้านต่าง ๆ จากเว็บไซต์การเมืองไทยซึ่งมีการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารประเภทที่ตนเองต้องการ
5. **การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง** หมายถึง ความบ่อยครั้งและการใช้เวลาในการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย
6. **ลักษณะทางประชากร** หมายถึง ลักษณะความแตกต่างของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
7. **ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับ** หมายถึง ระดับความพอใจที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รับจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย

8. **ความน่าเชื่อถือ** หมายถึง ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยโดยวัดจากความรู้สึกของผู้ใช้ในส่วนของคุณภาพประกอบเรื่องความรู้ความสามารถของผู้ผลิตเว็บไซต์และความไว้วางใจที่ผู้ใช้มีต่อเว็บไซต์

9. **การใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมือง** หมายถึง การนำข่าวสารความรู้ที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ ได้แก่

- ใช้เป็นพื้นฐานในการแสวงหาความรู้ทางการเมืองเพิ่มเติม
- ประยุกต์ใช้ในการศึกษาหรือการทำงาน
- ใช้เพื่อตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล
- ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกผู้แทนราษฎร
- ใช้เพื่อติดตามผลงานของผู้แทนราษฎร
- ใช้เป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจระเบียบและวิธปฏิบัติในการออกเสียงเลือกตั้ง
- ใช้เพื่อเก็บเกี่ยวข่าวสารไปพูดคุย แลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่น

**ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาเว็บไซต์การเมืองไทยให้ตรงกับความประสงค์ของกลุ่มผู้ใช้ และให้ได้รับความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับ
2. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของเทคโนโลยีการสื่อสารในฐานะเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาประชาธิปไตยช่องทางใหม่ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” ประกอบไปด้วยแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง
2. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
4. แนวคิดเรื่องการสื่อสารในสังคมสมัยใหม่
5. ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication)
6. ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

#### ❖ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

มนุษย์อาศัยการสื่อสารเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การสื่อสารจึงเป็น “ตัวกลาง” ในการถ่ายทอดความคิดเห็น ความรู้สึก และประสบการณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง ซึ่งมีรูปแบบลักษณะของการถ่ายทอดที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น ๆ เช่น การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ เป็นต้น สำหรับการสื่อสารทางการเมือง นับว่าเป็นลักษณะของการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่ง โดยมุ่งหวังในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การถ่ายทอดความรู้สึก ทศนคติเกี่ยวกับการเมือง

#### ความหมายของการสื่อสาร

เอ็ดเวิร์ด สะเพียร์ (Edward Sapir, 1959 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2540 : 28) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การที่มนุษย์ติดต่อ ส่งข่าวสาร ข้อเท็จจริงความคิดเห็นและทัศนคติต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือหลายคน เช่นเดียวกับ ปรมะ สตะเวทิน (2540:30) ที่กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อ ซึ่งตรงกับเอเวอร์เรท เอ็ม, โรเจอร์ และ เอฟ ฟลอยด์ ชูแมคเกอร์ (Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, 1971 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2540: 29) ที่กล่าวไว้เช่นกันว่า การสื่อสาร คือ

กระบวนการสื่อสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

จากความหมายของการสื่อสารดังกล่าวที่มีความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการติดต่อ ส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยอาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดสาร ศิริชัย ศิริกายะ (2520) ได้อธิบายไว้ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งซึ่งนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงคือเมื่อใดก็ตามที่คนเริ่มทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น การเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดขึ้นไม่มากก็น้อย โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับ ทักษะคิด ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนการกระทำของคน ดังนั้น การที่บุคคลได้รับข่าวสาร หรือส่งข่าวสารไปยังผู้อื่นนั้น ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสาร การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันในสังคม มนุษย์ได้ใช้วิธีการต่างๆ ติดต่อกับคนอื่น ๆ เพื่อที่จะบอกข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนความรู้สึกนึกคิด ความเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่อกัน และที่สำคัญเพื่อชักจูงให้เกิดพฤติกรรมตามที่คุณผู้ส่งสารต้องการ

### องค์ประกอบของการสื่อสาร

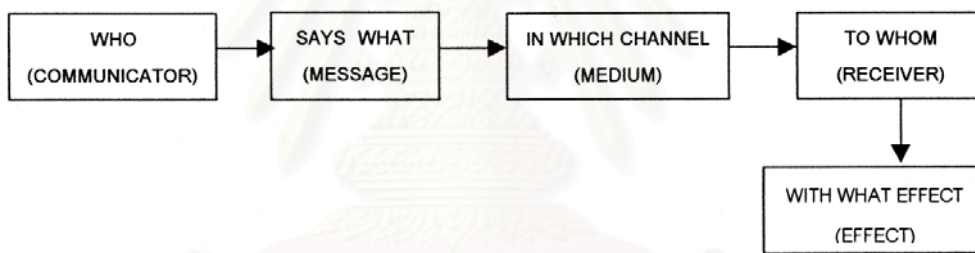
การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่ต้องกระทำร่วมกัน องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารได้แก่

1. **แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source)** เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสาร หมายถึง แหล่งกำเนิดของสาร หรือผู้ที่เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็น หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น แล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลคนหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งคนก็ได้ บทบาทของผู้ส่งสารมีอยู่ 3 ประการ คือ เลือกสรรความหมายที่จะใช้สำหรับการสื่อสาร สร้างรหัสจากความหมายให้อยู่ในรูปของสาร และส่งรหัสของสารนั้นออกไป
2. **สาร (Message)** หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่กระตุ้นความหมายให้กับผู้รับ เป็นสาระเรื่องราวที่ส่งออกไปจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสาร อาจเป็นความคิด (Idea) หรือเรื่องราวใด ๆ ที่ส่งผ่านไปตามสื่อได้ สารอาจเป็นข้อความ คำพูด รูปภาพ หรือกริยาท่าทางก็ได้
3. **ช่องทางสำหรับส่งสาร หรือสื่อ (Channel of Media)** เป็นสิ่งที่จะนำสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ในการศึกษาเกี่ยวกับ “สื่อ” โดยทั่วไปมักแบ่งสื่อออกเป็นสามประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
4. **ผู้รับสาร (Receiver)** หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทาง

ที่ส่งสารไปถึง ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลเดียวหรือหลายคน หรือกลุ่มคนก็ได้ บทบาทของผู้รับสารมีอยู่ด้วยกันสามประการ คือ รับสาร ถอดรหัสจากสารเพื่อให้ได้ความหมาย และได้ตอบต่อความหมาย บทบาททั้งสามนี้อาจทำโดยบุคคลเพียงคนเดียว

องค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งคือ “ปฏิกริยาย้อนกลับ” (Feedback) องค์ประกอบนี้ในบางครั้งอาจมี หรือไม่มีก็ได้ ขึ้นอยู่กับระบบของการสื่อสารแต่ละประเภท ปฏิกริยาย้อนกลับประกอบด้วยสาร หรือพฤติกรรมที่ผู้ได้รับสารแสดงออกเพื่อให้ผู้ส่งสารได้ทราบถึงผลของสารที่ผู้ส่งได้ส่งไปให้ผู้รับ ปฏิกริยาย้อนกลับเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร นอกจากนั้นยังเป็นสิ่งที่แสดงว่าการสื่อสารนั้นเกิดผลหรือไม่ และประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

ฮาโรลด์ ดี. ลาสส์เวลล์ (Harold D. Lasswell, 1948 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน 2540 : 46) อธิบายความหมายของการสื่อสารโดยใช้แบบจำลอง ซึ่งเป็นการศึกษาปฏิกริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้ และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสาร ไว้ดังนี้



**แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์**

- WHO คือ ผู้ที่กำหนดและควบคุมเนื้อหาข่าวสาร ในการวิจัยนี้ คือ องค์กรที่ผลิตเว็บไซต์หรือผู้ผลิตเว็บไซต์อิสระที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองของไทย
- WHAT คือ เรื่องหรือเนื้อหาสาระของเรื่องที่ถูกสื่อสารออกไป ในการวิจัยนี้ คือ ข่าวสารทางการเมืองของไทย
- CHANNEL คือ ตัวกลางของสื่อที่ข่าวสารถูกส่งผ่านไปยังผู้รับ ในการวิจัยนี้คือ การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์
- WHOM คือ ผู้รับสาร ในการวิจัยนี้ คือ ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร
- EFFECT คือ สิ่งที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการสื่อสาร ในการวิจัยนี้ คือ และการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมือง

นักวิชาการคนอื่น ๆ อีกหลายคนก็มีความคิดเห็นทำนองเดียวกันกับ ลาสเวลล์ เช่น เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo 1960, อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน 2540 : 53) เห็นว่าองค์ประกอบของการสื่อสาร คือ แหล่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ และผู้รับสาร ดังนั้น การสื่อสาร จึงหมายถึง การที่ผู้ส่งสารผ่านช่องทางอันหนึ่งไปยังผู้รับสารและก่อให้เกิดผล (Effect) อันหมายถึง การเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมนั่นเอง (Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, อ้างแล้ว)

### หน้าที่ของการสื่อสาร

ลาสเวลล์ ได้อธิบายถึงหน้าที่สำคัญของการสื่อสารไว้ 3 ประการคือ (Harold D. Lasswell, อ้างแล้ว)

1. ให้ข่าวสาร
2. ให้ความเห็น หรือการชักจูง
3. ให้ความรู้หรือการศึกษา และการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม

### หน้าที่ของการสื่อสารทางการเมือง

เสรี วงษ์มณฑา ได้รวบรวมหน้าที่ของการสื่อสารในกระบวนการทางการเมืองไว้ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2537 อ้างใน บุญจิระ พุทธิศรี 2541 : 30)

1. **สร้างทัศนคติทางการเมือง** การพูดคุย การเผยแพร่ การประชุม การอบรม การแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สามารถที่จะช่วยสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมือง และทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้

ข่าวคราวเกี่ยวกับนักการเมืองจะสร้างความรู้สึกให้แก่ประชาชนว่าเขาศรัทธา นักการเมืองเพียงใด และจะทำให้เขารู้สึกต่อไปว่าเขาควรจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการเมืองมากน้อยเพียงใด อย่างที่ฝรั่งบางคนเขียนถึงเมืองไทยว่า การเมืองไทยเป็นการเข้าร่วมของผู้ไม่รู้ แต่ผู้ไม่รู้เข้าร่วม (Uninformed Participants and Informed Non-Participants) นั่นคือ คนที่รู้อะไรดี ๆ มักจะเสื่อมศรัทธาในระบบการเมืองและไม่เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง เช่น ไม่ไปเลือกตั้ง แต่คนที่สนใจนั้นเพราะยังไม่รู้อะไรดีนัก จึงยังศรัทธาอยู่ เช่น ชาวบ้านที่ไปเลือกตั้งกันมาก เป็นต้น



**2. สร้างความสนใจในการเมือง** ในสมัยก่อนนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมือง นักเพราะไม่ค่อยได้รู้ข่าวคราวของการเมือง ไม่เคยพบเห็นนักการเมืองหรือผู้บริหาร แต่ในปัจจุบันนี้ ข่าวคราวของรัฐบาลมีให้อ่านกันประจำ นักการเมืองจะเป็นข่าวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เสียงพูดของเขามีให้ได้ยินทางวิทยุกระจายเสียง เรื่องราวของเขาจะถูกวิพากษ์วิจารณ์ทางนิตยสารอยู่เป็นประจำ เพราะฉะนั้นคนยุคนี้จะสนใจข่าวการบ้านการเมืองเพิ่มมากขึ้น

**3. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง** นอกเหนือจากการสร้างความสนใจแล้วการสื่อสารยังถูกนำมาใช้สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้อย่างมาก การเผยแพร่ประชาธิปไตย โดยสื่อบุคคลก็ดี หรือโดยสื่อสารมวลชนก็ดี ได้ทำให้ประชาชนเข้าใจดีขึ้นว่าประชาธิปไตยคืออะไร การพูดถึงกฎหมาย การออกพระราชบัญญัติต่าง ๆ ในปัจจุบันประชาชนมีความรู้ความเข้าใจยิ่งขึ้น ทุกครั้งที่มีการออกกฎหมายใหม่ มีการออกพระราชบัญญัติใหม่ที่ประชาชนต้องรับรู้และเข้าใจเพื่อปฏิบัติตนในฐานะพลเมืองดีก็มีการนำเสนอสู่ประชาชนด้วยการสื่อสาร

**4. สร้างบทบาททางการเมือง** ความสนใจที่ก่อให้เกิดความรู้และทัศนคตินั้น นำไปสู่การกำหนดบทบาททางการเมือง ประชาชนในปัจจุบันได้รู้ถึงบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นประชาชนได้ดีขึ้น การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งถือเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่บอกให้นักการเมืองรู้ว่าเราต้องการใครหรือไม่ต้องการใคร ว่าเราสนใจเลือกตั้งบุคคลหรือพรรค การได้รับข่าวสารทำให้เรารู้บทบาททางการเมือง และการแสดงบทบาททางการเมืองก็เป็นการส่งข่าวสารไปยังผู้บริหารเช่นกัน

### ข่าวสารทางการเมือง

ในแง่ของการสื่อสาร ข่าวสารมีลักษณะเป็นสาร (message) อย่างหนึ่งที่ส่งมาตามสื่อต่าง ๆ ในรูปลักษณะของสัญลักษณ์หรือสัญญาณ (Symbol or Sign) ดังนั้น ข่าวสารจึงหมายถึง “เนื้อหา” ของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm and Donald F. Roberts, 1971: 13) อธิบายว่า ข่าวสาร หมายถึง เนื้อหาอะไรก็ได้ที่จะช่วยลดความไม่แน่ใจ หรือจำนวนทางเลือกที่อาจเป็นไปได้ในสถานการณ์หนึ่ง ช่วยให้บุคคลสามารถสร้างภาพที่ชัดเจน ขยายภาพแวดล้อมที่เขาเกี่ยวข้องและช่วยกำหนดพฤติกรรมที่เขาควรจะทำในสถานการณ์นั้น ๆ

ทางด้านสตีเวน แชฟฟี (Steven Chaffee (ed.), 1975 :69) ได้ให้คำนิยามที่ชี้เฉพาะเจาะจงลงไปถึง “ข่าวสารการเมือง” โดยอาศัยแนวการวิเคราะห์ระบบของ เดวิส อีสตัน ว่า ข่าวสารการเมืองเป็นความรู้ของสมาชิกในระบบการเมืองเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวใด ๆ ในสภาวะของระบบ

จะเห็นได้ว่า วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm,1971) และ สตีเวน แชฟฟี (Steven Chaffee,1975) ต่างก็ให้ความหมายของข่าวสารทางการเมืองไว้ใกล้เคียงกัน ซึ่งชรามม์เน้นว่าข่าวสารจะทำให้เกิดความชัดเจนในอันที่จะช่วยกำหนดพฤติกรรมที่ควรทำในสถานการณ์นั้นๆ โดยที่แชฟฟี เน้นถึงความรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในระบบการเมือง จากแนวคิดทั้งสองนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของข่าวสารทางการเมืองในการวิจัยครั้งนี้ได้ว่า หมายถึง เนื้อหาที่ให้ความรู้แก่สมาชิกในระบบการเมือง เช่น การเพิ่มบทบาทสิทธิของบุคคลต่างๆ การตัดสินใจในการทำงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การออกกฎหมายของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การหาเสียงของพรรคการเมืองในระหว่างการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยลดความไม่แน่ใจ หรือให้ทางเลือกที่อาจเป็นไปได้ เพื่อช่วยให้ประชาชนมีการสร้างภาพชัดเจนและสามารถนำข่าวสารนั้นมาพิจารณาในการกำหนดพฤติกรรมของเขาได้

นักรัฐศาสตร์หลายคนจัดเอา “ ข่าวสาร ” เป็นทรัพยากรทางการเมืองอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดอำนาจหรืออิทธิพลทางการเมืองของบุคคล ข่าวสารจะช่วยลดความไม่แน่ใจและช่วยให้การตัดสินใจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ความรู้สึกไม่แน่ใจทางการเมือง ความรู้สึกว่าตนเองมีความรู้เล็กน้อยเกี่ยวกับการเมือง เป็นที่มาสำคัญของความนิ่งเฉยทางการเมือง ระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยจึงไม่สามารถจะเป็นไปได้ ถ้าประชาชนทั่วไปไม่มีความรู้ถึงความเป็นไปของการเมืองการปกครองบ้างเลย (พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2523: 21) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ อัลมอนด์และเวอร์บา(Almond and Verba, 1965 อ้างใน พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2523) ที่พบว่าความรู้สึกมีความสามารถทางการเมืองในระบบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นความรู้สึกทางการเมืองที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการปกครองแบบประชาธิปไตยนั้นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการมีข้อมูลข่าวสารที่เที่ยงตรงเกี่ยวกับประเด็นปัญหาและกระบวนการทางการเมือง รวมทั้งเกี่ยวข้องกับความสามารถในการใช้ข้อมูลข่าวสารในการวิเคราะห์ทำความเข้าใจกับปัญหาต่าง ๆ การที่บุคคลมีข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นจะทำให้บุคคลมีการประเมินคุณค่าและกำหนดข้อตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างมั่นคงยิ่งขึ้น (พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2523)

ข่าวสารทางการเมือง จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการกล่อมเกลากการเรียนรู้ทางการเมือง กล่าวคือ ข่าวสารทางการเมืองจะมีผลต่อการเรียนรู้ทางการเมืองของประชาชนโดยอ้อม การทราบข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมืองจะมีผลให้เกิดความเชื่อ ความรู้สึก ความต้องการ ทศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการกล่อมเกลากการเรียนรู้ทางการเมืองได้

## ❖ ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ ได้มีการเลือกรับรู้นั้นเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน
2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะการศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

การเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ประกอบด้วยการเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะ คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

ชาร์ลส์ เค อัทคิน (Charles K. Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันท่วงทีต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

โรเจอร์ส และ เซเวนนิ่ง (Rogers and Sevenning, 1969) ได้ขยายแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน ให้กว้างออกไปอีกโดยให้คำนิยามว่าสื่อมวลชนนั้น ครอบคลุมถึงสื่อห้าประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้งสองจึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่น ๆ

ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ คือ (พีระ จิระโสภณ อ่างโน อรพิน ศักดิ์เยี่ยม 2537 : 24)

### 1. การเลือกเปิดรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

ผู้รับสารจะเลือกสนใจเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ โดยจะสนใจเฉพาะข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และความสนใจของตน เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูลเพื่อสนองความต้องการของตน ในขณะที่จะพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อ ทศนคติ และความสนใจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสบายใจ และความพึงพอใจในการเปิดรับสาร

### 2. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation)

เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารอาจมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจตามสภาวะร่างกายและอารมณ์ของตนในขณะนั้น

### 3. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973 : 121-122) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารดังนี้

1. ประสบการณ์ ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลัง ผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาที่แตกต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสาร เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทศนคติการโน้มน้ำหนักและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร
8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ

นอกจากองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้แล้ว ยังมีปัจจัยบางประการที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนของผู้รับสารดังนี้ (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ อ่างโน อรพิน ศักดิ์เอี่ยม, 2537 : 25)

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ปัจจัยด้านนี้เกิดจากแนวคิดที่ว่า คนเรามีโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่มีความเฉพาะตัวและมีความแตกต่างกันอย่างมาก ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่ต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน และจะส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิดทัศนคติ กระบวนการเรียนรู้ การรับรู้ และความเข้าใจ
2. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ในการอยู่ร่วมกันในสังคม คนเราจะยึดติดอยู่กับกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ที่ตนสังกัดอยู่ ดังนั้นจึงตัดสินใจแสดงพฤติกรรมใด ๆ ที่สอดคล้องกับความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมอันเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม
3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้เกิดความคล้ายคลึงกันในการเปิดรับเนื้อหาของสาร รวมทั้งการตอบสนองต่อเนื้อหาของสารดังกล่าว

จากแนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสารข้างต้น อาจสรุปได้ว่าบุคคลและเลือกเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลหนึ่งในการรับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งการเปิดรับข่าวสารนั้นก็จะต้องผ่านกระบวนการเลือกรับข่าวสารในขั้นต่าง ๆ ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

การใช้งานเว็ลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) หรือ เว็บไซต์ (Web Sites) บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นการเปิดรับสื่อมวลชนชนิดหนึ่ง เนื่องจากสื่อชนิดนี้สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็วและไม่จำกัดเวลา ผู้รับสารสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังเป็นเครือข่ายที่มีข่าวสารข้อมูลประเภทต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก เพื่อให้ผู้ใช้เครือข่ายสามารถนำไปใช้ได้ตามความต้องการ ในการวิจัยครั้งนี้จึงนำแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกรับสารมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ด้วย

## ❖ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

### (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ หรือ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร โดยเน้นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อและเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อที่ผู้รับสารจะพิจารณาในแง่ที่ว่า ตนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2531 : 32)

บุคคลเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive Person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือทัศนคติไปตามผล (Effects) ที่ได้รับจากสื่อ แต่เมื่อพิจารณาในทางตรงกันข้าม บุคคลเป็นผู้กระทำ (Active person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อ เพื่อสนองตอบความพอใจส่วนตัว (พัชนี เชายจรรยาเมตตา วิวัฒน์านุกูล และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 199)

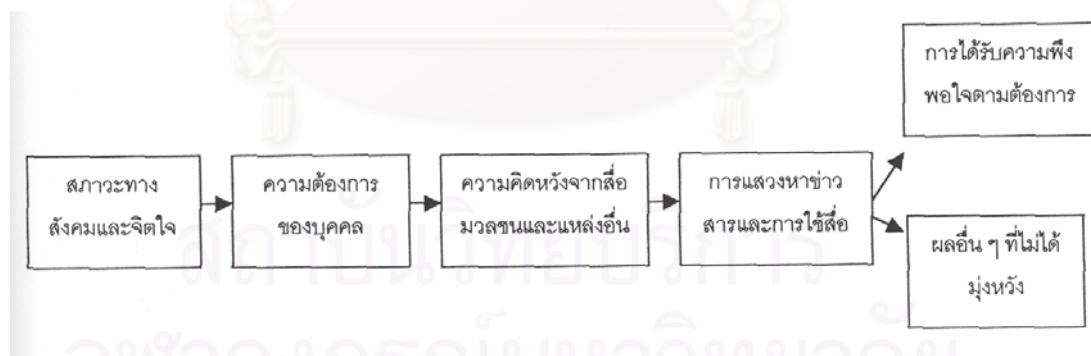
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการสื่อสาร เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการบุคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่น ๆ ต่างมีส่วนช่วยอธิบายที่มนุษย์แสวงหาหรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อไปใช้ให้เกิดประโยชน์

แคทซ์ และคณะ (Katz and Others, 1974 อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล ซึ่งเป็นลักษณะของงานวิจัยสำรวจพื้นฐาน และได้พยายามที่จะคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดการใช้สื่อและความพึงพอใจมากกว่าจะเป็นการศึกษาเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น แคทซ์ และคณะจึงได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบหลาย ๆ องค์ประกอบมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ ซึ่งได้แก่องค์ประกอบทั้ง 3 อย่าง ดังนี้

1. Mode คือ ลักษณะความต้องการ เช่น
  - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
  - 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
  - 1.3 ต้องการให้ได้มา

2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ
  - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
  - 2.2 การติดต่อเพื่อความพึงพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
  - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความเชื่อมั่น และทางสถานภาพ
  - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Reference คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ซึ่งได้แก่
  - 3.1 ตนเอง
  - 3.2 ครอบครัว
  - 3.3 เพื่อนฝูง
  - 3.4 สังคม รัฐบาล
  - 3.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
  - 3.6 โลก
  - 3.7 สิ่งภายนอกอื่น ๆที่มีความหมายน้อยลง

จากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสนองความพึงพอใจได้ โดยสามารถสร้างเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจได้ดังนี้



### แบบจำลองทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ของ แคทซ์และคณะ

แบบจำลองของแคทซ์ และคณะ สามารถอธิบายได้ว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่ต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้แมคคอมบ์สและเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979 : 51 –52 ) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการดังนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อ เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญ และควรจะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสิ่งต่าง ๆ จะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อ จะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุน การตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์

ส่วน คิปแพ็กซ์ และ เมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980 อ้างใน ศิราณี อนุศิลาชาญ, 2531 : 13 –14 ) ได้นำความคิดของแคทซ์ไปศึกษา โดยนอกจากจะเน้นในเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจแล้ว ยังได้เพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย จุดประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อ กับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษา เป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคือ อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ อายุตั้งแต่ 9 –11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะความสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคม และความต้องการของตนเอง
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์ จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะ



กลุ่มเป้าหมายเห็นว่าสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เราสนใจ เช่นเกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย โดยหนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยุ และภาพยนตร์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของ คิฟแพ็กซ์ และคณะ สามารถสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985 : 171 – 193) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) นั้นสามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientational Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้อการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)
2. Social Gratification เป็นการใช้สื่อข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น หรือใช้เพื่อการชกแจงใจ
3. Para-social Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลเกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ
4. Para-orientational Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

## ❖ แนวความคิดเรื่องการสื่อสารในสังคมยุคใหม่

ในการศึกษาและทำความเข้าใจถึงการสื่อสารในสังคมแต่ละยุคสมัยนั้น จำเป็นที่จะต้องพิจารณาบทบาท และหน้าที่ของสื่อในยุคนั้น ๆ อัลวิน ทอฟฟิเลอร์ (Alvin Toffler, 1990 อ้างใน ศุภิกา ดวงมณี 2539 : 17-18) กล่าวถึงการสื่อสารในสังคมยุคปัจจุบันหรือยุคคลื่นลูกที่สามไว้ดังต่อไปนี้

สังคมในยุคคลื่นลูกที่สามนี้ ระบบเศรษฐกิจมีความต้องการแรงงานที่มีความแตกต่าง และหลากหลายดังนั้นการสื่อสารจึงมุ่งเน้นไปที่การส่งข่าวสาร ความคิด สัญลักษณ์ หรือภาพที่มีลักษณะแตกต่างกันไปยังกลุ่มผู้รับ ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันในด้านเชื้อชาติ อายุ และอาชีพ และการใช้ชีวิต

ในยุคคลื่นลูกที่สาม สื่อทำงานอย่างสัมพันธ์ และประสานกันเป็นส่วนหนึ่งของระบบใหญ่ มีการส่งข้อมูล ภาพและสัญลักษณ์ไปมาระหว่างสื่อแต่ละชนิด ตัวอย่างเช่น รายการวิทยุที่ผู้ฟังสามารถมีส่วนร่วมโดยการโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็น เป็นต้น และข่าวสารที่ผลิตออกมาจากสื่อชนิดต่างๆ ล้วนแต่เป็นการทำงานร่วมกันของเครื่องโทรสาร คอมพิวเตอร์ ข่ายงานอิเล็กทรอนิกส์ ดาวเทียม และเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงถึงกัน

การประสานและพึ่งพากันเช่นนี้ ทำให้สื่อประเภทต่าง ๆ กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของระบบ และเกิดการ “หลอมรวมกันของสื่อชนิดต่าง ๆ” หรือ Media fusion ซึ่งระบบสื่อที่เกิดจากการหลอมรวมกันของสื่อรูปแบบต่าง ๆ นี้จะทำหน้าที่ในการแพร่กระจาย (Diffusion) ข่าวสาร ทำให้ไม่มีส่วนไหนในโลกที่ถูกตัดขาดไปจากส่วนทั้งหมด ข่าวสารสามารถข้ามพรมแดนที่มีการป้องกันอย่างเข้มแข็งได้

นอกจากนี้ ทอฟฟิเลอร์ (Alvin Toffler, 1990) ยังได้กล่าวถึงระบบสื่อสารมวลชนโลกแบบใหม่ได้ในหนังสือ “อำนาจใหม่” ว่า สื่อสารมวลชนโลกแบบใหม่นั้นต้องมีความสามารถที่จะรองรับข้อมูลสารสนเทศได้ในปริมาณมาก ทั้งยังส่งผ่านและแปรรูปได้ในอัตราความเร็วสูง สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะโครงสร้างพื้นฐานทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือโครงสร้างของระบบโทรคมนาคมและอุปกรณ์เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ 6 ประการดังต่อไปนี้ คือ

### ประการที่หนึ่ง : มีคุณสมบัติด้านการปฏิสัมพันธ์ (Interactive)

หมายถึง การที่ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับข่าวสารที่ได้รับ ตัวอย่างเช่น การสื่อสารผ่านอุปกรณ์ที่เรียกว่า Telecomputer ซึ่งเป็นเครื่องรับโทรทัศน์ที่มีคุณสมบัติด้านปฏิริยาตอบสนอง และเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วย

### ประการที่สอง : มีความสามารถเคลื่อนที่ได้ (Mobility)

ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นลักษณะเด่นของระบบสื่อแบบใหม่ ตัวอย่างเช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์ไร้สาย เครื่องโทรสารในรถยนต์ เครื่องคอมพิวเตอร์แบบกระเป๋าหิ้ว เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารจากที่ไหนก็ได้ แม้กำลังเคลื่อนที่อยู่

### ประการที่สาม : สามารถดัดแปลงเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility)

หมายถึง ความสามารถที่จะส่งผ่านข้อมูลสารสนเทศ จากสื่อหนึ่งไปยังอีกสื่อหนึ่งได้ เช่น เทคโนโลยีที่สามารถเปลี่ยนเสียงพูดเป็นตัวหนังสือ เป็นต้น

### ประการที่สี่ : สามารถเชื่อมต่อกันได้

หมายถึง ความสามารถที่จะเชื่อมต่อกันได้ระหว่างสื่อ หรือเครื่องมือสื่อสารชนิดต่าง ๆ โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านผู้ผลิต

### ประการที่ห้า : สามารถหาได้ในทุก ๆ ที่ (Ubiquity)

เนื่องจากระบบสื่อแบบใหม่ จะขยายตัวอย่างเป็นระบบไปทั่วทุกมุมโลก และแผ่ลงไปในทุก ๆ รัศมีเศรษฐกิจและสังคมทำให้ไม่ว่าใครก็ตามสามารถเป็นเจ้าของเครื่องมือเพื่อการสื่อสารได้

### ประการที่หก : มีลักษณะโลกาภิวัตน์ (Globalization)

หมายถึง ระบบสื่อที่ก่อให้เกิดลักษณะเหมือน ๆ กัน และมีผลกระทบถึงกันทั่วทั้งโลก เช่น การรับชมการถ่ายทอดสดรายการกีฬาพร้อมกันทั่วโลก เป็นต้น

จากที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่า สิ่งหนึ่งที่ทำให้การสื่อสารในแต่ละยุคสมัยดำเนินไปได้ด้วยดี คือ เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ที่นำมาใช้ ไอเธล เดอ โซลา พูล (Ithiel de Sola Pool, 1982) ได้กล่าวถึงวิวัฒนาการของการสื่อสารไว้ในหนังสือชื่อ "The Coming Information Age" ว่า การปฏิวัติด้านการสื่อสารได้เกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อกลางศตวรรษที่ 19 โดยมีการนำสัญญาณทาง

อิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในการติดต่อสื่อสารแทนการพูด การเขียน และการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์แบบดั้งเดิม ซึ่งเริ่มจากการใช้โทรเลข ตามด้วยโทรศัพท์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์

ต่อมาในกลางศตวรรษที่ 20 ได้เกิดการปฏิวัติด้านการสื่อสารอีกครั้งด้วยการเกิดขึ้นของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า คอมพิวเตอร์ ซึ่งมีความสามารถในด้านการส่ง และรับข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำด้วยวิธีการที่เรียกว่า “คอมพิวเตอร์คุยกัน” (Computer talk to each other) อันเป็นพื้นฐานรูปแบบของการสื่อสารในยุคปัจจุบัน และด้วยการผสมผสานของพัฒนาการเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ กับเทคโนโลยีด้านการสื่อสารด้านโทรคมนาคม ทำให้เกิดการรวมตัวของเทคโนโลยีการสื่อสารจนถึงจุดหนึ่งที่ยากจะแยกออกจากกันได้ระหว่างคอมพิวเตอร์กับเครื่องมือสื่อสาร ซึ่ง Anthony Oettinger นักวิจัยแห่งมหาวิทยาลัย Harvard เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า “Communications ” ซึ่งเป็นการรวมสร้างคำใหม่จากคำว่า Computer และคำว่า Communications เพื่ออธิบายถึงความเป็นจริงที่จะเกิดขึ้นในสังคมยุคสารสนเทศ ไม่ว่าจะในด้านของการเมือง เศรษฐกิจหรือสังคม

นอกจากนี้ เซิร์ฟ(Cerf,1995) ได้ให้ความเห็นว่า ระบบเครือข่ายสื่อสารคอมพิวเตอร์ (Computer Networking) จะเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของโลก (Global Infrastructure) ในศตวรรษที่ 21 นี้ ซึ่งเซิร์ฟหมายถึงระบบอินเทอร์เน็ตนั่นเอง

การนำคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร หรือที่เรียกว่า **Computer Mediated Communication** หรือเรียกโดยย่อว่า **CMC** นั้น เกิดขึ้นในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังจากการเกิดขึ้นของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไม่นานนัก ปรากฏการณ์ของการนำคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นสื่อกลางเพื่อการสื่อสารสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ (Hiltz, 1978) คือ ใช้เพื่อการแทนที่ (Substitution) ใช้เพื่อการเสริม (Add-on) และใช้เพื่อในการแผ่ขยาย (Expansion)

ปรากฏการณ์ของการแทนที่ (Substitution) นั้นจะเกิดขึ้นเมื่อ CMC ถูกนำมาใช้ในขณะที่ยังคงใช้วิธีการสื่อสารแบบเดิมก็ยังคงอยู่ เช่น การอ่านผังรายการโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตก่อนที่จะเปิดดูรายการโทรทัศน์ที่ต้องการ เป็นต้น ปรากฏการณ์ของการแผ่ขยาย (Expansion) คือการใช้ CMC เพื่อการสื่อสารที่แตกต่างไปจากกระบวนการสื่อสารแบบเดิม เช่น อ่านหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตจะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการบริโภคสื่อหนังสือพิมพ์ แม้ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกันก็ตาม

หัวหน้าผู้สื่อข่าวประจำ CMC Magazine ให้ความเห็นว่า ในขณะที่โลกกำลังดำเนินไปสู่การสิ้นสุดของศตวรรษที่ 20 เพื่อเริ่มต้นศตวรรษต่อไปนั้น 2 พลังอำนาจอันสำคัญในยุคนี้ได้รวมตัวกันผลักดันให้รูปแบบการสื่อสารมวลชนเปลี่ยนรูปแบบไปอย่างสิ้นเชิง พลังอย่างแรกคือการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดการวิเคราะห์ และรวบรวมข้อมูลข่าวสาร พลังอย่างที่สองคือ การ

พัฒนาอย่างมากของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่ทำให้อุปสรรคด้านเวลาและสถานที่หมดไป (Chris Lapham, 1995) ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสื่อสารมวลชนที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือการปราศจากข้อจำกัดในด้านการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับสารที่ได้รับ

ประเด็นหลักในการพัฒนาเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์นั้น มุ่งเน้นที่การเพิ่มประสิทธิภาพในด้านเทคนิคการสื่อสารอันจะทำให้ผู้ใช้งานบนระบบเครือข่าย มีความสามารถที่จะติดต่อสื่อสารกันได้ด้วยประสิทธิผลที่สูงที่สุด จึงมีแนวคิดของการผสมผสานของสื่อหลาย ๆ ประเภทเข้าด้วยกัน หรือที่เรียกว่า ระบบหลายสื่อ (Multimedia) โดยสื่อที่นั่นอาจจะเป็นตัวอักษร รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพจากวิดีโอก็ได้ นอกจากนี้ สื่อต่างประเภทกัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ได้ถูกนำมารวมกันในรูปของสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ และนำเสนอผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ (Meggie Lee & Somei Chi, 1995 อ้างใน ศุภิกา ดวงมณี, 2539 : 20)

สำหรับระบบหลายสื่อ หรือ Multimedia นั้นหมายถึง การผสมผสานกันของสื่อหลาย ๆ ประเภท และนำมาสร้างเป็นผลงานใหม่ขึ้นมา โดยที่สื่อแต่ละประเภทนั้นยังคงรักษาสภาพการสร้างสรรค์ในแบบของตัวเอง นอกจากนี้ Multimedia ยังเป็นรูปแบบใหม่ของการสื่อสาร ที่พยายามรวบรวมความหมายที่มาจากผู้ส่งสารจากแหล่งต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นความหมายของนักเขียน นักออกแบบ ผู้อำนวยการสร้าง และคนอื่น ๆ เพื่อที่จะนำความหมายเหล่านั้นมาผสมผสานกัน และสร้างความหมายที่แปลกใหม่ขึ้นมาโดยเน้นให้ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อสารนั้น ซึ่งรูปแบบของการสื่อสารแบบนี้จะชักจูงให้ผู้รับสารต้องการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนั้น ๆ ด้วย (Donovan, 1995) คุณสมบัติของการสื่อสารแบบนี้เราสามารถเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า Interactive Multimedia ซึ่งจะเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเรียน การสอน การตลาด การบริการ หรือการบริโภคข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิง (GWU,1996)

### ❖ ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication)

ราฟาเอลลี (Refaeli's 1989 อ้างใน กรชนา กฤษณวิภาคพร, 2541 : 14) กล่าวถึงทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารว่า "ปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารนั้นเป็นการแสดงออกของส่วนขยายของกระบวนการแลกเปลี่ยนการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารย้อนกลับในครั้งต่อๆ ไป จะเกี่ยวพันกับความเข้มในการสื่อสารซึ่งอาจเกิดขึ้นก่อนหน้านี้ ย้อนลงไปจนถึงการสื่อสารในครั้งแรก " ลักษณะของกระบวนการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์นี้มาจากการสื่อสารระหว่างบุคคล และมักเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ( Face to Face Communication) โดยไม่ผ่านตัวกลาง แต่ปัจจุบัน

เทคโนโลยีการสื่อสารได้ถูกพัฒนาขึ้นจนทำให้รูปแบบของการมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างบุคคลต้องเปลี่ยนไป โดยที่ผู้สื่อสารสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ ได้ เช่น โทรศัพท์และระบบคอมพิวเตอร์เครือข่าย จนทำให้เกิดการพัฒนากระบวนการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ให้เป็นสื่อที่สามารถสร้างกระบวนการปฏิสัมพันธ์ได้

ชตอยเออร์ (Steuer, 1992 อ้างใน กรชนา กฤษณวิภาคพร, 2541 : 15) กล่าวว่ากระบวนการปฏิสัมพันธ์ คือ ขอบเขตซึ่งผู้สื่อสารสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการปรับเปลี่ยนแก้ไข รูปแบบและเนื้อหาในบรรยากาศสื่อสารผ่านตัวกลาง ณ เวลานั้น ชตอยเออร์ให้คำนิยามการสื่อสารในลักษณะนี้ว่า Telepresence View of Mediated Communication ซึ่ง Telepresence คือ “การรับรู้ในตัวกลางของบรรยากาศการสื่อสาร” คำอธิบายตามทฤษฎีนี้ คือ กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยที่ผู้ร่วมสื่อสารไม่ได้มีการสื่อสารแบบเผชิญหน้าซึ่งกันและกันหากแต่เป็นการสื่อสารต่างสถานที่ เป็นการสื่อสารผ่านตัวกลางซึ่งผู้ร่วมสื่อสารสามารถรับรู้ในกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารที่เกิดขึ้นในการสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างกันได้โดยผ่านตัวกลาง ณ ที่นี้ คือ “การสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์”

เคอร์และฮิลท์ซ์ (Kerr และ Hiltz, 1982) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ได้แก่

- 1.1 ปัจจัยสำคัญในกระบวนการสื่อสารผ่านด้านคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ซอฟแวร์ที่นำมาใช้ในการควบคุมระบบการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งซอฟต์แวร์นำมาใช้ต้องสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ เช่น ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล การประมวลผลและความสามารถในการโต้ตอบนอกจากนั้น ได้กำหนดให้คุณสมบัติในการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้านการแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ (Feed back) ในรูปของข้อความ Text Base Communication) เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน
- 1.2 ผลกระทบที่เกิดจากการใช้คอมพิวเตอร์ในระบบการสื่อสารต่อพฤติกรรมของบุคคลเป็นการเข้าไปเกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตการทำงานและการตัดสินใจ การเพิ่มโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินชีวิต เช่น การมีเวลาว่างมากขึ้นหรือมีทางเลือกและเวลาในการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น เพลิดเพลินกับการทำงานมากขึ้น ประหยัดเวลาในการเดินทาง เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็อาจก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านของกิจกรรมยามว่าง เปลี่ยนแปลงวิธีการจัดข้อมูลจากเดิมที่เป็นเอกสารจำนวนมาก

กระบวนการในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication : CMC) ผู้ส่งสารจะทำการเข้ารหัสสาร (Encoding) ในรูปของข้อความ (Text) ส่งผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไป ยังคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร ซึ่งในยุคแรกเริ่มการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์จะเป็นการสื่อสารกันด้วยข้อความ(Text) โดยปราศจากภาพ เสียงหรือภาพเคลื่อนไหวอย่างในปัจจุบัน จากจุดนี้เมื่อ เวิลด์ไวด์เว็บ(World Wide Web)ได้ถูกคิดค้นขึ้นทำให้สามารถใช้คอมพิวเตอร์เครือข่ายในการสื่อสารได้ทั้งข้อความ ภาพ เสียง แม้แต่ภาพเคลื่อนไหวและพัฒนาไปสู่ความเป็นปฏิสัมพันธ์ โดยการนำกระบวนการสื่อสารในลักษณะโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

อินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นช่องทางสำหรับสารที่ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ขึ้น รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ ลักษณะนี้เรียกว่า Machine Interactivity ในกรณีนี้ ตัวสื่อจะเป็นเพียงท่อส่งสาร (Conduit) ที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร คุณลักษณะของสื่อประเภทนี้เป็นสื่อที่ถูกจำกัดรูปแบบในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารทางคอมพิวเตอร์จะขาดอวัจนภาษาไม่สามารถมองเห็นสีหน้า หรือได้ยินน้ำเสียงของผู้ร่วมสื่อสาร

อินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายข้อมูลข่าวสารระดับโลก ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถท่องไปในโลกของข้อมูลข่าวสารจากแหล่งหนึ่งและสามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งอื่น ๆ ได้อย่างไม่จำกัดแหล่งข้อมูล ซึ่งเป็นข้อแตกต่างจากสื่อประเภทต่าง ๆ อีกประการหนึ่งนอกเหนือจากความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์

ในปัจจุบัน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตจัดได้ว่าเป็นทั้งเครื่องมือในการสื่อสาร และเป็นทั้งอุปกรณ์ในการจัดเก็บข้อมูลในตัว ข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตไม่เป็นการนำเสนออย่างตรงไปตรงมา (Nonlinear Text) อย่างรูปแบบการนำเสนอของนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งเรามักจะอ่านจากบนลงล่าง จากหน้าแรกไปหน้าสุดท้าย แต่อินเทอร์เน็ตสามารถค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ในเอกสารที่เกี่ยวข้องได้โดยไม่จำกัดรูปแบบ ข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตที่เป็น Multimedia จะช่วยสร้างบรรยากาศในการรวมตัวกันขององค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ เสียงจากวิทยุ ภาพจากโทรทัศน์ ข้อความจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ ภาพจากคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเลือกเดินทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่นๆ (Link) ตามความปรารถนา หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (Search)ตามความสนใจ แต่ในขณะเดียวกันการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตก็มีข้อจำกัดปัญหาอุปสรรค(Noise)คือข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่มากมายในอินเทอร์เน็ตขาดผู้กรองสาร ทำให้ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารไม่สามารถเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนต้องการอย่างแท้จริงได้ นอกจากนั้น ความคับคั่งของข้อมูลข่าวสารเป็นเหตุให้สื่อได้รับความสนใจน้อยลง จนทำให้มีการกำหนดประสิทธิภาพความสนใจท่ามกลางแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มากเกินไปจนความจำเป็น

ฮอฟฟ์แมนและโนวาก(Donna L. Hoffman and Thomas P. Novak,1995) ให้คำจำกัดความของ ไฮเปอร์มีเดีย (Hypermedia) ว่าเป็นเครือข่ายแห่งการกระจายข่าวสารที่มีพลวัตในตัวเอง มีศักยภาพเป็นสื่อที่ครอบคลุมทั่วโลกพร้อมๆ กับเป็นการประสานศักยภาพระหว่างซอฟต์แวร์(Software) และฮาร์ดแวร์(Hardware) เพื่อการเข้าไปสู่ระบบเครือข่ายซึ่งทำให้ผู้ใช้และหน่วยงานต่าง ๆ สามารถเตรียมข้อมูลข่าวสารแบบไฮเปอร์มีเดียที่เปิดรับและสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ และสามารถสื่อสารผ่านสื่อ เช่น การมีปฏิสัมพันธ์ของบุคคล เป็นต้น

ความสัมพันธ์จากการสื่อสารในเบื้องต้นไม่ได้เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งและผู้รับสารแต่เกิดขึ้นจากสภาพบรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลาง (Computer Mediated Environment) ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ ผู้รับสารอาจกลายเป็นผู้ส่งสารได้อันเนื่องมาจากปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ในมุมมองนี้ข้อมูลข่าวสารไม่ได้เป็นการส่งผ่านจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเท่านั้น แต่เป็นการส่งผ่านตัวกลางในการสื่อสารซึ่งเป็นตัวทำให้เกิดกระบวนการในการสื่อสารที่แท้จริง เมื่อเกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นในการสื่อสารผ่านตัวกลาง ผู้สื่อสารจะรับรู้บรรยากาศสื่อสารสองแบบคือ บรรยากาศทางกายภาพที่ผู้สื่อสารนำเสนอออกไปและบรรยากาศในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ (User) สามารถที่จะควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปิดรับหรือเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่เห็นว่าไม่น่าสนใจได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ บรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ด้วยตนเองและกระบวนการเรียกและค้นหาข้อมูลข่าวสารแบบ Non - Linear ทำให้ไม่มีขีดจำกัดในการเลือกเปิดรับข่าวสาร รวมทั้งสามารถควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปิดรับได้มากกว่าสิ่งอื่น ๆ ในปัจจุบัน ผู้รับสารจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารตามความพอใจของตน (Information on Demand) เมื่อผู้รับสารมีความสนใจเป็นพิเศษต่อข้อมูลข่าวสารก็จะมีปฏิสัมพันธ์(Interact) เพื่อติดต่อกับผู้ส่งสารเพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็นโดยการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Mail) ได้อีกด้วย

ฮอฟฟ์แมนและโนวาก (Donna L. Hoffman and Thomas P. Novak,1995) พบว่าอินเทอร์เน็ตมีคุณลักษณะของการสื่อสารแบบการแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ (Information Pull) ซึ่งต่างจากสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่เป็นการสื่อสารแบบผลักดันข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชน (Information Push) ซึ่งทำให้การบริโภคข้อมูลข่าวสารของสื่อทั้ง 2 ประเภทมีความแตกต่างกัน เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ใช้มากกว่าจะเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ส่งสาร การควบคุมกระบวนการสื่อสารที่เปลี่ยนจากผู้ส่งสารไปเป็นผู้รับสารนั้นมีแนวโน้มที่สื่อจะแยกย่อยมากขึ้น (Fragmentation) มีความหมายหลากหลาย (Diversity) และมีลักษณะแตกต่างกันมากขึ้น (Heterogenization)



## กระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต

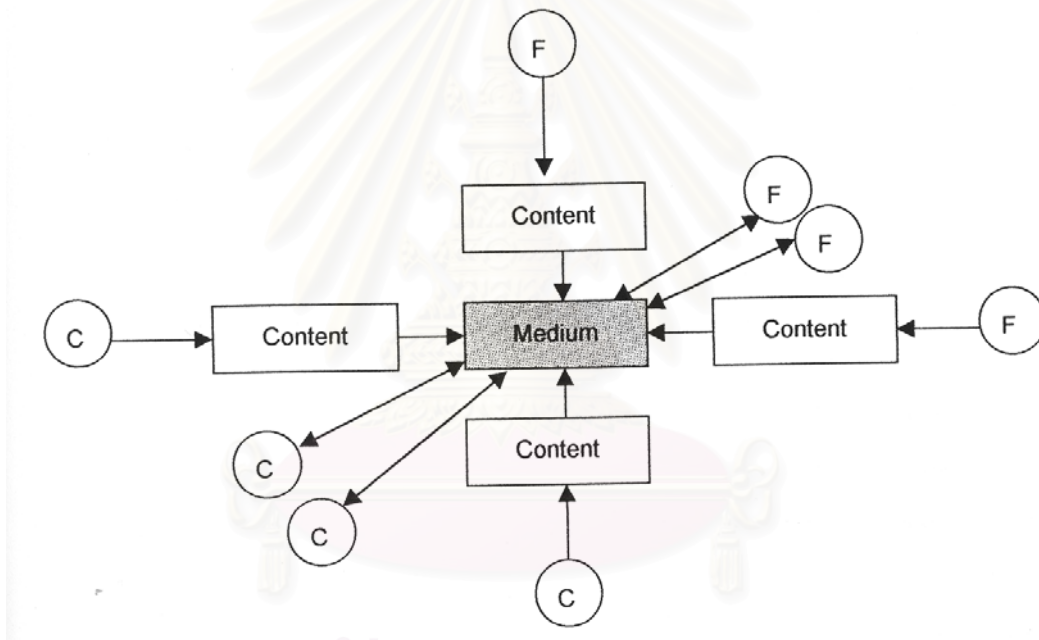
ฮอฟฟ์แมน (Donna L. Hoffman, Thomas P. Novak and Patrali Chatterjee, 1995) ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่อง “Commercial Scenarios for the Web : Opportunitues and Challenges” ว่า โดยธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถกล่าวได้ว่าเป็นสื่อที่มีลักษณะหลายโฉมหน้า(Multifaced) เนื่องจากมีความผสมผสานกันระหว่างการเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล(Interpersonal) และการเป็นช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

รูปแบบของการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้น มีด้วยกันหลายระดับ ตั้งแต่กว้างที่สุด เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะของเว็บเพจ (Web Pages) โดยองค์กรข่าวระดับโลก เช่น CNN ไปจนถึงการสื่อสารระดับบุคคล เช่น การสนทนาในกลุ่มข่าว Usenet (Usenet News) ในประเด็นที่มีความสนใจร่วมกัน รวมทั้งการสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างกลุ่มเพื่อนฝูง ซึ่งกระบวนการสื่อสารบนระบบอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถจำแนกได้เป็น 4 แบบด้วยกันคือ (Morris, 1996 อ้างใน ศุภิกา ดวงมณี 2539 : 21-23)

1. การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลไม่พร้อมกัน (One - to - one - Asynchronous Communication) ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail)
2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (Many-to-many Asynchronous Communication) ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่ Usenet, Electronic Bulletin Boards และ List Serve ซึ่งผู้รับสารต้องลงชื่อก่อนที่จะเข้าสู่ในระบบ
3. การสื่อสารแบบพร้อมกัน (Synchronous Communication) ทั้งในแบบ One-to-one ไปจนถึง One-to-many โดยสามารถคุยกันได้หลายหัวข้อที่ต้องการ ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่ Internet Relay Chat
4. การสื่อสารแบบไม่พร้อมกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร (Asynchronous Communication) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วมีลักษณะที่ผู้รับสารต้องการที่จะค้นหา Site เพื่อที่จะเข้าไปดูข้อมูลข่าวสารซึ่งอาจจะเป็นการสื่อสารแบบ Many - to- one , One-to-one หรือ One-to-many ตัวอย่างการสื่อสารแบบนี้ ได้แก่ Web site, Gopher และ FTP sites

เนื่องจากมีลักษณะของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ในการสื่อสารบนระบบนี้ ผู้ส่งสารสามารถที่จะกลับกลายมาเป็นผู้รับสารได้ ในขณะเดียวกันผู้รับสารก็สามารถที่จะเป็นผู้ส่งสารได้เช่นกัน

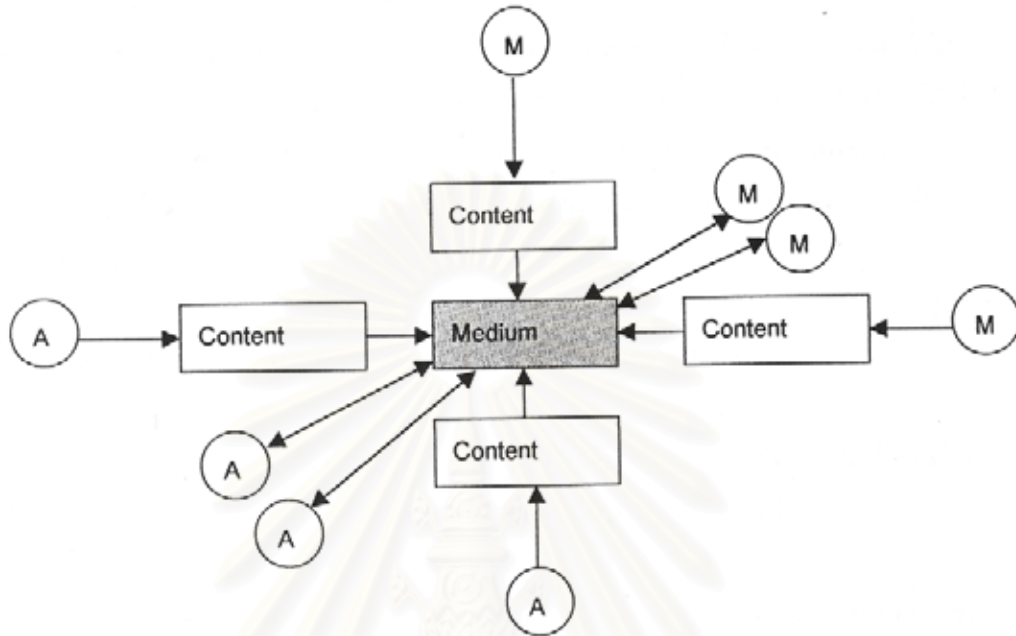
จากลักษณะการสื่อสารที่ครอบคลุมหลายรูปแบบ และหลายบทบาทเช่นนี้ กระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตจึงไม่สามารถที่จะอธิบายได้ด้วยแบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบดั้งเดิมได้ อย่างไรก็ตาม ฮอฟฟ์แมนและคณะ (Donna L. Hoffman, Thomas P. Novak and Patrali Chatterjee, 1995) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อเรื่อง Commercial Scenarios for the Web : Opportunities and Challenges โดยพิจารณา World Wide Web ในฐานะของสื่อมวลชน และได้นำเสนอแบบจำลองเพื่อการศึกษาในเรื่องดังกล่าว ดังนี้



**แบบจำลองแสดงการสื่อสารตลาดแบบใหม่บน World Wide Web**  
(New Model of Marketing Communication for the Web)

จากแผนภาพ แสดงให้เห็นลักษณะของการสื่อสารแบบ Many-to-many บน World Wide Web โดยที่เนื้อหา Content นั้นคือข้อมูลข่าวสารที่ถูกสร้างขึ้น ซึ่งสร้างโดยองค์กร (F = Firm) หรืออาจจะสร้างขึ้นโดยผู้บริโภค (C = Consumer) และส่งผ่านไปยังตัวสื่อ (Medium) ซึ่งหมายถึง World Wide Web

แบบจำลองดังกล่าวสามารถนำมาดัดแปลงเพื่อใช้อธิบายเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนบน  
 เวิลด์ ไรด์ เว็บ ได้ดังนี้



**แบบจำลองแสดงการสื่อสารมวลชนบน World Wide Web**  
*(New Model of Mass Communication for the Web)*

จากแผนภาพ ตัวเนื้อหา (Content) คือ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกสร้างขึ้นโดยสื่อมวลชน M  
 นั่นคือเว็บไซต์ของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ หรือเนื้อหานั้นอาจจะถูกสร้างขึ้นโดยผู้รับสาร  
 (Audience) ก็ได้ โดยทั้งสื่อมวลชน และผู้รับสารจะทำการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสร้างขึ้น  
 ไปยังตัวสื่อ (Medium) ซึ่งในที่นี้คือ เวิลด์ ไรด์ เว็บ

จากแบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้กับตัวสื่อในที่นี้คือ  
 World Wide Web โดยตรง ตัวอย่างเช่น การที่ผู้รับสาร (A) เข้ามาสืบค้นข้อมูลใน Web Pages  
 (Medium) ที่ตนเองสนใจ หรือ ใช้สร้างเนื้อหา (Content) โดยการเขียนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์  
 ส่งไปยังผู้สร้าง Web Pages นั้นอีกทีหนึ่ง ซึ่งประการหลังนั้น ได้กลายเป็นการใช้สื่อสารระหว่าง  
 บุคคล (Hoffman, 1995)

สำหรับสื่อมวลชนก็มีลักษณะการใช้งานในรูปแบบเดียวกันนั่นคือสามารถใช้อินเทอร์เน็ต  
 เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตนในลักษณะการสื่อสารมวลชน โดยการใช้ปฏิสัมพันธ์กับ

ตัวสื่อในรูปของการสร้างเว็บเพจ หรือจะใช้เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลได้เมื่อต้องตอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้รับสารที่เข้าสู่ระบบมาสอบถาม

สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาของกระบวนการสื่อสารแบบนี้คือ ความสัมพันธ์กับตัวสื่อ ซึ่งจากแบบจำลองจะเห็นว่า ความสัมพันธ์ในการสื่อสารเบื้องต้นนั้น ไม่ใช่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร แต่เป็นความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมในสื่อ (Mediated Environment) หากผู้รับสารไม่ได้มีลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้อง ข้อมูลข่าวสารนั้นแทบจะไม่ได้รับการถ่ายทอดจากผู้ส่งไปยังผู้รับเลย แต่จะเป็นไปในลักษณะของการสื่อสารกับสิ่งแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นมามากกว่า (Steuer, 1992)

### ❖ ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility)

ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสารมาจากการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจโดยใช้ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารมาเป็นตัวแปร

โรนัลด์ แอล แอปพลัม (Ronald L. Applum, 1993 : 123-124) ให้ความหมายเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสารไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารหมายถึง คุณลักษณะหรือบุคลิกลักษณะของผู้ส่งสารหรือแหล่งสารที่ทำให้ข่าวสารเป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับของผู้รับสาร

เจมส์ ซี แมคครอสกี และโทมัส เอ เจนสัน (James C. McCrosky and Thomas A. Jenson, 1975 : 169) เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร หมายถึง การรับรู้ของผู้รับสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งสารนั้น ๆ

การศึกษาของวิลเลียม เจ แมคไกวอร์ (William J. McGuire, 1973 อ้างใน อรพิน จิรวัดมนตรี 2541: 27) ชี้ให้เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเกิดจากการที่ผู้รับสารยอมรับในเนื้อหา ซึ่งถูกต้องสอดคล้องกับเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้น ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจึงอยู่ที่การยอมรับของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารว่า ได้รู้ในสิ่งที่ถูกต้อง ได้รับการโน้มน้าวในสิ่งที่ถูกต้อง กล่าวอย่างสั้นคือ ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารขึ้นอยู่กับที่ยอมรับในความชำนาญ (Expertise) และสิ่งที่ประจักษ์ (Objectivity)

ออตโต เลอบิงเจอร์ (Otto Lerbinger, 1972 : 4) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเป็นสิ่งสำคัญยิ่งถ้า ผู้ส่งสารยืนอยู่ข้างเหตุการณ์ที่เป็นจริงและยืนยันข้างผู้รับสาร โดยที่ความ

น่าเชื่อถือขึ้นอยู่กับพื้นฐานสองอย่างคือ ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ซึ่งดูจากความซื่อสัตย์ การไม่มุ่งเพียงเพื่อชกแจงใจ โน้มน้าวใจ และพื้นฐานความน่าเชื่อถือ อีกทางหนึ่งคือ ความเชี่ยวชาญสามารถ (Expertise) ซึ่งดูได้จากความมีทักษะความรู้และเทคนิค แต่โดยทั่วไปแล้ว ความเชี่ยวชาญสามารถมักได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่าความไว้วางใจ

เบอริลและคณะ (David K. Berlo, James B. Lemert and Robert J. Mertz, 1970 : 563-576) ศึกษาการประเมินของผู้รับสารเกี่ยวกับความเชื่อถือได้ของแหล่งสารในสถานการณ์หนึ่ง พบว่ามีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการยอมรับนับถือในแหล่งสารดังนี้

1. ปัจจัยในเรื่องของความปลอดภัย (Safety Factor) ยุติธรรม ตรงกับความเป็นจริง
2. ปัจจัยในเรื่องของคุณสมบัติ (Qualification Factor) มีประสบการณ์ มีอำนาจหน้าที่โดยตรง มีความรู้
3. ปัจจัยในเรื่องความคล่องแคล่วว่องไว (Dynamism Factor) กระตือรือร้น รวดเร็ว

มัวร์ซีเออร์และอาห์ลเกรน (Moisier and Ahlgren 1981:158-160) ศึกษาองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ 3 องค์ประกอบ คือ ความชัดเจนและเข้าใจง่าย ความถูกต้องหรือมีการสนับสนุนด้วยข้อมูล และความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล

ศุภวรรณ สัจจพงศ์ (2539) ศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ และพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร ระบุตัวแปรจากปัจจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือตามแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

1. องค์ประกอบเรื่องความรู้ความสามารถ (Competence or Expertness)
  - 1.1 ความสามารถในการเสนอข่าวสารได้รวดเร็วกว่าสื่ออื่น
  - 1.2 ความสามารถของทีมงานในเรื่องความรู้ และประสบการณ์
  - 1.3 ความสามารถในการรายงานข่าวหรือเหตุการณ์ได้ละเอียดเจาะลึก
2. องค์ประกอบเรื่องความไว้วางใจ (Trustworthiness or Safety factor)
  - 2.1 ให้ข่าวสารเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวม
  - 2.2 มีความเป็นกลางในการนำเสนอข่าว
  - 2.3 มีความปลอดภัยในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ได้ฟังไปพูดคุยหรือเล่าต่อ
  - 2.4 เสนอข่าวตรงตามข้อเท็จจริง
  - 2.5 ภาษาที่ใช้ในข่าวทำให้เข้าใจง่ายหรือยาก
  - 2.6 ข้อมูลข่าวสารถูกต้อง น่าเชื่อถือ

3. องค์ประกอบในเรื่องความคล่องแคล่วว่องไวในการทำงาน (Dynamism)
  - 3.1 มีความน่าสนใจในรูปแบบการนำเสนอ
  - 3.2 มีความรวดเร็วว่องไวในการนำเสนอข่าวสารหรือเหตุการณ์
  - 3.3 มีความกล้าหาญในการนำเสนอข่าวเพื่อผดุงความยุติธรรมโดยไม่เกรงกลัวอิทธิพลใด ๆ

ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาความน่าเชื่อถือของแหล่งสืบค้นบนอินเทอร์เน็ตจากองค์ประกอบ

## 2 ประการ ได้แก่

1. องค์ประกอบในเรื่องความรู้ความสามารถ ได้แก่ ความรู้และประสบการณ์ของผู้พัฒนาหรือผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์ ข้อมูลทันสมัยทันเหตุการณ์ และรายละเอียดของข้อมูลครบถ้วน ครอบคลุมทุกแง่มุม
2. องค์ประกอบในเรื่องความไว้วางใจ ได้แก่ ข้อมูลถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง ภาษาที่ใช้ชัดเจน เข้าใจง่าย แหล่งที่มาของข้อมูลน่าเชื่อถือ แหล่งที่มาของข้อมูลไว้วางใจได้ ข้อมูลเป็นกลางและยุติธรรม

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยในประเทศ

**ชนิดา พลศรี (2529)** ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พบว่า ในด้านความคาดหวังประโยชน์โดยเรียงลำดับตามความสำคัญ คือ ต้องการมีความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้น ต้องการเป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล ต้องการดูความแปลกใหม่และสิ่งน่าตื่นเต้น และต้องการได้รับความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เยาวชนส่วนใหญ่ได้รับความพึงพอใจจากการจัดนิทรรศการดังกล่าว โดยมีความเห็นว่าทำให้มีความรู้กว้างขวางขึ้น ได้ดูสิ่งแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจ เข้าใจวิชาที่เรียนในห้องเรียนได้ดีขึ้น ทำให้เป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผลและได้รับความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

**อรรธรณ วิจักขณะ (2534)** ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความสนใจและความชื่นชอบต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ

พบว่า นิสิตนักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์เพราะต้องการทราบข่าวสารและเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวันบางส่วน ส่วนการชมรายการโทรทัศน์จะเป็นไปเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเพื่อติดตามรายการที่ตนชื่นชอบ นอกจากนี้ พบว่า หากนิสิตนักศึกษามีความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภท หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ก็จะมีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนเหล่านั้นมาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนฝูงอยู่เสมอ และสื่อมวลชนเหล่านี้ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความคิดเห็น และพฤติกรรมในระดับพอสมควร

**ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539)** ศึกษาเรื่อง ทศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง” ของผู้ชม พบว่า ลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชมรายการ แต่สามารถกำหนดทิศทางการความพึงพอใจได้ โดยตัวแปรการศึกษาและรายได้เท่ากันที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการ ส่วนพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบ เนื้อหา และระยะเวลาในการออกอากาศ

**องอาจ ฤทธิทองพิทักษ์ (2539)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้การสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บที่มหาวิทยาลัย โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บได้แก่ เพศ อายุ การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว คุณลักษณะของระบบเว็ลด์ไวด์เว็บในเรื่องของความได้เปรียบเชิงเทียบ ความซับซ้อนของกรใช้งาน และความเข้ากันได้ นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของระบบเว็ลด์ไวด์เว็บและประเภทเนื้อหาที่เปิดรับผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ และนักศึกษาใช้ประโยชน์จากระบบเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อการพัฒนาตนเองด้านวิชาการ และทักษะการใช้งานเว็ลด์ไวด์เว็บ นอกจากนี้ยังใช้งานระบบเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อตอบสนองความต้องการด้านข่าวสาร และการพักผ่อนหย่อนใจ

**ปิยนุช เกตตะโกมล (2540)** ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรขนาดใหญ่ พบว่า พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรขนาดใหญ่ไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในองค์กรนั้น

**อรพิน จิรวัดมนศิริ** (2541) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน คือ ปัจจัยทางด้านลักษณะของประชากร ได้แก่ อายุ และอาชีพ ส่วนเพศและรายได้ไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์แต่อย่างใด นอกจากนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ด้านอื่น ๆ มากกว่าเพื่อการศึกษา และให้ความเชื่อถือสื่ออินเทอร์เน็ตค่อนข้างมากในแง่ของความรู้ความสามารถและความคล่องตัวในการสืบค้นข้อมูล แต่ให้ความเชื่อถือในแง่ขององค์ประกอบความไว้วางใจต่ำ

**หรรษา วงศ์ธรรมกุล** (2541) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วไปในระดับไม่สูง แต่มีความพึงพอใจจากการใช้ในระดับสูง โดยนักศึกษาที่มีการใช้ประโยชน์มากก็จะมี ความพึงพอใจมากกว่านักศึกษาที่มีการใช้ประโยชน์จากระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตน้อย นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษาในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มีความถี่ในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตน้อยกว่านักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์

**นิชดา เตรียมชัยศรี** (2541) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะทางประชากรต่างกั นมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ได้รับจากระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

**พรรณพิลาส วีระสุโข** (2541) ศึกษาเรื่องความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมือง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของประชาชนที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการเมือง กล่าวคือ ผู้ที่เปิดรับข่าวสารการเมืองจากโทรทัศน์มากก็นำข่าวสารการเมืองไปใช้ประโยชน์มากด้วย โดยมีความถี่ในการรับชมบ่อยแต่ไม่ทุกวัน และมีระยะเวลาในการรับชม 31-60 นาที มักรับชมในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. การใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองส่วนใหญ่



เป็นไปเพื่อการส่งเสริมให้ติดตามความเคลื่อนไหวและปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเพื่อการปรับตัวเข้ากับภาวะเศรษฐกิจระหว่างปี พ.ศ. 2540-2541

### งานวิจัยต่างประเทศ

**ลินดา เคลบ เทรวิน และเจน เวบสเตอร์** (Linda Klebe Trevino and Jane Webster, 1992 : 539-573) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการประเมินคุณค่าของการใช้การสื่อสารผ่านระบบ Electronic Mail และ Voice Mail ในหมู่พนักงานบริษัทด้านดูแลสุขภาพแห่งหนึ่ง ได้กล่าวถึงตัวแปรที่มีผลต่อปฏิสัมพันธ์ที่สามารถพบเห็นได้ในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication Technology : CMC) โดยระบุว่า ตัวแปรที่เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้คนนิยมใช้การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ได้แก่

- ความสามารถในการควบคุมการมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้การติดต่อผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวคิดสำคัญในทฤษฎีแรงจูงใจตามสัญชาตญาณ ซึ่งกล่าวว่า มนุษย์เป็นผู้แสวงหาการควบคุมการกระทำและทางเลือกของตนเอง
- ความสนใจของผู้ใช้ที่มุ่งไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์ ในการติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ นั้นผู้ใช้จะมีสมาธิจดจ่ออยู่กับการกระทำที่ปรากฏอยู่เฉพาะหน้าจอคอมพิวเตอร์ ดังนั้น การติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์จึงสามารถดึงดูดความสนใจในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ได้ดี
- ความอยากรู้ อยากเห็นของผู้ใช้จะถูกกระตุ้นในระหว่างที่มีการสื่อสารกัน ซึ่งการกระตุ้นเหล่านี้เกิดขึ้นโดยลักษณะของสื่อคอมพิวเตอร์ เช่น สี เสียง หรือข้อความที่เป็นรายการให้เลือกใช้ นอกจากนี้ยังถูกกระตุ้นจากการได้รับความรู้เพิ่มเติมในระหว่างการใช้คอมพิวเตอร์ด้วย
- ผู้ใช้การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์พบว่า การมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเป็นสิ่งที่น่าสนใจในตัวของมันเองข้อนี้หมายถึงการที่ผู้ใช้รู้สึกพึงพอใจและรู้สึกสนุกกับการใช้การสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์มีทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสารผ่านสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) และมีปริมาณการสื่อสารผ่านสื่อ E-mail นี้เพิ่มขึ้นด้วย

**ศาสตราจารย์สุนิล คุปตา และจิม พิทโคว** (Internet Today สิงหาคม , 2539 : 73) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเวปไซด์ ( World Wide Web : WWW) ทั่วโลก พบว่า ผู้ใช้เวปไซด์ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การใช้งานเวปไซด์เพื่อค้นหาข้อมูลและเพื่อความบันเทิง รองลงมาคือใช้เพื่อทำงานและการศึกษา โดยผู้ใช้งานเวปไซด์จะมีการศึกษาในระดับวิทยาลัยขึ้นไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับปานกลาง ให้ความยินยอมรับอินเทอร์เน็ตในฐานะที่เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น และมีการใช้งานแพร่หลายไปสู่วงการอื่น ๆ มากขึ้น นอกเหนือไปจากวงการทหาร การศึกษา และนักวิชาการเหมือนในอดีต

**คริสเตียน บาร์เกอร์ และ ปีเตอร์ โกรเิน**(Christian Barker and Peter Groenne 1996 อ้างใน ศุจิกา ดวงมณี, 2539 : 29) ทำการศึกษาในหัวข้อเรื่อง “Advertising on the World Wide Web” ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้เวปไซด์ เป็นช่องทางสำหรับการโฆษณา โดยกล่าวถึงเวปไซด์ในฐานะช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทดั้งเดิม ด้วยคุณสมบัติด้านความเร็วและคุณสมบัติด้านการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ รวมทั้งความสามารถในการนำเสนอการโฆษณาในรูปแบบที่ไม่เคยปรากฏที่ใดมาก่อนในโลก

**ดอนนา ฮอฟแมน และคณะ** (Donna L. Hoffman, Thomas P. Novak Patrali Chatterjee 1995 อ้างใน ศุจิกา ดวงมณี, 2539 : 29) ทำการศึกษาในหัวข้อเรื่อง “Marketing in Hypermedia Computer- Mediated Environment : Conceptual Foundation” ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการตลาดในบริบทของระบบเครือข่ายสารสนเทศคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต โดยมุ่งพิจารณาที่การใช้เวปไซด์ในฐานะของสื่อสมัยใหม่ที่ปฏิรูปกระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนแบบดั้งเดิม และนำเสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารบนเวปไซด์

จากงานวิจัยต่าง ๆ ที่กล่าวอ้างไว้ข้างต้นทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ พบว่าความต้องการข่าวสาร การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับ และความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ล้วนแต่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ได้รับ ส่วนลักษณะทางประชากรนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ได้รับ โดยบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันั้นใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ได้รับไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อช่องทางใหม่ในกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทดั้งเดิมในเรื่องของคุณสมบัติด้านความเร็วและคุณสมบัติด้านการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ และบุคคลมีการยอมรับอินเทอร์เน็ตในฐานะที่เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น โดยเฉพาะบุคคลที่มีฐานะทาง

เศรษฐกิจและสังคมในระดับปานกลางและมีการศึกษาในระดับวิทยาลัยขึ้นไป รวมทั้งมีการใช้งานแพร่หลายเพิ่มมากขึ้นในแวดวงต่าง ๆ อาทิ วงการการศึกษา การตลาด การโฆษณา การสื่อสารมวลชน เป็นต้น



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” กำหนดรูปแบบการวิจัยในเชิงปริมาณ โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research Method) ที่ใช้การวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่าง ๆ ทางการเมืองของไทยแล้วเท่านั้น และมีอายุ 18 ปี ขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่ได้รับการรับรองตามกฎหมายว่าเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้แทนราษฎรได้ตามระบอบประชาธิปไตย ซึ่งจากการสอบถามบุคลากรจากศูนย์เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แห่งชาติแล้วพบว่า ในปัจจุบันไม่สามารถนับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่แน่นอนได้ (พิฑูมา พันธุ์ทวี, 2543 : 5)

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้และจะต้องเคยเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์การเมืองไทยเท่านั้น อีกทั้งข้อจำกัดในเรื่องจำนวนประชากรซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนได้อย่างชัดเจน ดังนั้นขนาดของตัวอย่างจึงใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จ โดยใช้ตารางของ Taro Yamane ซึ่งเมื่อจำนวนประชากรเท่ากับ  $\infty$  ขนาดตัวอย่างก็จะมีประมาณ 400 คน เมื่อความเชื่อถือได้ของการเลือกตัวอย่าง = 95% โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดได้ 5 % (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541 : 24)

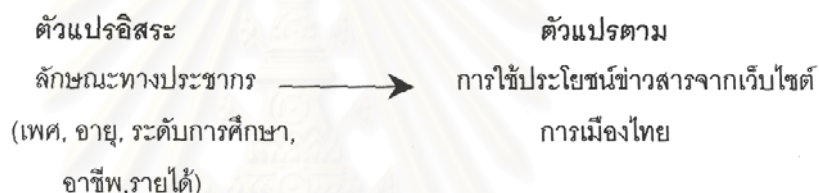
ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

## วิธีการเลือกตัวอย่าง

ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยเลือกตัวอย่างจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์การเมืองไทย จากสถานที่ทำงาน สถานะที่ราชการ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ตามห้างสรรพสินค้า และจากอีเมลของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ปรากฏบนเว็บไซต์จำนวน 10 แห่งที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองไทยซึ่งได้รับการจัดอันดับว่าเป็นเว็บไซต์การเมืองที่มีผู้ให้ความสนใจเข้าไปเยี่ยมชมมาก (วาสนา อภิญาวงศ์, 2543 : 38-42) จนครบจำนวน 400 ตามตัวอย่างที่กำหนดไว้

## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

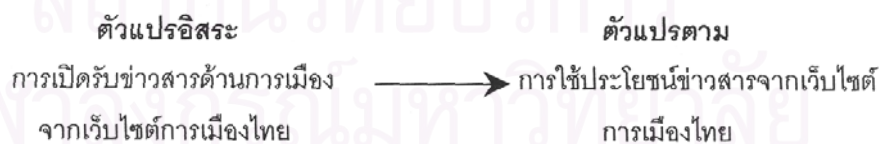
### สมมติฐานที่ 1



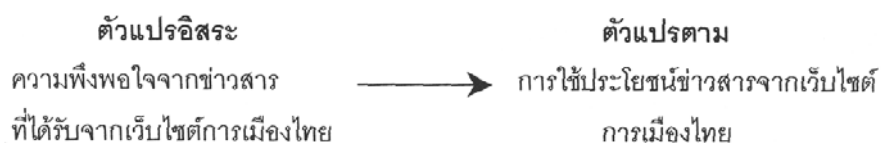
### สมมติฐานที่ 2



### สมมติฐานที่ 3



### สมมติฐานที่ 4



## สมมติฐานที่ 5



### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งชนิดคำถามปลายปิด (close-ended question) คำถามปลายเปิด (open-ended question) และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1      คำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จำนวน 5 ข้อ
- ส่วนที่ 2      คำถามเกี่ยวกับความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย จำนวน 10 ข้อ
- ส่วนที่ 3      คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย จำนวน 13 ข้อ
- ส่วนที่ 4      คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย จำนวน 10 ข้อ
- ส่วนที่ 5      คำถามเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย จำนวน 8 ข้อ
- ส่วนที่ 6      คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย จำนวน 7 ข้อ

### การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านระเบียบวิธีวิจัย เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถามและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้คำถามครอบคลุมเนื้อหาและสามารถสื่อความหมายได้อย่างเที่ยงตรงที่สุดระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบหาความเชื่อถือได้โดยนำไปทดลองใช้ (pre-test) กับกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครที่เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์การเมืองไทย ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการและคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร มีความยากหรือง่ายเพียงใด หลังจากนั้นจึงนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้เฉพาะในส่วนแบบสอบถามที่กำหนดเป็นอัตราส่วนประมาณค่า โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficiency Alpha) ผลการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของคำถามในส่วนต่าง ๆ มีดังนี้

ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย	= 0.8759
การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย	= 0.9679
ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย	= 0.8069
ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย	= 0.6960
การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย	= 0.8525

จากนั้นจึงปรับปรุงแก้ไขคำถามโดยเฉพาะในส่วนของความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยให้เหมาะสมขึ้น

#### เกณฑ์ในการให้คะแนนเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้กำหนดคะแนนเพื่อการวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ ในการคำนวณค่าทางสถิติโดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนเพื่อการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

ระดับของความต้องการข่าวสารด้านการเมือง

ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

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

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ปริมาณความต้องการข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก

คะแนนระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ปริมาณความต้องการข่าวสารอยู่ในระดับสูง

คะแนนระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ปริมาณความต้องการข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง ปริมาณความต้องการข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง ปริมาณความต้องการข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก

### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

#### ความบ่อยครั้งในการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์การเมืองไทย

ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ทุกวัน	=	5	คะแนน
5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	=	4	คะแนน
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	=	3	คะแนน
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	=	2	คะแนน
นานกว่านั้น	=	1	คะแนน

#### ระยะเวลาในการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์การเมืองไทยแต่ละครั้ง

ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากกว่า 2 ชั่วโมง	=	5	คะแนน
มากกว่า 1 ½ - 2 ชั่วโมง	=	4	คะแนน
มากกว่า 1 - 1 ½ ชั่วโมง	=	3	คะแนน
31 นาที - 1 ชั่วโมง	=	2	คะแนน
น้อยกว่า 30 นาที	=	1	คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก

คะแนนระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง

คะแนนระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง



คะแนนระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก

#### ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย

##### ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย

ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด = 5 คะแนน

มาก = 4 คะแนน

ปานกลาง = 3 คะแนน

น้อย = 2 คะแนน

น้อยที่สุด = 1 คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ปริมาณความพึงพอใจจากข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก

คะแนนระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ปริมาณความพึงพอใจจากข่าวสารอยู่ในระดับสูง

คะแนนระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ปริมาณความพึงพอใจจากข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง ปริมาณความพึงพอใจจากข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง ปริมาณความพึงพอใจจากข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก

#### ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย

##### ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย

ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด = 5 คะแนน

มาก = 4 คะแนน

ปานกลาง = 3 คะแนน

น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	ปริมาณความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงมาก
คะแนนระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	ปริมาณความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	ปริมาณความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	ปริมาณความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	ปริมาณความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับต่ำมาก

## ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	ปริมาณการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูงมาก
คะแนนระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	ปริมาณการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	ปริมาณการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	ปริมาณการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	ปริมาณการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับต่ำมาก

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการเก็บ 3 วิธี

1. ใช้วิธีการส่ง e-mail ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ได้เลือกมาแล้ว เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จากนั้นผู้วิจัยจึงจะส่งแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบกลับตามที่อยู่ e-mail
2. ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยส่งและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง
3. ขอความร่วมมือตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต โดยการฝากข่าวประชาสัมพันธ์ไว้บนกระดานข่าวออนไลน์ (Web Board) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตไว้เพื่อความสะดวกแก่ผู้ตอบ

รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 2 เดือน

### การประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมและผ่านการตรวจสอบความถูกต้องแล้วไปลงรหัส (Coding) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำผลการวิเคราะห์มาจัดทำตารางเพื่อเสนอและสรุปผลการวิเคราะห์

### วิธีการวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- 2.1 ใช้การคำนวณหาค่า t-test และ One-Way ANOVA เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

2.2 ใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปร ได้แก่ ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย กับตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และ การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” ปรากฏผลการวิจัยดังต่อไปนี้ คือ

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบาย

- 1.1 ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
- 1.2 ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย
- 1.3 การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย
- 1.4 ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย
- 1.5 ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย
- 1.6 การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

**ตอนที่ 2** การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 ใช้วิธีทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test กรณี 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) กรณีมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

2.2 ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-5

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา จำนวน 400 ราย สามารถจำแนกลักษณะต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

#### 1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ปรากฏผลการวิเคราะห์ดังนี้

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
ชาย	208	52.0
หญิง	192	48.0
<b>อายุ</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
18-25 ปี	99	24.8
26-35 ปี	199	49.8
36-45 ปี	81	20.3
มากกว่า 45 ปี	21	5.3
<b>ระดับการศึกษา</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	13	3.3
อนุปริญญา / ปวส.	23	5.8
ปริญญาตรี	236	59.0
สูงกว่าปริญญาตรี	122	30.5
อื่น ๆ	4	1.0

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
นักเรียน / นักศึกษา	50	12.5
ข้าราชการ	66	16.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	81	20.3
พนักงานบริษัท	153	38.3
ประกอบอาชีพส่วนตัว	32	8.0
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3	0.8
อื่น ๆ	14	3.5
ไม่ตอบ	1	0.3
<b>รายได้</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
ไม่มีรายได้	14	3.5
ต่ำกว่า 5,000 บาท	17	4.3
5,000-10,000 บาท	124	31.0
10,001-15,000 บาท	102	25.5
15,001-20,000 บาท	49	12.3
20,001-30,000 บาท	51	12.8
มากกว่า 30,000 บาท	42	10.5
ไม่ตอบ	1	0.3

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 52.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 48.0

กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 49.8) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 18-25 ปี (ร้อยละ 24.8) และ 36-45 ปี (ร้อยละ 20.3) ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน กลุ่มอายุที่น้อยที่สุด คือ กลุ่มที่อายุมากกว่า 45 ปี (ร้อยละ 5.3)

ในด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59.0) รองลงมา คือ กลุ่มที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 30.5) ส่วน

กลุ่มที่มีน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 0.5) และไม่พบกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

ในด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่มีมากที่สุด คือ กลุ่มที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 38.3) รองลงมาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 20.3) ส่วนกลุ่มที่มีน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ร้อยละ 0.8)

กลุ่มรายได้ที่มีมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท (ร้อยละ 31.0) รองลงมา คือกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ 25.5) ส่วนกลุ่มที่มีน้อยที่สุด ได้แก่ กลุ่มที่ไม่มีรายได้ (ร้อยละ 14)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

**ตารางที่ 2** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการ  
ข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

ข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์ การเมืองไทย	ระดับความต้องการข่าวสาร					ค่า เฉลี่ย	ค่าความ เบี่ยงเบน	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของ รัฐบาล	118 (29.5)	179 (44.8)	97 (24.3)	2 (0.5)	4 (1.0)	4.01	0.81	สูง
ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของ พรรคการเมืองฝ่ายค้าน	61 (15.3)	157 (39.3)	149 (37.3)	25 (6.3)	8 (2.0)	3.60	0.89	สูง
ข่าวสารเกี่ยวกับนายกรัฐมนตรีและ รัฐมนตรี	90 (22.5)	178 (44.5)	121 (30.3)	8 (2.0)	3 (0.8)	3.86	0.81	สูง
ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล	133 (33.3)	173 (43.3)	91 (22.8)	1 (0.3)	2 (0.5)	4.08	0.78	สูง
ข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไข ปัญหาของรัฐบาล	206 (51.5)	143 (35.8)	48 (12.0)	2 (0.5)	1 (0.3)	4.38	0.73	สูง
ความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับ ประเด็นทางการเมือง	66 (16.5)	137 (34.3)	176 (44.0)	15 (3.8)	6 (1.5)	3.60	0.86	สูง
ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับ ประเด็นทางการเมือง	86 (21.5)	150 (37.5)	143 (35.8)	15 (3.8)	6 (1.5)	3.74	0.89	สูง
บทวิเคราะห์และบทวิจารณ์ของ สื่อมวลชนเกี่ยวกับ สถานการณ์และประเด็นทาง การเมือง	84 (21.0)	178 (44.5)	128 (32.0)	7 (1.8)	3 (0.8)	3.83	0.80	สูง
ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ส.ส. / ส.ว.	50 (12.5)	164 (41.0)	161 (40.3)	19 (4.8)	6 (1.5)	3.58	0.82	สูง
ข่าวสารเกี่ยวกับการคอร์รัปชันและ พฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจของ นักการเมือง	212 (53.0)	127 (31.8)	56 (14.0)	3 (0.8)	2 (0.5)	4.36	0.79	สูง
<b>ความต้องการข่าวสาร ด้านการเมืองโดยรวม</b>	<b>50 (12.5)</b>	<b>251 (62.8)</b>	<b>96 (24.0)</b>	<b>2 (0.5)</b>	<b>1 (0.3)</b>	<b>3.90</b>	<b>0.54</b>	<b>สูง</b>

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารในเรื่องแนวทางการแก้ไขปัญหาของรัฐบาล และการคอร์ปชั่นและพฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจของนักการเมืองอยู่ในระดับสูงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มแรก คือ ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองฝ่ายค้าน ข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง และข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งส.ส. และส.ว. ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

**ตารางที่ 3** แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการเข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทย

ความบ่อยครั้งในการเข้าชม	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	134	33.5
5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	65	16.3
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	72	18.0
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	84	21.3
นานกว่านั้น	44	11.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มผู้เข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทยตามลำดับความบ่อยครั้งในการเข้าชมโดยรวม พบว่า กลุ่มที่เข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทยที่มีมากที่สุด ประมาณ 1 ใน 3 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มที่เข้าชมทุกวัน รองลงมาคือ เข้าชม 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนกลุ่มที่เข้าชมนานกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวนน้อยที่สุด

**ตารางที่ 4** แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทย

ระยะเวลาในการเข้าชม	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 2 ชั่วโมง	16	4.0
มากกว่า 1 ½ ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	24	6.0
มากกว่า 1 ชั่วโมง – 1 ½ ชั่วโมง	48	12.0
31 นาที – 1 ชั่วโมง	161	40.3
น้อยกว่า 30 นาที	150	37.5
ไม่ตอบ	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มผู้เข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทยตามลำดับของระยะเวลาในการเข้าชมโดยรวม พบว่า กลุ่มที่ใช้ระยะเวลาในการเข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทยในแต่ละครั้งที่มีมากที่สุด คือ กลุ่มที่ใช้ระยะเวลา 31 นาที – 1 ชั่วโมง ในการเข้าชมเว็บไซต์ในแต่ละครั้ง รองลงมา คือ กลุ่มที่ใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาที ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้มีจำนวนรวมกันมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่ใช้ระยะเวลา มากกว่า 2 ชั่วโมงในการเข้าชมแต่ละครั้ง

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

ระดับการเปิดรับ ข่าวสาร ด้านการเมืองจาก เว็บไซต์ การเมืองไทย	จำนวน	ร้อยละ
สูงมาก	12	3.0
สูง	20	5.0
ปานกลาง	42	10.5
ต่ำ	144	36.0
ต่ำมาก	182	45.5

ค่าเฉลี่ย = 1.84 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.00

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยในสัดส่วนที่แตกต่างกัน โดยมีแนวโน้มการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยค่อนข้างไปในทางที่ต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างประมาณ 3 ใน 4 มีการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยอยู่ในระดับที่ต่ำค่อนข้างไปทางต่ำมาก

หากพิจารณาโดยภาพรวม สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยอยู่ในระดับต่ำ (ค่าเฉลี่ย 1.84)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับ  
ข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย **จำแนกตามเนื้อหาข่าวสาร**

ข่าวสารการเมืองจากเว็บไซต์ การเมืองไทยในด้านต่าง ๆ	ระดับการเปิดรับข่าวสาร					ค่า เฉลี่ย	ค่าความ เบี่ยงเบน	ความ หมาย
	ทุกวัน	5-6ครั้ง ต่อ สัปดาห์	3-4ครั้ง ต่อ สัปดาห์	1-2ครั้ง ต่อ สัปดาห์	นานกว่า นั้น			
ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของ รัฐบาล	75 (18.8)	42 (10.5)	78 (19.5)	114 (28.5)	91 (22.5)	2.74	1.41	ปาน กลาง
ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของ พรรคการเมืองฝ่ายค้าน	37 (9.3)	23 (5.8)	68 (17.0)	102 (25.5)	170 (42.5)	2.14	1.28	ต่ำ
ข่าวสารเกี่ยวกับนายกรัฐมนตรีและ รัฐมนตรี	55 (13.8)	31 (7.8)	86 (21.5)	122 (30.5)	106 (26.5)	2.52	1.33	ปาน กลาง
ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายของ รัฐบาล	37 (9.3)	55 (13.8)	61 (15.3)	129 (32.3)	118 (29.5)	2.41	1.29	ต่ำ
ข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไข ปัญหาของรัฐบาล	65 (16.3)	52 (13.0)	86 (21.5)	112 (28.0)	85 (21.3)	2.75	1.36	ปาน กลาง
ความคิดเห็นของนักวิชาการ เกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง	40 (10.0)	42 (10.5)	100 (25.0)	118 (29.5)	100 (25.0)	2.51	1.25	ปาน กลาง
ความคิดเห็นของประชาชน เกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง	50 (12.5)	61 (15.3)	91 (22.8)	106 (26.5)	92 (23.0)	2.68	1.32	ปาน กลาง
บทวิเคราะห์และบทวิจารณ์ของ สื่อมวลชนเกี่ยวกับ สถานการณ์และประเด็นทาง การเมือง	60 (15.0)	63 (15.8)	101 (25.3)	117 (29.3)	59 (14.8)	2.87	1.28	ปาน กลาง
ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ส.ส. / ส.ว.	28 (7.0)	36 (9.0)	68 (17.0)	110 (27.5)	158 (39.5)	2.17	1.24	ต่ำ
ข่าวสารเกี่ยวกับการคอร์รัปชันและ พฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจของ นักการเมือง	71 (17.8)	65 (16.3)	82 (20.5)	103 (25.8)	79 (19.8)	2.87	1.38	ปาน กลาง
<b>การเปิดรับข่าวสาร ด้านการเมืองโดยรวม</b>	<b>21 (5.3)</b>	<b>62 (15.5)</b>	<b>101 (25.3)</b>	<b>125 (31.3)</b>	<b>91 (22.8)</b>	<b>2.56</b>	<b>1.09</b>	<b>ปาน กลาง</b>

จากตารางที่ 6 เมื่อพิจารณาการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวม (จำแนกตามเนื้อหาข่าวสารด้านการเมือง) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56) โดยมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการคอร์รัปชันและพฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจของนักการเมืองใกล้เคียงกันกับค่าเฉลี่ยในเรื่องของบทวิเคราะห์และบทวิจารณ์ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับสถานการณ์และประเด็นทางการเมือง ซึ่งมากกว่าการเปิดรับข่าวสารเรื่องอื่น ๆ ส่วนข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มแรก คือ ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองฝ่ายค้าน ข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง และข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ส.ส. และ ส.ว. ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตามลำดับ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 7** แสดงจำนวนและร้อยละของรายชื่อเว็บไซต์การเมืองไทยที่กลุ่มตัวอย่างเข้าชมบ่อยที่สุด

รายชื่อเว็บไซต์การเมืองไทย	จำนวน	ร้อยละ
1. <a href="http://www.pantip.com">www.pantip.com</a>	180	45.0
2. <a href="http://www.meechaithailand.com">www.meechaithailand.com</a>	96	24.0
3. <a href="http://www.bangkokbiznews.com">www.bangkokbiznews.com</a>	82	20.5
4. <a href="http://www.thairakthai.com">www.thairakthai.com</a>	47	11.75
5. <a href="http://www.maticchon.co.th">www.maticchon.co.th</a>	46	11.50
6. <a href="http://www.mcot.or.th">www.mcot.or.th</a>	46	11.50
7. <a href="http://www.thaigov.go.th">www.thaigov.go.th</a>	45	11.25
8. <a href="http://www.sanook.com">www.sanook.com</a>	38	9.50
9. <a href="http://www.politicsthailand.com">www.politicsthailand.com</a>	31	7.75
10. <a href="http://www.thairath.co.th">www.thairath.co.th</a>	29	7.25

\*หมายเหตุ คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายเปิด โดยให้กลุ่มตัวอย่างเขียนรายชื่อเว็บไซต์การเมืองไทยที่เข้าชมบ่อยที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองไทยที่กลุ่มตัวอย่างเข้าชมบ่อยมากที่สุด คือ [www.pantip.com](http://www.pantip.com) (ร้อยละ 45.0) รองลงมาคือ [www.meechaithailand.com](http://www.meechaithailand.com) (ร้อยละ 24.0) และ [www.bangkokbiznews.com](http://www.bangkokbiznews.com) (ร้อยละ 20.5)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



#### 1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย

**ตารางที่ 8** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย

ข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล	19 (4.8)	97 (24.3)	215 (53.8)	55 (13.8)	14 (3.5)	3.13	0.83	ปานกลาง
ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองฝ่ายค้าน	2 (0.5)	45 (11.3)	172 (43.0)	141 (35.3)	40 (10.0)	2.57	0.85	ปานกลาง
ข่าวสารเกี่ยวกับนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรี	19 (4.8)	65 (16.3)	204 (51.0)	90 (22.5)	22 (5.5)	2.92	0.89	ปานกลาง
ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล	17 (4.3)	88 (22.0)	208 (52.0)	71 (17.8)	16 (4.0)	3.05	0.85	ปานกลาง
ข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาของรัฐบาล	17 (4.3)	95 (23.8)	187 (46.8)	83 (20.8)	18 (4.5)	3.02	0.89	ปานกลาง
ความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง	13 (3.3)	84 (21.0)	213 (53.3)	71 (17.8)	19 (4.8)	3.00	0.84	ปานกลาง
ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง	32 (8.0)	85 (21.3)	179 (44.8)	86 (21.5)	18 (4.5)	3.07	0.96	ปานกลาง
บทวิเคราะห์และบทวิจารณ์ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับสถานการณ์และประเด็นทางการเมือง	34 (8.5)	137 (34.3)	175 (43.8)	47 (11.8)	7 (1.8)	3.36	0.86	ปานกลาง
ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ส.ส. / ส.ว.	14 (3.5)	89 (22.3)	202 (50.5)	74 (18.5)	21 (5.3)	3.00	0.87	ปานกลาง
ข่าวสารเกี่ยวกับการคอร์รัปชันและพฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจของนักการเมือง	36 (9.0)	90 (22.5)	160 (40.0)	80 (20.0)	34 (8.5)	3.03	1.06	ปานกลาง
<b>ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับโดยรวม</b>	<b>3 (0.8)</b>	<b>60 (15.0)</b>	<b>262 (65.5)</b>	<b>68 (17.0)</b>	<b>7 (1.8)</b>	<b>3.02</b>	<b>0.59</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากข่าวสารในเรื่องต่าง ๆ ที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยใกล้เคียงกัน ข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับบทวิเคราะห์และบทวิจารณ์ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับสถานการณ์และประเด็นทางการเมือง ส่วนข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองฝ่ายค้าน และข่าวสารเกี่ยวกับนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรี ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตามลำดับ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 1.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย

ข้อความ	ระดับความน่าเชื่อถือ					ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ผู้พัฒนาหรือผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์	20 (5.0)	136 (34.0)	218 (54.5)	25 (6.3)	1 (0.3)	3.37	0.69	ปานกลาง
ข้อมูลทันสมัย ทันเหตุการณ์	41 (10.3)	170 (42.5)	156 (39.0)	30 (7.5)	3 (0.8)	3.54	0.81	มาก
รายละเอียดของข้อมูลครบถ้วนครอบคลุมทุกแง่มุม	22 (5.5)	71 (17.8)	209 (52.3)	92 (23.0)	6 (1.5)	3.03	0.83	ปานกลาง
ข้อมูลถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง	20 (5.0)	78 (19.5)	250 (62.5)	40 (10.0)	12 (3.0)	3.13	0.77	ปานกลาง
ภาษาที่ใช้ชัดเจน เข้าใจง่าย	62 (15.5)	140 (35.0)	169 (42.3)	27 (6.8)	2 (0.5)	3.58	0.85	มาก
แหล่งที่มาของข้อมูลน่าเชื่อถือ	21 (5.3)	98 (24.5)	210 (52.5)	62 (15.5)	9 (2.3)	3.15	0.82	ปานกลาง
แหล่งที่มาของข้อมูลไว้วางใจได้	18 (4.5)	81 (20.3)	206 (51.5)	81 (20.3)	14 (3.5)	3.02	0.85	ปานกลาง
ข้อมูลเป็นกลางและยุติธรรม	17 (4.3)	49 (12.3)	220 (55.0)	89 (22.3)	25 (6.3)	2.86	0.86	ปานกลาง
<b>ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยโดยรวม</b>	<b>13 (3.3)</b>	<b>127 (31.8)</b>	<b>228 (57.0)</b>	<b>31 (7.8)</b>	<b>1 (0.3)</b>	<b>3.26</b>	<b>0.60</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเว็บไซต์การเมืองไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยในส่วนของภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์การเมืองไทยมีความชัดเจนและเข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง เช่นเดียวกับกับในเรื่องของความทันสมัยของข้อมูลและเหตุการณ์ในเว็บไซต์การเมืองไทย แต่ในส่วนของความไว้วางใจได้ของแหล่งที่มาของข้อมูลและรายละเอียดของข้อมูลที่ครบถ้วนครอบคลุมทุกแง่มุมนั้น มีระดับความน่าเชื่อถือปานกลาง ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 1.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

**ตารางที่ 10** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

การใช้ประโยชน์ข่าวสารจาก เว็บไซต์การเมืองไทย	ระดับการใช้ประโยชน์					ค่าเฉลี่ย	ค่า ความ เบี่ยงเบน	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ใช้เป็นพื้นฐานในการแสวงหา ความรู้ทางการเมืองเพิ่มเติม	47 (11.8)	150 (37.5)	159 (39.8)	34 (8.5)	10 (2.5)	3.48	0.90	ปาน กลาง
นำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษา หรือการทำงาน	26 (6.5)	101 (25.3)	151 (37.8)	87 (21.8)	35 (8.8)	2.99	1.04	ปาน กลาง
ใช้ตรวจสอบการทำงานของ รัฐบาล	19 (4.8)	94 (23.5)	193 (48.3)	70 (17.5)	24 (6.0)	3.04	0.92	ปาน กลาง
ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือก ผู้แทนราษฎร	33 (8.3)	106 (26.5)	168 (42.0)	57 (14.3)	36 (9.0)	3.11	1.04	ปาน กลาง
ใช้ติดตามผลงานของ ผู้แทนราษฎรที่ได้เลือกมา	15 (3.8)	85 (21.3)	149 (37.3)	85 (21.3)	66 (16.5)	2.74	1.08	ปาน กลาง
ใช้เป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจ ระเบียบและวิธปฏิบัติ ในการออกเสียงเลือกตั้ง	24 (6.0)	87 (21.8)	171 (42.8)	81 (20.3)	37 (9.3)	2.95	1.01	ปาน กลาง
ใช้สนทนาแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นกับบุคคลอื่น	60 (15.0)	107 (26.8)	148 (37.0)	62 (15.5)	23 (5.8)	3.30	1.08	ปาน กลาง
การใช้ประโยชน์ข่าวสารจาก เว็บไซต์การเมืองไทย โดยรวม	6 (1.5)	104 (26.0)	225 (56.3)	57 (14.3)	8 (2.0)	3.09	0.67	ปาน กลาง

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) โดยกลุ่มตัวอย่างมีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้เป็นพื้นฐานแสวงหาความรู้ทางการเมืองเพิ่มเติมมากที่สุด รองลงมาคือใช้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น และใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกผู้แทนราษฎร แต่ใช้เพื่อติดตามผลงานของผู้แทนราษฎรที่ได้เลือกมาแล้วน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์ข่าวสารในด้านต่าง ๆ ค่อนข้างใกล้เคียงกัน

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1 :** ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตารางที่ 11** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบน	t-value	P
ชาย	208	3.0920	0.649	0.20	0.844
หญิง	192	3.0789	0.688		

จากตารางที่ 11 พบว่า เพศต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ เพศชายและหญิงใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**ตารางที่ 12** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์  
การเมืองไทย จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าความ เบี่ยงเบน	F	P
18-25 ปี	99	3.0317	0.5983		
26-35 ปี	199	3.1084	0.7363		
36-45 ปี	81	3.0988	0.5636		
มากกว่า 45 ปี	21	3.0748	0.6905	0.3029	0.8233

จากตารางที่ 12 พบว่า อายุต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ กลุ่มคนที่มีช่วงอายุต่างกันใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**ตารางที่ 13** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์  
การเมืองไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าความ เบี่ยงเบน	F	P
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.8571	0.0000		
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	13	2.9341	0.3896		
อนุปริญญา / ปวส.	23	3.2360	0.7151		
ปริญญาตรี	236	3.0908	0.6600		
สูงกว่าปริญญาตรี	126	3.0680	0.7007	0.5409	0.7058

จากตารางที่ 13 พบว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ คนที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน



**ตารางที่ 14** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์  
การเมืองไทย **จำแนกตามอาชีพ**

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าความ เบี่ยงเบน	F	P
นักเรียน / นักศึกษา	50	3.0943	0.4569		
ข้าราชการ	66	2.8853	0.7255		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	81	3.1393	0.6251		
พนักงานบริษัท	153	3.1597	0.6973		
ประกอบอาชีพส่วนตัว	32	2.9554	0.7012		
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	17	3.1513	0.7310	1.9677	0.0825

จากตารางที่ 14 พบว่า อาชีพต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย  
ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ คนที่มีอาชีพต่างกันใช้ประโยชน์  
ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**ตารางที่ 15** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์  
การเมืองไทย จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าความ เบี่ยงเบน	F	P
ไม่มีรายได้	14	3.0102	0.3860		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	17	3.1513	0.4724		
5,000-10,000 บาท	124	3.0334	0.7442		
10,001-15,000 บาท	102	3.0868	0.6683		
15,001-20,000 บาท	49	3.0466	0.6490		
มากกว่า 20,000 บาท	93	3.1720	0.6387	0.5611	0.7298

จากตารางที่ 15 พบว่า รายได้ต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย  
ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ คนที่มีรายได้ต่างกันใช้ประโยชน์  
ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 2 :** ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตารางที่ 16** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความต้องการข่าวสารด้านการเมืองกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย		
	จำนวน	r	P
ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง	400	0.2842	0.000

จากตารางที่ 16 พบว่า ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความต้องการข่าวสารด้านการเมืองมาก ก็จะมีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ มาก จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ดังนั้น ความสัมพันธ์ตามที่กล่าวแล้วจึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมติฐานที่ 3** : การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตารางที่ 17** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย		
	จำนวน	r	P
การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง	400	0.1445	0.004

จากตารางที่ 17 พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยมาก ก็จะมีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์มาก จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ดังนั้น ความสัมพันธ์ตามที่กล่าวแล้วจึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 18** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง จำแนกตามเนื้อหาข่าวสาร กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย		
	จำนวน	r	P
การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง (จำแนกตามเนื้อหาข่าวสาร)	400	0.3909	0.000

จากตารางที่ 18 พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองโดยจำแนกตามเนื้อหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองดังกล่าวจากเว็บไซต์การเมืองไทยมาก ก็จะมีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ มาก จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ดังนั้น ความสัมพันธ์ตามที่กล่าวแล้วจึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมติฐานที่ 4** : ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตารางที่ 19** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย		
	จำนวน	r	P
ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย	400	0.4863	0.000

จากตารางที่ 19 พบว่า ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยมาก ก็จะมีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ มากเช่นกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ดังนั้น ความสัมพันธ์ตามที่กล่าวแล้วจึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมติฐานที่ 5** : ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตารางที่ 20** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย		
	จำนวน	r	P
ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย	400	0.4953	0.000

จากตารางที่ 20 พบว่า ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความเห็นว่าเว็บไซต์การเมืองไทยมีความน่าเชื่อถือมาก ก็จะมีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ มากเช่นกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ดังนั้น ความสัมพันธ์ตามที่กล่าวแล้วจึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารด้านการเมืองกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และเคยเข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การหาค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่าง และใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยผ่านการประมวลผลจากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows



## สรุปผลการวิจัย

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

#### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง แบ่งเป็นเพศชาย 208 คน เพศหญิง 192 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมา คือ มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาตามลำดับ คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจและข้าราชการ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-15,000 บาท

#### ส่วนที่ 2 ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยอยู่ในระดับสูง โดยข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาของรัฐบาล และข่าวสารเกี่ยวกับการคอร์รัปชันและพฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจของนักการเมือง ส่วนข่าวสารประเภทที่กลุ่มตัวอย่างต้องการน้อยที่สุด ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งส.ส. และส.ว. ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองฝ่ายค้าน และข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ แต่เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาข่าวสารด้านการเมืองเป็นรายข้อแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยในด้านต่าง ๆ ในระดับปานกลาง โดยข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ ข่าวสารประเภทบทวิเคราะห์และบทวิจารณ์ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับสถานการณ์และประเด็นทางการเมือง และข่าวสารเกี่ยวกับการคอร์รัปชันและพฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจของนักการเมือง ส่วนข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองฝ่ายค้าน ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งส.ส. และส.ว. ตามลำดับ ส่วนเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ [www.pantip.com](http://www.pantip.com) [www.meechaithailand.com](http://www.meechaithailand.com) [www.bangkokbiznews.com](http://www.bangkokbiznews.com)

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจข่าวสารประเภทบทวิเคราะห์และบทวิจารณ์ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับสถานการณ์และประเด็นทางการเมืองมากที่สุด รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล ข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง ส่วนข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองฝ่ายค้าน และข่าวสารเกี่ยวกับนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรี

#### ส่วนที่ 5 ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเว็บไซต์การเมืองไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อถือเว็บไซต์การเมืองไทยในเรื่องของภาษาที่ใช้สื่อความมากกว่าเรื่องอื่น ๆ โดยเห็นว่ามีข้อความชัดเจนและเข้าใจง่าย รองลงมาตามลำดับ คือ เห็นว่าข้อมูลที่นำเสนอบนเว็บไซต์การเมืองไทยนั้นมีเนื้อหาที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ รวมทั้งเห็นว่าผู้พัฒนาหรือผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ ในทางตรงกันข้ามกลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อถือเว็บไซต์การเมืองไทยในเรื่องของความเป็นกลางและความยุติธรรมในการนำเสนอข้อมูลน้อยกว่าเรื่องอื่น ๆ

#### ส่วนที่ 6 การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่นำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้เพื่อแสวงหาความรู้ทางการเมืองเพิ่มเติมมากที่สุด รองลงมา คือ นำไปใช้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น ๆ ในขณะที่เดียวกัน กลุ่มตัวอย่างใช้ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยเพื่อติดตามผลงานของผู้แทนราษฎรน้อยที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2. การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1 :** ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า

ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2 :** ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า

เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 3 :** การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า

เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 4 :** ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า

เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมือง

ไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 5 :** ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า

เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

### อภิปรายผลการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1 :** ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 ไม่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ผู้ที่มีลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะมีความแตกต่างด้านลักษณะทางประชากร แต่ก็เคยเข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทยมาแล้วทุกคน จึงมีแนวโน้มที่จะใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกันมากนัก

อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่น่าสนใจในส่วนของความแตกต่างด้านลักษณะทางประชากรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย กล่าวคือ ปัจจุบันคนหนุ่มสาวสนใจติดตามข่าวสารการเมืองมากขึ้น เนื่องจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศที่ไม่มั่นคงในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อบุคคลทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ รวมถึงผู้ที่มีรายได้แตกต่างกัน ทำให้รู้สึกว่าการติดตามข่าวสารการเมืองจะทำให้ตนเองได้รับประโยชน์จากข่าวสารการเมืองเหล่านั้น เป็นผลให้ข่าวสารการเมืองมีความสำคัญมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับที่เสรี วงษ์มณฑา (อ้างใน บุญจิระ พุทธิศรี 2541 : 30) กล่าวไว้ว่า ในสมัยก่อนนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมืองนักเพราะไม่ค่อยได้รู้ข่าวคราวของการเมือง ไม่เคยพบเห็นนักการเมืองหรือผู้บริหาร แต่ในปัจจุบันนี้ ข่าวคราวของรัฐบาลมีให้อ่านกันประจำ นักการเมืองจะเป็นข่าวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เรื่องราวของเขาจะถูก

วิพากษ์วิจารณ์ทางนิตยสารอยู่เป็นประจำ เพราะฉะนั้นคนในยุคปัจจุบันนี้จะสนใจข่าวการบ้านการเมืองเพิ่มมากขึ้น

**ในด้านเพศ** พบว่าทั้งสองเพศมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะ อินเทอร์เน็ตเริ่มเติบโตในยุคที่เพศหญิงได้รับการศึกษาสูงกว่าแต่ก่อน และมีความสนใจที่จะติดตามข่าวสารการเมืองเพิ่มขึ้น มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเข้าไปแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยมากขึ้น และรวมถึงมีความรู้ความสามารถในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตได้เท่าเทียมกันกับเพศชาย ทำให้มีโอกาสที่จะนำข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์ไปใช้ประโยชน์ในด้านที่ตอบสนองความต้องการของตัวเองได้

**ในด้านอายุ** พบว่าผู้ที่มีอายุต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า สมัยก่อนบุคคลที่มีอายุมากจะสนใจการเมืองมากกว่า แต่ในปัจจุบันบุคคลที่มีอายุน้อยเริ่มสนใจการเมืองมากขึ้นกว่าเดิม ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะกฎหมายให้การรับรองและเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไปมีส่วนร่วมทางการเมืองได้มากขึ้นโดยมีสิทธิเลือกตั้งผู้แทนราษฎร มีโอกาสที่จะเข้าถึงหรือแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยได้เช่นเดียวกับแหล่งข่าวสารอื่น ๆ และสามารถนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้

**ในด้านระดับการศึกษา** พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศไทยในขณะนี้อยู่ในสถานะที่ไม่มั่นคง เป็นผลให้ข่าวสารการเมืองมีความสำคัญค่อนข้างมาก และมีผลกระทบต่อประชาชนในทุกระดับการศึกษา

**ในด้านอาชีพ** พบว่า ทุกกลุ่มมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เช่นเดียวกับตัวแปรด้านอายุและการศึกษา กล่าวคือ อาจเป็นเพราะว่า สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศไทยในขณะนี้ อยู่ในสถานะที่ไม่มั่นคง เป็นผลให้ข่าวสารการเมืองมีความสำคัญค่อนข้างมาก และมีผลกระทบต่อประชาชนในทุกอาชีพ และอินเทอร์เน็ตมีอยู่แพร่หลาย ผู้ที่อยู่ในวัยกำลังศึกษาสามารถเข้าถึงข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยได้จากคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัย กลุ่มที่อยู่ในวัยทำงานสามารถเข้าถึงข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยได้จากคอมพิวเตอร์ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชน ที่

เหลือนอกจากนั้นสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ (Public Internet) ได้ และสามารถนำข่าวสารการเมืองเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ในด้านที่สนองความต้องการของตนได้

**ในด้านรายได้** พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีรายได้ต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเริ่มแพร่หลายเข้าสู่ชนชั้นที่หลากหลายมากขึ้น และมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง ทำให้คนมีโอกาที่จะเป็นเจ้าของสื่อชนิดนี้ง่ายขึ้น และมีโอกาสถึงข่าวสารการเมืองโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ไม่จำกัดวงอยู่เฉพาะกลุ่มที่มีรายได้สูงอีกต่อไป

ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเว็บไซต์การเมืองไทยในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ถือเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่มีลักษณะเด่นบางประการของความเป็นสื่อสมัยใหม่ตรงตามที่อัลวิน ทอฟเฟอร์ (Alvin Toffler, 1990) กล่าวไว้ คือ สามารถหาได้ในทุก ๆ ที่ (Ubiquity) มีลักษณะโลกาภิวัตน์ (Globalization)

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยต่อไปนี้

งานวิจัยของ ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) เรื่อง ทักษะคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง” ของผู้ชม ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จาก “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง” ของผู้ชมรายการ

งานวิจัยของ ปิยนุช เกตกะโกมล (2540) เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การขนาดใหญ่ ที่พบว่า พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในองค์กรนั้นไม่แตกต่างกัน

งานวิจัยของ นิชดา เตรียมชัยศรี (2541) เรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่พบว่า พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

## สมมติฐานที่ 2 : ความต้องการข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ ผู้ที่มีความต้องการข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยมาก ก็จะมีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์มากเช่นกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้โดยทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1974 อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534) ที่ว่า เมื่อมนุษย์มีความต้องการข่าวสาร และใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ผลที่ตามมา คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ตนต้องการ และผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้มุ่งหวัง เช่น การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คิปแพ็กซ์และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980 อ้างใน ศิราณี อนุศิลป์ชาญ, 2531 : 13-14) ที่ว่า ความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะมีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

เมื่อพิจารณาถึงช่วงระยะเวลาที่ทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง คือ ในระหว่างวันที่ 25 มกราคม 2544 – วันที่ 25 มีนาคม 2544 จะเห็นว่าช่วงเวลาดังกล่าวอยู่ช่วงหลังการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรครั้งล่าสุด (6 มกราคม 2544) และมีการปลดเปลี่ยนรัฐบาลใหม่ ประชาชนจึงมีแนวโน้มที่จะจับตามองการทำงานของรัฐบาลชุดใหม่นี้ว่าจะมีนโยบาย การตัดสินใจ และแนวทางการแก้ไขปัญหาของประเทศอย่างไร โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจจะเป็นไปในทิศทางใด และจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด จึงเป็นเหตุผลชัดเจนที่สนับสนุนให้เห็นว่าประชาชนมีความกระตือรือร้น และความต้องการข่าวสารด้านการเมืองในระดับสูงโดยเฉพาะข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการแก้ไขปัญหาของรัฐบาล

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มเลือกมาโดยบังเอิญ ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไปในสัดส่วนเกินกว่าครึ่ง ทั้งนี้เป็นเพราะประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษา และผู้ที่มีการศึกษามากจะมีความต้องการข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวอยู่แล้ว จึงเป็นเหตุผลอีกประการหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งจัดเป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นในข่าวสารทางการเมือง จะมีความต้องการข่าวสารด้านการเมืองในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติ เวโรจน์ (2521) เรื่องความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมืองและ

ความสนใจทางการเมือง ที่พบว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีความสนใจทางการเมืองและ ความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมืองสูงกว่าบุคคลที่มีการศึกษาต่ำ

### สมมติฐานที่ 3 : การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ หากมีการ เปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยมาก ก็จะมีมีการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ ประโยชน์มาก ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์และ คณะ (Katz and Others, 1974 อ้างใน ยูล เบญจรงค์กิจ, 2534) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารจะมี สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิดความต้องการของบุคคลที่แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้แต่ละ บุคคลคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันไปด้วย จึงนำไปสู่การ เปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ อันจะก่อให้เกิดการได้รับความพึงพอใจและผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้ มุ่งหวังตามที่แต่ละบุคคลต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แมคคอมบ์และเบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979 : 51-52) ที่ว่า บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อเพื่อสนองความต้องการ ต่าง ๆ ของตน ซึ่งในที่นี้คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ในด้านต่าง ๆ จึงเกิดความคาดหวังว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากข่าวสารดังกล่าวได้ อาทิ ต้องการรู้เหตุการณ์ ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยตัดสินใจ ต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย สำหรับผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตเป็นประจำนั้นแนวโน้มจะเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยด้วย ความพึงพอใจส่วนบุคคล หากมีการเปิดรับมากก็จะนำข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์มาก ซึ่งการเลือกรับข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนความคิดและความ เข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว ยังเป็นการเปิดรับข่าวสารเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ด้วย โดยกลุ่มตัวอย่าง ของงานวิจัยครั้งนี้มีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์เพื่อแสวงหาความรู้ ทางการเมืองเพิ่มเติมมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อช่วยลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจในข่าวสารการเมือง ของตน

ดังนั้น การที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย หรือไม่ มากน้อยเพียงใด จึงขึ้นอยู่กับข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองเหล่านั้นว่าจะนำไปใช้ ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองได้อย่างไรด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยดังต่อไปนี้

งานวิจัยของ ญัฐพร พานิช (2539) เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการ เปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง ศึกษาระดับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า



การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องของวัยรุ่น

งานวิจัยของ ปิยนุช เกตกะโกมล (2540) เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การขนาดใหญ่ ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในองค์กรนั้น

งานวิจัยของ นิชดา เตรียมชัยศรี (2541) เรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

งานวิจัยของ พรรณพิลาส วีระสุโข (2541) เรื่อง ความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมือง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของประชาชนที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการเมือง

**สมมติฐานที่ 4 : ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร**

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยในระดับสูง ก็จะมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยมากด้วย หากข่าวสารด้านการเมืองที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปิดรับตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้ตรงจุดมุ่งหมายหรือตรงประเด็น ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็必将มีความพึงพอใจข่าวสารมาก และมีแนวโน้มว่าจะนำข่าวสารการเมืองที่ได้รับไปใช้ประโยชน์มาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1974 อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)ที่ว่า ผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดว่าจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน และสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ เวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985 : 171-193) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) ที่ว่าบุคคลใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม โดยรูปแบบของข่าวสารที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision Utility) รวมทั้งใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารที่ได้จากเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ หรรษา วงศ์ธรรมกุล (2541) เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่พบว่า นักศึกษาที่มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากก็จะมี ความพึงพอใจจากประโยชน์ที่ได้รับมากกว่านักศึกษาที่มีการใช้ประโยชน์จากระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตน้อย

งานวิจัยของ อองอาจ ฤทธิทองพิทักษ์ (2539) เรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของระบบเว็ลด์ไวด์เว็บและประเภทเนื้อหาที่เปิดรับผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ และนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากระบบเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อการพัฒนาตนเองด้านวิชาการและทักษะการใช้งานเว็ลด์ไวด์เว็บ นอกจากนี้ยังใช้งานระบบเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อตอบสนองความต้องการด้านข่าวสารและการพักผ่อนหย่อนใจ

งานวิจัยของ ชนิตา พลศรี (2529) เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ที่พบว่าเยาวชนส่วนใหญ่ได้รับความพึงพอใจจากการจัดนิทรรศการดังกล่าว โดยมีความเห็นว่าทำให้มีความรู้กว้างขวางขึ้น ได้ดูสิ่งแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจ เข้าใจวิชาที่เรียนในห้องเรียนได้ดีขึ้น ทำให้เป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล และได้รับความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

งานวิจัยของ อรวรรณ วิจักขณะ (2534) เรื่อง การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า หากนิสิตนักศึกษามีความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภท หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ก็จะมีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนเหล่านั้นมาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนฝูงอยู่เสมอ

## สมมติฐานที่ 5 : ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความเชื่อถือเว็บไซต์การเมืองไทยมาก ก็จะมีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์มากเช่นกัน ซึ่งอธิบายได้โดยทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) ที่ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร คือ คุณลักษณะหรือบุคลิกของผู้ส่งสาร หรือแหล่งสารที่ทำให้ข่าวสารเป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับของผู้รับสาร (Ronald L. Applum, 1993: 123-124) ซึ่งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของงานวิจัยครั้งนี้ประเมินว่าเว็บไซต์การเมืองไทยในปัจจุบันมีความน่าเชื่อถือโดยรวมในระดับปานกลาง ส่งผลให้มีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลางด้วย อย่างไรก็ตาม ถือว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไปใช้ประโยชน์ยังไม่มาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสื่อสารบนเว็บไซต์การเมืองไทยในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวเป็นส่วนใหญ่ คือ เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารจากเจ้าของเว็บไซต์หรือผู้ที่พัฒนาเว็บไซต์แต่ละแห่งไปยังผู้ใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นผู้รับสาร และถึงแม้จะมีการสื่อสารโต้ตอบกันผ่านทางกระดานข่าวออนไลน์ (Web Board) หรือห้องสนทนาออนไลน์ (Chat Room) แต่ก็เป็น การสื่อสารที่ไม่เห็นหน้าค่าตากัน ดังนั้น การให้ความเชื่อถือข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยจึงมีค่าเฉลี่ยของคะแนนโดยรวมไม่มากนัก คือ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ที่เข้าไปในเว็บไซต์การเมืองไทยแต่ละแห่ง จะต้องชั่งน้ำหนักความน่าเชื่อถือของสื่อด้วยตัวเอง โดยเฉพาะกับเว็บไซต์ที่ไม่เคยรู้จักที่มาหรือชื่อเสียงของผู้ผลิตมาก่อน อาจทำให้ขาดความมั่นใจในการนำข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความเชื่อถือเว็บไซต์การเมืองไทยมากในแง่ขององค์ประกอบของความรู้ความสามารถ โดยเฉพาะด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้พัฒนาหรือผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์ และด้านความทันสมัยของข้อมูล รวมทั้งมีความเห็นว่าเว็บไซต์การเมืองไทยมีความน่าเชื่อถือมากที่สุดในแง่ขององค์ประกอบด้านความไว้วางใจ คือ การใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย แต่ให้ความเชื่อถือในแง่ของความเป็นกลางและความยุติธรรมของข้อมูลในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับที่เบอร์กูนและรฟเนอร์ (Burgoon and Ruffer, 1978: 58) กล่าวไว้ว่า แหล่งสารหนึ่งอาจได้รับการประเมินว่า มีความน่าเชื่อถือในองค์ประกอบหนึ่งแต่ไม่ได้รับความน่าเชื่อถือในองค์ประกอบอื่น ๆ ก็ได้ เพราะองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เป็นเครื่องชี้วัดในการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารมีความเป็นอิสระต่อกัน

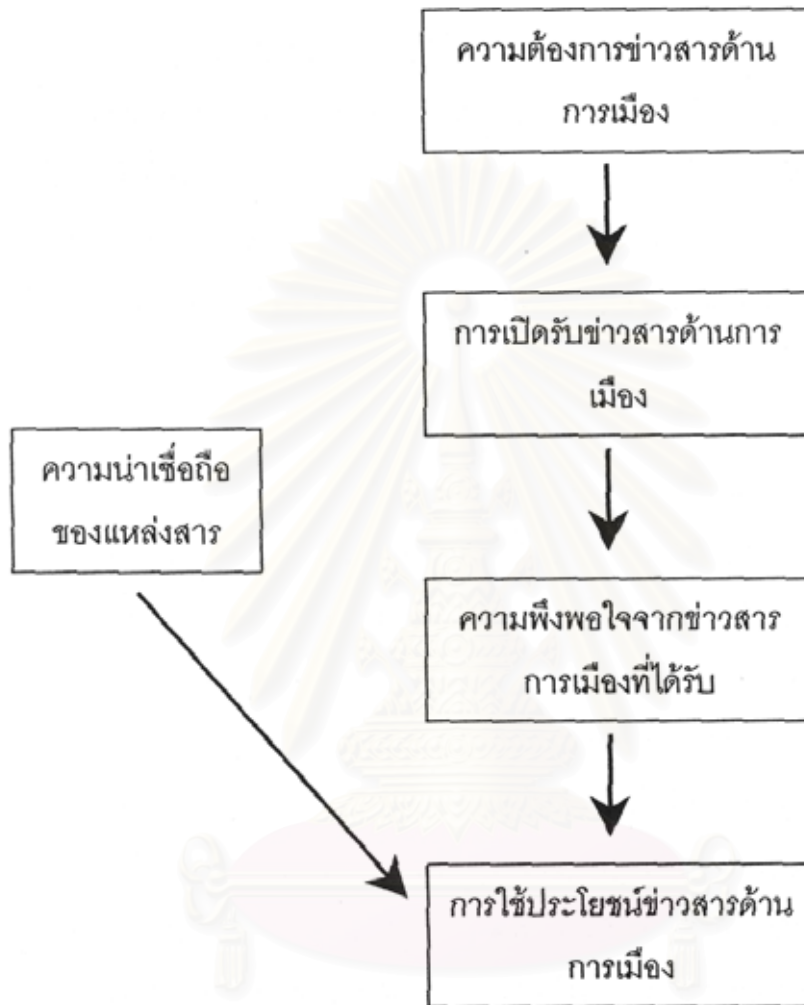
ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภวรรณ สัจจพงศ์ (2539) เรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ และพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ตัวแปรจากปัจจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบในเรื่องความรู้ความสามารถ องค์ประกอบในเรื่องความไว้วางใจ และองค์ประกอบในเรื่องความคล่องแคล่วว่องไวในการทำงาน

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพิน จิรวัดมนตรี (2541) เรื่อง การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อถือสื่ออินเทอร์เน็ตค่อนข้างมากในแง่ขององค์ประกอบด้านความรู้ความสามารถและความคล่องตัวในการสืบค้นข้อมูล แต่ให้ความเชื่อถือในแง่ขององค์ประกอบความไว้วางใจต่ำ

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย เป็นตัวแปรที่ล้วนแต่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย ยกเว้นตัวแปรลักษณะทางประชากรของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งเราสามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้มาเป็นแนวทางในการวางแผนการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อแพร่กระจายข่าวสารทางการเมืองโดยผ่านเว็บไซต์การเมืองได้ ซึ่งในส่วนนี้จะต้องพิจารณาพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วย ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้จึงได้นำเสนอแบบจำลองที่ประยุกต์มาจากแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้นำเสนอไปแล้วในบทที่ 2 ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### แบบจำลองการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการเมือง



จากแบบจำลองเราจะเห็นว่า ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง ความพึงพอใจจากข่าวสารการเมืองที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการเมือง เป็นตัวแปรที่ล้วนแต่มีความสัมพันธ์ต่อกัน โดยที่มีตัวแปรความน่าเชื่อถือของแหล่งสารซึ่งในที่นี้คือความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยเป็นตัวแปรภายนอกอื่น ๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการเมือง ดังนั้นแนววิเคราะห์นี้จึงสามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า กลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์การเมืองไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยทำงาน และมีการศึกษาค่อนข้างสูง ซึ่งคนในวัยนี้มักจะมีความคิดเห็นที่เป็นของตนเองค่อนข้างสูง ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองในเว็บไซต์ จึงควรคำนึงถึงองค์ประกอบด้านผู้รับสารด้วย โดยที่ผู้ผลิตควรจะต้องเลือกสรรและกลั่นกรองเนื้อหาในคอลัมน์ต่าง ๆ บนเว็บไซต์ ทั้งนี้ เพื่อที่ว่าจะได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

2. จากการวิจัย พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยโดยรวมค่อนข้างสูง แต่มีการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยโดยรวมค่อนข้างต่ำ ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ได้แสวงหาความรู้ทางการเมืองจากการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพียงสื่อเดียว และการที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยในระดับปานกลาง ซึ่งอาจทำให้การนำเสนอเนื้อหาข่าวสารทางการเมืองในด้านต่าง ๆ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์เป็นเป็นที่น่าพอใจมากขึ้น โดยที่มีการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีกว่านี้ เนื่องจากเป็นที่น่าสังเกตว่ามีเว็บไซต์การเมืองไทยเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้นที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปเยี่ยมชมค่อนข้างมาก ดังนั้น ผู้ผลิตและพัฒนาเว็บไซต์ควรจะต้องศึกษาว่า ทำอย่างไรให้เว็บไซต์การเมืองไทยมีความน่าสนใจทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ผู้รับสามารถเข้าถึงได้ในเวลาอันรวดเร็วโดยไม่จำกัดเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงมีแนวโน้มที่ต้องการจะเห็นความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นบนหน้าเว็บอยู่เสมอ จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ที่น่าสนใจและดึงดูดใจผู้ใช้ อาทิ ปรับเปลี่ยนแก้ไขเนื้อหาให้มีประโยชน์และทันสมัยอยู่เสมอ ปรับปรุงคอลัมน์และการเชื่อมโยงข้อมูลให้สะดวกต่อการค้นหา พัฒนาลูกเล่นและรูปแบบการนำเสนอใหม่ ๆ เพื่อที่การเข้าชมครั้งใหม่ของผู้ใช้จะได้รับข้อมูลหรือรูปแบบของเว็บไซต์ที่เปลี่ยนไป จะทำให้ไม่เกิดความรู้สึกซ้ำซากและชวนติดตามต่อเนื่อง

3. จากการวิจัยพบว่า คุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตยังมีข้อจำกัดในแง่ของการเรียกดูข้อมูล (download) ซึ่งหากมีรายละเอียดของเนื้อหาจำนวนมาก จะทำให้ใช้เวลานานในการเรียกดูข้อมูล ซึ่งประเด็นนี้อาจทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกิดความเบื่อหน่ายที่จะคอย ถึงแม้ว่าเนื้อหาที่น่าสนใจจะเข้มข้นและทันต่อเหตุการณ์มากเพียงใดก็ตาม ในส่วนนี้ผู้พัฒนาหรือเจ้าของเว็บไซต์ควรจะต้องดูแล

ในเรื่องของเทคนิคในการรับส่งข้อมูลให้มีความรวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้ ข้อจำกัดในการเรียกดูข้อมูล ส่งผลให้หน้าเว็บแต่ละหน้าไม่สามารถบรรจุรายละเอียดของข่าวสารได้มากเท่ากับสื่อหนังสือพิมพ์ที่สามารถให้รายละเอียดของข่าวสารได้มากกว่า ทั้งยังเปิดรับได้ตามสถานที่และช่วงเวลาของตนเองสะดวก ด้วยเหตุนี้ ทำให้รายละเอียดของข้อมูลแต่ละหน้าต้องถูกตัดทอนลงบ้าง ทำให้ต้องใช้เวลาพอสมควรในการเรียกดูข้อมูลที่ละหน้า อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี เจ้าของเว็บไซต์ควรติดตามความเคลื่อนไหวของเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทนี้ไปควบคู่กัน เพื่อนำมาพัฒนาระบบของตน

4. ควรมีการจัดประกวดเว็บไซต์การเมืองไทย โดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่มีบทบาทเกี่ยวกับการเมือง เพื่อเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้ผลิตและพัฒนาเว็บไซต์ที่มีการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์อยู่เสมอ

5. หน่วยงานหรือบุคคลผู้พัฒนาเว็บไซต์ควรจัดกิจกรรมให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้เข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง เช่น การจัดประกวดบทความทางการเมืองของเว็บไซต์แต่ละแห่ง การออกเสียงแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ทางการเมือง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้อีกช่องทางหนึ่ง

6. เว็บไซต์การเมืองไทยที่เป็นเว็บอิสระแต่ละแห่ง ควรสร้างเว็บลิงค์ (Web Links) เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการเมือง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้มีช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

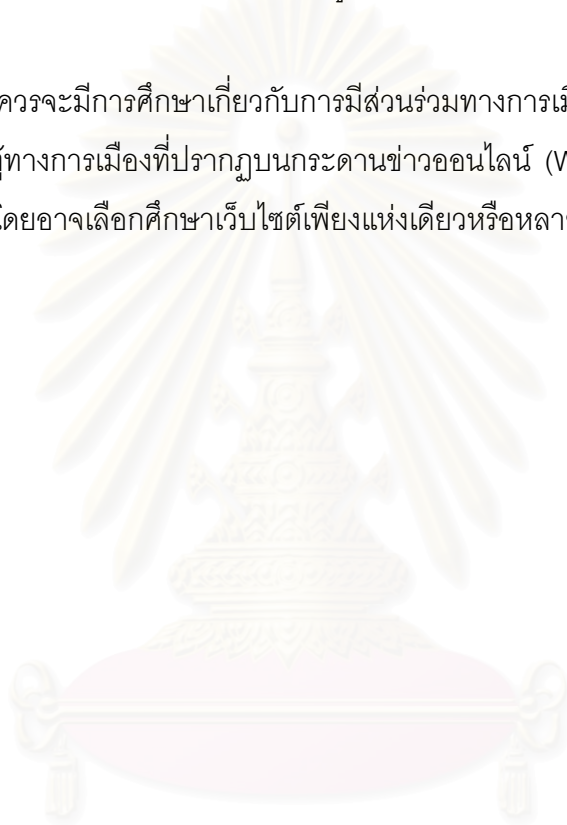
1. เนื่องจากอินเทอร์เน็ตยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนักในส่วนภูมิภาค การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาเฉพาะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงใช้อ้างอิงได้เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตาม อาจจะเลือกศึกษาในลักษณะเดียวกันนี้ในจังหวัดหรือพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะเป็นเมืองใหญ่ในส่วนภูมิภาคที่มีผู้นิยมเล่นอินเทอร์เน็ตมาก เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี นครราชสีมา ขอนแก่น หาดใหญ่ พัทยา เพื่อที่จะได้นำผลมาเปรียบเทียบกัน

2. การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ศึกษาเจาะลึกถึงเนื้อหาข่าวสารที่ปรากฏบนเว็บไซต์การเมืองไทย ดังนั้นควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารทางการเมืองของเว็บไซต์การเมืองไทยต่าง ๆ และนำมาเปรียบเทียบกันเพื่อให้เห็นความแตกต่าง

3. ควรจะมีการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความตื่นตัวทางการเมือง โดยอาจจะเลือกศึกษาจากเว็บไซต์การเมืองไทยที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมเข้าไปเยี่ยมชม

4. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะผู้รับสาร คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น มิได้ศึกษาไปถึงผู้ส่งสาร คือ ผู้ผลิตและพัฒนาเว็บไซต์การเมืองไทย ซึ่งน่าจะมีการศึกษาว่าผู้ผลิตและพัฒนาเว็บไซต์เหล่านี้มีการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ความรู้และสร้างความตื่นตัวทางการเมืองให้แก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้รับสารอย่างไร

5. ควรจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านการกำหนดและแสดงความคิดเห็นต่อกระทู้ทางการเมืองที่ปรากฏบนกระดานข่าวออนไลน์ (Web Board) ของเว็บไซต์การเมืองไทยต่าง ๆ โดยอาจเลือกศึกษาเว็บไซต์เพียงแห่งเดียวหรือหลาย ๆ แห่ง เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกัน



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กรรณา กฤษณวิภาคพร. การรับรู้และความคิดเห็นของนักวิจัยที่มีต่อการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้.

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต (โครงการพิเศษ) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

กองบรรณาธิการ. "สื่อสารก้าวไกลอินเทอร์เน็ต". ใน ประชาชาติธุรกิจฉบับพิเศษ. ปีที่ 6. ฉบับที่ 2.

(เมษายน 2539) : 3.

ชนิดา พลศรี. ความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์

วิทยาศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

นิชดา เตรีมชัยศรี. การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่าน

ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

บุญจิระ พุทธิศรี. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540 และ

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, 2540

ปิยนุช เกตตะโกมล. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ขนาดใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

พรรณพิลาส วีระสุโข. ความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมือง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง

และการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของประชาชนที่มีอายุ  
18 ปี ขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต

คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. รายงานการวิจัยเรื่องข่าวสารการเมืองของคนไทย. กรุงเทพมหานคร : คณะ

กรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2523.

พัชนี เสงยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์, และถิรนนท์ อนวัชศิริวงษ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.

กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

- พิฑูมา พันธุ์ทวี. "จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย". ไอทีปริทัศน์. ปีที่ 8 (ม.ค. 43) : 5.  
 ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- วาสนา อภิญญาวงศ์. เว็บไซต์ที่น่าสนใจในประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร :  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2534.
- ศิริภาณี อนุศิลป์ชาญ. การใช้สื่อและการรับรู้ในประโยชน์ของข่าวสารภายหลังการรู้หนังสือของผู้รู้  
 หนังสือใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย, 2541.
- ศิริชัย ศิริภายะ. มนุษย์กับสังคม. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520.
- ศุภิกา ดวงมณี. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็ลด์ไวด์เว็บของสื่อมวลชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ศุภวรรณ สัจจพงศ์. ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ และ  
 พฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ  
 ข่าวถ่ายทอดของวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- สุชาติ เวโรจน์. ความรู้สึกล้มเหลวทางการเมืองและความสนใจทางการเมือง. สารนิพนธ์  
 มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521
- หรรษา วงศ์ธรรมกุล. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่าย  
 อินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขต  
 กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- อรวรรณ วิจักขณะ. การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษา  
 มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- อรพิน จิรวัดมนศิริ. การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัย  
 ระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

อรพินท์ ศักดิ์เยี่ยม. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

อรัญญา ม้าลายทอง. การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัท ลีอ็อกซ์เลย์ จำกัด มหาชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

### ภาษาอังกฤษ

Applum, Ronald L. Fundamental Concepts in Human Communications. Canfield Press, San Francisco, A department of Harper and Row Publishers Inc, 1993.

Atkin, Charles K. "Instrumental Utilities and Information Seeking" in New Model for Mass Communication Research. Beverly Hill : Sage Publication, 1973.

Berlinger, Otto. Design for Persuasion Communication. New Jersey : Prentice Hall, 1972.

Berlo, David K., Lemert, James B. and Mert, Robert K. "Dimension for Evaluating the Acceptability of Message Source" in Public Opinion Quarterly 38, 1970.

Burgoon, Michael and Ruffner, Michael. Human Communication. Holt : Rinehaut and Winston, 1978.

Chaffee, Steven H. ed. Political Communication ; issues and Strategies for Research. Beverly Hills : Sage Publications, 1975.

GWU, 1996. Interactive Multimedia. [World Wide Web] Washington : The George Washington University. Available from <http://www.gwu.edu/%7Emastergw/gwim.htm>.

Hoffman, D.L., Novak ,T.P. and Chatterjee, P. 1995. Commercial Scenarios for the Web : Opportunities and Challenges. Journal of Computer-Mediated Communication, [World Wide Web]. Available from <http://www.jmc.huji.ac.il/hoffman.html>.

Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication 10<sup>th</sup> ed. New York : The Free Press, 1969.

- Lapham, Chris, 1995. CMC Magazine : The Evolution of the Newspaper of the Future, [World Wide Web]. USA : North Carolina. Available from <http://www.sunsite.unc.edu/cmc/mag/1995/jul/Lapham.htm>.
- McCombs, Maxwell and Becker, Lee B. Using Masss Communications Theory. New York : Prentice Hall, 1979.
- McCroskey, James C. and Jenson, Thomas A. "Image of Mass Media News Source." in Journal of Broad Casting. Vol.19 (Spring 1975) : 169.
- Moisier, Nancy R. and Ahlgren, Andrew. "Credibility of Precision Journalism", in Journalism Quarterly. (Autumn 1981) : Footnote.
- Schramm, Wilbur and Roberts, Donalds F. (ed.) The Process of Mass and Effects of Mass Communication. Urbana, Illinois: University of Illinois Press, 1971.
- Vinton, Cerf G. Computer Networking : Global Infrastructure for the 21<sup>st</sup> Century. Internet Phenomenon. [World Wide Web]. USA : Washington. Available from <http://www.cs.washington.edu/homes/lazowska/cra/networks.html>.
- Wenner, Lawrence A. "The Nature of New Gratifications". in Media Gratifications Research : Current Perspective (eds.) Beverly Hill: Sage Publications, 1985.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

**เรื่อง** “ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขต กรุงเทพมหานคร”

**คำชี้แจง** : แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อการศึกษาในระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยต้องการทราบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษาและการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ทุกข้อตามความเป็นจริง ทั้งนี้คำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและการวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการศึกษาในภาพรวม มิได้ศึกษาเฉพาะรายบุคคล

\*\*\*หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกทม.ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และเคยเยี่ยมชมเว็บไซต์การเมืองไทยแล้วเท่านั้น

**โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก**

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร

1. เพศ  ชาย  หญิง

2. อายุ

- ( ) 18-25 ปี                      ( ) 26-35 ปี  
( ) 36-45 ปี                      ( ) มากกว่า 45 ปี

3. ระดับการศึกษา

- ( ) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น  
( ) มัธยมศึกษาตอนต้น  
( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.  
( ) อนุปริญญา / ปวส.  
( ) ปริญญาตรี  
( ) สูงกว่าปริญญาตรี  
( ) อื่น ๆ (ระบุ) .....

## 4. อาชีพ

- ( ) นักเรียน / นักศึกษา ( ) ข้าราชการ  
 ( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) พนักงานบริษัท  
 ( ) ประกอบอาชีพส่วนตัว ( ) ไม่ได้ประกอบอาชีพ  
 ( ) อื่น ๆ (ระบุ) .....

## 5. รายได้

- ( ) ไม่มีรายได้  
 ( ) ต่ำกว่า 5,000 บาท ( ) 5,000-10,000 บาท  
 ( ) 10,001-15,000 บาท ( ) 15,001-20,000 บาท  
 ( ) 20,001-30,000 บาท ( ) มากกว่า 30,000 บาท

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง จากเว็บไซต์การเมืองไทย	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของ รัฐบาล					
2. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของ พรรคการเมืองฝ่ายค้าน					
3. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับตัวนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรี					
4. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายของ รัฐบาล					
5. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหา ของรัฐบาล					
6. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของ นักวิชาการเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง					
7. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของ ประชาชนเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง					

ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง จากเว็บไซต์การเมืองไทย	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
8. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับบทวิเคราะห์และ บทวิจารณ์ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับสถานการณ์และ ประเด็น ปัญหาทางการเมือง					
9. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ส.ส. / ส.ว.					
10. ท่านต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการคอร์รัปชันและ พฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจของนักการเมือง					

### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย

- ท่านเข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทยบ่อยแค่ไหน
  - ทุกวัน
  - 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์
  - 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
  - 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
  - นานกว่านั้น
- ท่านใช้เวลาานแค่ไหนในการเข้าชมเว็บไซต์การเมืองไทยแต่ละครั้ง
  - น้อยกว่า 30 นาที
  - 31 นาที – 1 ชั่วโมง
  - มากกว่า 1 ชั่วโมง – 1 ½ ชั่วโมง
  - มากกว่า 1 ½ ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง
  - มากกว่า 2 ชั่วโมง

ท่านเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองต่อไปนี้จากเว็บไซต์การเมืองไทยบ่อยแค่ไหน

การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย	ทุกวัน	5-6 ครั้ง ต่อ สัปดาห์	3-4 ครั้ง ต่อ สัปดาห์	1-2 ครั้ง ต่อ สัปดาห์	นาน กว่า นั้น
3. ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล					
4. ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองฝ่ายค้าน					
5. ข่าวสารเกี่ยวกับตัวนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรี					
6. ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล					



การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทย	ทุกวัน	5-6ครั้ง ต่อ สัปดาห์	3-4ครั้ง ต่อ สัปดาห์	1-2ครั้ง ต่อ สัปดาห์	นาน กว่า นั้น
7. ข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาของรัฐบาล					
8. ข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับ ประเด็นทางการเมือง					
9. ข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับ ประเด็นทางการเมือง					
10. ข่าวสารเกี่ยวกับบทวิเคราะห์และบทวิจารณ์ของ สื่อมวลชนเกี่ยวกับสถานการณ์ และประเด็นปัญหา ทางการเมือง					
11. ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ส.ส. / ส.ว.					
12. ข่าวสารเกี่ยวกับการคอร์ปชั่นและพฤติกรรมที่ไม่น่า ไว้วางใจของนักการเมือง					

13. กรุณาระบุรายชื่อเว็บไซต์การเมืองไทยที่ท่านเข้าชมบ่อยที่สุด 3 แห่ง

1. ....

2. ....

3. ....

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย

ท่านมีความพึงพอใจข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทยมากน้อยเพียงใด

ข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล					
2. ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองฝ่ายค้าน					
3. ข่าวสารเกี่ยวกับตัวนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรี					
4. ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล					
5. ข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาของรัฐบาล					
6. ข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง					
7. ข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง					
8. ข่าวสารเกี่ยวกับบทวิเคราะห์และบทวิจารณ์ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับสถานการณ์ และประเด็นปัญหาทางการเมือง					
9. ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ส.ส. / ส.ว.					
10. ข่าวสารเกี่ยวกับการคอร์ปชั่นและพฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจของนักการเมือง					

#### ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทย

ท่านคิดว่าเว็บไซต์การเมืองไทยมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผู้พัฒนาหรือผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์					
2. ข้อมูลทันสมัย ทันเหตุการณ์					
3. รายละเอียดของข้อมูลครบถ้วน ครอบคลุมทุกแง่มุม					
4. ข้อมูลถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง					
5. ภาษาที่ใช้ชัดเจน เข้าใจง่าย					
6. แหล่งที่มาของข้อมูลน่าเชื่อถือ					
7. แหล่งที่มาของข้อมูลไว้วางใจได้					
8. ข้อมูลเป็นกลางและยุติธรรม					

### ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

ท่านนำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ใช้ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองเป็นพื้นฐานในการแสวงหาความรู้ทางการเมืองเพิ่มเติม					
2. นำข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาหรือการทำงาน					
3. ใช้ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล					
4. ใช้ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองประกอบการตัดสินใจเลือกผู้แทนราษฎร					
5. ใช้ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองติดตามผลงานของผู้แทนราษฎรที่ท่านเลือกมา					
6. ใช้ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจระเบียบและวิธีปฏิบัติในการออกเสียงเลือกตั้ง					
7. ใช้ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไปสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น					

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวต้องจิตต์ สุวรรณศร เกิดเมื่อวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2517 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2538 มีประสบการณ์ทำงานด้านการออกแบบและจัดทำ เว็บไซต์ และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขานิเทศศาสตรพัฒนการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2542



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย