

รายงานการวิจัย

สื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน

จพ
นศ 15
010631

รายงานการวิจัย

สื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง



รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2544

คำนำ

การวิจัยครั้งนี้เกิดจากแรงบันดาลใจเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครวันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ซึ่งผู้สมัครรับเลือกตั้งได้ทำการรณรงค์หาเสียงกันอย่างกว้างขวางใช้สื่อหลายรูปแบบ ทั้งสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ใช้เงินมากมายมหาศาลเพื่อจูงใจให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้จึงต้องการศึกษาว่าสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครจริงหรือไม่ หรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมาจากปัจจัยอื่น เช่น สื่อบุคคล, ความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเอง ฯลฯ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความร่วมมือของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำให้การวิจัยเป็นไปได้อย่างราบรื่น ขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ รองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ และ รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา ที่กรุณาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ขอใบจรรยาและลูกที่เป็นกำลังใจตลอดมา

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน

มีนาคม 2544

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เลขหมู่	คัพ
	๙๕ 15
เลขทะเบียน	๓๐ 631
วันเดือนปี	๑ กค. ๔๔

บทคัดย่อ

สื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วันที่ 23 กรกฎาคม 2543
ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

(Media and the Decision to Vote for the Governor of Bangkok on the
Election Day, July 23, 2000, of the Voters)

ผู้วิจัย : รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญ 4 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้กระทำกับผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งจำนวน 1,140 คน ทั้งนี้ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งออกจากคูหาเลือกตั้ง (Exit Poll) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม ใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOWS ประมวลผลข้อมูล ใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และไคแอสควร์ (chi-square) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่ต่างเพศกัน มีอายุต่างกัน และมีการศึกษาต่างกันเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยที่ถูกอ้างถึงมากที่สุด คือ ความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเอง
3. เหตุผลที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งใช้ในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เหตุผลดังกล่าวได้แก่
 - 1) ความชื่นชมในตัวผู้สมัคร
 - 2) ไม่ใช่ความชอบนโยบายของผู้สมัคร
 - 3) ไม่ใช่ความชอบพรรคของผู้สมัคร
 - 4) ไม่ใช่ความสงสารผู้สมัครเพราะกลัวจะแพ้หรือได้คะแนนเสียงน้อย
4. การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Abstract

Media and the Decision to Vote for the Governor of Bangkok on the Election Day, July 23, 2000, of the Voters

Researcher : Associate Professor Parama Satawedini, Ph.D.

The main purposes of this research were :

1. To study the correlation between the demographic characteristics of the voters and their votes for the governor.
2. To study the correlation between the most influential variables affecting voters' decisions and their votes for the governor.
3. To study the correlation between the reasons affecting voters' decisions and their votes for the governor.
4. To study the correlation between voters' unchangeable decisions and their votes for the governor.

It was the exit poll which 1,140 voters were the samples for the study. Questionnaires were used to collect the data. SPSS for WINDOWS program was used for data processing. Frequency, percentage and chi-square were employed for the analysis of the data.

The results of the study were as follows :

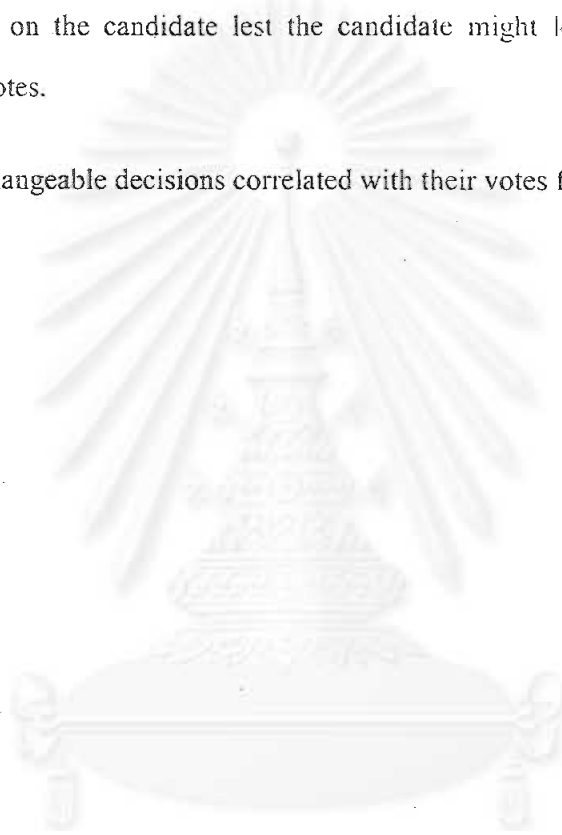
1. Voters different in sex, age and education voted for the governor indifferently.
2. The most influential variables affecting voters' decisions correlated with their votes for the governor. The most frequently mentioned variable was the voters' own thoughts.

3. The reasons affecting voters' decisions correlated with their votes for the governor.

These reasons were :

- 1) the favor in the certain candidate
- 2) not the favor in the candidate's policy
- 3) not the favor in the candidate's political party
- 4) not the pity on the candidate lest the candidate might lose or get the small amount of votes.

4. The voters' unchangeable decisions correlated with their votes for the governor.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

คำนำ	
บทคัดย่อ	i
Abstract	iii
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
คำถามสำหรับการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์ในการวิจัย	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
1. แนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร	7
2. แนวคิดเรื่องสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ	8
3. แนวคิดเรื่องทัศนคติเดิมของผู้รับสาร	16
4. แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกรรมการเลือกในการสื่อสารของผู้รับสาร	19
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	26
รูปแบบงานวิจัย	26
ประชากร	26
กลุ่มตัวอย่าง	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การประมวลผลข้อมูล	29
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	29
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	30
บทที่ 4 ผลการวิจัย	31
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	32
ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน	39
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	79
สรุปผลการวิจัย	79
อภิปรายผล	82
ข้อเสนอแนะทั่วไป	85
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย	86
บรรณานุกรม	87
ภาคผนวก	91
แบบสอบถาม	

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่าง	32
ตารางที่ 2	แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	32
ตารางที่ 3	แสดงการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	33
ตารางที่ 4	แสดงการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง	34
ตารางที่ 5	แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง	35
ตารางที่ 6	แสดงเหตุผลในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง	37
ตารางที่ 7	แสดงการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง	38
ตารางที่ 8	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร	39
ตารางที่ 9	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร	42
ตารางที่ 10	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร	44
ตารางที่ 11	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจ เลือกผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	47
ตารางที่ 12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจ เลือกผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	51
ตารางที่ 13	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชมในตัวผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือก ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	53
ตารางที่ 14	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชอบนโยบายของผู้สมัครกับการตัดสินใจ เลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	56
ตารางที่ 15	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชอบพรรคของผู้สมัครกับการตัดสินใจ เลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 16	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	61
ตารางที่ 17	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกคู่แข่งโจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	63
ตารางที่ 18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	66
ตารางที่ 19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัยกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	68
ตารางที่ 20	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสงสารผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	71
ตารางที่ 21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	73
ตารางที่ 22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	76

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมของสังคม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านการศึกษา, เศรษฐกิจ, สาธารณสุข, สังคม ฯลฯ รวมทั้งกิจกรรมด้านการเมือง

ปราชญ์ทางรัฐศาสตร์ได้กล่าวว่า มนุษย์ในสังคมหรือในชุมชนเป็นสัตว์การเมือง ทั้งนี้เพราะในสังคมหรือชุมชนที่มีการปกครองสมาชิกของสังคมหรือชุมชนย่อมมีความผูกพันเกี่ยวข้อง หรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองของสังคมหรือชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ การเรียนรู้และการพัฒนาทางการเมืองของประชาชนเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและดำเนินไปตลอดชีวิตในลักษณะของการสะสม ดังนั้นสถาบันต่าง ๆ ในสังคมจึงล้วนแล้วแต่มีส่วนในการทำให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้และการพัฒนาทางการเมืองได้ทั้งสิ้น นับตั้งแต่สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา พรรคการเมือง สมาคมวิชาชีพ และที่ขาดเสียมิได้ก็คือสถาบันการสื่อสาร

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าสถาบันการสื่อสารทำหน้าที่ในการทำให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ทางการเมืองได้ดังต่อไปนี้

1. ทำให้เกิดความสนใจ

การเสนอข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งในแง่ของตัวบุคคล นโยบายและความคิดเห็นเป็นประจำสม่ำเสมออย่างต่อเนื่อง ย่อมทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารด้านการเมืองโดยอัตโนมัติ และ ค่อย ๆ สะสมจนเกิดเป็นความสนใจขึ้น

2. ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ

เรื่องการเมืองเป็นเรื่องที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และเข้าใจยากสำหรับคนทั่วไป การได้รับข่าวสารอยู่เป็นประจำจากสื่อมวลชนทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และนิตยสารซึ่งช่วยอธิบายเรื่องการเมืองอย่างสม่ำเสมอ ย่อมเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจที่ละเอียดจนถึงขั้นใช้งานได้

3. ทำให้เกิดทัศนคติ

การเสนอข่าวสาร ความคิดเห็น และข้อโต้แย้งทางการเมืองของสื่อมวลชนจะสามารถช่วยกำหนดทัศนคติ ค่านิยม และการตัดสินใจแก่ประชาชนได้ ทัศนคติต่าง ๆ ทางการเมือง เช่น สำนึกทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง หน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นพลเมือง เป็นต้น สามารถถูกปลูกฝังได้โดยอาศัยการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

4. ทำให้เกิดการปฏิบัติ

เมื่อประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจ ยอมรับทัศนคติใหม่ เกิดความทะเยอทะยานทางการเมืองแล้ว สื่อมวลชนก็ทำหน้าที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะกระตุ้นให้ประชาชนลงมือปฏิบัติทางการเมืองต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการวิพากษ์วิจารณ์ การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นทางการเมือง หรือนโยบายของรัฐบาลและฝ่ายค้าน การออกเสียงเลือกตั้ง การสมัครรับเลือกตั้ง การเข้าเป็นสมาชิกของพรรคการเมือง การมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่น การแสดงประชามติ เป็นต้น (ประมะ สตะเวทิน, 2540:157-158)

มีบทบัญญัติหลายมาตราของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่ทางการเมืองของประชาชน ตลอดจนการพัฒนาการเมือง

มาตรา 76 บัญญัติว่า รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจทางการเมือง การวางแผนพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมทั้งการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐทุกระดับ

มาตรา 77 บัญญัติว่า รัฐต้องจัดให้มีแผนพัฒนาการเมือง จัดทำมาตรฐานทางคุณธรรมและจริยธรรมของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง ข้าราชการและพนักงานหรือลูกจ้างอื่นของรัฐ เพื่อป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบและเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่

มาตรา 68 บัญญัติว่า บุคคลมีหน้าที่ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง บุคคลซึ่งไม่ไปเลือกตั้งโดยไม่แจ้งเหตุอันสมควรที่ทำให้ไม่อาจไปเลือกตั้งได้ย่อมเสียสิทธิตามกฎหมายบัญญัติ การแจ้งเหตุที่ทำให้ไม่อาจไปเลือกตั้ง และการอำนวยความสะดวกในการไปเลือกตั้งให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ

จากบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ การเลือกตั้งจึงเป็นการปฏิบัติหน้าที่สำคัญทางการเมืองในการปกครองระบอบประชาธิปไตย การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งในปัจจุบันจึงได้กระทำกันอย่างกว้างขวาง ใช้สื่อหลายรูปแบบ ทั้งสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเมื่อวันอาทิตย์ที่ 23 กรกฎาคม 2543 ก็ได้มีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งแต่ละคนผ่านสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจอย่างกว้างขวาง และใช้เงินมากมายมหาศาลตามงบประมาณในการหาเสียงเลือกตั้งที่กฎหมายกำหนดไว้จำนวน 21,000,000

ล้านบาท (ยี่สิบเอ็ดล้านบาท) เพื่อจูงใจให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้จึงต้องการศึกษาว่าสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครจริงหรือไม่ หรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมาจากปัจจัยอื่น เช่น สื่อบุคคล หรือความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรด้าน เพศ อายุ และการศึกษาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่อาทิตย์ที่ 23 กรกฎาคม 2543
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
4. เพื่อศึกษาเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
5. เพื่อศึกษาการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
9. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

คำถามสำหรับการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ และการศึกษาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเมื่อวันอาทิตย์ที่ 23 กรกฎาคม 2543 เป็นอย่างไร
2. ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งตัดสินใจเลือกใครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
4. ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งใช้เหตุผลอะไรในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
5. ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือไม่
6. ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ และการศึกษาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือไม่
7. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครมีเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือไม่
8. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือไม่
9. การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือไม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ และการศึกษาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
3. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

4. การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2543 และเป็นการศึกษาจากผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่ใช้สิทธิในการออกเสียงเลือกตั้งจริงในวันดังกล่าว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการรณรงค์การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้สมัครรับเลือกตั้ง
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการรณรงค์การเลือกตั้งในตำแหน่งอื่น ๆ ของผู้สมัครรับเลือกตั้งในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการรณรงค์การเลือกตั้งในตำแหน่งต่าง ๆ ของผู้สมัครรับเลือกตั้งในจังหวัดอื่น ๆ
4. เพื่อประโยชน์ทางวิชาการด้านนิเทศศาสตร์เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อ

นิยามศัพท์ในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ และการศึกษาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
2. การตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหมายถึงการที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดคนหนึ่ง (ผู้สมัครหมายเลข 1-23) เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
3. สื่อมวลชน หมายถึง หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และโฆษณาหาเสียงในโรงภาพยนตร์
4. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สิ่งต่อไปนี้
 - 4.1 โปสเตอร์
 - 4.2 แผ่นพับ

- 4.3 ป้ายหาเสียง
- 4.4 โฆษณานับสิ่งของที่แจก เช่น เสื้อยืด ผ้าเช็ดตัว ผ้าขนหนู ฯลฯ
- 4.5 การปราศรัยหาเสียง
- 4.6 รถหาเสียงเคลื่อนที่
- 4.7 จดหมายที่มีถึงผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
- 4.8 โฆษณาที่ตัวถังรถเมล์
- 4.9 การเดินหาเสียง
5. สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลต่อไปนี้
 - 5.1 เพื่อน
 - 5.2 พ่อแม่
 - 5.3ญาติพี่น้อง
 - 5.4 ครู อาจารย์
 - 5.5 พระ
 - 5.6 คนรู้จัก
6. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หมายถึง การใช้สิ่งต่อไปนี้ประกอบการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
 - 6.1 ความชื่นชมในตัวผู้สมัคร
 - 6.2 ความชอบนโยบายของผู้สมัคร
 - 6.3 ความชอบพรรคของผู้สมัคร
 - 6.4 ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตี
 - 6.5 ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกผู้สมัครอื่นที่เป็นคู่แข่งโจมตี
 - 6.6 ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตี
 - 6.7 ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัย
 - 6.8 ความสงสารผู้สมัครเพราะกลัวจะแพ้หรือได้คะแนนเสียงน้อย
 - 6.9 การได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัคร
7. การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ หมายถึง การที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งไม่เคยคิดที่จะเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งคนอื่นมาก่อนการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเลือกจริงในวันอาทิตย์ที่ 23 กรกฎาคม 2543

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง "สื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง" ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่อไปนี้เป็นการรอบสำหรับใช้ในการอ้างอิง

1. แนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร
2. แนวคิดเรื่องสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
3. แนวคิดเรื่องทัศนคติเดิมของผู้รับสาร
4. แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกรรมการเลือกในการสื่อสารของผู้รับสาร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารในกรณีของการเลือกตั้งทางการเมืองหมายถึงผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือผู้สนับสนุนผู้สมัครรับเลือกตั้ง เช่น พรรคการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัด และบุคคลอื่น ๆ ที่เป็นสมัครพรรคพวกของผู้สมัครรับเลือกตั้ง การรณรงค์หาเสียงในการเลือกตั้งถือเป็นกิจกรรมทางการสื่อสารอย่างหนึ่ง เป็นการสื่อสารเพื่อชักจูงใจให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งลงคะแนนเสียงให้แก่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง

อริสโตเติล (Aristotle) นักปราชญ์ชาวกรีกได้อธิบายเรื่องวาทศิลป์ (Rhetoric) หรือการพูดเพื่อชักจูงใจ ว่า การพูดจะมีประสิทธิผลในการชักจูงใจได้มากน้อยเพียงใดส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของผู้พูด (character หรือ "ethos") ว่ามีความรู้ มีความน่าเชื่อถือ น่าเลื่อมใส น่าไว้วางใจเพียงใด (Burgoon, 1974:10)

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (source credibility) คือสิ่งที่อยู่ในความรู้สึกของผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่ผู้รับสารมอบให้แก่ผู้ส่งสาร (Burgoon, 1974:26)

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ส (Everett M. Rogers, 1995:352) กล่าวว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เจ้าหน้าที่พัฒนาประสบความสำเร็จในการเผยแพร่นวัตกรรมไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายก็คือ ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่พัฒนาในสายตาของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย (credibility in the clients' eyes)

องค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (The dimensions of source credibility)

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ (Burgoon, 1974:28-31)

1. ความสามารถ (Competence)

ความสามารถหมายถึงความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และความเชี่ยวชาญของผู้ส่งสาร ความสามารถวัดจากระดับการศึกษา (level of education) การมีข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและเกี่ยวข้องกับเรื่องที่น่าเสนอ รวมทั้งการมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ

2. บุคลิกภาพ (Character)

บุคลิกภาพหมายถึง ความดี (goodness) ความสุภาพ (decency) หรือความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) ลักษณะหนึ่งของความน่าไว้วางใจก็คือการมีความซื่อสัตย์ (honest)

2. แนวคิดเรื่องสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการการสื่อสาร

สื่อ คือสิ่งที่ขนส่งสาร (a carrier of messages) หรือเป็นพาหนะของสาร (Berlo, 1960:31)

กล่าวอีกนัยหนึ่งสื่อก็คือสิ่งที่นำหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสารให้ปรากฏ

สื่อที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

- 1) สื่อมวลชน
- 2) สื่อบุคคลหรือสื่อระหว่างบุคคล
- 3) สื่อเฉพาะกิจ

สื่อมวลชน (Mass Media)

สื่อมวลชนหมายถึงสื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกันหรือในเวลาเดียวกัน

โดยทั่วไปแล้วสื่อที่เรียกว่าสื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2540:134-135)

ลักษณะของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนมีลักษณะดังต่อไปนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2541:69-72)

1. สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก

สื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่ห่างไกลออกไป และกระจัดกระจายในหลายพื้นที่ได้ในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกัน

2. ความรวดเร็วในการสื่อสารกับคนจำนวนมาก

เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี ดังนั้น สื่อมวลชนจึงสามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่คนจำนวนมากได้ภายในเวลาอันรวดเร็วในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

3. บรรจุเนื้อหาหลากหลาย

เนื่องจากผู้รับสารของสื่อมวลชนมีจำนวนมากและมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา ศาสนา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ฯลฯ ผู้รับสารจึงมีความต้องการ ความชอบ ความสนใจ และรสนิยมที่แตกต่างกัน สื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่ในการสนองความต้องการของผู้รับสารเหล่านี้ให้ได้พร้อม ๆ กัน ด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ทั้งข่าว ความรู้และความคิดเห็น ความบันเทิง กีฬา ฯลฯ

4. นำสารไปสู่ประสาทสัมผัสของผู้รับสารได้จำกัด

ผู้รับสารมีประสาทสัมผัสหรือประสาทในการรับรู้อยู่ 5 ประการ คือ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และการลิ้มรส ในขณะที่สื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้รับสารกับผู้ส่งสารซึ่งอยู่ห่างไกลจากกัน ดังนั้น สิ่งที่สื่อมวลชนสามารถทำได้ในการนำสารไปสู่ผู้รับสารก็คือการนำสารไปสู่ประสาทสัมผัสที่จำกัดที่ผู้รับสารจะสามารถรับสารจากผู้ส่งสารที่อยู่ห่างไกลได้เพียง 2 ทาง คือ การเห็นและการได้ยิน หากเราจะแบ่งสื่อมวลชนออกตามประสาทสัมผัสในการรับสารของผู้รับสารก็อาจแบ่งได้เป็น

สื่อที่รับได้ด้วยการเห็น ได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

สื่อที่รับได้ด้วยการได้ยิน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง

สื่อที่รับได้ทั้งการเห็นและการได้ยิน ได้แก่ ภาพยนตร์และวิทยุโทรทัศน์

5. ได้รับการสื่อสารกลับที่จำกัด

เนื่องจากผู้ส่งสารและผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนอยู่ห่างไกลจากกัน แม้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน แต่เนื่องจากความห่างไกลดังกล่าว ผู้ส่งสารและผู้รับสารจึงมีขีดความสามารถที่จำกัดในการส่งและรับสาร โอกาสที่ผู้ส่งสารจะได้รับหรือทราบการสื่อสารกลับ (feedback) จากผู้รับสารจึงมีอยู่อย่างจำกัดและเป็นการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (delayed feedback)

6. เป็นการสื่อสารทางเดียว

จากขีดจำกัดของการได้รับการสื่อสารกลับจึงทำให้การสื่อสารมวลชนที่ใช้สื่อมวลชนในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว (one-way communication)

7. ความถูกต้องของสารมีมาก

เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นเนื้อหาของสารที่ถูกรับรู้ในสื่อมวลชนเมื่อไปสู่ผู้รับสารทั้งหลายจึงเป็นเนื้อหาเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใคร มีลักษณะอย่างไร และอยู่ที่ใด ความถูกต้องของสารจึงมีมาก

8. ไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้

จากลักษณะของการนำสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ดังนั้น สื่อมวลชนจึงไม่สามารถที่จะเลือกส่งสารไปให้ผู้รับสารคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะได้

9. ประสิทธิภาพของการสื่อสารมีอยู่จำกัด

เนื่องจากผู้รับสารมีจำนวนมาก มีความแตกต่างกัน และการไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ ดังนั้นการจะเตรียมเนื้อหาของสารในสื่อมวลชนให้เป็นที่พอใจและถูกใจของผู้รับสารทุกคนจึงย่อมเป็นไปได้ เช่น รายการบางรายการเด็กชอบแต่ผู้ใหญ่ไม่ชอบ รายการบางรายการเป็นสิ่งที่ผู้ใหญ่ต้องการแต่เป็นพิษเป็นภัยต่อเด็ก เป็นต้น

10. การไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสาร

ในการรับสารนั้นผู้รับสารจะเลือก (select) โดยการเลือกใช้สื่อ (selective exposure) การเลือกให้ความสนใจเนื้อหาของสื่อ (selective attention) การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อ (selective perception/interpretation) และการเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อ (selective retention) ผู้รับสารสามารถที่จะเลือกใช้หรือไม่ใช้สื่อมวลชนใดก็ได้ สื่อมวลชนจึงไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสารได้และไม่อาจมีอิทธิพลต่อผู้ที่ไม่ได้ใช้สื่อมวลชนนั้นได้

11. ให้ข่าวสารและความรู้มากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

ในการเลือกใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารเลือกใช้ตามความต้องการ รสนิยม และทัศนคติเดิมของตน ดังนั้น สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ส่งเสริมสนับสนุนทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสารมากกว่าที่จะเป็นผู้เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือ

พฤติกรรมของผู้รับสาร นอกจากนั้นสื่อมวลชนก็ทำหน้าที่ในการให้ข่าวสารและความรู้แก่ผู้รับสาร

อิทธิพลของสื่อมวลชน

อิทธิพลของสื่อมวลชนเป็นอิทธิพลที่มีเงื่อนไข และขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ (ประมะ สตะเวทิน, 2540:141-145)

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อประชาชนไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง หากแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่สะกิดกันอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1.1 ทศนคติเดิมหรือความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions)

ผู้รับสารของสื่อมวลชนประกอบไปด้วยประชาชนซึ่งเป็นสมาชิกของสังคมต่าง ๆ เช่น ครอบครัว, เพื่อนฝูง, โรงเรียน, ที่ทำงาน, สมาคม ฯลฯ จึงทำให้ประชาชนเหล่านี้มีความคิดเห็น มีค่านิยม มีทัศนคติที่ได้รับอิทธิพลจากสังคมที่ตนเป็นสมาชิก จึงมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน เมื่อบุคคลเหล่านี้ใช้สื่อมวลชนก็นำเอาทัศนคติ ค่านิยม และนิสัยเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes)

ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อบุคคลทั้งก่อนและขณะที่บุคคลผู้นั้นใช้สื่อมวลชน ความมีใจโน้มเอียงจะเป็นตัวกำหนดการเลือกของคนตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1) การเลือกใช้สื่อมวลชน (selective exposure)

บุคคลจะเลือกใช้สื่อมวลชนที่สอดคล้องกับรสนิยม ความชอบ และความพอใจของตน

2) การเลือกให้ความสนใจเนื้อหาของสื่อมวลชน (selective attention)

ในการทำงานเดียวกันเมื่อบุคคลใช้สื่อมวลชนใดสื่อมวลชนหนึ่งบุคคลผู้นั้นก็จะเลือกให้ความสนใจกับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตนและจะหลีกเลี่ยงไม่รับสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน

3) การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (selective perception or interpretation)

ในการตีความหมายสารก็เช่นเดียวกัน บุคคลจะพยายามตีความสารที่ตนอ่าน ดู ฟัง ตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม

4) การเลือกจดจำ (selective retention)

ในทำนองเดียวกันบุคคลก็จะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดทัศนคติ และความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence)

อิทธิพลของสื่อมวลชนเป็นไปโดยอ้อมเนื่องจากข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปทันที หากแต่จะมีบุคคลเป็นตัวแทรกเพื่อทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนคนอื่น ๆ ในกลุ่มหรือในชุมชนตามทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-step Flow of Communication)



ประชาชน

ประชาชนแต่ละคนมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันในชีวิตประจำวัน แต่ละคนใช้สื่อมวลชนไม่เท่ากันและมีอิทธิพลในการเป็นผู้นำไม่เท่ากัน แต่ละกลุ่มหรือแต่ละชุมชนจะมีบุคคลซึ่งเป็นผู้นำความคิดเห็น (opinion leaders) ทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนคนอื่น และมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของประชาชนคนอื่นด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects)

นอกจากนั้นการดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมประชาธิปไตยซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนทั้งหลายสามารถที่จะแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป ในขณะที่ประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ตามทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมที่ตนมีอยู่

2. จากปัจจัยต่าง ๆ ในข้อ 1 ทำให้เห็นได้ว่าเมื่อประชาชนใช้สื่อมวลชนประชาชนมีความคิดเห็น ทัศนคติเดิมของตนมาก่อน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำหน้าที่เป็นตัวสะกดกันอิทธิพลของสื่อมวลชน ประชาชนจะหลีกเลี่ยงข่าวสาร ความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่แตกต่างไปจากความคิดเห็น และทัศนคติเดิมของตน และจะยอมรับเฉพาะข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตนเท่านั้น ดังนั้น อิทธิพลที่สื่อมวลชนจะพึงมีต่อประชาชนนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นแต่เพียงผู้สนับสนุน (an agent of reinforcement) เท่านั้น กล่าวคือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ และความมีใจโน้มเอียงของประชาชนให้มีความแข็งแรงขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อโอกาสเหมาะสม
3. ในบางกรณีสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน (an agent of change) อย่างไรก็ตามอิทธิพลของสื่อมวลชนในด้านการเปลี่ยนแปลงประชาชนนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรม (provide the means for change) แก่ประชาชนเท่านั้น
4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน อย่างไรก็ตามทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เท่านั้น อิทธิพลของสื่อมวลชนในการสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่จึงเป็นอิทธิพลที่สะสม (cumulative impact)

สื่อบุคคลหรือสื่อระหว่างบุคคล (Personal or Interpersonal Media)

สื่อบุคคลหรือสื่อระหว่างบุคคล หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อในการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารในรูปของการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น ผู้นำความคิดเห็น เพื่อน บุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้อง ครูอาจารย์ เจ้าหน้าที่ พระ คนรู้จัก พนักงานขาย เป็นต้น

ลักษณะของสื่อบุคคล

ลักษณะของสื่อบุคคลในการสื่อสารมีดังต่อไปนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2540 : 163)

1) ทำให้การสื่อสารเป็นการสื่อสารแบบสองทาง

สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ตัวสื่อกับผู้รับสารสามารถติดต่อกันได้โดยตรง เห็นหน้าค่าตากันจึงสามารถตอบโต้แลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้ทันที มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication)

2) ส่งสารไปยังคนจำนวนมากได้ช้า

เนื่องจากสื่อบุคคลเข้าถึงผู้รับสารในแต่ละครั้งได้ในวงจำกัดในการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person) หรือในการสื่อสารกลุ่มเล็ก (small group) เช่น การพูดคุยในกลุ่ม การประชุมกลุ่ม ฯลฯ ซึ่งมีจำนวนผู้รับสารไม่มาก ดังนั้นการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารกับคนจำนวนมาก ๆ ในเรื่องเดียวกันจึงกระทำได้ช้า ใช้นานกว่าจะทำการสื่อสารกับคนจำนวนมากได้ครบถ้วน

3) ความถูกต้องของสารลดลงเมื่อส่งสารไปยังคนจำนวนมาก

เนื่องจากสื่อบุคคลเข้าถึงผู้รับสารได้น้อย ดังนั้นในการสื่อสารกับคนจำนวนมากจึงต้องอาศัยสื่อบุคคลหลาย ๆ คนบอกกันปากต่อปาก (word-of-mouth) ในการสื่อสารแบบปากต่อปากนี้ยังมีคนมากเท่าใดโอกาสที่ความถูกต้องของสารจะลดลงยิ่งมีอยู่มาก เพราะสารถูกบิดเบือนจากบุคคลแต่ละคนที่เป็นสื่อ

4) สามารถเลือกผู้รับสารได้

ประโยชน์ประการหนึ่งของสื่อบุคคลก็คือเมื่อผู้ส่งสารต้องการสื่อสารกับผู้รับสารคนใดคนหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ ผู้ส่งสารสามารถเลือกหรือกำหนดผู้รับสารที่ตนต้องการจะทำการสื่อสารด้วยได้แล้วใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อเข้าถึงผู้รับสารที่ตนต้องการได้โดยสารนั้นไม่ไปถึงผู้รับสารที่มีได้เป็นเป้าหมาย

5) สามารถจัดกระบวนการเลือกของผู้รับสารได้

ในการรับสารนั้นผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อที่ตนเองต้องการและพอใจ ในกรณีของสื่อมวลชนผู้รับสารจึงสามารถเลือกได้ว่าจะใช้สื่อใด ไม่ใช้สื่อใด แต่ในกรณีของสื่อบุคคลผู้รับสารไม่

สามารถหลีกเลี่ยงได้ เพราะบุคคลผู้ทำหน้าที่เป็นสื่อได้เข้าถึงและอยู่ต่อหน้าของผู้รับสารแล้ว

6) มีโอกาสที่จะได้รับการสื่อสารกลับสูง

การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารระหว่างบุคคลทำให้สื่อบุคคลกับผู้รับสารสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยตรงจึงทำให้สื่อบุคคลได้รับการสื่อสารกลับ (feedback) จากผู้รับสารรวดเร็วและในปริมาณมาก ทั้งในรูปของการซักถาม การแสดงความคิดเห็น การแสดงความเข้าใจหรือไม่เข้าใจ การแสดงความพอใจหรือไม่พอใจ การแสดงความต้องการหรือไม่ต้องการของผู้รับสารซึ่งสื่อบุคคลสามารถปรับปรุงการสื่อสารกับผู้รับสารได้ทันทีและสามารถเพิ่มประสิทธิผลของการสื่อสารได้โดยอาศัยการสื่อสารกลับของผู้รับสารเป็นแนวทาง

7) มีอิทธิพลในการเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร

ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-step Flow of Communication) ได้แสดงให้เห็นว่าสื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการชักจูงใจหรือการเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสารได้ดีกว่าสื่อมวลชน

ลาซาร์สเฟลด์ และเมนเชล (Paul F. Lazarsfeld and Herbert Menzel, "Mass Media and Personal Influence", in Schramm ed. 1963:96-97) กล่าวถึงคุณสมบัติของสื่อบุคคลว่า

1. การพูดคุยแบบเป็นกันเองและเป็นส่วนตัวทำให้เกิดความคุ้นเคยระหว่างสื่อบุคคลกับผู้รับสาร ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารยอมรับความคิดเห็นของสื่อบุคคลได้ง่ายขึ้น
2. การเห็นหน้าค่าตากันระหว่างสื่อบุคคลกับผู้รับสารทำให้สื่อบุคคลสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเรื่องที่ทำสื่อสารให้ตรงกับความเข้าใจ ความต้องการ ตลอดจนความพอใจของผู้รับสารได้
3. ในการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากันนี้เมื่อผู้รับสารได้ตัดสินใจตามการชักจูงใจของสื่อบุคคลแล้ว ผู้รับสารก็มีความรู้สึกว่าการให้ความเห็นชอบของตนตามการเสนอของสื่อบุคคลนั้นเป็นการได้รับรางวัลทันทีของผู้รับสาร



สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

สื่อเฉพาะกิจหมายถึงสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (specific audience) จัดเป็นประชาชนที่มีลักษณะเฉพาะเป็นพิเศษ (specific publics) บรรจุเนื้อหาเฉพาะเรื่องเหมาะกับผู้รับสาร ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจได้แก่ แผ่นพับ โบปลิว โปสเตอร์ คู่มือจดหมายของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ฯลฯ

อาดัม (Adam, 1971 อ้างใน โสภภาพร สุทธิศักดิ์, 2539:46-47) กล่าวว่า สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อเฉพาะกิจในการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (target audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจได้แก่ เอกสาร จุลสาร แผ่นพับหรือโบปลิว โปสเตอร์ นิทรรศการ การสาธิต ฯลฯ

ชแรมม์ (Schramm "Channels and Audiences" in Pool, Schramm et al. eds., 1973:125) เปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจว่าการชักจูงใจแบบเห็นหน้าค่าตากัน (face-to-face) จะมีประสิทธิผลมากกว่าการชักจูงใจผ่านสื่อเฉพาะกิจ (specialized media) ประเภทโสตทัศนูปกรณ์

3. แนวคิดเรื่องทัศนคติเดิมของผู้รับสาร

ทัศนคติ คือ ความชอบและความมีใจโน้มเอียง (preferences and predispositions) ต่อเรื่องต่าง ๆ (Hunt and Ruben, 1993:51)

เจ. เอ. ซี. บราวน์ (J.A.C. Brown, 1972:37-38) กล่าวว่าทัศนคติคือสภาวะทางใจของบุคคลในอันที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้า ทัศนคติเกิดจากการที่คนได้เรียนรู้จากผลของการกระทำในอดีต ทำให้ได้รับรางวัลหรือได้รับโทษ (rewards or punishments), ประสบการณ์ที่ทำให้ได้รับความพอใจหรือความไม่พอใจ (satisfying or unsatisfying experiences), ความสำเร็จหรือความล้มเหลว (success or failure)

องค์ประกอบของทัศนคติ

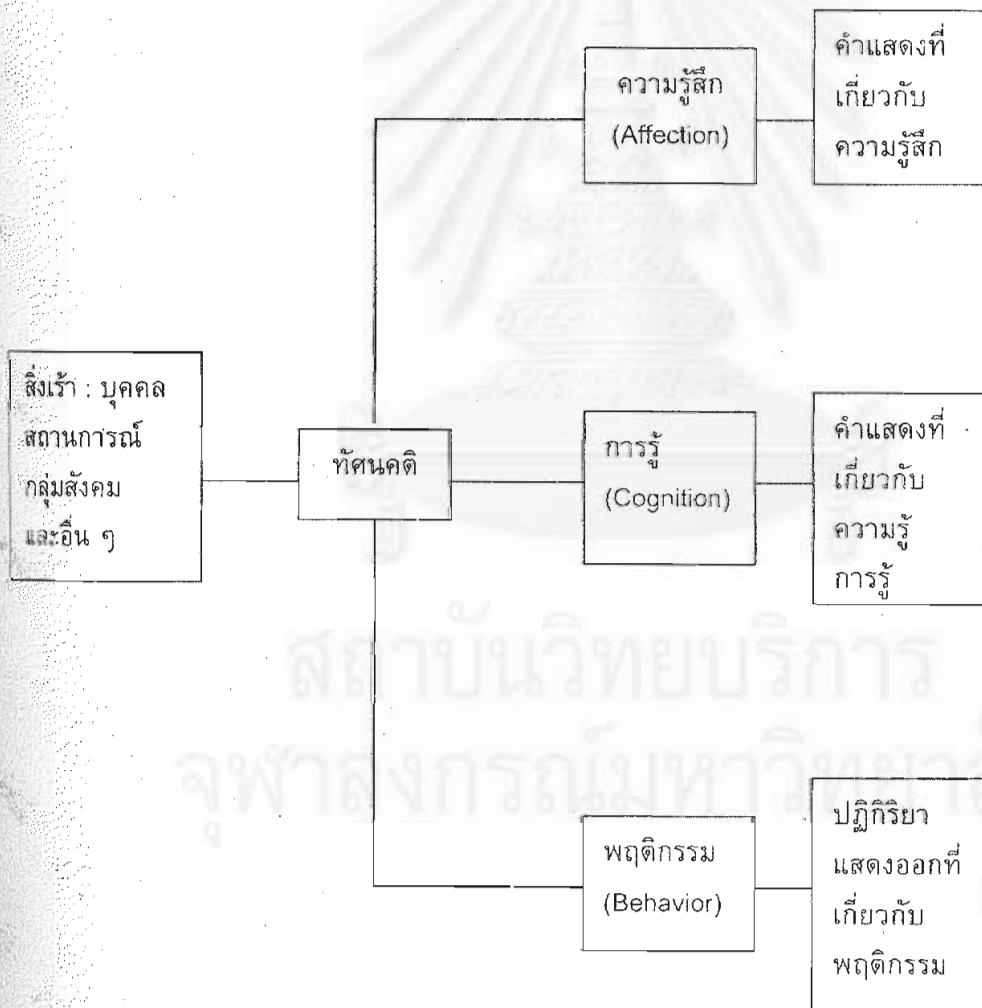
ทัศนคติมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ (Zimbardo and Ebbesen, 1970 อ้างใน จารุณี บุญนิพัทธ์, 2539:25-26)

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของบุคคล เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

องค์ประกอบของทัศนคติสามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526:5)

แผนภาพแสดงองค์ประกอบของทัศนคติ



หน้าที่ของทัศนคติ

หน้าที่ของทัศนคติมีอยู่ 4 ประการ คือ (Henry Assael, 1995:275-278)

1. เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์เป็นสำคัญ (Utilitarian) หมายความว่า บุคคลทุกคนจะใช้ทัศนคติเป็นแนวทางเพื่อให้ตนเองได้รับผลตามต้องการ เช่น ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยและการบรรเทาที่รวดเร็ว เมื่อจะเลือกซื้อยาบรรเทาปวดครั้งใดก็จะเลือกยี่ห้อที่มีคุณสมบัติตรงตามนี้
2. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value-Expressive) ทัศนคติสามารถสะท้อนค่านิยมและภาพลักษณ์ส่วนตัวของผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ของคนที่ชอบซื้อรถสปอร์ตก็คือ คนที่ชอบความเร็วของการขับขี่และความเป็นหนึ่งเหนือใคร เป็นต้น
3. เพื่อป้องกันตนเอง (Ego-Defensive) โดยปกติคนโดยทั่วไปมักไม่ยอมรับในสิ่งที่ขัดแย้งกับความนึกคิดของตน ดังนั้น ทัศนคติจึงอาจสะท้อนออกมาในรูปกลไกที่ป้องกันตนเอง โดยการแสดงออกเป็นความรู้สึกถูกเหยียดหยาม หรือตีจินนินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น
4. เพื่อจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทัศนคติเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเอง ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้บุคคลสามารถรับรู้และเข้าใจถึงระบบและระเบียบของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวได้

ที่มาของทัศนคติ

เจ. เอ. ซี. บราวน์ (J. A. C. Brown, 1972:39-42) กล่าวว่าแหล่งที่มาของทัศนคติมี 4 แหล่งเรียงตามลำดับก่อนหลังได้แก่

1. กรรมพันธุ์
2. ครอบครัวและการอบรมเลี้ยงดูเด็ก
3. สังคม
4. ประสบการณ์เฉพาะตัวของบุคคล

แหล่งที่มาของทัศนคติเหล่านี้จะมีความสำคัญไม่เท่ากันตามกฎหมาย Law of Primacy ที่กล่าวว่าทัศนคติแรก ๆ จะมีอิทธิพลมากกว่าทัศนคติที่เกิดขึ้นภายหลัง เนื่องจากทัศนคติแรก ๆ จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติอันหลัง ๆ

ผู้รับสารทุกคนนำทัศนคติเดิม (prior attitudes) หรือความคิดเดิม (preconceived notions) ของตนมาใช้ในการรับสาร

การวิจัยด้านจิตวิทยาและด้านการสื่อสารได้แสดงให้เห็นอย่างแจ่มชัดว่าผู้ที่มีทัศนคติและความเชื่อที่ยึดมั่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะมีพฤติกรรมที่สนับสนุนความคิดของตน บุคคลเหล่านี้อาจกระทำโดยการแสวงหาสารที่ส่งเสริม สนับสนุน ยืนยันความเชื่อของตนและหลีกเลี่ยงสารที่ขัดแย้งกับความคิดของตน หรือบุคคลเหล่านี้อาจบิดเบือนความหมายของสารที่ขัดแย้ง หรือแตกต่างไปจากความคิดของตน กล่าวอีกนัยหนึ่งผู้ที่มีทัศนคติเดิมเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างมั่นคง ยากแก่การถูกชักจูงใจ (Burgoon, 1974:69)

แพตริเซีย เคนดอลและแคเธอรีน วูลฟ์ (Patricia Kendall and Katherine Wolfe) แห่งสถาบันวิจัยสังคมประยุกต์ (Bureau of Applied Social Research) มหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอคติของผู้รับสาร ผลการวิจัยพบว่าคนที่มียุทธคติในเรื่องเชื้อชาติตีความหมายสาร (ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต่อต้านการมียุทธคติในเรื่องเชื้อชาติ) บิดเบือนไป กล่าวคือแทนที่จะมีความรู้สึกว่ายุทธคติในเรื่องเชื้อชาติเป็นสิ่งไม่ดีกลับมีความคิดว่าสารที่ได้รับนั้นส่งเสริมยุทธคติในเรื่องเชื้อชาติ (Brown, 1972:147)

ในขณะที่ถ้าผู้ส่งสารมีทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งเหมือนกันหรือสอดคล้องกับทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารก็จะมีคามนิยมชมชอบในตัวผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจมองว่าผู้ส่งสารคนนั้นฉลาดกว่า มีข้อมูลข่าวสารเพียบพร้อมกว่าและปรับตัวได้ดีกว่าผู้ส่งสารที่มีทัศนคติต่างไปจากตน กล่าวง่าย ๆ ก็คือ ผู้รับสารชอบผู้ส่งสารที่มีความคิดเหมือนตน และชอบที่จะรับสารจากผู้ส่งสารที่มีลักษณะคล้าย ๆ กับตน (Burgoon, 1974:69)

4. แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกรรมการเลือกในการสื่อสารของผู้รับสาร

ตั้งได้กล่าวไว้แต่ต้น (อิทธิพลของสื่อมวลชน) แล้วว่าในการรับสารนั้น ผู้รับสารจะเลือกโดยมีกระบวนการในการเลือก (Selective Processes) ตามลำดับเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การเลือกผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร (Selective exposure)
2. การเลือกให้ความสนใจเนื้อหาสาร (Selective attention)
3. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมายเนื้อหาสาร (Selective perception or interpretation)
4. การเลือกจดจำเนื้อหาสาร (Selective retention)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกของผู้รับสาร

ทอดด์ ฮันท์ และเบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent D. Ruben) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสารของผู้รับสารไว้ดังต่อไปนี้ (Hunt and Ruben, 1993:50-52)

1. ความต้องการ (Need)

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการในการเลือกของผู้รับสารก็คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของผู้รับสาร ทั้งความต้องการทางกายและความต้องการทางใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำเป็นตัวกำหนดการเลือกของผู้รับสาร ผู้รับสารเลือกเพื่อสนองความต้องการของตน เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทักษะคติและค่านิยม (Attitudes and Values)

ทัศนคติคือความชอบและความมีใจโน้มเอียง (preferences and predispositions) ต่อเรื่องต่าง ๆ

ค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไร ในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน

ทั้งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกผู้ส่งสาร, การเลือกข่าวสาร, การเลือกตีความหมายข่าวสาร และการเลือกจดจำข่าวสาร

3. เป้าหมาย (Goals)

ผู้รับสารทุกคนมีเป้าหมาย ผู้รับสารทุกคนในฐานะที่เป็นบุคลุชนกำหนดเป้าหมายสำหรับการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของชีวิตนี้ย่อมมีอิทธิพลต่อการเลือกในการสื่อสารของผู้รับสาร

4. ความสามารถ (Capability)

ความสามารถของผู้รับสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการที่จะเลือก เช่น คนที่รู้เฉพาะภาษาไทยก็จะเลือกใช้สื่อมวลชนไทย เพราะไม่สามารถใช้สื่อมวลชนต่างประเทศได้เนื่องจากความสามารถด้านภาษาต่างประเทศที่จำกัด

5. การใช้ประโยชน์ (Utility)

กล่าวโดยทั่วไปแล้วผู้รับสารจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่ตนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ การอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ ฯลฯ เป็นการกระทำโดยการเลือกของผู้รับสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style)

ปัจจัยประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสารก็คือ ลีลาในการสื่อสารของผู้รับสาร ลีลาในการสื่อสารในที่นี้หมายถึงความนิยมสื่อบางชนิดเป็นพิเศษ เช่น บางคนชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ ในขณะที่บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

7. สภาวะ (Context)

สภาวะ หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย, การอยู่ในสถานที่ประเภทใด ประเภทหนึ่งขณะที่ทำการสื่อสาร ตลอดจนเวลาที่ทำการสื่อสารย่อมมีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit)

ในฐานะของผู้รับสารคนแต่ละคนล้วนมีประสบการณ์ที่สั่งสมจนกลายเป็นนิสัย และถูกนำมาใช้ในกระบวนการเลือกของตน นั่นคือการเลือกใช้สื่อ การเลือกสนใจเนื้อหาของสาร การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมายสาร และท้ายที่สุดก็คือการเลือกจดจำเนื้อหาสาร

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm "Channels and Audiences" in Pool, Schramm et al., eds.:1973:121-122) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. ความสะดวกในการใช้

ผู้รับสารเลือกใช้สื่อที่มีอยู่ หรือที่อยู่ใกล้ตัว เช่น เลือกดูทีวีเพราะสะดวกกว่าไปดูหนังอ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอยู่ในบ้านแทนที่จะต้องเดินออกไปซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น

2. ความเด่น

ผู้รับสารให้ความสนใจกับสารที่มีจุดเด่นแตกต่างไปจากสารอื่น ๆ ที่มีอยู่ดาษดื่นธรรมดาๆ ดังนั้นคนเราจึงชอบอ่านข่าวสำคัญ ๆ ชอบดูโฆษณาที่แปลก สวย มีความโดดเด่น ฯลฯ

3. ประสบการณ์

ประสบการณ์ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้รับสารได้ประสบมาในชีวิต ประสบการณ์มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม ความต้องการ รวมทั้งการเลือกของผู้รับสารด้วย ผู้รับสารเลือกใช้สื่อ, เลือกให้ความสนใจต่อสาร, เลือกตีความหมายสาร และเลือกจดจำเนื้อหาสารตามประสบการณ์ของตน

4. การใช้ประโยชน์

ผู้รับสารแต่ละคนมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของตนเองในการรับสาร ดังนั้นผู้รับสารจึงเลือกในการสื่อสารโดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เพื่อให้ได้ทราบข่าวสาร เพื่อหาความบันเทิง ฯลฯ

5. การศึกษาและสถานะทางสังคม

การศึกษาและสถานะทางสังคมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกของผู้รับสาร เช่น คนที่มีการศึกษาสูงมักจะเลือกดูข่าว รายการข่าวสารและรายการเกี่ยวกับการบ้านการเมือง ฯลฯ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

เจตน์ศักดิ์ แสงสิงแก้ว (2523) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารกับพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนในท้องที่บางชั้น เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่าในขณะที่การเปิดรับสื่อมวลชนมีผลต่อความสนใจทางการเมืองของประชาชน การสื่อสารในกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อทัศนคติทางการเมืองมากที่สุด และการสื่อสารในกลุ่มมีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากที่สุด

พรพิมล วรดิลก (2524) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีผลต่อการปลูกกาแฟของเกษตรกรในกิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ผลการศึกษาปรากฏว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกรแตกต่างกัน กล่าวคือ สื่อ

บุคคลมีผลต่อการยอมรับมากที่สุด รองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจ ในขณะที่สื่อมวลชนไม่มีผลต่อการยอมรับเลย

ดวงทิพย์ วรพันธ์ (2525) ศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อปลูกฝังโภชนาศึกษาแก่สตรีชนบทในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าสตรีที่เปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติด้านโภชนาการดีกว่าสตรีที่ไม่เปิดรับสื่อดังกล่าว

โกลด์เซนและราลิส (Goldsen and Ralis, 1957) ได้ศึกษาการรับนวัตกรรมของหมู่บ้านบางแห่ง พบว่าเกษตรกรที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง มีความสามารถในการรู้หนังสือสูง มีการยอมรับวิถีชีวิตแบบสังคมเมือง มีประสบการณ์กับสังคมภายนอกมาก และมีการเปิดรับสื่อมวลชนมาก มีแนวโน้มที่จะยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าเกษตรกรคนอื่น ๆ

วันชัย ธนะวังน้อย (2526) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารและการยอมรับนวัตกรรมของชาวบ้านในโครงการเตาแก๊สมูลสัตว์ ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า สื่อบุคคลมีผลต่อการยอมรับเตาแก๊สมูลสัตว์ของชาวบ้านมากกว่าเอกสาร แผ่นภาพโฆษณา การอบรม

พรทิพย์ เย็นจะบก (2527) ทำการวิจัยเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนกับพฤติกรรมทางการเมืองของสตรี : ศึกษาเฉพาะกรณีเขตเทศบาลนครเชียงใหม่" พบว่า สตรีที่มีอายุการศึกษา และอาชีพต่างกันเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน แต่สตรีที่มีรายได้แตกต่างกันเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการไปลงคะแนนเสียง ได้แก่ อายุ และการสื่อสารระหว่างบุคคล

กรกช ว่องวิศว์ (2531) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมกิจการฟาสฟูดของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า สื่อบุคคลมีผลต่อการชักจูงใจให้ยอมรับนวัตกรรมมากกว่าสื่อมวลชน

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2534) ศึกษาการเปิดรับสื่อกับการพัฒนาความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ในอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน แต่การเปิดรับสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน ทั้งการเปิดรับสื่อมวลชนและการเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทักษะคิดและการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน

วิภาดา บุนนาค (2534) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อกับการใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และสมาชิกสภาจังหวัดของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า การเปิดรับสื่อ เพศ อายุ และการศึกษาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง นอกจากนั้นการเปิดรับสื่อบุคคลกับการเปิดรับสื่อมวลชนไม่มีความแตกต่างกันในการทำให้ประชาชนไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

มันทนา มาศมาลัย (2534) ศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้หญิงในอำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าการเปิดรับสื่อมวลชน และการเปิดรับสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความรู้ทางการเมืองของผู้หญิง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

อลิสตา วีรพัฒน์กุล (2540) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักและการปฏิบัติตามกฎจราจรของผู้ขับขี่ยานยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารการจราจรจากวิทยุมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการจราจร การเปิดรับข่าวสารการจราจรจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และเพื่อนมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการปฏิบัติตามกฎจราจรและการเปิดรับข่าวสารการจราจรจากโทรทัศน์และเพื่อนมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามกฎจราจร

งานวิจัยในต่างประเทศ

พอล เอฟ ลาซาร์สเฟลด์, เบอ์นาร์ต เบเรลสัน และเฮเซล กอเดท (Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, 1944) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมการออกเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. 1940 ที่ออร์เคาน์ดี มลรัฐโอไฮโอ ผลของการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนค่อนข้างจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนน้อย แต่สื่อมวลชนทำหน้าที่สนับสนุนความเชื่อเดิมของคน อิทธิพลที่สื่อมวลชนอาจมีต่อการลงคะแนนเสียงของประชาชนนั้นเป็นอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านผู้นำความคิดเห็น (opinion leaders) ในลักษณะของการสื่อสาร “แบบสองขั้นตอน” (“two-step flow”) ซึ่งผู้นำความคิดเห็นรับข่าวสารและความคิดเห็นจากสื่อมวลชนแล้วจึงส่งต่อไปยังสมาชิกคนอื่นในกลุ่มของตน “ความคิดมักจะผ่านจากวิทยุและสิ่งพิมพ์ไปยังผู้นำความคิดเห็นและจากผู้นำความคิดเห็นไปยังคนที่มีความกระตือรือร้นน้อย”

คอมสตอค และคณะ (Comstock et al., อ้างใน McQuail and Windahl; 1993:67-72) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของโทรทัศน์ต่อพฤติกรรมของผู้ชม ผลการวิจัยพบว่าอิทธิพลของโทรทัศน์จะมีต่อผู้ชมหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าสิ่งที่โทรทัศน์นำเสนอโดยตรงกับทัศนคติหรือความมีใจโน้มเอียงของผู้ชมหรือไม่ หากตรงกับทัศนคติหรือความมีใจโน้มเอียงโทรทัศน์ก็มีโอกาสที่จะมีอิทธิพลต่อผู้ชม ในทางตรงกันข้ามหากสิ่งที่โทรทัศน์นำเสนอไม่สอดคล้องกับทัศนคติหรือความมีใจโน้มเอียง โทรทัศน์ก็จะไม่สามารถมีอิทธิพลต่อผู้ชมได้

แม็คเนลลีและฟอนเซกา (MacNelly and Fonseca, 1964 อ้างใน สุภารักษ์ จูตระกูล, 2537:34) ทำการวิจัยเรื่องการใช้สื่อมวลชนกับความสนใจทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยคอสตาริกา พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจข่าวสารด้านการเมืองดีกว่าวิทยุและโทรทัศน์ นักศึกษาใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงมากกว่าเพื่อการแสวงหาข่าวสาร

ราฮิม (Rahim, 1961, 1965 อ้างใน Rogers, 1995:196) ได้ทำการวิจัยการรับนวัตกรรมด้าน การเกษตรของชาวบ้านในประเทศบังคลาเทศพบว่าสื่อมวลชนไม่ค่อยมีบทบาทในกระบวนการการ เผยแพร่นวัตกรรม ในขณะที่สื่อบุคคลมีความสำคัญยิ่งในทุกขั้นตอนของกระบวนการการเผยแพร่ นวัตกรรม

ซิงห์ (Singh, 1967 อ้างใน จิราพร ขุนศรี, 2541:52) ได้ศึกษาถึงการยอมรับปุ๋ยในโตรเจน ของเกษตรกรในประเทศอินเดีย ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อการยอมรับปุ๋ยในโตรเจนได้แก่ รายได้ ขนาดของที่ดิน การมีส่วนร่วมในสังคม การเดินทางเข้าไปในเมือง การสื่อสารระหว่างบุคคล และการเปิดรับสื่อต่าง ๆ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “สื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง” มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

รูปแบบงานวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่สอบถามผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งทันทีที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งออกมาจากคูหาเลือกตั้ง (Exit Poll)

ประชากร

ประชากรในงานวิจัยนี้ได้แก่ ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง (จำนวน 3,817,408 คน) ที่ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งจริงในวันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ซึ่งกรุงเทพมหานครตั้งเป้าหมายไว้ที่ 60% คิดเป็นจำนวน 2,290,445 คน จำนวน 2,290,445 คน จึงถือเป็นประชากรของการวิจัยครั้งนี้

กลุ่มตัวอย่าง

1. จำนวนตัวอย่าง

ในการกำหนดจำนวนตัวอย่างได้ใช้สูตรการหาจำนวนตัวอย่างจากจำนวนประชากรของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความผิดพลาดไม่เกิน 5% (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537:33)

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้ ฉะนั้นค่า e จึงเท่ากับ .05

เมื่อแทนค่าสูตร

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{2,290,445}{(1 + 2,290,445(.05)^2)} \\
 &= \frac{2,290,445}{(1 + 5,726.1125)} \\
 &= \frac{2,290,445}{5,727.1125} \\
 &= 399.93015
 \end{aligned}$$

เพราะฉะนั้นงานวิจัยครั้งนี้จะต้องใช้ตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling)

ขั้นตอนที่ 1

เลือกเขตตัวอย่าง 12 เขต จาก 50 เขต (กลุ่มเขตละ 2 เขต จาก 6 กลุ่มเขต) โดยวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) ด้วยการจับฉลาก

กรุงเทพมหานครแบ่งการปกครองออกเป็น 6 กลุ่มเขต จำนวน 50 เขต ดังต่อไปนี้

กลุ่มรัตนโกสินทร์	กลุ่มบูรพา	กลุ่มศรีนครินทร์	กลุ่มเจ้าพระยา	กลุ่มกรุงธนบุรีเหนือ	กลุ่มกรุงธนบุรีใต้
1.เขตบางซื่อ	1. เขตดอนเมือง	1.เขตสะพานสูง	1. เขตดินแดง	1. เขตบางพลัด	1. เขตบางขุนเทียน
2.เขตดุสิต	2. เขตหลักสี่	2.เขตมีนบุรี	2. เขตห้วยขวาง	2. เขตคลองสาน	2. เขตบางบอน
3.เขตพญาไท	3. เขตสายไหม	3.เขตคลองสามวา	3. เขตวัฒนา	3. เขตบางกอกน้อย	3. เขตจอมทอง
4.เขตราชเทวี	4. เขตบางเขน	4.เขตหนองจอก	4. เขตคลองเตย	4. เขตบางกอกใหญ่	4. เขตราชบุรี
5.เขตปทุมวัน	5. เขตจตุจักร	5.เขตลาดกระบัง	5. เขตบางนา	5. เขตภาษีเจริญ	5. เขตทุ่งครุ
6.เขตพระนคร	6. เขตลาดพร้าว	6.เขตประเวศ	6. เขตพระโขนง	6. เขตหนองแขม	6. เขตธนบุรี
7.เขตป้อมปราบ	7. เขตบึงกุ่ม	7.เขตสวนหลวง	7. เขตสาทร	7. เขตคลองสาน	7. เขตบางแค
8.เขตสัมพันธวงศ์	8. เขตบางกะปิ	8.เขตคันนายาว	8. เขตบางคอแหลม		
9.เขตบางรัก	9. เขตวังทองหลาง		9. เขตยานนาวา		

ได้เขตตัวอย่างดังนี้

1. เขตดุสิต	2. เขตราชเทวี	จากกลุ่มรัตนโกสินทร์
3. เขตบางเขน	4. เขตบึงกุ่ม	จากกลุ่มบูรพา
5. เขตประเวศ	6. เขตสวนหลวง	จากกลุ่มศรีนครินทร์
7. เขตพระโขนง	8. เขตยานนาวา	จากกลุ่มเจ้าพระยา
9. เขตราชวัตรบูรณะ	10. เขตบางแค	จากกลุ่มกรุงธนบุรีใต้
11. เขตบางพลัด	12. เขตตลิ่งชัน	จากกลุ่มกรุงธนบุรีเหนือ

ขั้นตอนที่ 2

เลือกหน่วยเลือกตั้งเขตละ 2 หน่วยเลือกตั้งโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยให้แต่ละหน่วยเลือกตั้งของเขตเดียวกันอยู่ห่างจากกันไม่น้อยกว่า 1 กิโลเมตร ได้จำนวนหน่วยเลือกตั้ง 24 หน่วยเลือกตั้งจาก 12 เขต

ขั้นตอนที่ 3

สอบถามผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งหน่วยเลือกตั้งละ 48 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ได้ตัวอย่างจำนวน 1,152 คน จาก 24 หน่วยเลือกตั้ง

หลังจากตรวจเช็คข้อมูลแล้ว ได้แบบสอบถามที่นำมาใช้ในการประมวลผลข้อมูลได้จำนวน 1,140 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended questions) และมีโครงสร้างคำถามดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ได้แก่ เพศ อายุ และการศึกษา
2. การตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

4. เหตุผลที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งใช้ในการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
5. การเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

การทดสอบแบบสอบถาม

ก่อนการนำแบบสอบถามไปใช้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ร่างไว้ไปทดสอบกับคนจำนวน 20 คน แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงให้เหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำโดยผู้ช่วยวิจัยจำนวน 24 คนที่นำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบทันทีที่เป็นตัวอย่างออกจากคฤหาเลือกตั้งในวันที่ 23 กรกฎาคม 2543 เวลา 08 00 – 15.00 น.

การประมวลผลข้อมูล

หลังการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำข้อมูลมาลงรหัส (coding) แล้วนำไปประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOWS

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ และการศึกษาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : เพศ อายุ การศึกษา

ตัวแปรตาม : การตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม : การตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม : การตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

ตัวแปรตาม : การตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร การตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ใช้การแจกแจงความถี่และร้อยละ
2. การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามสมมติฐานที่ 1-4 ใช้ไค-สแควร์ (chi-square) ในการวิเคราะห์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องสื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยวิธีการแจกแจงความถี่และคำร้อยละเพื่ออธิบาย

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ และการศึกษา
2. การตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
4. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
5. การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ไค-สแควร์ (chi-square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

1. เพศ

ตารางที่ 1 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	532	46.7
หญิง	608	53.3
รวม	1,140	100.0

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็นเพศชาย 532 คนหรือร้อยละ 46.7 และเพศหญิง 608 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3

2. อายุ

ตารางที่ 2 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 25 ปี	250	21.9
26 – 39 ปี	369	32.4
40 – 50 ปี	278	24.4
51 – 60 ปี	147	12.9
มากกว่า 60 ปี	96	8.4
รวม	1,140	100.0

ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 26-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงไปได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 40-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.4 และอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.9 ตามลำดับ

3. การศึกษา

ตารางที่ 3 แสดงการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเรียน	36	3.2
ป.1 – ป.7	201	17.6
ม.1 – ม. 3	99	8.7
ม.4 – ม.6 หรือ ปวช. หรือเทียบเท่า	207	18.2
อนุปริญญา หรือ ปวส. หรือเทียบเท่า	105	9.2
ปริญญาตรี	413	36.2
ปริญญาโท	64	5.6
ปริญญาเอก	14	1.2
อื่น ๆ	1	0.1
รวม	1,140	100.0

ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงไป ได้แก่กลุ่มที่มีการศึกษาระดับ ม.4-ม.6 หรือ ปวช. หรือเทียบเท่าร้อยละ 18.2 และระดับ ป.1-ป.7 คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



2. การตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 แสดงการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	จำนวน	ร้อยละ
1. นายมณฑลชาติสุวรรณ	2	0.2
2. พันเอกวินัย สมพงษ์	95	8.3
3. นางปวีณา หงสกุล	55	4.8
4. คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช	72	6.3
5. นาง สุดารัตน์ เกยุราพันธ์	267	23.4
6. นางสาว จิตติพร อภิบาลภูวนารถ	1	0.1
7. นาย สมัคร สุนทรเวช	521	45.7
8. พันตำรวจโท กานต์ เทียนแก้ว	0	0.0
9. นาย ดำริห์ รินวงษ์	0	0.0
10. พันเอก ประจักษ์ สว่างจิตร์	12	1.1
11. นาย วรวิชัย โชคนะ	0	0.0
12. นาย ชัยพร ประเสริฐเวศยากร	0	0.0
13. นาย ธวัชชัย สัจจกุล	89	7.8
14. นาย วิวัฒน์ ศัลยกำธร	7	0.6
15. นาย กิตติศักดิ์ ธีรวิศิษฐ์	0	0.0
16. นาย สุชาติ เกิดผล	0	0.0
17. นาย สมิตร สมิตินันท์	0	0.0
18. นาย ชัยรัตน์ รัตนม่น้อย	0	0.0
19. นาย กุลภัทร กุระมะโรหิต	1	0.1
20. นาย อุดม วิบูลเทพาชาติ	1	0.1
21. นาย ขจร ชูแก้ว	1	0.1
22. นาย ณัฐวัฒน์ เรือนรอง	1	0.1

ตารางที่ 4 (ต่อ) แสดงการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	จำนวน	ร้อยละ
23. นาย ทรงพล สุวรรณภูมิ	1	0.1
24. ไม่เลือกใครเลย	14	1.2
รวม	1,140	100.0

ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ได้รับการเลือกจากผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมากที่สุด 6 อันดับแรกได้แก่ นายสมัคร สุนทรเวช ร้อยละ 45.7 นางสุดารัตน์ เกยุราพันธ์ ร้อยละ 23.4 พันเอกวินัย สมพงษ์ ร้อยละ 8.3 นายวิชาชัย สัจจกุล ร้อยละ 7.8 คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช ร้อยละ 6.3 และนางปวีณา หงสกุล ร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

ตารางที่ 5 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
สื่อมวลชน		
1. หนังสือพิมพ์	48	4.3
2. วิทยุ	11	1.0
3. โทรทัศน์	239	21.2
4. นิตยสาร	2	0.2
5. โฆษณาหาเสียงในโรงภาพยนตร์	4	0.4
รวม	304	27.0
สื่อเฉพาะกิจ		
6. ไปปลิว	11	1.0
7. แผ่นพับ	23	2.0
8. ป้ายหาเสียง	23	2.0

ตารางที่ 5 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
สื่อเฉพาะกิจ (ต่อ)		
9. โฆษณานสิ่งของที่แจก เช่น เสื้อยืด ผ้าเช็ดตัว ผ้าขนหนู ฯลฯ	1	0.1
10. การปราศรัยหาเสียง	85	7.5
11. รถหาเสียงเคลื่อนที่	3	0.3
12. จดหมายที่มีถึงผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง	0	0.0
13. โฆษณาที่ตัวถังรถเมล์	1	0.1
14. การเดินหาเสียง	13	1.2
รวม	160	14.2
สื่อบุคคล		
15. เพื่อน	7	0.6
16. พ่อแม่	15	1.3
17. ญาติพี่น้อง	24	2.1
18. ครู อาจารย์	0	0.0
19. พระ	1	0.1
20. คนรู้จัก	14	1.2
รวม	61	5.4
21. ความคิดของตัวเอง	562	49.9
22. อื่น ๆ	40	3.5
รวม	1,127	100.0

หมายเหตุ N = 1,127 เพราะ 13 รายตอบมากกว่า 1 คำตอบ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร 5 อันดับแรกได้แก่ ความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเอง คิดเป็นร้อยละ 49.9 โทรทัศน์ร้อยละ 21.2 การปราศรัยหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งร้อยละ 7.5 หนังสือพิมพ์ร้อยละ 4.3 และญาติพี่น้องร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามกลุ่มของปัจจัยแล้วพบว่ากลุ่มของปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเป็นดังนี้

อันดับที่ 1	ความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเอง ร้อยละ	49.9
อันดับที่ 2	สื่อมวลชน ร้อยละ	27.0
อันดับที่ 3	สื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ	14.2
อันดับที่ 4	สื่อบุคคล ร้อยละ	5.4

4. เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 6 แสดงเหตุผลในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เหตุผลในการเลือก	จำนวน	ร้อยละ
1. ชื่นชมตัวผู้สมัคร	655	57.5
2. ชอบนโยบายของผู้สมัคร	564	49.5
3. ชอบพรรคของผู้สมัคร	123	10.8
4. เห็นใจผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตี	15	1.3
5. เห็นใจผู้สมัครที่ถูกผู้สมัครอื่นที่เป็นคู่แข่งโจมตี	19	1.7
6. เห็นใจผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตี	13	1.1
7. เห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัย	15	1.3
8. สงสารผู้สมัครเพราะกลัวจะแพ้หรือได้คะแนนน้อย	21	1.8
9. ได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัคร	1	0.1
10. อื่น ๆ เช่น 1) ผู้สมัครมีประสบการณ์ในการทำงานและมีผลงาน 2) อยากได้ผู้หญิงบ้าง 3) การตอบคำถามทางโทรทัศน์ 4) มี สก. สข. ที่เป็นทีมทำงานมาก	118	10.4

เหตุผลสำคัญ ๆ 3 ประการที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งใช้ในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้แก่

1. ความชื่นชมในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง คิดเป็นร้อยละ 57.5
2. ขอบนโยบายของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ร้อยละ 49.5
3. ชอบพรรคของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ร้อยละ 10.8

5. การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

ตารางที่ 7 แสดงการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ	325	28.5
ไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ	815	71.5
รวม	1,140	100.0

เมื่อถูกถามว่าท่านเคยคิดจะเลือกผู้สมัครคนอื่นมาก่อนที่จะเลือกผู้สมัครคนที่ท่านเลือกในวันนี้หรือไม่ ร้อยละ 71.5 ตอบว่าไม่เคยคิด นั่นคือ 71.5% ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของตน เคยคิดจะเลือกใครก็เลือกคนนั้น มีเพียง 28.5% เท่านั้นที่เปลี่ยนจากการที่เคยคิดจะเลือกคนหนึ่งไปเลือกคนอื่นในวันที่ลงคะแนนเสียงจริง จากการสอบถามผู้ที่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจว่าเคยคิดจะเลือกใครมาก่อนพบว่าคิดจะเลือกตั้งนี้

พันเอก วินัย สมพงษ์	29 คน (2.5%)
นาง ปวีณา หงสกุล	25 คน (2.2%)
คุณหญิง กัลยา โสภณพนิช	32 คน (2.8%)
นาง สุตาร์ดีน เกยูราพันธ์	75 คน (6.6%)
นาย สมักร สุนทรเวช	106 คน (9.3%)
พันเอก ประจักษ์ สว่างจิตร์	2 คน (0.2%)
นาย ธวัชชัย สัจจกุล	25 คน (2.2%)
นาย วิวัฒน์ ศัลยกำธร	3 คน (0.3%)
ไม่ระบุชื่อสมัคร	28 คน (2.5%)

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

1. การทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ และการศึกษาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

1. เพศกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1. นายมณฑลชาติสุวรรณ	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
2. พันเอกวินัย สมพงษ์	48 (50.5)	47 (49.5)	95 (100.0)
3. นางปวีณา หงสกุล	18 (32.7)	37 (67.3)	55 (100.0)
4. คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช	30 (41.7)	42 (58.3)	72 (100.0)
5. นาง สุดารัตน์ เกตุราพันธ์	112 (41.9)	155 (58.1)	267 (100.0)
6. นางสาว จิตติพร อภิบาลภูวนารถ	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
7. นาย สมัคร สุนทรเวช	261 (50.1)	260 (49.9)	521 (100.0)
8. พันตำรวจโท กานต์ เขียนแก้ว	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
9. นาย คำวิทย์ รินวงษ์	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
10. พันเอก ประจักษ์ สว่างจิตร์	7 (58.3)	5 (41.7)	12 (100.0)

ตารางที่ 8 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
11. นาย วรัญชัย โชคชนะ	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
12. นาย ชัยพร ประเสริฐเวศยากร	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
13. นาย ชวัลชัย สัจจกุล	40 (44.9)	49 (55.1)	89 (100.0)
14. นาย วิวัฒน์ ศัลยกำธร	5 (71.4)	2 (28.6)	7 (100.0)
15. นาย กิตติศักดิ์ ธีรวิศิษฐ์	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
16. นาย สุชาติ เกิดผล	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
17. นาย สมิตร สมิตินันท์	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
18. นาย ชัยรัตน์ รัตน์น้อย	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
19. นาย กุลภัทร กุระมะโรหิต	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
20. นาย อุดม วิบูลเทพาชาติ	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
21. นาย ขจร ชูแก้ว	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
22. นาย อนุรักษ์วัฒน์ เรือนรอง	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)

ตารางที่ 8 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
23. นาย ทรงพล สุวรรณภูว	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
24. ไม่เลือกใครเลย	7 (50.0)	7 (50.0)	14 (100.0)
รวม	532 (46.7)	608 (53.3)	1,140 (100.0)

$$\chi^2 = 21.057 \quad (p > .05)$$

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งต่างเพศกันตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กล่าวคือในการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดคนหนึ่งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้ชายกับผู้หญิงไม่มีความแตกต่างกันในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งคนนั้น ๆ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงกล่าวได้ว่าเพศของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

2. อายุกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	อายุ					รวม
	18-25 ปี	26-39 ปี	40-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
1. นายมณฑลชาติสุวรรณ	0 (0.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (100.0)
2. พันเอกวินัย สมพงษ์	26 (27.4)	39 (41.1)	18 (18.9)	7 (7.4)	5 (5.2)	95 (100.0)
3. นางปวีณา หงสกุล	16 (29.1)	21 (38.2)	13 (23.6)	4 (7.3)	1 (1.8)	55 (100.0)
4. คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช	18 (25.0)	24 (33.3)	18 (25.0)	6 (8.3)	6 (8.3)	72 (100.0)
5. นาง สุดารัตน์ เกยุราพันธ์	59 (22.1)	95 (35.6)	74 (27.7)	28 (10.5)	11 (4.1)	267 (100.0)
6. นางสาวจิตติพร อภิบาลภูวนารถ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
7. นาย สมัคร สุนทรเวช	94 (18.0)	151 (29.0)	127 (24.4)	82 (15.7)	67 (12.9)	521 (100.0)
8. พันตำรวจโทกานต์ เทียนแก้ว	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
9. นาย ดำริห์ รินวงษ์	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
10. พันเอก ประจักษ์ สว่างจิตร	4 (33.3)	3 (25.0)	3 (25.0)	2 (16.7)	0 (0.0)	12 (100.0)
11. นาย วรวิชัย โชคนะ	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
12. นาย ชัยพร ประเสริฐเวศยากร	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
13. นาย ธวัชชัย สัจกุล	25 (28.1)	28 (31.5)	17 (19.1)	14 (15.7)	5 (5.6)	89 (100.0)

ตารางที่ 9 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	อายุ					รวม
	18-25 ปี	26-39 ปี	40-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
14. นาย วิวัฒน์ ศัลยกำธร	3 (42.9)	2 (28.6)	2 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (100.0)
15. นาย กิตติศักดิ์ ธีรวิศิษฐ์	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (0.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
16. นาย สุชาติ เกิดผล	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
17. นาย สมิตร สมิทินันท์	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
18. นาย ชัยรัตน์ รัตนมน้อย	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
19. นาย กุลภัทร กุระมะโรหิต	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
20. นาย อุดม วิบูลเทพาชาติ	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
21. นาย ขจร ชูแก้ว	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
22. นาย ธีรวิวัฒน์ เรือนรอง	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
23. นาย ทรงพล สุวรรณภูมิ	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
24. ไม่เลือกใครเลย	3 (21.4)	3 (21.4)	4 (28.6)	3 (21.4)	1 (7.1)	14 (100.0)
รวม	250 (21.9)	369 (32.4)	278 (24.4)	147 (12.9)	96 (8.4)	1,140 (100.0)

$\chi^2 = 78.807$ (p > .05)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่มีอายุต่างกันตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือในการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดคนหนึ่ง

ตารางที่ 10 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร -

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	การศึกษา									รวม
	ไม่ เคย	ป.1-7	ม.1-3	ม.4-6	อน- ปริญา	ตรี	โท	เอก	อื่นๆ	
13. นาย รัชชัย สัจจกุล	3 (3.4)	16 (18.0)	7 (7.9)	11 (12.4)	7 (7.9)	37 (41.6)	5 (5.6)	3 (3.4)	0 (0.0)	89 (100.0)
14. นาย วิวัฒน์ ศัลยกำธร	0 (0.0)	2 (28.6)	1 (14.3)	2 (28.6)	0 (0.0)	2 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (100.0)
15. นาย กิตติศักดิ์ ถิรวินิชฐ์	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (100.0)
16. นาย สุชาติ เกิดผล	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (100.0)
17. นาย สมิตร สมิตินันท์	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (100.0)
18. นาย ชัยรัตน์ รัตนมโนย	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (11.1)	0 (100.0)
19. นาย กุลภัทร กุระโรหิต	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 100.0	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
20. นาย อุดม วิบูลเทพาชาติ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 100.0	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
21. นาย ขจร ชูแก้ว	0 (0.0)	1 100.0	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
22. นาย ณัฐธวัฒน์ เรือนรอง	0 (0.0)	1 100.0	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
25. นาย ทรงพล สุวรรณกฎ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 100.0	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
23. ไม่เลือกใครเลย	1 (7.1)	3 (21.4)	2 (14.3)	2 (14.3)	0 (0.0)	6 (42.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (100.0)
รวม	36 (3.2)	201 (17.6)	99 (8.7)	207 (18.2)	105 (9.2)	413 (36.2)	64 (5.6)	14 (1.2)	1 (0.1)	1,140 (100.0)

$$\chi^2 = 134.155 \quad (p > .05)$$

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่มีการศึกษาต่างกันตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ในการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดคนหนึ่งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร คนที่มีการศึกษาต่างกันไม่มีความแตกต่างกันในการเลือกผู้สมัคร

รับเลือกตั้งคนนั้น ๑ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงกล่าวได้ว่าการศึกษาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

2. การทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

1. ปัจจัยแต่ละชนิดกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ เลือกผู้ว่า	ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด																						รวม	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
หมายเลข 1	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	
หมายเลข 2	5 (5.3)	2 (2.1)	18 (18.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (4.2)	6 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (14.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.1)	0 (0.0)	2 (2.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	42 (44.2)	1 (1.1)	95 (100.0)	
หมายเลข 3	2 (3.6)	0 (0.0)	19 (34.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.8)	0 (0.0)	1 (1.8)	0 (0.0)	4 (7.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (5.5)	0 (0.0)	1 (1.8)	1 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	30 (41.7)	2 (3.6)	55 (100.0)	
หมายเลข 4	6 (8.3)	1 (1.4)	19 (26.4)	1 (1.4)	0 (0.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	7 (9.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.8)	30 (41.7)	3 (4.2)	72 (100.0)	
หมายเลข 5	13 (4.9)	0 (0.0)	44 (16.5)	0 (0.0)	2 (0.7)	2 (0.7)	4 (1.5)	8 (3.0)	1 (0.4)	9 (3.4)	2 (0.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (2.2)	2 (0.7)	6 (2.2)	7 (2.6)	0 (0.0)	1 (0.4)	3 (1.1)	147 (55.1)	10 (3.7)	267 (100.0)	
หมายเลข 6	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
หมายเลข 7	21 (4.0)	6 (1.2)	111 (21.3)	0 (0.0)	2 (0.4)	3 (0.6)	10 (1.9)	10 (1.9)	0 (0.0)	47 (9.0)	1 (0.2)	0 (0.0)	1 (0.2)	1 (0.2)	1 (0.2)	5 (1.0)	12 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.2)	267 (51.2)	17 (3.3)	521 (100.0)	
หมายเลข 8	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (100.0)
หมายเลข 9	0 (5.0)	0 (0.5)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (5.0)	0 (100.0)
หมายเลข 10	0 (0.0)	1 (8.3)	2 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (25.0)	0 (0.0)	1 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (33.3)	1 (8.3)	12 (100.0)	

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด *																						รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
หมายเลข 21	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
หมายเลข 22	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
หมายเลข 23	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3 (100.0)
รวม	48 (4.3)	11 (1.0)	239 (21.2)	2 (0.2)	4 (0.4)	11 (1.0)	23 (2.0)	23 (2.0)	1 (0.1)	85 (7.5)	3 (0.3)	0 (0.0)	1 (0.1)	13 (1.2)	7 (0.6)	15 (1.3)	24 (2.1)	0 (0.0)	1 (0.1)	14 (1.2)	562 (49.9)	40 (3.5)	1,127 (100.0)

$\chi^2 = 1,095.590$ (p < .01) N = 1,127 เพราะ 13 รายตอบมากกว่า 1 คำตอบ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

* สื่อมวลชน 1. หนังสือพิมพ์ 2. วิทยุ 3. โทรทัศน์ 4. นิตยสาร 5. โฆษณาหาเสียงของผู้สมัครในโรงภาพยนตร์

สื่อเฉพาะกิจ 6. ใบปลิวของผู้สมัคร 7. แผ่นพับของผู้สมัคร 8. บ้ายหาเสียงของผู้สมัคร 9. โฆษณานบนสิ่งของของผู้สมัครแจก เช่น เสื้อยืด, ผ้าเช็ดตัว, ผ้าขนหนู ฯลฯ 10. การปราศรัยหาเสียงของผู้สมัคร 11. รถหาเสียงเคลื่อนที่ของผู้สมัคร 12. จดหมายของผู้สมัครที่มีมาถึงผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง 13. โฆษณาของผู้สมัครที่รถเมล์ 14. การเดินหาเสียงของผู้สมัคร

สื่อบุคคล 15. เพื่อน 16. พ่อแม่ 17.ญาติพี่น้อง 18. ครู อาจารย์ 19. พระ 20. คนรู้จัก

ความคิดของตัวเอง 21.

อื่น ๆ 22.

จากตารางที่ 11 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 กล่าวคือผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากความคิดของตัวเอง

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าส่วนใหญ่ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งจะเลือกผู้สมัครหมายเลข 7 เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แต่สัดส่วนของผู้ที่เลือกผู้สมัครหมายเลข 7 ที่ได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากปัจจัยแต่ละปัจจัยแตกต่างกัน

จึงกล่าวได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. กลุ่มปัจจัยกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่า	กลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด					รวม
	สื่อมวลชน	สื่อเฉพาะกิจ	สื่อบุคคล	ความคิดของตนเอง	อื่น ๆ	
1. นายมณฑล ชาติสุวรรณ	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
2. พันเอกวินัย สมพงษ์	25 (26.3)	24 (25.3)	3 (3.2)	42 (44.2)	1 (1.1)	95 (100.0)
3. นางปวีณา หงสกุล	21 (38.2)	9 (16.4)	2 (3.6)	21 (38.2)	2 (3.6)	55 (100.0)
4. คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช	27 (37.5)	9 (12.5)	3 (4.2)	30 (41.7)	3 (4.2)	72 (100.0)
5. นาง สุดารัตน์ เกตุราพันธ์	59 (22.1)	32 (12.0)	19 (7.1)	147 (55.1)	10 (3.7)	267 (100.0)
6. นางสาว จิตติพร อภิบาลภูวนารถ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
7. นาย สมักร สุนทรเวช	140 (26.9)	73 (14.0)	24 (4.6)	267 (51.2)	17 (3.3)	521 (100.0)
8. พันตำรวจโท กานต์ เทียนแก้ว	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
9. นาย ดำริห์ รินวงษ์	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
10. พันเอก ประจักษ์ สว่างจิตร์	3 (25.0)	4 (33.3)	0 (0.0)	4 (33.3)	1 (8.3)	12 (100.0)
11. นาย วรวิชัย ไชคชนะ	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
12. นาย ชัยพร ประเสริฐเวศยากร	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
13. นาย ธวัชชัย สัจจุล	26 (29.5)	5 (5.7)	9 (10.2)	46 (52.3)	2 (2.3)	88 (100.0)
14. นาย วิวัฒน์ ศัลยกำธร	0 (0.0)	3 (42.9)	0 (0.0)	3 (42.9)	1 (14.3)	7 (100.0)

ตารางที่ 12 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	กลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด					รวม
	สื่อมวลชน	สื่อเฉพาะกิจ	สื่อบุคคล	ความคิดของตัวเอง	อื่น ๆ	
15. นาย กิตติศักดิ์ ธีรวิศิษฐ์	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
16. นาย สุชาติ เกิดผล	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
17. นาย สมิตร สมิตินันท์	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
18. นาย ชัยรัตน์ รัตนมุน้อย	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (20.0)	0 (100.0)
19. นาย กุลภัทร กุระโรหิต	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
20. นาย อุดม วิบูลเทพาชาติ	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
21. นาย ขจร ชูแก้ว	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
22. นาย ธีรชวณธ์ เรือนรอง	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
23. นาย ทรงพล สุวรรณภู	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
24. ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3 (100.0)
รวม	304 (27.0)	160 (14.2)	61 (5.4)	562 (49.9)	40 (3.5)	1,127 (100.0)

$\chi^2 = 165.459$ ($p < .01$) $N = 1,127$ เพราะ 13 รายตอบมากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากความคิดของตัวเอง

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าส่วนใหญ่ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งจะเลือกผู้สมัครหมายเลข 7 เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แต่สัดส่วนของผู้ที่เลือกผู้สมัครหมายเลข 7 ที่ได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากกลุ่มปัจจัยแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

จึงกล่าวได้ว่า กลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

3. การทดสอบสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 3 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

1. ความชื่นชมในตัวผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชมในตัวผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่า	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		รวม
	ความชื่นชมในตัวผู้สมัคร	ไม่ใช่ความชื่นชมในตัวผู้สมัคร	
1.นายมณฑลชาติสุวรรณ	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)
2.พันเอกวินัย สมพงษ์	51 (53.7)	44 (46.3)	95 (100.0)
3.นางปวีณา หงสกุล	45 (81.8)	10 (18.2)	55 (100.0)
4.คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช	36 (50.0)	36 (50.0)	72 (100.0)
5.นาง สุดารัตน์ เกตุราพันธ์	155 (58.1)	112 (41.9)	267 (100.0)
6.นางสาว จิตติพร อภิบาลภูวนารถ	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
7.นาย สมัคร สุนทรเวช	320 (61.4)	201 (38.6)	521 (100.0)

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชมในตัวผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		รวม
	ความชื่นชมในตัวผู้สมัคร	ไม่ใช่ความชื่นชมในตัวผู้สมัคร	
8. พันตำรวจโท กานต์ เทียนแก้ว	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
9. นาย ดำริห์ รินวงษ์	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
10. พันเอก ประจักษ์ สว่างจิตร์	2 (16.7)	10 (83.3)	12 (100.0)
11. นาย วรัญชัย โชคชนะ	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
12. นาย ชัยพร ประเสริฐเวศยากร	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
13. นาย ธวัชชัย สัจจกุล	39 (43.8)	50 (56.2)	89 (100.0)
14. นาย วิวัฒน์ ศัลยกำธร	4 (57.1)	3 (42.9)	7 (100.0)
15. นาย กิตติศักดิ์ ธีรวิศิษฐ์	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
16. นาย สุชาติ เกิดผล	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
17. นาย สมิตร สมิทธีนันท์	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
18. นาย ชัยรัตน์ รัตนุมน้อย	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
19. นาย กุลภัทร กุระมะโรหิต	0 (50.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
20. นาย อุดม วิบูลเทพาชาติ	0 (50.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
21. นาย ขจร ชูแก้ว	1 (100.0)	0 (0.00)	1 (100.0)

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชมในตัวผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		รวม
	ความชื่นชมในตัวผู้สมัคร	ไม่ใช่ความชื่นชมในตัวผู้สมัคร	
22. นาย ธีรวัฒน์ เรือนรอง	0 (0.00)	1 (100.0)	1 (100.0)
23. นาย ทรงพล สุวรรณภูมิ	0 (0.00)	1 (100.0)	1 (100.0)
24. ไม่เลือกใครเลย	0 (0.00)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	655 (57.5)	485 (42.5)	1,140 (100.0)

$$\chi^2 = 59.706 \quad (p < .01)$$

จากตารางที่ 13 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครในด้านการใช้ความชื่นชมในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ใช้ความชื่นชมในตัวผู้สมัครเป็นเหตุผลในการเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การใช้ความชื่นชมในตัวผู้สมัครเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

2. ความชอบนโยบายของผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชอบนโยบายของผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่า	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	ความชอบนโยบายของผู้สมัคร	ไม่ใช่ความชอบนโยบายของผู้สมัคร	รวม
1.นายมณฑล ชาติสุวรรณ	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
2.พันเอกวินัย สมพงษ์	64 (67.4)	31 (32.6)	95 (100.0)
3.นางปรีญา หงสกุล	15 (27.3)	40 (72.7)	55 (100.0)
4.คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช	37 (51.4)	35 (48.6)	72 (100.0)
5.นาง สุดารัตน์ เกตุราพันธ์	127 (47.6)	140 (52.4)	267 (100.0)
6.นางสาวจิตติพร อภิบาลภูวนารถ	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
7.นาย สมัคร สุนทรเวช	273 (52.4)	248 (47.6)	521 (100.0)
8.พันตำรวจโท กานต์ เทียนแก้ว	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
9.นาย ดำริห์ รินวงษ์	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
10. พันเอก ประจักษ์ สว่างจิตร์	8 (66.7)	4 (33.3)	12 (100.0)
11. นาย วรวิชัย โชคนะ	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
12. นาย ชัยพร ประเสริฐเวศยากร	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชอบนโยบายของผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่า -
ราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่า	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	ความชอบนโยบาย ของผู้สมัคร	ไม่ใช่ความชอบ นโยบายของผู้สมัคร	รวม
13. นาย วัชรชัย สัจจกุล	34 (38.2)	55 (61.8)	89 (100.0)
14. นาย วิวัฒน์ ศัลยกำธร	3 (42.9)	4 (57.1)	7 (100.0)
15. นาย กิตติศักดิ์ ธีรวิศิษฐ์	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
16. นาย สุชาติ เกิดผล	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
17. นาย สมิตร์ สมิตรินทร์	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
18. นาย ชัยรัตน์ รัตนมโนย	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
19. นาย กุลภัทร กุระโรหิต	0 (50.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
20. นาย อุดม วิบูลเทพาชาติ	0 (50.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
21. นาย ขจร ชูแก้ว	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
22. นาย อนุรักษ์วัฒน์ เรือนรอง	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
23. นาย ทรงพล สุวรรณภูมิ	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
24. ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	564 (49.5)	576 (50.5)	1,140 (100.0)

$$\chi^2 = 53.025$$

$$(p < .01)$$

จากตารางที่ 14 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครโดยไม่ใช้ความชอบนโยบายของผู้สมัครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ความชอบนโยบายของผู้สมัครเป็นเหตุผลในการเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การไม่ใช้ความชอบนโยบายของผู้สมัครเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

3. ความชอบพรรคของผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชอบพรรคของผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	ความชอบพรรคของผู้สมัคร	ไม่ใช้ความชอบพรรคของผู้สมัคร	รวม
หมายเลข 1	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
หมายเลข 2	1 (1.1)	94 (98.9)	95 (100.0)
หมายเลข 3	4 (7.3)	51 (92.7)	55 (100.0)
หมายเลข 4	4 (5.6)	68 (94.4)	72 (100.0)
หมายเลข 5	56 (21.0)	211 (79.0)	267 (100.0)
หมายเลข 6	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 7	23 (4.4)	498 (95.6)	521 (100.0)
หมายเลข 8	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชอบพรรคของผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือก
ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ เลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	ความชอบพรรคของ ผู้สมัคร	ไม่ใช่ความชอบพรรค ของผู้สมัคร	รวม
หมายเลข 9	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 10	0 (0.0)	12 (100.0)	12 (100.0)
หมายเลข 11	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 12	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 13	33 (37.1)	56 (62.9)	89 (100.0)
หมายเลข 14	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (100.0)
หมายเลข 15	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 16	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 17	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 18	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 19	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 20	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 21	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
หมายเลข 22	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชอบพรรคของผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่า	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	ความชอบพรรคของผู้สมัคร	ไม่ใช่ความชอบพรรคของผู้สมัคร	รวม
หมายเลข 23	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	123 (10.8)	1,017 (89.2)	1,140 (100.0)

$$\chi^2 = 148.038 \quad (p < .01)$$

จากตารางที่ 15 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครโดยไม่ใช่ความชอบพรรคของผู้สมัครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ความชอบพรรคของผู้สมัครเป็นเหตุผลในการเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การไม่ใช่ความชอบพรรคของผู้สมัครเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

4. ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตี

ตารางที่ 16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	ความเห็นใจผู้สมัคร	ไม่ใช่ความเห็นใจผู้สมัคร	รวม
หมายเลข 1	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
หมายเลข 2	0 (0.0)	95 (100.0)	95 (100.0)
หมายเลข 3	0 (0.0)	55 (100.0)	55 (100.0)
หมายเลข 4	0 (0.0)	72 (100.0)	72 (100.0)
หมายเลข 5	4 (1.5)	263 (98.5)	267 (100.0)
หมายเลข 6	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 7	10 (1.9)	511 (98.1)	521 (100.0)
หมายเลข 8	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 9	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 10	0 (0.0)	12 (100.0)	12 (100.0)
หมายเลข 11	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 12	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 13	1 (1.1)	88 (98.9)	89 (100.0)

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่า	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	ความสนใจผู้สมัคร	ไม่ใช่ความสนใจผู้สมัคร	รวม
หมายเลข 14	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (100.0)
หมายเลข 15	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 16	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 17	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 18	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 19	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 20	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 21	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 22	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 23	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	15 (1.3)	1,125 (98.7)	1,140 (100.0)

$$\chi^2 = 5.062$$

$$(p > .05)$$

จากตารางที่ 16 พบว่า เหตุผลในการเลือกผู้สมัครโดยใช้ความเห็นใจ หรือไม่ใช่ความเห็นใจ ผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตีไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การใช้ความเห็นใจหรือไม่ใช้ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตีเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

5. ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกผู้สมัครอื่นที่เป็นคู่แข่งโจมตี

ตารางที่ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกคู่แข่งโจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	เห็นใจที่ถูกคู่แข่งโจมตี	ไม่ใช่เห็นใจที่ถูกคู่แข่งโจมตี	รวม
หมายเลข 1	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
หมายเลข 2	0 (0.0)	95 (100.0)	95 (100.0)
หมายเลข 3	0 (0.0)	55 (100.0)	55 (100.0)
หมายเลข 4	0 (0.0)	72 (100.0)	72 (100.0)
หมายเลข 5	7 (2.6)	260 (97.4)	267 (100.0)
หมายเลข 6	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 7	10 (1.9)	511 (98.1)	521 (100.0)
หมายเลข 8	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 9	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)

ตารางที่ 17 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกคู่แข่งโจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่า	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	เห็นใจที่ถูกคู่แข่งโจมตี	ไม่ใช่เห็นใจที่ถูกคู่แข่งโจมตี	รวม
หมายเลข 10	0 (0.0)	12 (100.0)	12 (100.0)
หมายเลข 11	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 12	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 13	2 (2.2)	87 (97.8)	89 (100.0)
หมายเลข 14	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (100.0)
หมายเลข 15	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 16	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 17	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 18	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 19	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 20	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 21	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 22	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)

ตารางที่ 17 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจผู้สมัครที่ถูกคู่แข่งโจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	เห็นใจที่ถูกคู่แข่งโจมตี	ไม่ใช่เห็นใจที่ถูกคู่แข่งโจมตี	รวม
หมายเลข 23	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	19 (1.7)	1,121 (98.3)	1,140 (100.0)

$$\chi^2 = 6.329 \quad (p > .05)$$

จากตารางที่ 17 พบว่า เหตุผลในการเลือกผู้สมัครโดยใช้ความเห็นใจ หรือไม่ใช่ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกผู้สมัครอื่นที่เป็นคู่แข่งโจมตีไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การใช้ความเห็นใจ หรือไม่ใช่ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกผู้สมัครอื่นที่เป็นคู่แข่งโจมตีเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตี

ตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	เห็นใจที่ถูกพรรคอื่นโจมตี	ไม่ใช่เห็นใจที่ถูกพรรคอื่นโจมตี	รวม
หมายเลข 1	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
หมายเลข 2	0 (0.0)	95 (100.0)	95 (100.0)
หมายเลข 3	0 (0.0)	55 (100.0)	55 (100.0)
หมายเลข 4	0 (0.0)	72 (100.0)	72 (100.0)
หมายเลข 5	6 (2.2)	261 (97.8)	267 (100.0)
หมายเลข 6	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 7	7 (1.3)	514 (98.7)	521 (100.0)
หมายเลข 8	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 9	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 10	0 (0.0)	12 (100.0)	12 (100.0)
หมายเลข 11	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 12	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 13	0 (0.0)	89 (100.0)	89 (100.0)

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตีกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	เห็นใจที่ถูกพรรคอื่นโจมตี	ไม่ใช่เห็นใจที่ถูกพรรคอื่นโจมตี	รวม
หมายเลข 14	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (100.0)
หมายเลข 15	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 16	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 17	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 18	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 19	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 20	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 21	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 22	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 23	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	13 (1.1)	1,127 (98.7)	1,140 (100.0)

$$\chi^2 = 7.152$$

(p > .05)

จากตารางที่ 18 พบว่า เหตุผลในการเลือกผู้สมัครโดยใช้ความเห็นใจ หรือไม่ใช้ความเห็นใจ ผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตีไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การใช้ความเห็นใจ หรือไม่ใช้ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตี เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

7. ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัย

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัยกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	เห็นใจที่ถูกวางระเบิด	ไม่ใช่เห็นใจที่ถูกวางระเบิด	รวม
หมายเลข 1	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
หมายเลข 2	2 (2.1)	93 (97.9)	95 (100.0)
หมายเลข 3	0 (0.0)	55 (100.0)	55 (100.0)
หมายเลข 4	1 (1.4)	71 (98.6)	72 (100.0)
หมายเลข 5	3 (1.1)	264 (98.9)	267 (100.0)
หมายเลข 6	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 7	9 (1.7)	512 (98.3)	521 (100.0)
หมายเลข 8	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 9	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบียบชณะปราศรัยกับการ
ตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ เลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	เห็นใจที่ถูกวางระเบียบ	ไม่ใช่เห็นใจที่ถูกวาง ระเบียบ	รวม
หมายเลข 10	0 (0.0)	12 (100.0)	12 (100.0)
หมายเลข 11	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 12	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 13	0 (0.0)	89 (100.0)	89 (100.0)
หมายเลข 14	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (100.0)
หมายเลข 15	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 16	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 17	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 18	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 19	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 20	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 21	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 22	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัยกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	เห็นใจที่ถูกวางระเบิด	ไม่ใช่เห็นใจที่ถูกวางระเบิด	รวม
หมายเลข 23	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	15 (1.3)	1,125 (98.7)	1,140 (100.0)

$$x^2 = 3.681 \quad (p > .05)$$

จากตารางที่ 19 พบว่า เหตุผลในการเลือกผู้สมัครโดยใช้ความเห็นใจ หรือไม่ใช่ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัยไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การใช้ความเห็นใจ หรือไม่ใช่ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัยเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. ความสงสารผู้สมัครเพราะกลัวจะแพ้หรือได้คะแนนเสียงน้อย

ตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสงสารผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ เลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	ความสงสาร	ไม่ใช่ความสงสาร	รวม
หมายเลข 1	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
หมายเลข 2	0 (0.0)	95 (100.0)	95 (100.0)
หมายเลข 3	1 (1.8)	54 (98.2)	55 (100.0)
หมายเลข 4	2 (2.8)	70 (97.2)	72 (100.0)
หมายเลข 5	5 (1.9)	262 (98.1)	267 (100.0)
หมายเลข 6	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 7	5 (1.0)	516 (99.0)	521 (100.0)
หมายเลข 8	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 9	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 10	2 (16.7)	10 (83.3)	12 (100.0)
หมายเลข 11	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 12	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 13	5 (5.6)	84 (94.4)	89 (100.0)

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสงสารผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ เลือกผู้ว่า	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	ความสงสาร	ไม่ใช้ความสงสาร	รวม
หมายเลข 14	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (100.0)
หมายเลข 15	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 16	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 17	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 18	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 19	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 20	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 21	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 22	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 23	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	21 (1.8)	1,119 (98.2)	1,140 (100.0)

$$x^2 = 79.790 \quad (p < .01)$$

จากตารางที่ 20 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครโดยไม่ใช้ความสงสารผู้สมัคร เพราะกลัวจะแพ้ หรือได้คะแนนเสียงน้อย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่

ไม่ได้ใช้ความสงสารผู้สมัครเพราะกลัวจะแพ้ หรือได้คะแนนเสียงน้อยเป็นเหตุผลในการเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การไม่ใช้ความสงสารผู้สมัครเพราะกลัวจะแพ้ หรือได้คะแนนเสียงน้อยเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

9. การได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัคร

ตารางที่ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่า	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	การได้รับเงินหรือสิ่งของ	ไม่ใช้การได้รับเงินหรือสิ่งของ	รวม
หมายเลข 1	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
หมายเลข 2	0 (0.0)	95 (100.0)	95 (100.0)
หมายเลข 3	0 (0.0)	55 (100.0)	55 (100.0)
หมายเลข 4	0 (0.0)	72 (100.0)	72 (100.0)
หมายเลข 5	1 (0.4)	266 (99.6)	267 (100.0)
หมายเลข 6	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 7	0 (0.0)	521 (100.0)	521 (100.0)
หมายเลข 8	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 9	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัครกับการตัดสินใจ
เลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ เลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	การได้รับเงินหรือ สิ่งของ	ไม่ใช้การได้รับเงินหรือ สิ่งของ	รวม
หมายเลข 10	0 (0.0)	12 (100.0)	12 (100.0)
หมายเลข 11	0 (0.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 12	0 (0.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 13	0 (0.0)	89 (100.0)	89 (100.0)
หมายเลข 14	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (100.0)
หมายเลข 15	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 16	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 17	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 18	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 19	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 20	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 21	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 22	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัครกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
	การได้รับเงินหรือสิ่งของ	ไม่ใช้การได้รับเงินหรือสิ่งของ	รวม
หมายเลข 23	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	1 (0.1)	1,139 (99.9)	1,140 (100.0)

$$x^2 = 3.272 \quad (p > .05)$$

จากตารางที่ 21 พบว่า เหตุผลในการเลือกผู้สมัครโดยใช้การได้รับเงินหรือสิ่งของ หรือไม่ใช้การได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัครไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การใช้การได้รับเงินหรือสิ่งของ หรือไม่ใช้การได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัครเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. การทดสอบสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 4 การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ เลือกผู้ว่าฯ	การเปลี่ยนแปลง / ไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ		
	ผู้ที่เปลี่ยนแปลง	ผู้ที่ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม
หมายเลข 1	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)
หมายเลข 2	45 (47.4)	50 (52.6)	95 (100.0)
หมายเลข 3	11 (20.0)	44 (80.0)	55 (100.0)
หมายเลข 4	32 (44.4)	40 (55.6)	72 (100.0)
หมายเลข 5	75 (28.1)	192 (71.9)	267 (100.0)
หมายเลข 6	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 7	115 (22.1)	406 (77.9)	521 (100.0)
หมายเลข 8	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 9	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 10	8 (66.7)	4 (33.3)	12 (100.0)
หมายเลข 11	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 12	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจกับการตัดสินใจเลือก
ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ เลือกผู้ว่าฯ	การเปลี่ยนแปลง / ไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ		
	ผู้ที่เปลี่ยนแปลง	ผู้ที่ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม
หมายเลข 13	32 (36.0)	57 (64.0)	89 (100.0)
หมายเลข 14	2 (28.6)	5 (71.4)	7 (100.0)
หมายเลข 15	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 16	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 17	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 18	0 (50.0)	0 (50.0)	0 (100.0)
หมายเลข 19	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
หมายเลข 20	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
หมายเลข 21	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
หมายเลข 22	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
หมายเลข 23	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
ไม่เลือกใครเลย	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)
รวม	325 (28.5)	815 (71.5)	1,140 (100.0)

$$\chi^2 = 65.973$$

$$(p < .01)$$

จากตารางที่ 22 พบว่า การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในการเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จึงกล่าวได้ว่า การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง สื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาจากการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเมื่อวันอาทิตย์ที่ 23 กรกฎาคม 2543

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่กระทำกับผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งจำนวน 1,140 คน ทั้งนี้ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งออกจากคอกเลือกตั้ง (Exit Poll) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOWS ใช้การแจกแจงความถี่และร้อยละในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และใช้ไค-แอสควร์ (Chi-square) ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยปรากฏผลดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากร

เพศ

ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเป็นชายร้อยละ 46.7 หญิงร้อยละ 53.3

อายุ

ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.4 มีอายุระหว่าง 26-39 ปี รองลงมาได้แก่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่มีอายุระหว่าง 40-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.4 และผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.9

การศึกษา

ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีการศึกษาระดับม. 4 – ม. 6 หรือ ปวช. หรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 18.2 และ ป.1 – ป.7 คิดเป็นร้อยละ 17.6

2. การตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ได้รับคะแนนเสียงมากที่สุด 6 อันดับแรก ได้แก่

นาย สมัคร สุนทรเวช	ร้อยละ 45.7
นาง สุตารัตน์ เกยุราพันธ์	ร้อยละ 23.4
พันเอก วินัย สมพงษ์	ร้อยละ 8.3
นาย ธวัชชัย สัจจกุล	ร้อยละ 7.8
คุณหญิง กัลยา โสภณพณิช	ร้อยละ 6.3
นาง ปวีณา หงสกุล	ร้อยละ 4.8

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร 4 อันดับแรกได้แก่ ความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเอง ร้อยละ 49.9 โทรทัศน์ ร้อยละ 21.2 การปราศรัยหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ร้อยละ 7.5 และหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 4.3

เมื่อจำแนกตามกลุ่มของปัจจัยปรากฏว่ากลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเรียงตามลำดับต่อไปนี้

- 1) ความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเองร้อยละ 49.9
- 2) สื่อมวลชนร้อยละ 27.0
- 3) สื่อเฉพาะกิจร้อยละ 14.2
- 4) สื่อบุคคลร้อยละ 5.4

4. เหตุผลในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (ตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล)

เหตุผลที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งใช้ในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมากที่สุด 3 เหตุผลแรกได้แก่ ความชื่นชมในตัวผู้สมัครคิดเป็นร้อยละ 57.5 ความชอบนโยบายของผู้สมัครคิดเป็นร้อยละ 49.5 และชอบพรรคของผู้สมัครคิดเป็นร้อยละ 10.8

5. การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่เคยคิดจะเลือกผู้สมัครคนอื่นมาก่อนที่จะเลือกผู้สมัครในวันเลือกตั้งจริง (การเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ) มีร้อยละ 28.5 ในขณะที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่ไม่เคยคิดที่จะเลือกผู้สมัครคนอื่นมาก่อน (ไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ) มีร้อยละ 71.5

6. การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่ต่างเพศกัน มีอายุต่างกัน และการศึกษาต่างกันเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน)

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเอง (เป็นไปตามสมมติฐาน)

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่าเหตุผลที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งใช้ในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้แก่ ความชื่นชมในตัวผู้สมัคร ไม่ใช่ความชอบนโยบายของผู้สมัคร ไม่ใช่ความชอบพรรคของผู้สมัคร และไม่ใช้ความสงสารผู้สมัคร เพราะกลัวจะแพ้หรือได้คะแนนเสียงน้อย (เป็นไปตามสมมติฐาน)

ส่วนเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้แก่ ความเห็นใจหรือไม่ใช่ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตี, ความเห็นใจหรือไม่ใช่ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกผู้สมัครคนอื่นที่เป็นคู่แข่งโจมตี, ความเห็นใจหรือไม่ใช่ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตี, ความเห็นใจหรือไม่ใช่ความเห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัย และการได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัครหรือไม่ใช่การได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัคร (ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน)

การทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่าการไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (เป็นไปตามสมมติฐาน)

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ และการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ทำให้ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา บุณนาค (2534) ที่พบว่าผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่มีความแตกต่างกันด้านเพศ อายุ และการศึกษา ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งไม่แตกต่างกัน

อธิบายได้ว่า ประเด็นของการตัดสินใจเป็นเรื่องการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นการเลือกตัวบุคคล เป็นการตัดสินใจในส่วนที่เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ และความน่าไว้วางใจของผู้สมัครซึ่งมีผลทำให้ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีวาทศิลป์ (Rhetoric) ของอริสโตเติลที่อธิบายว่า ปัจจัยด้านผู้พูดที่มีผลต่อประสิทธิผลของการพูดเพื่อชักจูงใจก็คือบุคลิกภาพของผู้พูด (ethos) อันได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความน่าเลื่อมใส ความน่าไว้วางใจ ทำให้ผู้พูดสามารถดึงดูดใจผู้ฟังให้คล้อยตามได้ (Burgoon, 1974:10) ความนิยมในตัวผู้สมัครก็เช่นเดียวกับความนิยมชมชอบบุคคลผู้มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา นักการเมือง ฯลฯ จึงไม่เกี่ยวกับเพศ อายุ หรือการศึกษาของผู้ที่นิยมชมชอบบุคคลผู้มีชื่อเสียงเหล่านั้น

นอกจากนั้นผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งยังถูกจำกัดการเลือกโดยวิธีการเลือกตั้งที่กำหนดให้เลือกผู้สมัครได้เพียงคนเดียว ซึ่งในความเป็นจริงผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งอาจพอใจผู้สมัครหลายคนแต่ก็ต้องตัดสินใจเลือกผู้สมัครคนใดคนหนึ่งเพียงคนเดียว ดังนั้น ผู้สมัครที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเลือกจึงน่าจะเป็นผู้สมัครที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเชื่อถือมากที่สุด

สมมติฐานที่ 2

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยพบว่าความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเองมีอิทธิพลมากกว่าสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคอมสตอคและคณะ (Comstock et al., อ้างใน McQuail and Windahl, 1993:67-72) ที่พบว่าอิทธิพลของโทรทัศน์ถูกสะกิดกันโดยอิทธิพลของทัศนคติเดิมหรือความมีใจโน้มเอียง (predispositions) ของผู้ชม อธิบายได้ว่า เพราะผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความคิดของตัวเอง (predispositions) ซึ่งได้สะสมมาจากประสบการณ์ตลอดชีวิตของตนเองในรูปของความรู้ ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ความชอบ รสนิยม ฯลฯ จากกลุ่มสังคม (social groups) เช่น ครอบครัว สถาบันสังคม (social institutions) เช่น สถาบันการศึกษา ที่ทำงาน ฯลฯ ทัศนคติเดิมของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งจึงสะกิดกันอิทธิพลของสื่อ (ปรมะ สตะเวทิน, 2540:141) นอกจากนี้ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งยังใช้ทัศนคติเดิมเป็นเครื่องมือในการรับสารตามทฤษฎีกระบวนการเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) (ปรมะ สตะเวทิน, 2540:141) ได้แก่การเลือกใช้สื่อ (Selective Exposure) การเลือกรับสาร (Selective Attention) การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Interpretation) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) ซึ่งในการเลือกของผู้รับสารนี้ผู้รับสารจะเลือกรับเฉพาะสิ่งที่สอดคล้องกับความคิดของตน และปฏิเสธสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดของตน

ในสังคมเมืองเช่นกรุงเทพมหานครที่การสื่อสารแพร่หลาย การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล เป็นไปได้โดยง่าย สื่อต่าง ๆ จึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ให้ข่าวสารเกี่ยวกับตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง แล้วผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งตัดสินใจเองตามความคิดของตนเองโดยการเลือกข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ

เป็นที่น่าสังเกตว่าในบรรดาสื่อทั้งหลาย สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด อธิบายได้ว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนและข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ และกว้างขวางกว่าข่าวสารที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้รับจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลมากกว่าสื่อบุคคล

สมมติฐานที่ 3

ผลการวิจัยพบว่าเหตุผลที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งใช้ในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานได้แก่ เหตุผลด้านความชื่นชมในตัวผู้สมัคร, ไม่ใช่เหตุผลด้านความชอบนโยบายของผู้สมัคร, ไม่ใช่เหตุผลด้านความชอบพรรคของผู้สมัคร และไม่ใช่เหตุผล

ด้านความสงสารผู้สมัครเพราะกลัวจะแพ้หรือได้คะแนนเสียงน้อย อธิบายได้ว่าผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมองการเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในลักษณะดังนี้

1. ตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นตำแหน่งบริหาร
2. ผู้ใช้สิทธิออกเสียงตั้งต้องตัดสินใจเลือกผู้สมัครคนใดคนหนึ่งเพียงคนเดียวเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

กอร์ปกับอุปนิสัยทางการเมืองของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งนิยมเลือกตัวบุคคลมากกว่าเลือกพรรค

ดังนั้นความชื่นชมในตัวผู้สมัครที่มีความน่าเชื่อถือซึ่งประกอบไปด้วยความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์และความน่าไว้วางใจของผู้สมัครจึงเป็นเหตุผลที่มีความสำคัญ ไม่ใช่เหตุผลด้านความชอบนโยบายของผู้สมัคร, ไม่ใช่เหตุผลด้านความชอบพรรคของผู้สมัครและไม่ใช่เหตุผลด้านความสงสารผู้สมัครเพราะกลัวจะแพ้หรือได้คะแนนเสียงน้อย โดยผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความเชื่อว่าผู้สมัครที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะ มีประสบการณ์ และมีความน่าไว้วางใจจะทำหน้าที่เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้ดีกว่าผู้สมัครที่ด้อยในคุณสมบัติดังกล่าว

นอกจากนั้นผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ยังแสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่า ความคิดของผู้สมัครเอง (ซึ่งก็คือความชื่นชมในตัวผู้สมัคร) มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

สมมติฐานที่ 4

ผลการวิจัยพบว่า การไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน อธิบายได้ว่าโดยธรรมชาติมนุษย์จะต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (resistant to change) ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจจึงกระทำได้ยากเพราะการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อปัจจัยสำคัญของการยึดเป็นแนวในการดำเนินชีวิตของคน เช่น ความเชื่อ การแข่งขันเอาแพ้ชนะ ค่านิยม และพฤติกรรมสำคัญ ๆ ซึ่งได้ยึดถือมาเป็นเวลานาน การเลือกผู้สมัครในครั้งนี้มีบุคคลที่มีบุคลิกภาพโดดเด่นถือเป็นตัวเก็ง 6 คน โดยพิจารณาจากการเสนอข่าวของสื่อมวลชน และการหยั่งเสียงประชามติ ได้แก่ นายสมัคร สุนทรเวช, นางสุดารัตน์ เกตุราพันธ์, นายวิชัชชัย สัจจกุล, พ.อ.วินัย สมพงษ์, คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช และนางปวีณา หงสกุล ซึ่งแต่ละคนก็มีบุคลิกภาพและความโดดเด่นเป็นที่ชื่นชมแตกต่างกันไปตามสายตาของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งซึ่งมีสิทธิเลือกผู้สมัครได้เพียงคนเดียวจึงมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ดังนั้นคนส่วนใหญ่จึงตัดสินใจเลือกตั้งแต่แรกที่มีการประกาศตัวอย่างไม่เป็นทางการของผู้สมัครและการประกาศรายชื่อผู้สมัครอย่างเป็นทางการของ

กรุงเทพมหานคร เพราะบุคคลทั้ง 6 ดังกล่าวเป็นที่รู้จักของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่อยู่แล้ว การรณรงค์หาเสียงผ่านสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ตลอดจนการนำเสนอของสื่อมวลชน และการพูดคุยของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งกับบุคคลอื่นจึงน่าจะเป็นเพียงการให้ข่าวสารเพิ่มเติมแก่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งซึ่งผู้เลือกตั้งก็จะเลือก (select) รับข่าวสารและเชื่อเฉพาะสิ่งที่ตรงกับการตัดสินใจเดิม (predispositions) ของตนเท่านั้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2540:142) แต่จะไม่รับและไม่เชื่อข่าวสารที่ขัดแย้งกับการตัดสินใจเดิมของตนซึ่งกำหนดโดยความชื่นชมในตัวผู้สมัครคนใดคนหนึ่งอยู่แล้ว ดังนั้น ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งจึงไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของตน กล่าวคือ เคยคิดจะเลือกผู้สมัครคนใด ก็ยังคงเลือกผู้สมัครคนนั้นในวันเลือกตั้งจริง การรณรงค์ด้วยสื่อต่าง ๆ จึงไม่สามารถเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครควรทำการรณรงค์หาเสียงกับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งทุกกลุ่ม ทั้งเพศชาย เพศหญิง กลุ่มอายุต่าง ๆ และกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่าง ๆ เพราะผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งแต่ละกลุ่มมีการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน
2. แม้สื่อแต่ละประเภทจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งน้อยกว่าความคิดของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเอง แต่สื่อ 3 สื่อที่มีอิทธิพลรองลงไป คือ โทรทัศน์ การปราศรัยหาเสียงของผู้สมัคร และหนังสือพิมพ์ก็ควรนำมาใช้ในการรณรงค์หาเสียง เพราะโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์แพร่หลายกว้างขวาง และให้ข่าวสารเกี่ยวกับตัวผู้สมัครแก่ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ในขณะที่การปราศรัยหาเสียงทำให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้พบเห็นตัวจริง และการปราศรัยของผู้สมัครโดยตรง ซึ่งอาจทำให้เพิ่มความชื่นชมในตัวผู้สมัครได้มากยิ่งขึ้น
3. ความชื่นชมในตัวผู้สมัครเป็นเหตุผลด้านบวกเพียงเหตุผลเดียวที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ดังนั้นผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครจึงควรปฏิบัติตัวดีสม่ำเสมอ และใช้เวลาในการสะสมความน่าเชื่อถือจนเป็นที่ยอมรับในความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ และความน่าไว้วางใจ

4. เป็นที่น่าสังเกตว่าส่วนใหญ่ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งจะไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจตัดสินใจเลือกใครไว้ก่อนแล้ว ถึงวันลงคะแนนเสียงจริงก็ไปลงคะแนนให้คนนั้น ผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงควรให้ความสนใจอย่างสม่ำเสมอกับผู้ที่นิยมตนเพื่อรักษาความนิยมไว้
5. ในการสำรวจความนิยม (Polls) ที่จัดทำโดยผู้สมัครเองหรือจากการสำรวจของสถาบันต่าง ๆ ผู้สมัครจะต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่ยังไม่นิยมผู้สมัคร แล้วทำการหาเสียงกับผู้มีสิทธิออกเสียงกลุ่มนั้นเป็นพิเศษเพื่อสร้างความนิยมในตัวผู้สมัครจากกลุ่มนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. ควรเพิ่มตัวแปรอื่น ๆ เช่น อาชีพ รายได้ และศาสนาของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง รวมทั้งลักษณะของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งต้องการ เป็นต้น เพื่อให้การวิจัยครอบคลุมปัจจัยต่าง ๆ มากขึ้น
2. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ทำหน้าที่ด้านนิติบัญญัติ เช่น การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) การเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสมาชิก (ส.ว.) เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบระหว่างการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้ทำหน้าที่ด้านนิติบัญญัติกับการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้ทำหน้าที่บริหาร เช่น ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครว่ามีความแตกต่างกันหรือเหมือนกันอย่างไร
3. ควรทำการสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หลังวันที่มีการเลือกตั้งด้วยเพื่อเพิ่มรายละเอียดของคำถามให้มากขึ้น ทั้งนี้เพราะการทำการสำรวจผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งทันทีที่ผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งออกจากคูหาเลือกตั้ง (Exit Poll) ถูกจำกัดเรื่องเวลาเนื่องจากผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งอาจให้ความสนใจกับการเลือกตั้งเกินกว่าที่จะสละเวลานาน ๆ เพื่อตอบคำถามมาก ๆ ของผู้สำรวจได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

ภาษาอังกฤษ

- Adam, James Q. **Media Planning**. Oxford:Aden Press, 1971.
- Assael, Henry. **Consumer Behavior and Marketing Action**. Ohio: South-Western College Publishing, 1995.
- Berlo, David K. **The Process of Communication**. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1960.
- Brown, J. A. C. **Techniques of Persuasion : From Propaganda to Brainwashing**. London : Cox & Wyman Ltd., 1972.
- Burgoon, Michael. **Approaching Speech / Communication**. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1974.
- Comstock, G., S. Chaffee, N. Katzman, M. McCombs and D.Roberts. **Television and Human Behavior**. New York : Columbia University Press, 1978.
- Golden, Rose K. and Max Ralis. **Factors Related to Acceptance of Innovation in Bangchan, Thailand**. New York : Cornell University Press, 1957.
- Hunt, Todd and Brent D. Ruben. **Mass Communication : Procedures and Consumers**. New York : Harper Collins College Publishers, 1993.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson and Hazel Gaudet. **The People's Choice**. New York : Free Press, 1944.
- McNelly, John T. and Engenio Fonseca, "Media Use and Political Interest at the University of Costarica", **Journalism Quarterly** Vol.41, No.2 (Spring 1964) pp. 225-231.

McQuail, Denis and Sven Windahl. *Communication Models*. London : Longman Group UK. Limited, 1993.

Pool, Ithiel de Sola, Wilbur Schramm et al., eds. *Handbook of Communication*. Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 1973.

Rahim, S. A. *The Diffusion and Adoption of Agricultural Practices : A Study in A Village in East Pakistan*. Comilla, East Pakistan : Pakistan Academy of Village Development, 1961.

Rahim, S. A. *Communication and Personal Experience in An East Pakistan Village*. Comilla, East Pakistan : Pakistan Academy for Village Development, 1965.

Rogers, Ererett M. *Diffusion of Innovations*. New York : The Free Press, 1995.

Schramm Wilbur ed. *The Science of Human Communication*. New York : Basic Books, Inc., 1963.

Singh, Raghubar. *Adoption of Nitrogenous Fertilizers as Related to Selected Factors and Use of Information Source in Adoption Process*. Unpublished Ph.D. Dissertation, Ithaca, New York : Cornell University, 1967.

Zimbardo, Philip and Ebbe B. Ebbesen. *Influencing Attitudes and Changing Behavior*. Reading, Massachusetts : Addison-Wesley Publishing, 1970.

ภาษาไทย

กรกช ว่องวิศว์ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมกิจการฟาสฟูดของชาวกรุงเทพมหานคร
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

จารุณี บุญนิพัทธ์. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความตระหนัก ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมเรื่อง
สิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

จิราพร ขุนศรี. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร การติดต่อกับสังคมภายนอก และทัศนคติกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวเขาเผ่าอาข่าพื้นที่ดอยแม่สลอง อ.แม่จัน - อ.แม่ฟ้าหลวง จ. เชียงราย วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

เจดน์ศักดิ์ แสงสิงแก้ว. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสื่อสารกับกระบวนการสังคมประกิดทางการเมืองของประชาชนในท้องที่บางชั้น เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

ดวงทิพย์ วรพันธ์. กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อปลูกฝังโภชนศึกษาแก่สตรีชนบท จังหวัดสุพรรณบุรี วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

ต้องฤดี ปุณณกันต์. การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์ กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540.

ประมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2541.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2526.

พรทิพย์ เย็นจะบก. การเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนกับพฤติกรรมทางการเมืองของสตรี : ศึกษาเฉพาะกรณีเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

พรพิมล วรติลก. พฤติกรรมกรรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกรกึ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

มัทธนา มาตมาลัย. บทบาทสื่อมวลชนและสื่อบุคคลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสตรี ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

- วันชัย ชนะวังน้อย. การเปิดรับข่าวสารและการยอมรับนวัตกรรมของชาวบ้านในโครงการเตาแก๊สมูลสัตว์ ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- วิภาดา บุนนาค. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในชนบท : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- สุภารักษ์ จูตระกูล. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- โสภภาพร สุทธิศักดิ์. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- อลิสสา วีรพัฒน์กุล. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักและการปฏิบัติตามกฎจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาประกอบการวิจัยเรื่อง "สื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง"

กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อความถูกต้องของข้อมูลและการวิจัย

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
23 กรกฎาคม 2543

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. 18 - 25 ปี

2. 26 - 39 ปี

3. 40 - 50 ปี

4. 51 - 60 ปี

5. มากกว่า 60 ปี

3. การศึกษาสูงสุด

1. ไม่เคยเรียน

2. ป. 1 - ป. 7

3. ม. 1 - ม. 3

4. ม. 4 - ม. 6 หรือ ปวช. หรือเทียบเท่า

5. อนุปริญญา หรือ ปวส. หรือเทียบเท่า

6.ปริญญาตรี

7. ปริญญาโท

8. ปริญญาเอก

9. อื่นๆ (ระบุ)

2. วันนี้ท่านเลือกผู้สมัครคนใดเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

1. นายมณฑลชาติสุวรรณ

2. พันเอกวินัย สมพงษ์

3. นางปวีณา หงสกุล

4. คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช

5. นางสุดารัตน์ เกตุราพันธ์

6. นางสาวจิตติพร อภิบาลภูวนารถ

7. นายสมัคร สุนทรเวช

8. พันตำรวจโท กานต์ เทียนแก้ว

9. นายดำรง รินวงษ์

10. พันเอก ประจักษ์ สว่างจิตร์

11. นายวรัญชัย ไชคชนะ

12. นายชัยพร ประเสริฐเวศยากร

13. นายธวัชชัย ลัจจกุล

14. นายวิวัฒน์ คัลยกำธร



- 15. นายกิตติศักดิ์ ธีรวิศิษฎ์
- 16. นายสุชาติ เกิดผล
- 17. นายสมิตร สมิตินันท์
- 18. นายชัยรัตน์ รัตนมุน้อย
- 19. นายกุลภัทร กุระโรหิต
- 20. นายอุดม วิบูลเทพาชาติ
- 21. นายขจร ชูแก้ว
- 22. นายณัฐรุวัฒน์ เรือนรอง
- 23. นายทรงพล สุวรรณภูมิ
- 24. ไม่เลือกใครเลย

3. อะไรมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกผู้สมัครที่ท่านเลือก (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- 1. หนังสือพิมพ์
- 2. วิทยุ
- 3. โทรทัศน์
- 4. นิตยสาร
- 5. โฆษณาหาเสียงของผู้สมัครในโรงภาพยนตร์
- 6. ใบปลิวของผู้สมัคร
- 7. แผ่นพับของผู้สมัคร
- 8. ป้ายหาเสียงของผู้สมัคร
- 9. โฆษณابนสิ่งของผู้สมัครแจก เช่น เสื้อยืด, ผ้าเช็ดตัว, ผ้าขนหนู ฯลฯ
- 10. การปราศรัยหาเสียงของผู้สมัคร
- 11. รถหาเสียงเคลื่อนที่ของผู้สมัคร
- 12. จุดหมายของผู้สมัครที่มีมาถึงท่าน
- 13. โฆษณาของผู้สมัครที่รถเมล์
- 14. การเดินหาเสียงของผู้สมัคร
- 15. เพื่อนของท่าน
- 16. พ่อแม่
- 17. ญาติพี่น้อง
- 18. ครู อาจารย์
- 19. พระ
- 20. คนรู้จัก
- 21. ความคิดของตัวเอง
- 22. อื่นๆ (ระบุ)

4. ท่านเลือกผู้สมัครท่านนี้เพราะเหตุใด? (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1. ชื่นชมในตัวผู้สมัคร
- 2. ชอบนโยบายของผู้สมัคร
- 3. ชอบพรรคของผู้สมัคร
- 4. เห็นใจผู้สมัครที่ถูกหนังสือพิมพ์โจมตี
- 5. เห็นใจผู้สมัครที่ถูกผู้สมัครอื่นที่เป็นคู่แข่งโจมตี
- 6. เห็นใจผู้สมัครที่ถูกพรรคการเมืองอื่นโจมตี
- 7. เห็นใจผู้สมัครที่ถูกวางระเบิดขณะปราศรัย
- 8. สงสารผู้สมัครเพราะกลัวจะแพ้หรือได้คะแนนเสียงน้อย
- 9. ได้รับเงินหรือสิ่งของจากผู้สมัคร
- 10. อื่นๆ (ระบุ)

5. ก่อนหน้านี้ท่านเคยคิดจะเลือกผู้สมัครคนอื่นมาก่อนหรือเปล่า?

- 1. เคยคิด ถ้าเคยคิด คิดจะเลือกใครมาก่อน? (ระบุ)
- 2. ไม่เคยคิด