



#### บทที่ 4

#### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบของสื่อมีผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือหรือไม่ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงทดลอง โดยสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 160 คน และแบ่งกลุ่มทดลองออกเป็น 2 กลุ่มๆ ละ 80 คนกลุ่มทดลองแรกอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ และกลุ่มทดลองที่สองอ่านข่าวเดียวกัน แต่จากสื่อคอมพิวเตอร์ จากนั้นกลุ่มทดลองต้องประเมินความน่าเชื่อถือของข่าวที่อ่านจบลงไปและต้องทำแบบวัดทัศนคติต่อคอมพิวเตอร์ ซึ่งผลการศึกษาปรากฏผลดังนี้

#### สมมติฐานที่ 1 สื่อหนังสือพิมพ์มีความน่าเชื่อถือแตกต่างจากสื่อคอมพิวเตอร์

ผู้วิจัยใช้สถิติ t-test เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าคุณศัพท์แต่ละคู่จนครบ 21 คู่ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้อ่านประเมินความน่าเชื่อถือข่าวจากสื่อคอมพิวเตอร์สูงกว่าสื่อหนังสือพิมพ์อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติในหลายด้าน คือ เชื่อวาญญู( $t=2.95, P<.05$ ) ฉลาด( $t=3.41, P<.01$ ) สมเหตุสมผล( $t=2.46, P<.05$ ) ซื่อสัตย์( $t=2.20, P<.05$ ) น่าเชื่อถือ( $t=3.41, P<.01$ ) น่าสนใจ( $t=3.75, P<.01$ ) เข้าใจเรื่องอย่างลึกซึ้ง( $t=3.15, P<.01$ ) ไม่มีอคติ( $t=2.68, P<.01$ ) เปิดกว้าง( $t=1.95, P<.05$ ) ชอบ( $t=2.25, P<.05$ ) และสำคัญ( $t=2.50, P<.05$ ) ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2 และภาพที่ 2

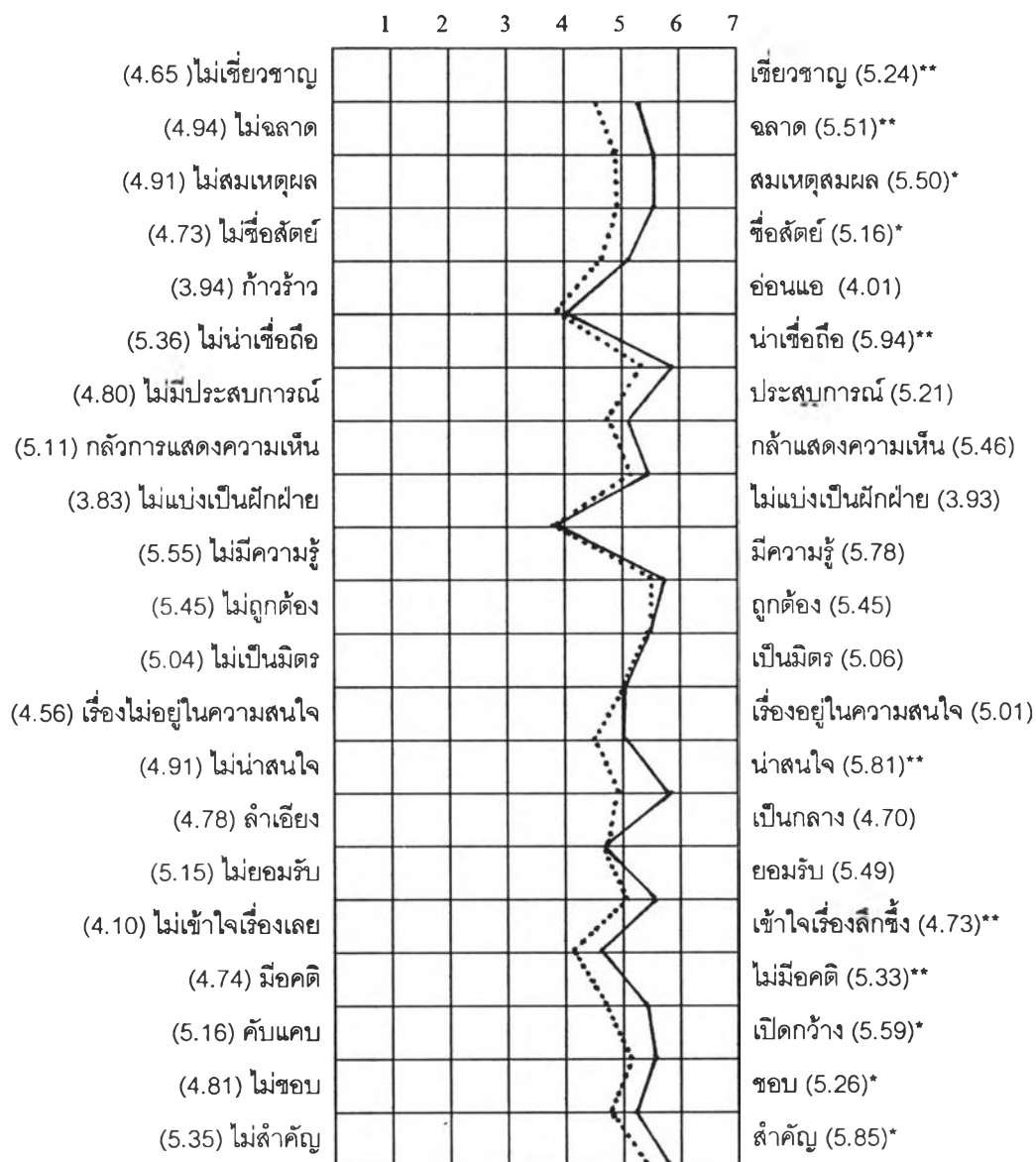
ตารางที่ 2  
คะแนนเฉลี่ยความน่าเชื่อถือสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อคอมพิวเตอร์  
เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่

คำคุณศัพท์คู่	N	หนังสือพิมพ์	S.D.	N	คอมพิวเตอร์	S.D.	ค่า t
เชี่ยวชาญ	80	4.65	1.41	80	5.24	1.35	2.95**
ฉลาด	80	4.94	1.20	80	5.51	1.07	3.41**
สมเหตุสมผล	80	4.91	1.58	80	5.50	1.50	2.46*
ซื่อสัตย์	80	4.73	1.24	80	5.16	1.40	2.20*
ก้าวร้าว	80	4.01	1.07	80	3.94	1.14	0.47
น่าเชื่อถือ	80	5.36	1.20	80	5.94	1.02	3.41**
ประสบการณ์	80	4.80	1.51	80	5.21	1.46	1.17
กล้าแสดงความคิดเห็น	80	5.11	1.48	80	5.46	1.41	1.59
ไม่แบ่งเป็นฝักฝ่าย	80	3.83	1.64	80	3.93	1.78	0.38
มีความรู้	80	5.55	1.11	80	5.78	1.27	1.15
ถูกต้อง	80	5.45	1.19	80	5.45	1.43	0.14
เป็นมิตร	80	5.04	1.33	80	5.06	1.44	0.14
เรื่องอยู่ในความสนใจ	80	4.56	1.75	80	5.01	1.88	1.61
น่าสนใจ	80	4.91	1.70	80	5.81	1.33	3.75**
เป็นกลาง	80	4.78	1.23	80	4.70	1.60	0.36
ยอมรับ	80	5.15	1.34	80	5.49	1.29	1.70
เข้าใจเรื่องลึกซึ้ง	80	4.10	1.33	80	4.73	1.19	3.15**
ไม่มีอคติ	80	4.74	1.36	80	5.33	1.56	2.68**
เปิดกว้าง	80	5.16	1.44	80	5.59	1.27	1.95*
ชอบ	80	4.81	1.31	80	5.26	1.25	2.25*
สำคัญ	80	5.35	1.34	80	5.85	1.20	2.50*

\* P < .05

\*\*P < .01

ภาพที่ 2  
เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความน่าเชื่อถือสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อคอมพิวเตอร์  
เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่



\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$

———— สื่อคอมพิวเตอร์

..... สื่อหนังสือพิมพ์

นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังพบความแตกต่างของสื่อทั้งสอง แม้ว่าผู้วิจัยจะจัดรวมค่าคุณศัพท์คู่เข้าตามมิติต่างๆ รวม 5 มิติ คือ มิติความเชี่ยวชาญ มิติความน่าไว้วางใจ มิติความกระตือรือร้น มิติความเป็นกลางและมิติการยอมรับ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ใช้สถิติ t-test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้งสองกลุ่ม ผลปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3  
คะแนนเฉลี่ยความน่าเชื่อถือสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อคอมพิวเตอร์  
เมื่อเปรียบเทียบเป็นมิติต่างๆ

มิติ	N	น.ส.พ.	S.D.	N	คอมพิวเตอร์	S.D.	ค่า t
ความเชี่ยวชาญ	80	34.85	8.95	80	37.86	8.79	2.18*
ความน่าไว้วางใจ	80	23.96	7.26	80	26.06	7.78	1.76
ความกระตือรือร้น	80	14.03	4.25	80	15.21	3.88	2.05*
ความเป็นกลาง	80	13.77	4.31	80	14.22	4.65	0.86
การยอมรับ	80	15.31	3.99	80	16.60	3.74	2.11*

\* P < .05

จากตารางที่ 3 ผู้อ่านยังคงให้ความน่าเชื่อถือกับสื่อคอมพิวเตอร์สูงกว่าสื่อหนังสือพิมพ์อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ในแง่มุมมองของความเชี่ยวชาญ ( $t=2.18, p<.05$ ) ความกระตือรือร้น ( $t=2.05, p<.05$ ) และการยอมรับ ( $t=2.11, p<.05$ ) ส่วนในแง่มุมมองของความน่าไว้วางใจ ( $t=1.76$ ) และความเป็นกลาง ( $t=0.86$ ) ไม่มีความแตกต่างกัน

ดังนั้น ผลการวิจัยได้สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 ว่าสื่อหนังสือพิมพ์มีความน่าเชื่อถือแตกต่างจากสื่อคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้สาเหตุที่ผู้อ่านให้น่าเชื่อถือต่อสื่อคอมพิวเตอร์สูงกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ บางส่วนอาจจะอธิบายด้วยการทดสอบสมมติฐานที่ 2

**สมมติฐานที่ 2** ในกลุ่มคนที่มองคอมพิวเตอร์เป็นบวก จะประเมินความน่าเชื่อถือระหว่างสื่อคอมพิวเตอร์และสื่อหนังสือพิมพ์แตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มองคอมพิวเตอร์เป็นลบ

ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาตัวแปรการรับรู้ของผู้รับสาร เพราะว่าอาจจะเป็นตัวแปรหนึ่งที่อธิบายถึงกลไกการสร้างความน่าเชื่อถือของสื่อคอมพิวเตอร์ได้ ขั้นตอนแรกงานวิจัยนี้ได้จำแนกการรับรู้ของกลุ่มทดลองออกเป็น 2 ประเภท ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำแนกการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในมิติ บวก/ลบ

การรับรู้	คน	ร้อยละ
กลุ่มบวก	88	55
กลุ่มลบ	72	45
	160	100

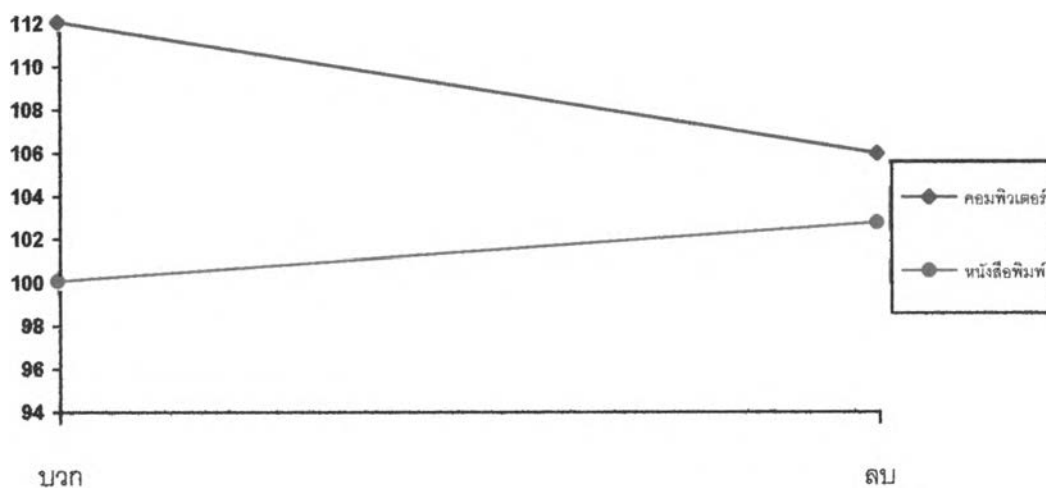
จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมองคอมพิวเตอร์ในแง่บวกมากกว่าแง่ลบ กล่าวคือ กลุ่มบวก มีร้อยละ 55 และกลุ่มลบมีร้อยละ 45 หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ Two-way ANOVA เพื่อทดสอบหาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประเภทสื่อและการรับรู้ ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5**  
**การทดสอบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประเภทสื่อ**  
**และการรับรู้ (กลุ่มบวกลบ)**

แหล่งความแปรปรวน	องศาอิสระ	ผลรวมกำลัง สอง	ค่าเฉลี่ยกำลัง สอง	ค่า F
ประเภทของสื่อ	1	2255.48	2255.48	11.73
การรับรู้	1	90.19	90.19	0.47
ประเภทของสื่อและการรับรู้	1	773.24	773.24	4.02*
ค่าแก้ไข	155	29813.02	192.34	
รวม	158	33282.99		

\* P < .05

**ภาพที่ 3 แสดงผลการทดสอบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประเภทสื่อ**  
**และการรับรู้คอมพิวเตอร์ในด้านบวกลบ**



จากตารางที่ 5 และภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่า มีปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นระหว่างตัวแปรประเภทสื่อและการรับรู้ในแง่บวกลบ กล่าวคือ กลุ่มที่รับรู้คอมพิวเตอร์ในด้านบวกจะประเมินความน่าเชื่อถือสื่อคอมพิวเตอร์และสื่อหนังสือพิมพ์ แตกต่างกันอย่างมากกว่าในกลุ่มที่รับรู้คอมพิวเตอร์ในด้านลบ

และเมื่อดูคะแนนเฉลี่ยความน่าเชื่อถือจากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่าคะแนนเฉลี่ยความน่าเชื่อถือในสื่อคอมพิวเตอร์แตกต่างจากสื่อหนังสือพิมพ์ทั้งสองกลุ่ม แต่ในกลุ่มที่มองคอมพิวเตอร์ด้านบวกจะมีคะแนนเฉลี่ยความน่าเชื่อถือแตกต่างจากสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าในกลุ่มที่มองคอมพิวเตอร์ด้านลบ นั่นแสดงให้เห็นว่า การรับรู้คอมพิวเตอร์ในด้านบวกเป็นเงื่อนไขในการกำหนดความน่าเชื่อถือของสื่อทั้งสองประเภท

ตารางที่ 6 คะแนนเฉลี่ยความน่าเชื่อถือในกลุ่มการรับรู้คอมพิวเตอร์ในด้านบวก/ลบ จากสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อคอมพิวเตอร์

การรับรู้/สื่อ	คอมพิวเตอร์	หนังสือพิมพ์
บวก	112.28	100.54
ลบ	106.60	103.46

สมมติฐานที่ 3 ในกลุ่มคนที่มองคอมพิวเตอร์เป็นผู้กระทำ(actor) จะประเมินความน่าเชื่อถือระหว่างสื่อคอมพิวเตอร์และสื่อหนังสือพิมพ์แตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มองคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ(tool)

ผู้วิจัยได้จำแนกการรับรู้คอมพิวเตอร์ในมิติ actor/tool ซึ่งปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างมองคอมพิวเตอร์เป็นผู้กระทำมากกว่าเครื่องมือกล่าวคือ กลุ่ม actor มีร้อยละ 61.15 และกลุ่ม tool ร้อยละ 38.85 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จำแนกการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในมิติ actor/tool

การรับรู้	คน	ร้อยละ
กลุ่มactor	96	61.15
กลุ่มtool	61	38.85
	157	100

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ Two-way ANOVA เพื่อทดสอบหาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประเภทสื่อและการรับรู้ ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8  
การทดสอบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประเภทสื่อ  
และการรับรู้(กลุ่มactor/tool)

แหล่งความแปรปรวน	องศาอิสระ	ผลรวมกำลัง สอง	ค่าเฉลี่ยกำลัง สอง	ค่า F
ประเภทของสื่อ	1	3009.32	3009.32	15.32**
การรับรู้	1	1.37	1.37	0.007
ประเภทของสื่อและการรับรู้	1	492.67	492.67	2.507
ค่าแก้ไข	152	29865.62	196.48	
รวม	155	32992.84		

\*\* P < .01

จากตารางที่ 8 พบว่า ไม่มีปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นระหว่างตัวแปรประเภทสื่อและการรับรู้ หมายความว่า การรับรู้ในมิติ actor/tool ไม่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของข่าว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ในกลุ่มคนที่มองคอมพิวเตอร์เป็นผู้กระทำหรือเป็นเครื่องมือไม่มีผลต่อการประเมินความน่าเชื่อถือ