

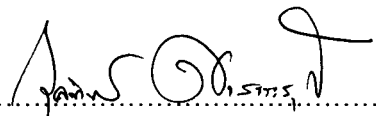
**การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคต่อ
การนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์**

อนุสรณ์ ศิริชาติ

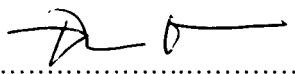
**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**

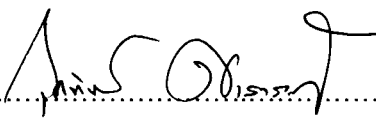
2558

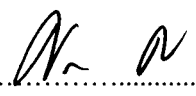
การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคต่อ
การนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์
อนุสรณ์ ศิริชาติ
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

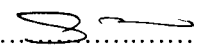
รองศาสตราจารย์..........ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระวี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..........ประธานกรรมการ
(ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

รองศาสตราจารย์..........กรรมการ
(ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระวี)

อาจารย์..........กรรมการ
(ดร.ศรัณย์ธร ศศิชนากรแก้ว)

ศาสตราจารย์..........คณบดี
(ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

กรกฎาคม 2558

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์
ชื่อผู้เขียน	นายอนุสรณ์ ศิริชาติ
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2558

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคข่าวสารทางการเมืองผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.80 และมีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 29.50 โดยมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 31.25 อีกทั้งส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.50 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 32.52 เลือกอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยรัฐ รองลงมาคือ ข่าวสด ร้อยละ 24.55 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน ร้อยละ 39.00 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะอ่านเป็นระยะเวลา 1-2 ปี ร้อยละ 30.25 โดยในหนึ่งสัปดาห์กลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน ร้อยละ 32.00 รองลงมา จะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพียง 1-2 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 30.00 และกลุ่มตัวอย่างมีวันที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 39.50 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในแต่ละครั้งใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง ร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ ประมาณ 1 ชั่วโมง ร้อยละ 39.75 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เฉพาะข่าวที่สนใจ ร้อยละ 63.00

กลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะอ่านข่าวการเมืองโดยส่วนใหญ่จะอ่านรายละเอียดของข่าวทั้งหมด ร้อยละ 37.52 รองลงมาจะอ่านเฉพาะพาดหัว, รายงานพิเศษ, บทความคอลัมน์, และบทบรรณาธิการ ร้อยละ 25.80, 14.07, 13.90 และ 7.20 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างจะสนใจข่าวการเมืองในประเด็นทุจริต คอร์รัปชันมากที่สุด ร้อยละ 32.43 รองลงมา ชอบอ่านในประเด็นของความขัดแย้งทางการเมือง ร้อยละ 25.35 นอกจากนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านข่าวการเมืองเกี่ยวกับรัฐบาล และข่าวการเมืองเกี่ยวกับนายกรัฐมนตรี ร้อยละ 21.49 และ 16.99 ตามลำดับ

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.97 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความไม่เป็นกลาง ร้อยละ 38.50 ไม่แน่ใจ ร้อยละ 33.25 มีความเป็นกลาง ร้อยละ 28.25 และกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่ทำให้การเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีความเป็นกลางมากที่สุด คือ ทัศนคติของเจ้าของหนังสือพิมพ์หรือนายทุน ร้อยละ 46.00 ทัศนคติของกองบรรณาธิการหรือผู้สื่อข่าว คิดเป็น ร้อยละ 29.60 ความไม่เป็นอิสระจากรัฐ ร้อยละ 20.20 และจากสาเหตุอื่น ๆ ร้อยละ 4.20

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะของประชากรทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันจะทำให้มีทัศนคติต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ, การศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน ในขณะที่เพศของกลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่แตกต่างกันจะทำให้มีทัศนคติต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ABSTRACT

Title of Thesis	Media Exposure and Audience Attitudes towards News Presentation : Online Newspapers
Author	Mr. Anusorn Sirichart
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2015

This research aims to study for political media exposure's audience, for audience attitudes affecting online newspapers. The quantitative research study with the format of the survey questionnaire was used to collect data. These data in conjunction with a literature review were analyzed in a descriptive manner. The results showed that:

Most of the representative sample were female, aged between 26-35 years with 51.80 percent and 29.50 percent respectively, with 55.75 percent of bachelor's degree and earn an average monthly underway 10,000-20,000 Baht 31.25 percent, Most of which 32.52 percent read news on THAIRATH online newspaper. 24.55 percent followed the news by KHAOSOD. Most respondents read online newspapers through smart phones 39.00 percent. The sample is read for a period of 1-2 years by 30.25 percent; in a week were reading online newspapers every day 32.00 percent minor to read online newspaper only 1-2 days per week, 30.00 percent. The samples have to read online newspapers every day, 40.00 percent, followed by the uncertainty of 39.50. In addition, the majority read online newspapers each time within the first hour of 46.00, the second is about 1 hour with 39.75 percent. Most of the samples read the only interested political news from online newspapers only 63.00 percent.

(6)

The respondents, who read online newspapers to read the news, most read all the news of 37.52 percent. Minor will read only the headlines, special reports, columns and editorials, 25.80 percent, 14.07 percent, 13.90 percent and 7.20 percent respectively.

The samples will be interested in politics overwhelm the most corrupt, followed by 32.43 percent on issues like the political conflict also found that 25.35 percent. Groups interested in reading news about the government, the Prime Minister with 21.49 and 16.99 percent respectively.

In the overall, The samples are unsure of the political news online newspaper today, the mean is 2.97, The sample is of the opinion that presentation of political news on a online newspaper is not neutral 38.50 percent, uncertain 33.25 percent and neutral 28.25 percent and the opinion that the factors that contributed to political news on a online newspaper is very neutral; The attitude of the newspaper owner or entrepreneur 46.00 percent or 29.60 percent from a editorial or reporter, not an independent state from 20.20 percent and 4.20 percent from other causes.

The hypothesis testing found the nature of the general population of subjects with different habits will make a presentation on the political differences online newspaper. The study found that the sample of age, education, occupation and income to make the monthly average difference in attitude toward the political news on different online newspaper. While the sex habits of a sample to political news on a newspaper online is no different. The samples have difference the habit of reading news on the online newspaper will have difference attitude towards the political news on online newspaper.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภค กับความเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” สำเร็จลุล่วงได้เนื่องมาจากผู้เขียน ได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษทิพย์ ศาสตรระรุจิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และอาจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว หัวหน้าภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำในการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องและให้ข้อเสนอแนะทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนให้คำปรึกษาแก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณและระลึกถึงพระคุณคณาจารย์ , เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกสาขาวิชาชีพทุกท่านที่ทำให้ได้ข้อมูลในการวิจัยอย่างดียิ่ง

อนุสรณ์ ศิริชาติ

พฤษภาคม 2558

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 วิธีการศึกษา	5
1.4 นิยามเชิงปฏิบัติการ	5
1.5 ขอบเขตการศึกษา	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	8
2.2 ทฤษฎีสื่อมวลชนกับระบบการเมือง	12
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่	18
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์	19
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	20
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ	25
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์	27
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29

บทที่ 3	กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา	34
3.1	กรอบแนวคิด	34
3.2	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	35
3.3	สมมติฐานการวิจัย	35
3.4	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
3.5	เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	37
3.6	การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	38
3.7	การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
3.8	การวิเคราะห์ข้อมูล	39
บทที่ 4	ผลการศึกษา	41
4.1	ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรทั่วไป	42
4.2	ผลการศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์และการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	44
4.3	ผลการศึกษาจากการสำรวจทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	48
4.4	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	54
บทที่ 5	สรุปผลและข้อเสนอแนะ	76
5.1	สรุปผลการศึกษา	77
5.2	อภิปรายผลการศึกษา	82
5.3	ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	89
	บรรณานุกรม	90
	ภาคผนวก	93
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์	94
	ภาคผนวก ข หน้าเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์	99
	ประวัติผู้เขียน	101

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	42
4.2	แสดงพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์และการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	44
4.3	แสดงพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ตามลักษณะการอ่านข่าวการเมือง	46
4.4	แสดงพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ตามประเด็นข่าวการเมืองที่สนใจ	47
4.5	แสดงระดับทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	48
4.6	ความคิดเห็นเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการนำเสนอข่าวการเมือง อย่างเป็นกลาง	51
4.7	ปัจจัยที่ทำให้การเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่เป็นกลาง มากที่สุด	52
4.8	แสดงข้อมูลที่ทำให้การปรับปรุงเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนไม่น้อยกว่า 30 คน เพื่อทำให้การทดสอบสมมติฐานมีความน่าเชื่อถือ	53
4.9	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและผู้หญิงกับทัศนคติของ ผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเขต กรุงเทพมหานคร	54
4.10	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีทัศนคติต่อ การนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน	56
4.11	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีทัศนคติต่อ การนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน	60
4.12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมี ทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน	64

- 4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีทัศนคติต่อ
การนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน 67
- 4.14 ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 72
กับ ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

34

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สื่อมวลชนมีบทบาท ในฐานะที่เป็นสื่อกลางของความสัมพันธ์ต่างๆ ในสังคม ทำหน้าที่ผลิตและกระจายความรู้หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ และเป็นผู้นำข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ทั้งหลายของสถาบันต่างๆ ในสังคมออกสู่สาธารณชน สามารถ เข้าถึงมวลชนทุกระดับ และส่งข่าวสารถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีผลต่อความคิด ความเชื่อที่มีอยู่ในสังคม ประชาชนสามารถรับรู้ รับทราบข้อมูลข่าวสารได้จากสื่อมวลชน ถึงแม้ว่ากลุ่มคนต่างๆ ในสังคมจะมีความคิด ความเชื่อที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละกลุ่มหรือแต่ละบุคคล แต่ถ้าบุคคลเหล่านี้ได้รับข่าวสาร หรือข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเดียวกัน ความคิด ความเชื่อโดยทั่วไปก็จะมีแนวโน้มคล้ายกันได้ นอกจากนี้สื่อมวลชนยังมีบทบาทเป็นสื่อกลางของสาธารณชน สื่อมวลชนถือได้ว่าเป็นตัวกลางระหว่างผู้รับสารหรือสาธารณชนกับสถาบันอื่นๆ หรือระหว่างสถาบันต่างๆ ในสังคมด้วยตนเอง เพราะผู้รับสารจะมีโอกาสติดต่อโดยตรงกับบุคคลต่างๆ ในสังคม หรือรัฐบาลและนักการเมืองน้อยมาก ผู้รับสารส่วนใหญ่ไม่ค่อยจะรับข่าวสารจากแหล่งข่าวอื่นๆ ยกเว้นแต่จะรับจากสื่อมวลชน เพราะสะดวกรวดเร็ว และรับได้ง่ายกว่าการจะเข้าไปหาข่าวสารจากแหล่งข่าวนั้นๆ โดยตรง

สื่อมวลชนเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้รับสารกับบุคคล สถานที่ และเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในที่ไกลหรือใกล้ในเวลาที่แตกต่างกัน โดยเป็นสื่อกลางเชื่อมผู้รับสารกับความเป็นจริงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโลก สื่อมวลชนสามารถนำเหตุการณ์นั้นๆ มานำเสนอสู่สาธารณชนได้ ในปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้ถูกพัฒนา ทำให้มีความทันสมัย รวดเร็วในการส่งข่าวมากขึ้น สื่อมวลชนสาขาหนึ่งที่ยังคงมีบทบาทและความสำคัญไม่น้อย คือ หนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศไม่ว่าในด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม นอกจากบทบาทที่กล่าวมาแล้ว หนังสือพิมพ์ยังมีความสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสารกับประชาชนด้วย รวมถึงการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล และเจ้าหน้าที่ของรัฐ รวมถึงการปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนของประเทศ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันได้มี

หนังสือพิมพ์ออนไลน์เกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีด้านข้อมูล (Information Technology) เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น ทำให้การใช้ชีวิต (Lifestyle) เปลี่ยนแปลงไป อุปกรณ์สื่อสารสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ได้แก่ สมาร์ทโฟน (Smart Phone) และแท็บเล็ต (Tablet) ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายและเร็วมากขึ้น หนังสือพิมพ์จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของประชาชนในปัจจุบันและอนาคต จึงทำให้เกิดหนังสือพิมพ์ออนไลน์ขึ้น

หนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นสื่อ ใหม่ (New Media) เปิดให้ใช้งานได้โดยมีความรวดเร็วในการเข้าถึงเป็นจุดแข็ง และมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าหนังสือพิมพ์ ไม่ว่าจะการสื่อสารเทคโนโลยีจะก้าวหน้าเพียงใดก็ตาม สื่อคือผู้ที่มีข้อมูลข่าวสารมากที่สุด สื่อมีการสื่อสารออกไป ในทิศทางไหน ประชาชนที่เข้าถึงสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็จะเชื่อเช่นนั้น แต่เนื่องด้วยการสื่อสารในปัจจุบันเป็นแบบดิจิทัล ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้พร้อม ๆ กัน ทำให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้ด้วยกันเอง เช่น การพูดคุยในบอร์ดของเว็บหนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือจะเป็นการสื่อสารกันในเว็บทั่วไปที่น่าข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นไปลง และเมื่อมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ก็ยิ่งขยายความเชื่อ การรับรู้ที่เป็นทิศทางเดียวกัน ไปในพื้นที่ที่กว้างขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ประชาชนหรือผู้รับสารมีโอกาสมากขึ้น ในการเข้าถึงข้อมูลได้หลายๆ ด้าน และวิธีการที่ง่ายขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของข้อมูล ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ ความเชื่อของผู้รับสารที่อาจจะเข้าเว็บต่างๆ เพื่อสืบค้นข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือที่สุดมาประกอบหรืออ้างอิงความคิด ความเชื่อของตน

โครงสร้างทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง ประชาชนใช้ชีวิตได้สะดวกสบายมากขึ้น ไม่ต้องติดตามข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ แต่สามารถเข้าถึงข่าวสารโดยโทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์อื่นๆ ได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว และจะเข้าถึงข้อมูลในเวลาใดก็ได้ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถรวมกลุ่มและเปิดโอกาสในการวิพากษ์วิจารณ์ข่าว ต่างของผู้รับสาร จะทำให้เห็นว่า ผู้รับสารมีแนวคิดไปในแนวทางใด เป็นการดูความนิยมในแต่ละข่าวของแต่ละหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ด้วย

เว็บไซต์ โซเชียลมีเดียมีอัตราเติบโตอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และสื่อออนไลน์อื่นๆ ที่เปิดโอกาสคนได้แสดงความคิดเห็น และแจ้งข่าวสารให้กับสังคมได้รับรู้แต่การนำเสนอข่าวในโลกออนไลน์ของสื่อสังคมยังขาดการคัดกรอง ข้อเท็จจริง และความน่าเชื่อถือ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สื่อกระแสหลักยังคงได้รับความเชื่อมั่น เพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมของประชาชนในยุคเทคโนโลยี ธุรกิจสิ่งพิมพ์หลายองค์กรได้หันไปทำสื่อแบบครบวงจร (Convergence) มากขึ้น

นอกจากโครงสร้างทางสังคมแล้วสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามคือ โครงสร้างทางการเมือง โครงสร้างระบอบการเมืองของประเทศไทยเน้นความเป็นประชาธิปไตยแบบให้ประชาชนมีส่วนร่วม

ร่วม โดยเฉพาะรัฐบาลเน้นให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมในการปกครอง จึงมีความจำเป็นที่ต้องใช้ การสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจกัน ระหว่างภาคการเมืองและภาคประชาชน การสื่อสารจึง เปรียบเสมือนเส้นใยประสาทของระบบการเมือง ระหว่างภาคการเมืองและภาคประชาชน ด้วยการ เป็นสื่อเสนอข่าวสารและนโยบายจากรัฐบาลมาสู่ประชาชน ในขณะเดียวกันก็เป็นสื่อเสนอความ คิดเห็นและความต้องการจากประชาชนไปสู่ภาคการเมือง ด้วยเช่นกัน ซึ่งส่ง ผลให้การกำหนด นโยบายของรัฐบาล ได้ผลดีและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน แต่จากเหตุการณ์ความ แยกแยะในบ้านเมืองที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน อันเกิดจากความไม่เข้าใจกันของแนวทางการบริหาร ประเทศระหว่าง ภาครัฐกับประชาชน เกิดการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย และขาดความสามัคคีของคนในชาติ ทำให้หลายฝ่ายมีความพยายามที่จะสร้างความปรองดองให้เกิดขึ้น จึงมีการเสนอให้ “สื่อมวลชน ” เข้าไปทำหน้าที่ในการช่วยให้เกิดความสมานฉันท์ ตามแนวทางของค ณะกรรมการสมานฉันท์ เพื่อ การปฏิรูปการเมืองและแก้ไขรัฐธรรมนูญของ รัฐสภา (2551) เพราะการสื่อสาร โดยผ่านสื่อมวลชน จะช่วยให้เกิดการสนับสนุนของสาธารณชน สื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่ในการส่งเสริมการมีส่วน ร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ไปในทิศทางของอุดมการณ์ทางการเมืองที่พึงประสงค์ และคาดหวังว่าสื่อมวลชน สามารถส่งเสริม การปฏิรูปและการพัฒนาการเมืองของประเทศไทยให้ เกิดความเข้มแข็งมากขึ้น

ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่สำคัญ ผู้ที่สามารถเข้าถึงเข้าข้อมูลข่าวสารและสามารถนำข้อมูลมา ใช้ให้เกิดประโยชน์และสร้างอำนาจให้กับตนเอง ดังเช่นในภาคการเมือง ประชาชนต้องการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมีความสำคัญต่อการปกครอง การ นำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็น เครื่องมือในการพัฒนา ด้านการเมือง เช่น การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการ เสนอแนะข้อคิดเห็น ตลอดจนการกำหนดและตรวจสอบการนำนโยบาย ต่างๆ ไปปฏิบัติ ซึ่งจะเป็น ช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างอำนาจและผลประโยชน์ให้กับประชาชนส่วน ใหญ่ของประเทศ หรือเป็นการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาการเมืองเพื่อสร้างอำนาจและผลประโยชน์ ให้กับส่วนรวม แทนที่จะใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสร้างอำนาจให้กับคนเพียงส่วนใดส่วน หนึ่งของสังคมเพื่อสร้างผลประโยชน์ส่วนตัว

กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ (2549) สื่อถือว่าทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้แก่สังคม เป็นเวทีสาธารณะ ให้กลุ่มที่เห็นด้วย และกลุ่มที่ไม่เห็นด้วย กลุ่มที่เสียประโยชน์และกลุ่มที่ได้ประโยชน์ได้นำเสนอ มุมมองความคิดที่แตกต่าง การรายงานข่าวของสื่อ ควรต้องบอกสาเหตุของปัญหาที่เกิดความ ขัดแย้งเหล่านั้นว่ามีประเด็นความขัดแย้งใดมาเกี่ยวข้องบ้าง สาเหตุที่เกิดขึ้นนั้นมีน้ำหนักใน ประเด็นใดบ้าง และมีพื้นฐานมาจากอะไร ผลที่ตามมาของการตัดสินใจแก้ปัญหาจะมีปัจจัยด้าน บวก ด้านลบและความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องอย่างไรกับประชาชนคนธรรมดาที่เป็นกลุ่มใหญ่

ของคนในประเทศได้บ้าง การให้ข้อมูลของสาเหตุของความขัดแย้งแก่ประชาชนก็เพื่อได้ นำไปวิเคราะห์ ใช้วิจารณ์ ถูกลงมือปฏิบัติ ปัญหาแก่คนในสังคมและถือเป็นทำหน้าที่สำคัญของสื่อในการประสานสามัคคี กล่าวคือ การให้บุคคล กลุ่ม และประชาชนในชาติได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน สร้างความสามัคคีให้แก่สังคมได้ สื่อในฐานะนายประตูข่าวสาร (Gate Keeper) ต้องเป็นผู้ที่ทำหน้าที่คัดเลือกประเด็น คัดเลือกภาพข่าว กลั่นกรองภาษา ระวังระวังว่าการนำเสนอข่าวในแต่ละประเด็น จะเกิดผลกระทบ หรือ ผลข้างเคียงต่อใคร กลุ่มใด และสังคมไทยอย่างไรบ้าง การนำเสนอข่าวผ่านผู้นำทางสังคม หรือ ผู้ที่ สื่อมวลชนควรจะต้องอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล ข้อเท็จจริง และเลือกบุคคลที่จะให้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์ในการสร้างความสามัคคีให้แก่สังคมได้ นั่นคือ การนำเสนอความจริง (Fact) เกี่ยวกับที่มาที่ไปของปัญหาที่ทำให้เกิดความขัดแย้ง ลดการนำเสนอข่าวสารที่จะช่วยทำให้เกิดความแตกแยก การนำเสนอในทุกมิติของสังคม ไม่เฉพาะมิติทางการเมือง มิติทางสังคม ซึ่งรวมถึงสังคมชนบท และสังคมเมือง และสังคมโลก การเรียนรู้ของภาคประชาชนต่อการเกิดสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง มิติทางจริยธรรมของผู้นำประเทศสำคัญอย่างไร มิติด้านความมั่นคงซึ่งไม่เฉพาะแต่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่ต้องมองถึงประเด็นทางด้านความมั่นคงทางสังคม การอยู่ดีมีสุขของคนทุกภาคส่วน

จากที่กล่าวมาข้างต้น หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีบทบาทและความสำคัญต่อความเชื่อและความคิดเห็นของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคิดเห็นทางการเมือง ซึ่งหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นสื่อกลางระหว่างรัฐสู่ประชาชนหรือประชาชนสู่รัฐสามารถลดความขัดแย้งให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้นและเสริมสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นในสังคมได้ โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์และทัศนคติของผู้บริโภคต่อข่าวสารทางการเมืองในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์
- 1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคข่าวสารทางการเมืองผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

1.3 วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Research) เป็นหลัก และศึกษาโครงสร้างของการเขียนข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 5 หัว ได้แก่ ข่าวสด ไทยรัฐ ผู้จัดการ โพสต์ทูเดย์ และเดลินิวส์ โดยคัดเลือกจากการจัดอันดับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 5 อันดับที่ประชาชนนิยมอ่านมากที่สุด จากการจัดอันดับ ของบริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ไทย จำกัด (2558) ใช้แบบสอบถามในการศึกษาหาข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภค โดยกำหนด กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

การรวบรวมข้อมูลจะรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) ทางวิชาการ ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ ตำรา บทความ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือพิมพ์ วารสาร และนิตยสารจาก แหล่งต่างๆ รวมทั้งจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาตรวจสอบ วิเคราะห์ เลือกรวบรวม จัดประเภทของข้อมูล และนำเสนอในลักษณะของการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

1.4 นิยามเชิงปฏิบัติการ

การรับรู้ข่าวสาร หมายถึง การเปิดรับข่าวสาร ต่างๆ เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการเรียนรู้ จาก ความคิดเห็นและความสนใจของผู้รับสาร ถ้าสารที่ถูกส่งมาไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความ สนใจของผู้รับสาร ผู้รับสารก็จะเลือกที่จะไม่รับสารนั้นๆ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์

ความเป็นกลางทางการเมือง ของสื่อ สื่อ ต้องไม่กระทำตนให้ตกอยู่ภายใต้อำนาจหรือ อิทธิพลของพรรคการเมือง

บทบาทของสื่อมวลชน สถาบันสื่อมวลชน นับเป็นตัวกลางระหว่างผู้รับสารหรือ สาธารณชนหรือมวลชนกับสถาบันอื่นๆหรือระหว่างสถาบันต่างๆ ในสังคมด้วยตนเอง ทั้งนี้เพราะ ผู้รับสารจะมีโอกาสติดต่อโดยตรงกับคนหรือบุคคลต่างๆ ในสังคม หรือรัฐบาลและนักการเมือง น้อยมากดังนั้นความเข้าใจของผู้รับสารต่อกลุ่มคน หรือบุคคลเหล่านี้จะเป็นอย่างไรหรือเป็นไปใน ทิศทางใดนั้น ส่วนหนึ่งมาจากสื่อมวลชนเท่านั้น เพราะไม่ค่อยมีใครจะรับข่าวสาร หรือข้อมูลทุก สิ่งทุกอย่างจากสื่อมวลชนไปเสียทั้งหมด แต่ในทางปฏิบัติปรากฏว่าผู้รับสารส่วนใหญ่ไม่ค่อยจะ รับข่าวสารจากแหล่งข่าวอื่นๆ ยกเว้นแต่จะรับจากสื่อมวลชน เพราะสะดวกรวดเร็ว และรับได้ง่าย กว่าที่จะเข้าไปหาข่าวสารจากแหล่งข่าวนั้นๆ โดยตรงด้วยตนเอง

ข่าวการเมือง หมายถึง ข้อมูลข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการเมืองทั้งในเรื่องของการ เปลี่ยนแปลงความเคลื่อนไหวต่างๆ ข้อมูลข่าวสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับระบบการเมืองทั้งระบบ

ตั้งแต่ข่าวสารของรัฐบาล พรรคการเมือง รัฐสภา ความเป็นอยู่ ผลกระทบต่อประชาชน สถานการณ์บ้านเมืองทั้งในและต่างประเทศ

ทัศนคติของผู้บริโภค หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง สามารถแสดงออกทางด้านความคิด ความรู้สึก การกระทำ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองที่มีความเป็นกลาง

ความเป็นกลางในการเสนอข่าวสาร หมายถึง ข่าวที่มีเนื้อหาที่ไม่มีลักษณะของการให้อารมณ์ ความรู้สึกแก่ผู้อ่านไปในด้านบวกหรือด้านลบอย่างชัดเจน เป็นการเสนอข้อเท็จจริงทั่วไป เป็นข่าวที่ไม่ให้ความรู้สึกพึงพอใจมากเป็นพิเศษและก็ไม่ให้ความรู้สึกเป็นทุกข์ ต้องดูข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ว่า เขาแบ่งการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์อย่างไร การมีคอมเมนต์ต่อจากข่าว มีผลต่อทัศนคติและความเป็นกลางอย่างไร

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หมายถึง สื่อชนิดหนึ่งที่เปิดให้ใช้งานโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ เกิดความรวดเร็วในการเข้าถึง และสามารถเกิดปฏิสัมพันธ์กับผู้ผลิต ผู้ศึกษาเลือกศึกษาเฉพาะ ข่าวสด ไทยรัฐ ผู้จัดการ โพสต์ทูเดย์ และเดลินิวส์

1.5 ขอบเขตของการศึกษา

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาสาระ ศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยศึกษาในเรื่องของข่าวที่น่าสนใจมากที่สุด ความคาดหวัง ความเป็นกลางทางการเมือง และลักษณะการนำเสนอข่าวในด้านของทัศนคติ ศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม ถ้ามถึงความคิดเห็นหลังจากอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ ศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6.2 ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

1.6.3 เพื่อให้ผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ออนไลน์นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดเสนอข้อมูลข่าวสาร และเนื้อหาสาระทางการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ให้มีความถูกต้องเที่ยงตรง เป็นกลาง และมีคุณประโยชน์ต่อสาธารณะ ตลอดจนสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคกับความเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” ผู้ศึกษาได้ศึกษารวบรวมทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ความเป็นกลางทางการเมืองของสื่อ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)
- 2.2 ทฤษฎีสื่อมวลชนกับระบบการเมือง
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

ข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นทุกวันและมีความจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ดังนั้น มนุษย์จึงต้องนำข่าวสารที่ได้รับมาประกอบการตัดสินใจในการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน ความต้องการข้อมูลข่าวสารมีเพิ่มขึ้น ผู้รับสารยังต้องการข้อมูลประกอบการตัดสินใจมากขึ้น ข่าวสารต่างๆ ที่เข้ามา

ทำให้มนุษย์สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี การเปิดรับข่าวสารต่างๆ เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการเรียนรู้ จากความคิดเห็นและความสนใจของผู้รับสาร ถ้าสารที่ถูกส่งมาไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความสนใจของผู้รับสาร ผู้รับสารก็เลือกที่จะไม่รับสารนั้นๆ หรือเรียกว่า กระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความเชื่อ หรือทัศนคติ Klapper (1960, p. 5) ได้อธิบายกระบวนการในการที่ผู้รับสารเลือกรับข่าวสารไว้ดังนี้

1) การเลือกรับ (Selective Exposure) ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจาก แหล่งต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือเพื่อความต้องการของตนเอง

2) การเลือกสนใจ (Selective Attention) ผู้รับสารนอกจากจะเลือกเปิดรับแล้ว ยังเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติ ที่มีอยู่ เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ดังนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวคือ การแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของตนเอง

3) การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception or Interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการบิดเบือนข่าวสารให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเอง

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) การเลือกจดจำเนื้อหาของสารเฉพาะส่วนที่ ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง ซึ่งเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น

Shcramm (1973, pp. 121-122) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารดังนี้

- 1) ประสบการณ์ เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่าง
- 2) การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
- 3) ภูมิหลัง บุคคลที่ภูมิหลังแตกต่างกันส่งผลให้บุคคลแต่ละคนมีความสนใจแตกต่างกัน
- 4) การศึกษาและสภาพแวดล้อม ส่งผลให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมเลือกรับสาร
- 5) ความสามารถในการรับสาร มีความเกี่ยวข้องกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมเปิดรับสารแตกต่างกัน
- 6) บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของ

ผู้รับสาร

- 7) อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายหรือเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้ด้วยเช่นกัน
- 8) ทักษะคิด จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข้อมูลข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้นๆ

2.1.1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

Merrill and Lowenstein, (1971, pp. 134-135) กล่าวว่า ผู้รับสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารของแต่ละคนแตกต่างกันไป เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ตรงกับความสนใจและความต้องการของตนเองโดยมีปัจจัยพื้นฐานดังนี้

- 1) ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ปกติคนเราจะไม่ชอบอยู่ตามลำพัง ต้องการสื่อสารกับผู้อื่น เมื่อไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร
 - 2) ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ เป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสาร ดังนั้น สื่อมวลชนจึงนำความอยากรู้อยากเห็นนี้เป็นหลักสำคัญในการนำเสนอข่าวสาร มนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่ห่างตัวมากที่สุดตามลำดับ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นของตนเองไม่ว่าสิ่งนั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรืออาจจะเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับบุคคลอื่นด้วย
 - 3) ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานของมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัวในฐานะผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล รวมถึงเพื่อให้ได้รับข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับรู้ถึงความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความสนุกสนาน
 - 4) ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท สื่อมวลชนแต่ละประเภทนั้นมีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้รับผลประโยชน์แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับว่าลักษณะในจะสนองความต้องการและทำให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ
- การเลือกสื่อใดนั้น ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการเลือกสื่อ ดังนี้ (ยูพา สุภากุล, 2534, น. 124-125)
- 1) เลือกสื่อที่สามารถจัดหาให้ (Availability) ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก
 - 2) เลือกสื่อที่ตนสะดวกและนิยม (Convenience Preference) ผู้รับสารสามารถเลือกสื่อได้ตามที่ตนสะดวก ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และสื่อบุคคล เป็นต้น

3) เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อใหม่ที่ตนเองไม่คุ้นชิน

4) เลือกสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อมีผลต่อการเลือกรับสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ สามารถให้ข่าวสารรายละเอียด ได้มากกว่า ราคาคง และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกแห่ง

5) เลือกสื่อที่สอดคล้องกับตน (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของตนเอง

งานวิจัยของ McLeod et al. (1972, p. 123) กล่าวถึงดัชนีชี้วัด (Index) ที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) โดยจะใช้ดัชนี 2 ตัวในการชี้วัดคือ

1) วัดเวลาที่ใช้สื่อ

2) วัดจากความถี่ของการใช้สื่อโดยแยกประเภทตามเนื้อหาที่แตกต่างกัน

McLeod กล่าวว่า การวัดในเรื่องของเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียที่คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างและการมีสื่อใกล้ตัว ด้วยเหตุนี้คำตอบที่ได้จากการวัดเวลาในการใช้สื่อ จึงไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาได้และมักจะให้ผลที่ไม่ชัดเจน เมื่อนำไปเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ตัวแปรอื่น เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาในความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้จึงได้มีการวัดตัวแปรในการเปิดรับสื่อ โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะเจาะจงเนื้อหา เช่น การวัดความถี่ของการหนังสือพิมพ์ วัดความถี่ของการฟังวิทยุ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ คือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อจากทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารดังกล่าว เห็นได้ว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารและข่าวสารที่ตรงกับ ความสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านต่างๆ การแสวงหาข่าวสารและเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิม ยังเป็นการนำเอาไปใช้ประโยชน์ทางด้านอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา หรือเพื่อความบันเทิงใจ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ คือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อจากทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารดังกล่าว เห็นได้ว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารและข่าวสารที่ตรงกับ ความสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านต่างๆ การแสวงหาข่าวสารและเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิม ยังเป็นการนำเอาไปใช้ประโยชน์ทางด้านอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา หรือเพื่อความบันเทิงใจ เป็นต้น

2.2 ทฤษฎีสื่อมวลชนกับระบบการเมือง

แนวคิดทฤษฎีสื่อมวลชนกับระบบการเมือง เกิดขึ้นจากการศึกษาบทบาทหน้าที่และความสัมพันธ์ของระบบสื่อมวลชนที่มีต่อรัฐ สังคมและพลเมือง ทั้งนี้ระบบสื่อมวลชนจะมีความแตกต่างกันไปตามอุดมการณ์ทางการเมืองและทางเศรษฐกิจที่รัฐนั้นๆ ถืออยู่ ทฤษฎีสื่อสารมวลชนในระยะแรกได้รับการพัฒนาขึ้นโดย Fred Seibert, Theodore Peterson และ Wilbur Schramm ซึ่งเสนอไว้ในหนังสือ Four Theory of the Press ซึ่งอธิบายลักษณะของสื่อมวลชนในระบบการเมือง 4 รูปแบบ ดังนี้

2.2.1 ทฤษฎีอำนาจนิยม

ทฤษฎีระบบสื่อมวลชนแบบอำนาจนิยมเกิดขึ้นจากแนวคิดตามปรัชญาการเมืองแบบอำนาจนิยม ซึ่งปรากฏเป็นรูปร่างชัดเจนในสมัยศตวรรษที่ 16 และ 17 นักปรัชญาการเมืองที่สนับสนุนแนวคิดดังกล่าวได้แก่ Niccolo Machiavelli, Thomas Hobbs และ Friedrich Hegel

Machiavelli (อ้างถึงใน ซาติณรงค์ วิสตุกุล, 2554: 13-19) มีความเชื่อว่าธรรมชาติของมนุษย์มีความโน้มเอียงไปในทางชั่วร้าย จำเป็นต้องถูกกักขังควบคุมโดยอำนาจทางการเมืองที่สามารถกำหนด นโยบายที่เข้มแข็งและจริงจัง เพื่อรักษาความมั่นคงปลอดภัยของรัฐ ผู้นำทางการเมืองจะต้องแสดงบทบาทที่เข้มแข็ง และใช้วิธีการทุกอย่างในการปกป้องรักษาผลประโยชน์ของรัฐเพื่อความมั่นคงและความอยู่รอดของรัฐ

Hobbs (อ้างถึงใน ซาติณรงค์ วิสตุกุล, 2554: 13-19) มีความเชื่อว่ามนุษย์มีความปรารถนา 2 ประการคือ ความหลุดพ้นจากความเจ็บปวดและความกระหายในการได้มาซึ่งอำนาจ จึงจำเป็นต้องมีระบบการเมืองที่มีอำนาจตรวจสอบ ควบคุมปัจเจกชนให้อยู่ในกรอบแห่งผลประโยชน์ส่วนรวม อำนาจนั้นจะต้องใหญ่พอที่จะสร้างและพิทักษ์ความสงบเรียบร้อยของบ้านเมืองโดยไม่จำเป็นต้องฟังเสียงปัจเจกชน ทั้งนี้เพราะเป็นอำนาจที่ตั้งขึ้นมาเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้ในขณะที่ Hegel (อ้างถึงใน ซาติณรงค์ วิสตุกุล, 2554: 13-19) มีความเชื่อว่า รัฐคือหัวใจสำคัญที่มีสิทธิเต็มที่เหนือพลเมืองแต่ละคน พลเมืองมีหน้าที่สำคัญที่สุดเพียงอย่างเดียว คือ เป็นสมาชิกของรัฐ เสรีภาพที่แท้จริงของพลเมืองก็คือ เสรีภาพในขอบเขตของรัฐ ดังนั้น ระบบสื่อมวลชนตามทฤษฎีอำนาจนิยมจึงมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของรัฐและมีหน้าที่รับใช้รัฐ รัฐจะมีกลไกต่างๆ ในการควบคุมสื่อมวลชนเช่น กลไกทางการเมือง การบริหาร กลไกทางกฎหมาย ซึ่งสื่อมวลชนจะต้องอยู่ภายใต้อำนาจรัฐและองค์การของรัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง

กรรมสิทธิ์ในสื่อมวลชนระบบนี้จะตกอยู่กับรัฐหรือเอกชนผู้ได้รับอนุญาตจากรัฐ ลักษณะสำคัญของสื่อมวลชนตามทฤษฎีอำนาจนิยมมีดังนี้

- 2.3.1.1 จะต้องอยู่ใต้อำนาจของรัฐและองค์การของรัฐบาล
- 2.3.1.2 เป็นเครื่องมือส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของรัฐและมีหน้าที่รับใช้รัฐ
- 2.3.1.3 จะต้องไม่เป็นบ่อนทำลายรัฐและองค์การของรัฐ
- 2.3.1.4 จะต้องไม่ทำลายค่านิยมทางศีลธรรมและการเมืองของคนส่วนใหญ่
- 2.3.1.5 เน้นการให้การศึกษา การแสดงความคิดเห็นภายในกรอบของนโยบาย

2.2.2 ทฤษฎีเสรีนิยม

ทฤษฎีระบบสื่อมวลชนแบบเสรีนิยม เน้นให้ความสำคัญในเรื่องเสรีภาพของปัจเจกชน นักปรัชญาการเมืองที่สำคัญของสำนักนี้ได้แก่ John Locke, John Milton, John Stuart Mill และ Thomas Jefferson

Locke (อ้างถึงใน ซาตินรงค์ วิสตุกุล, 2554: 13-19) ได้พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีอำนาจอธิปไตยของปวงชนโดยเสนอว่ารัฐบาลเป็นเพียงผู้ได้รับมอบหมายจากประชาชนให้มีอำนาจหน้าที่ในการปกครองเท่านั้น ซึ่งประชาชนจะเรียกกลับคืนมาเมื่อใดก็ได้ เพราะนั้น รัฐจะต้องยอมรับและรักษาไว้ซึ่งสิทธิตามธรรมชาติของมนุษย์ Milton (อ้างถึงใน ซาตินรงค์ วิสตุกุล, 2554: 13-19) เชื่อว่ามนุษย์เป็นผู้มีเหตุผลและสามารถรู้ได้ด้วยตนเองว่าอะไรดี อะไรชั่ว จึงไม่ควรมီးอะไรมาติดกันมิให้มนุษย์ได้รับความคิดอ่านและความคิดเห็นของผู้อื่น แนวความคิดของ Milton กลายเป็นที่มาของแนวคิด ตลาดเสรีของการอ่าน (The Free Market Place of Ideas) และกระบวนการรู้ดี รู้ชอบด้วยตนเอง (Self-Righting Process) ซึ่งมีอิทธิพลต่อนักคิด นักเขียน และนักหนังสือพิมพ์ในศตวรรษที่ 18 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน Jefferson (อ้างถึงใน ซาตินรงค์ วิสตุกุล, 2554: 13-19) กล่าวว่าปัจเจกอาจจะตัดสินใจผิดพลาดแต่กลุ่มเสียงข้างมากของปัจเจกจะสามารถทำให้ตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง การที่จะช่วยให้ปัจเจกมีความผิดพลาดน้อยที่สุดสามารถทำได้โดยการให้ข่าวสารและการศึกษาอย่างเพียงพอ เครื่องมือที่จะให้การศึกษาได้เป็นอย่างดีคือ หนังสือพิมพ์ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการควบคุมนโยบาย และทิศทางของรัฐบาลได้ อีกทางหนึ่งด้วยทฤษฎีระบบสื่อมวลชนแบบเสรีนิยมเป็นแกนความคิดของประชาชนผู้ถูกปกครองมีวัตถุประสงค์สำคัญในการแสวงหาสัจจะและควบคุมรัฐบาล มีรูปแบบการควบคุมตามกระบวนการยุติธรรม และลักษณะสำคัญของสื่อมวลชนในระบบนี้คือ

- 1) ทำหน้าที่ควบคุมรัฐบาล องค์การของรัฐ และพรรคการเมืองโดยการสอดส่องวิพากษ์วิจารณ์
- 2) เป็นเครื่องมือแสดงความคิดเห็นของบุคคล
- 3) จะต้องไม่ทำลายศักดิ์ศรี เกียรติภูมิหรือคู่มือความสามารถของมนุษย์
- 4) เน้นการให้ข่าวสารและการแสดงความคิดเห็น การให้ความบันเทิง และการโฆษณาสินค้าโดยเสรี

2.2.3 ทฤษฎีสังคมนิยมแบบคอมมิวนิสต์

ทฤษฎีนี้ได้รับอิทธิพลทางความคิดจาก Marx (อ้างถึงใน ชาตินรงค์ วิสตุกุล, 2554: 13-19) ซึ่งเชื่อว่ารัฐเป็นเพียงเครื่องมือของชนชั้นปกครอง ซึ่งใช้กดขี่และเอารัดเอาเปรียบชนชั้นผู้ถูกปกครอง ดังนั้น จะต้องมีการต่อสู้ระหว่างชนชั้นเข้ามาเป็นตัวนำในการเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนั้น Marx มีความเชื่อในพลังแห่งชนชั้นกรรมาชีพจะนำไปสู่รัฐแบบสังคมนิยมและสังคมไร้ชนชั้นที่ Marx เรียกว่าสังคมนิยมแบบคอมมิวนิสต์ในที่สุด

Lenin (อ้างถึงใน ชาตินรงค์ วิสตุกุล, 2554: 13-19) ผู้นำการปฏิวัติรัสเซีย ผู้สืบทอดแนวคิดของ Marx เห็นว่า เสรีภาพของหนังสือพิมพ์ในสังคมนายทุนเป็นเพียงเสรีภาพของนายทุนที่สงวนไว้เพื่อเป็นเครื่องมือในการบิดเบือน กดขี่และเอารัดเอาเปรียบ ชนชั้นล่างหรือชนชั้นผู้ถูกปกครอง Lenin เสนอว่า หนังสือพิมพ์จะต้องเป็นทั้งนักโฆษณาชวนเชื่อเพื่อส่วนรวม นักปลุกปั่นเพื่อส่วนรวม และนักจัดรูปองค์การเพื่อส่วนรวมไปพร้อมๆ กัน แนวคิดดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวนโยบายการสื่อสารมวลชนของโซเวียตอย่างกว้างขวาง ระบบสื่อมวลชนแบบคอมมิวนิสต์จึงให้ความสำคัญต่ออุดมการณ์ของรัฐและพรรคคอมมิวนิสต์จึงให้ความสำคัญต่ออุดมการณ์ของรัฐและพรรคคอมมิวนิสต์ ระบบกรรมสิทธิ์ในสื่อมวลชนทุกชนิดจะตกอยู่ในมือของรัฐ รูปแบบการควบคุม รัฐบาลและพรรคคอมมิวนิสต์ จะควบคุมสื่อมวลชนอย่างใกล้ชิด สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางอุดมการณ์ของรัฐเท่านั้น ลักษณะสำคัญของสื่อมวลชนในระบบนี้คือ

- 1) สื่อมวลชนจะต้องตอบสนองผลประโยชน์ของชนชั้นกรรมาชีพ
- 2) สื่อมวลชนจะต้องมีบทบาทหน้าที่ในเชิงบวกต่อสังคม โดยการกล่อมเกลาสังคมตามปทัสฐานที่พึงปรารถนา โดยการให้การศึกษา ให้ข่าวสาร ให้การกระตุ้นเตือน และการระดมสรรพกำลัง
- 3) สื่อมวลชนจะต้องเสนอโลกทัศน์ที่สมบูรณ์และเที่ยงธรรมตามหลักการมาร์กซ์ซิสต์ เลนินนิสต์

- 4) สื่อมวลชนจะต้องเป็นเครื่องมือของรัฐและพรรค โดยการเปิดเผยสภาพความเป็นจริงเบื้องหลังการต่อสู้ของชนชั้นเพื่อการเตรียมมวลชนให้พร้อมสำหรับการปฏิวัติ
- 4) สื่อมวลชนจะต้องเป็นเครื่องมือในโฆษณาชวนเชื่อ และการปลุกปั่น
- 5) สื่อมวลชนจะต้องสนับสนุนความเคลื่อนไหวของฝ่ายหัวก้าวหน้า ทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- 6) สื่อมวลชนจะต้องตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของประชาชนผู้รับสารภายในกรอบของสังคมนิยม

2.2.4 ทฤษฎีความรับผิดชอบทางสังคม

ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาโดยมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีเสรีนิยม ทฤษฎีความผิดรับทางสังคม เกิดขึ้นจากการพิจารณาถึงจุดอ่อนของทฤษฎีเสรีนิยม ซึ่งมวลชนมีเสรีภาพที่จะให้ข่าวสาร ความบันเทิงแสดงความคิดเห็น และโฆษณาสินค้าโดยเสรี โดยไม่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมโดยตรง ดังนั้นเสรีภาพของสื่อมวลชนที่หลุดพ้นจากการควบคุมของรัฐบาลจึงมักมีความโน้มเอียงไปในทางแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจ และถูกผูกขาดอยู่กับบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ สื่อมวลชนมักกลายเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจและการเมืองของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ในสังคมแทนที่จะรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม จุดอ่อนที่ถูกมองว่าเป็นข้อบกพร่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมคือ

- 1) การใช้เสรีภาพในทางที่ผิด (Abuse of Freedom) เป็นผลมาจากการแข่งขันกันเพื่อแสวงหาผลประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐกิจ ทำให้สื่อมวลชนมุ่งเสนอเนื้อหาที่ตื่นเต้น เร้าอารมณ์ ปราศจากเนื้อหาสาระ โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับความรุนแรง ลัทธิความเชื่อที่ปราศจากเหตุผล เรื่องทางเพศ การเปิดเผยเรื่องราวส่วนตัวโดยไม่ได้รับความยินยอม และการโจมตีผู้อื่นอย่างไม่เป็นธรรม
- 2) การกระจุกตัวของสื่อมวลชน (Media Concentration) เป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม และผลประโยชน์ทางธุรกิจจำนวนมากจากการโฆษณาสินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว กว้างขวางและทันสมัย ซึ่งจะต้องใช้การลงทุนเป็นจำนวนมาก สภาพการแข่งขันดังกล่าวทำให้สื่อมวลชนขนาดเล็กไม่สามารถต่อสู้แข่งขันกับสื่อมวลชนขนาดใหญ่ได้ ทำให้ต้องล้มเลิกกิจการไป หรือไม่ก็ต้องรวมตัวเข้ากับสื่อมวลชนขนาดใหญ่ กิจการสื่อมวลชนจึงถูกรวบรวมกระจุกอยู่ในมือของทุนขนาดใหญ่ซึ่งใช้สื่อมวลชนเพื่อสนับสนุนผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และการเมืองของตน ในขณะที่เดียวกันก็ปกปิดกีดกันการแสดงออกของผู้ที่มีความเห็นตรงกันข้าม การผูกขาดกรรมสิทธิ์ สื่อมวลชนโดยบริษัทขนาดใหญ่ในอีกด้านหนึ่งจึงหมายถึง การปิดกั้นการเข้าถึงสื่อมวลชนของปัจเจกชนอื่นๆ ในสังคมด้วย

3) ความไม่รับผิดชอบต่อสังคม (Social Irresponsibility) เป็นผลมาจากการใช้เสรีภาพในทางที่ผิด โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมโดยรวม และการมุ่งแสวงหาผลประโยชน์สูงสุดทางธุรกิจ โดยไม่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่คำนึงถึงศีลธรรมอันดีของสาธารณชน ทำให้สื่อมวลชนนำเสนอเนื้อหาที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม เช่น ภาพการแสดงการร่วมเพศ ภาพการใช้ความรุนแรงและประกอบอาชญากรรม รายการบันเทิงคุณภาพต่ำ การโฆษณาสินค้าที่พรีหรือ และการหลีกเลียง หรือละเลยข่าวความขัดแย้งที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการแสวงหาและพิสูจน์สำนึกของสังคม

ปรากฏการณ์เสรีภาพที่ไร้ขอบเขตและความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนเริ่มเป็นที่ตระหนักในสังคมอเมริกาในปลายศตวรรษที่ 19 โดยที่รัฐสภาอเมริกาก็มีบทบาทสำคัญในความพยายามที่จะให้สื่อมวลชนมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเน้นย้ำถึงการมีเสรีภาพควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม มีการจัดตั้งคณะกรรมการวิทยุ (Federal Radio Commission: FRC) ในปี 1927 เพื่อจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุ และดูแลเนื้อหาของรายการ มีการออกกฎหมายการสื่อสาร (Federal Communication Commission: FCC) ในปี ค.ศ. 1934 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสงวนวิทยุไว้เพื่อสาธารณประโยชน์ ถึงแม้ระบบสื่อมวลชนอเมริกาจะเริ่มต้นตามกรอบทฤษฎีเสรีนิยม แต่การออกกฎหมายการสื่อสารและการจัดตั้งกรรมการการสื่อสารก็มีวัตถุประสงค์ที่จะให้สื่อมวลชนตระหนักถึงผลประโยชน์ของสาธารณชนมากกว่าผลประโยชน์ส่วนบุคคล นอกจากนี้ยังได้มีการจัดตั้งกรรมการว่าด้วยเสรีภาพของสื่อมวลชน (Commission on Freedom of the Press) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะต่อต้านการรวมกระจุกของสื่อมวลชน และเสนอแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณของการทำหน้าที่สื่อมวลชน ทำให้มีการออกจรรยาบรรณของสื่อมวลชน (Cannons of Journalism) แขนงต่างๆ ของอเมริกาในเวลาต่อมา เช่น จรรยาบรรณของการหนังสือพิมพ์ ของสมาคมบรรณาธิการหนังสือพิมพ์อเมริกัน ในปี 1923 กระทั่งตามคณะกรรมการว่าด้วยเสรีภาพของสื่อมวลชน ยังไม่พอใจในเนื้อหาและความศักดิ์สิทธิ์ของจรรยาบรรณเหล่านั้น จึงได้เสนอทั้งมาตรฐานที่คาดว่าจะมีประสิทธิภาพมากกว่า ซึ่งสรุปได้ดังนี้

- 1) สื่อมวลชนจะต้องรายงานเหตุการณ์ประจำวัน เฉพาะในส่วนที่มีความหมายด้วยความจริงอย่างครบถ้วน และด้วยความฉลาดหลักแหลม
- 2) สื่อมวลชนจะต้องเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อวิพากษ์วิจารณ์ต่างๆ
- 3) สื่อมวลชนจะต้องแสดงให้เห็นถึงภาพที่แท้จริงของกลุ่มต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบของสังคม
- 4) สื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อในการเสนอและให้ความกระจ่างเกี่ยวกับเป้าหมายและค่านิยมของสังคม

5) สื่อมวลชนจะต้องเปิดโอกาสอย่างเต็มที่ให้มีการรับรู้ข่าวสารประจำวันอย่างทันต่อเหตุการณ์

สำหรับมาตรการที่จะทำให้บรรลุถึงมาตรฐานทั้ง 5 ข้อดังกล่าว คณะกรรมการได้เสนอแนวทางและแหล่งความรับผิดชอบ ซึ่งส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงต่อความรับผิดชอบของสื่อมวลชนต่อสังคมไว้ 3 ประการ คือ

1) สื่อมวลชนจะต้องมีวิญญูณแห่งวิชาชีพ ในทำนองเดียวกันกับวิชาชีพเก่าแก่ทั้งหลาย เช่น กฎหมาย แพทย์ เป็นต้น

2) สาธารณชนต้องมีความตื่นตัวต่อการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนต้องคอยตรวจสอบสื่อมวลชน โดยการรวมตัวเป็นองค์กรหรือสถาบันที่เข้ามาช่วยปรับปรุงพัฒนาวิชาการ และวิชาชีพของสื่อมวลชน

3) รัฐบาลจะต้องช่วยพัฒนาสื่อมวลชน ให้เป็นระบบสื่อสารที่ประชาชนพลเมืองต้องการ โดยให้การช่วยเหลือ สนับสนุนอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอย่างถูกวิธี

มาตรฐานและมาตรการของคณะกรรมการว่าด้วยเสรีภาพของสื่อมวลชนของอเมริกาได้กลายเป็นแก่นสารของทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนที่ค่อยๆ แพร่ขยายออกไปสู่ยุโรปตะวันตกและประเทศต่างๆ ทั่วโลก

นอกเหนือจากแนวคิดในทฤษฎีว่าด้วยสื่อมวลชนกับระบบการเมือง 4 รูปแบบตามการศึกษาของ Seibert, Peterson and Scharmm (1956) ยังได้เกิดแนวคิดทฤษฎีใหม่ในอันที่จะนำการสื่อสารมวลชนมาใช้ในการพัฒนาทั้งในทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาที่ประสบปัญหาการเลือกใช้ระบบสื่อสารมวลชนตามกระแสหลัก ในขณะที่อเมริกา ยุโรปตะวันตก และญี่ปุ่นเลือกใช้ระบบสื่อสารมวลชนตามทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สหภาพโซเวียตและประเทศในค่ายคอมมิวนิสต์อื่นๆ เลือกใช้ระบบสื่อสารมวลชนตามทฤษฎีสังคมนิยมแบบคอมมิวนิสต์ ประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้ตกอยู่ในสภาพงงกัน ปั่นป่วนไม่สามารถเดินตามเส้นทางตะวันตก หรือแม้แต่เส้นทางคอมมิวนิสต์ที่ไม่สามารถเดินตามเส้นทางตะวันตกได้เพราะว่าระบบการเมือง เศรษฐกิจ และการสื่อสารมวลชนยังขาดพลังอุดมการณ์ และยังต้องพึ่งพาอาศัยการอุดหนุนของพรรคการเมืองและนายทุนธุรกิจขนาดใหญ่ สื่อมวลชนจึงต้องเป็นเครื่องมือขององค์กร และสถาบันอื่นมากกว่าที่จะเป็นสถาบันอิสระของสังคม

สรุปได้ว่า แนวคิดทฤษฎีว่าด้วยสื่อมวลชนกับระบบการเมืองสามารถอธิบายถึงระบอบการปกครองของประเทศ อำนาจรัฐ นโยบายในการควบคุมหรือการกำหนดของเขตการทำงานขององค์กรสื่อสารมวลชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการทำงานของสื่อมวลชนทั้งในแง่ของการแสวงหาข่าว และการนำเสนอข่าวสาร และการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสาร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)

สื่อ (Media) เป็นช่องทางสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร ข้อมูลบันเทิง หรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภคการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้น นับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนารูปแบบเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่ได้หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นเพื่อการติดต่อสื่อสารในสังคม การพัฒนารูปแบบของสื่อที่เกิดขึ้นในปัจจุบันสรรค์สร้างความก้าวหน้าของรูปแบบการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะของการใช้สื่อ คือ (พรจิต สมบัติพรนิช, 2547, น. 4)

1) สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว ซึ่งผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้รับสารได้สามารถแบ่งออกเป็น

(1) สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารด้วยหนังสือเสียง หรือภาพไปอย่างเดียว ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ

(2) สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่างคือภาพและเสียงไปพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ และสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

2) สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็น การสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสาร ได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียงและข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาระบบเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีแบบปฏิสัมพันธ์ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลายเป็นที่รู้จักและนิยมกันมากคือ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่ (สุรสิทธิ วิทยารัฐ, 2545, น. 323)

- (1) ไม่มีอุปสรรคด้านระยะทาง
- (2) กระจายข้อมูลข่าวสารในแนวราบไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน
- (3) มีผลสะท้อนกลับทันทีทันใด
- (4) ให้ข้อมูลในลักษณะ ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา
- (5) นำเสนอโดยใครก็ได้ไม่จำเป็นต้องเป็นนักสื่อสารมวลชน
- (6) ต้นทุนในการดำเนินการน้อยกว่าการสื่อสารมวลชนในแบบดั้งเดิม
- (7) สามารถบริการข้อมูลข่าวสารตอบสนอง เจาะจงผู้ใช้งาน ได้มากกว่า

- (8) นำเสนอข้อมูลในระบบเชื่อมโยงแบบยืดหยุ่นใช้ได้ไม่เน้นลำดับชั้นของข้อมูล
- (9) มีผลสะท้อนกลับที่รวดเร็ว
- (10) แหล่งเงินทุนสนับสนุนการดำเนินการมีความหลากหลายไม่จำกัดเฉพาะการ

รับจ้างโฆษณา

- (11) เนื้อหาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา
- (12) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารขึ้นอยู่กับเหตุผลของบุคคล

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

2.4.1 รูปแบบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การนำเสนอข้อมูลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จัดอยู่รูปแบบ World Wide Web คือมีการใช้เทคโนโลยีไฮเปอร์เทกซ์ (Hypertext) ซึ่งเป็นระบบจัดการข้อมูลที่แสดงออกมาในรูปแบบการเชื่อมโยงข่าวสาร (Node) โดยเชื่อม (Link) ข้อมูลที่ปรากฏนอกจากจะเป็นตัวหนังสือ (Text) แล้วยังประกอบด้วยรูปภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียงหรือวีดิทัศน์ การเชื่อมโยงข้อมูลจะไม่เป็นเส้นตรง (Non-Linear) คือ มีการเชื่อมโยงข้อมูลบางส่วนกับข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ โดยผู้รับสารเป็นผู้เลือกและมีอิสระในการอ่านข้อมูล

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน คือ การนำเสนอข่าวที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ปกติ ซึ่งเป็นการตกทอดข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์มาเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นการจัดแบ่งส่วนหรือฝ่ายต่างๆ จึงยังมีส่วนครบเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ปกติ เช่น ข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวธุรกิจ ข่าวการเมือง ข่าวเทคโนโลยี ข่าวกีฬา เป็นต้น แต่สิ่งที่พิเศษคือ พื้นที่ของเว็บไซต์มีพื้นที่มากกว่าพื้นที่ของหนังสือพิมพ์กระดาษ ดังนั้นหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถเก็บข้อมูลได้ลึกและให้รายละเอียดได้มากกว่า เดิม หรือสามารถเสนอข่าวสารที่ไม่สามารถปรากฏในหนังสือพิมพ์ การเพิ่มเติมการอ้างอิงหรือแหล่งกำเนิดของข่าวสาร ตลอดจนสามารถเปลี่ยนแปลงและปรับข่าวสารให้ใหม่ได้ตลอดเวลา (Bjornor, 1995, p. 112)

2.4.2 ลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากลักษณะเฉพาะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีลักษณะเฉพาะตัวและสามารถนำเสนอเนื้อหาต่างๆ ดังนี้

1) รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ (Interactively Model) เช่น การคลิกเมาส์ไปยังหัวข้อข่าว เพื่ออ่านข้อมูลเพิ่มเติม ร่วมแสดงความคิดเห็น หรือการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปกองบรรณาธิการ เป็นต้น

2) การผสมผสานสื่อผสม (Multimedia Model) คือการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบข้อมูล ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง เช่น การนำเสนอคลิปวิดีโอ

3) ความเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ (Continuous Change) เป็นคุณลักษณะสำคัญของหนังสือพิมพ์ที่ดึงดูดให้ผู้อ่านติดตามข่าวสารเป็นประจำ เช่น เว็บไซต์ข่าวที่มีการรายงานข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ทุกหนึ่งชั่วโมง

4) การใช้งานง่าย (Easy of Navigation) คือ ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์เมื่อต้องใช้งานร่วมกับโปรแกรมบราวเซอร์ เช่น มีไอคอนหน้าหลัก (Home) หรือไอคอนแยกหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกของผู้อ่านที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลถัดไปโดยไม่ต้องกลับมาที่หน้าแรก (Rogers, 1986, p. 13)

2.4.3 พัฒนาการและแนวโน้มของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีพัฒนาการและแนวโน้ม 3 ระยะ ดังต่อไปนี้ (Pavlik, 1997, pp. 30-36)

ระยะที่ 1 มีลักษณะเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ปกติ และหนังสือพิมพ์ปกติยังคงมีอิทธิพลต่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ คือ เป็นการใช้เนื้อหาเดียวกับแหล่งข่าวเดิม และวัตถุประสงค์เดิม

ระยะที่ 2 ในระยะนี้ นักข่าวจะสร้างข่าวจากแหล่งข่าวเดียวกันกับหนังสือพิมพ์ปกติ และเพิ่มขยายข่าวโดยใช้ Hyperlink ทำให้ผู้อ่านสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นได้ นอกจากนี้ยังจัดให้มีปฏิสัมพันธ์

ระยะที่ 3 มีลักษณะเป็นการออกแบบเนื้อหาข่าวจากแหล่งข่าว เพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์โดยเฉพาะ เพื่อให้เป็นแหล่งข่าวใหม่โดยไม่ต้องพึ่งพิงกับหนังสือพิมพ์

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ หรือ เจตคติ เป็นศัพท์ที่มาจากคำว่า Attitude และมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Aptus หมายถึง ความโน้มเอียง เหมาะสม (ลัดดา กิติวิภาต , 2532, น. 1) การศึกษาเรื่องของทัศนคติได้มีการศึกษาสืบทอดกันมายาวนานและศึกษาค้นคว้าอย่างกว้างขวางในสาขาวิชาต่างๆ

นอกเหนือจากสาขาวิชาจิตวิทยา เช่น สังคมวิทยา รัฐศาสตร์ เป็นต้น จากการศึกษาดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ความหมายของทัศนคติแตกต่างกันออกไปดังนี้

Thurstone (1982 อ้างถึงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526, น. 1) กล่าวว่า เจตคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกด้านการพูดเป็นความคิด (Opinion) แล้วความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้นถ้าเราอยากจะทำทัศนคติเราสามารถทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ และทัศนคติเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Psychological Object) ซึ่งอาจจะเป็นอย่างใดได้หลายอย่าง เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ความรู้สึก เหล่านี้ ผู้มีความรู้สึกสามารถบอกความแตกต่างว่า เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

Allport (1935 อ้างถึงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526, น. 2) กล่าวว่าเจตคติ การเตรียมตัวหรือความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ โดยมักจะเป็นสภาวะแห่งความพร้อมด้านจิตใจ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อบุคคลอื่น ๆ วัตถุประสงค์ของและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

Hillgard (1926 อ้างถึงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526, น. 9) กล่าวถึง เจตคติ คือ พฤติกรรมหรือความรู้สึกครั้งแรกที่มีต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง แนวความคิดใด ๆ หรือสภาพการณ์ใด ๆ ในทางเข้าใกล้หรือหนีออกห่าง และเป็นความพร้อมที่จะตอบสนองในครั้งต่อไป ในทางที่เอนเอียงในลักษณะอย่างเดิมเมื่อพบกับสิ่งดังกล่าวนั้นอีก

Newcomb (อ้างถึงใน ลัดดา กิติวิภาต, 2532, น. 1-2) กล่าวว่า เจตคติของบุคคลขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งแวดล้อมที่บุคคลได้รับ อาจแสดงออกมาทางพฤติกรรมใน 2 ลักษณะ คือ ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) เป็นการแสดงออกในลักษณะพึงพอใจ เห็นด้วยหรือชอบ ทำให้บุคคลอยากกระทำ อยากได้ อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น ทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) เป็นการแสดงออกที่ตรงข้ามกับทางบวกในลักษณะที่ไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วยหรือไม่ชอบทำให้บุคคลเกิดความเบื่อหน่าย ชิงชัง ต้องการหนีให้ห่างจากสิ่งนั้น

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2517, อ้างถึงใน ศักดิ์ สุนทรเสณี, 2531, น. 2) กล่าวว่า เจตคติ หมายถึง สิ่งที่อยู่ในจิตใจของบุคคลที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลไปในทิศทางหนึ่ง ซึ่งเราไม่สามารถสังเกตหรือวัดได้โดยตรงแต่เราสามารถเข้าใจได้โดยดูจากพฤติกรรมของบุคคลว่าจะตอบสนองต่อสิ่งเร้าอย่างไร เราก็จะทราบทัศนคติได้

เชดศักดิ์ โฆวาสินธุ์ (2520, น. 28) กล่าวถึงเจตคติ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นๆ ไปในทิศทางหนึ่งอาจเป็นไปในทางสนับสนุนหรือ

คัดค้านก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขบวนการอบรมให้เรียนรู้ระเบียบวิธีของสังคม ซึ่งทัศนคตินี้จะแสดงออกหรือปรากฏให้เห็นชัดในกรณีที่สิ่งเร้านั้นเป็นสิ่งเร้าทางสังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า เจตคติ หรือ ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความคิด ความรู้สึก อารมณ์ ประสบการณ์เฉพาะ และความพร้อมที่จะกระทำในเชิงประเมินค่าในทิศทางใด ทิศทางหนึ่งใน 2 ทางคือ ในทิศทางบวก ได้แก่ ดี มีประโยชน์ พอใจ เห็นด้วย เป็นต้น และพร้อมที่จะสนับสนุน ในทิศทางลบ ได้แก่ เลว มีโทษ ไม่พอใจ ไม่ชอบ ไม่เห็นด้วย เป็นต้น

2.5.1 การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

Likert (1932 อ้างถึงใน ปัทมศิริ เอี่ยมประชา, 2545, น. 20) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งนับว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงทัศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะ โดยได้ข้อสรุปว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้จากแหล่งทัศนคติต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้ทัศนคติที่สำคัญคือ

1) ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มา

2) การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from Others) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลจะสังเกตว่าบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้

3) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้น โดยในขั้นแรกบุคคลจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปแบบทัศนคติ

4) ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าว จะเห็นว่าองค์ประกอบสำคัญที่จะเป็นตัวเชื่อมทำให้มนุษย์เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือ การสื่อสาร เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่างหรือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมีการสื่อสารแทรกอยู่เสมอ อาจกล่าวได้ว่า การติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากมีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ขึ้นได้

2.5.2 ลักษณะของทัศนคติ

สุภาพร โรจนสุขุมิตร (2534, น. 18) ได้สรุปลักษณะของทัศนคติไว้ดังนี้

- 1) ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้หรือเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์ต่างๆ อันเป็นประสบการณ์ที่บุคคลได้รับจากสิ่งแวดล้อมภายนอกมากกว่าที่จะเป็นสิ่งที่มีความหรือติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดและไม่ใช้แรงขับทางร่างกาย เช่น ความหิว
- 2) ทัศนคติ เป็นสิ่งหรือสภาวะก่อนเกิดพฤติกรรมตอบโต้ (Predisposition to Respond) ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ หรืออาจจะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง
- 3) ทัศนคติ เป็นสภาวะทางจิตใจ โดนเป็นเรื่องกำหนดหรือดัชนีชี้แนะแนวทางในการแสดงพฤติกรรม ทัศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลประเมินเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมหรือการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่แท้จริง กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีทัศนคติทางบวกหรือมีทัศนคติที่ดี พฤติกรรมที่บุคคลนั้นอยากแสดงออกจะมีแนวโน้มที่จะเข้าหาในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคคลนั้นมีทัศนคติในทางลบ หรือทัศนคติที่ไม่ดีพฤติกรรมที่แสดงออกจะมีแนวโน้มที่จะถอยหนี หรือหนีออกห่าง หรือไม่เข้าหาสิ่งนั้นๆ เพราะทัศนคติขึ้นอยู่กับค่าประเมินของความคิดรวบยอด (Concept) เกี่ยวกับลักษณะทางวัตถุอย่างอื่นนั้นๆ
- 4) ทัศนคติเป็นตัวแปรแฝงที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรูสึกนึกคิด ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการแสดงออกโดยวาจา หรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- 5) ทัศนคติมีสิ่งอ้างอิงทางสังคมหรือกลุ่มอ้างอิงที่เฉพาะเจาะจง
- 6) ทัศนคติสามารถถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปสูบุคคลหนึ่งได้ เช่น บิดา มารดา ไม่ชอบบุคคลหนึ่งย่อมมีแนวโน้มที่จะทำให้บุตรไม่ชอบบุคคลนั้นด้วย
- 7) ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความคงทนถาวร และจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา (Persistent Over Time) ซึ่งมีได้หมายความว่าทัศนคติจะไม่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เพราะสิ่งจูงใจทางอารมณ์และจิตเจินั้นเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างช้า ๆ
- 8) ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากทัศนคติเป็นสิ่งที่ได้มาจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล ถ้าการเรียนรู้หรือประสบการณ์ที่ได้รับมาของบุคคลนั้นๆ เปลี่ยนแปลงไป ทัศนคติย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งทัศนคติดังกล่าว แปรเปลี่ยนไปอย่างต่อเนื่องตามคุณภาพและความเข้ม หรือความแข็งแกร่งจากค่าบวก ผ่านค่ากลาง ถึงค่าลบ

9) ทักษะที่มีปริมาณความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอยู่ไม่มากนักน้อย ทั้งนี้เพราะทัศนคติมีค่าประเมินของความคิดรวบยอด (Concept) ร่วมกันอยู่นั้นคือ มีความคล้ายคลึงกันเกี่ยวกับวัตถุอ้างอิงและค่าบวกลบ

10) บุคคลสามารถเกิดทัศนคติได้กับทุกสิ่ง เช่น เกิดกับบุคคล วัตถุสิ่งของ สถาบัน ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น

11) ทักษะที่เป็นพื้นฐานหรืออย่างน้อยเป็นส่วนหนึ่งซึ่งจะเป็นแรงผลักดันก่อให้เกิดลักษณะนิสัย

นอกจากทัศนคติจะมีลักษณะดังกล่าวแล้ว ทักษะก็ยังมีความสำคัญ ๆ ซึ่งอาจเรียกว่า มิติของทัศนคติ (Dimensions of Attitude) อีกหลายประการ เช่น ความเด่น (Salience) ความเป็นแกนสำคัญของชีวิต (Centrality) ด้านจิตสำนึก (Consciousness) และความมั่นคง (Stability) เป็นต้น

วรพล พรหมิกบุตร (2540) ให้ทัศนะถึงทฤษฎีความเป็นกลางว่า ในสังคมประชาธิปไตยที่รับรองสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน ในการรับรู้ข่าวสารการเมือง รายการวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งบทความทางหนังสือพิมพ์ที่มีลักษณะดำเนินวิจารณ์และที่สนับสนุน ทูมเซียร์ รัฐบาลสามารถ จะปรากฏอยู่ด้วยกันให้สาธารณชนรับรู้ข้อมูลจากหลายแหล่งเปรียบเทียบกันเพื่อนำไปสู่ข้อสรุปที่เป็นจริงในที่สุด “ความเป็นกลาง ” ของสื่อมวลชนจะถูกสร้างขึ้นด้วยกระบวนการตรวจสอบ เปรียบเทียบข่าวสารข้อมูลเช่น กัน ในทางปฏิบัติ ความเป็นกลางของข่าวสารข้อมูลยังมิได้เกิดขึ้นทันทีที่สื่อมวลชนอ้างว่าข่าวสารของตนเป็นกลาง (ในทางตรงกันข้าม ความเป็นกลางของข่าวสารข้อมูล ก็ยังมิได้เกิดขึ้นเมื่อรัฐบาลกล่าวหาว่าสื่ออื่นไม่เป็นกลาง) โดยธรรมชาติของกระบวนการสื่อสารมวลชน “ความเป็นกลางของข่าวสาร ” คือสิ่งที่ค่อยๆ ก่อตัวและปรากฏภายหลังจากที่ข่าวสารข้อมูลหลายแหล่งถูกแพร่หลายและนำเสนอให้สาธารณชนพิจารณาเปรียบเทียบกัน

การเปรียบเทียบข่าวสารข้อมูลจากหลายแหล่งข่าวจะช่วยให้ข้อมูลที่บิดเบือนถูกตรวจพบ และขจัดทิ้งไปในขณะที่แก่นของข้อเท็จจริงจะดำรงอยู่อย่างมั่นคงขึ้นทุกขณะด้วยกระบวนการเช่นนี้ “ความเป็นกลาง ” จึงค่อยๆ ก่อตัวขึ้นพร้อมความจริงปรากฏ คำถามเรื่องความเป็นกลางของสื่อมวลชนยังคงเป็นประเด็นที่ไม่เคยล้าสมัย ทั้งในแง่ที่เป็นปัญหาเชิงวิชาการหรือในแง่ที่เป็นปัญหาทางปฏิบัติ เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจรัฐ สื่อสารมวลชน และประชาสังคม

ในช่วงเวลาที่สังคมตกอยู่ภายใต้การควบคุมของการเมืองแบบเผด็จการหรือการครอบงำทางการเมืองแบบอำนาจนิยม สื่อสารมวลชนมีแนวโน้มจะถูกกำหนดทั้งแนวทางการทำงานและสาระของข่าวสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณชนภายในกรอบที่ควบคุมโดยองค์กรตัวแทนผู้มีอำนาจรัฐ ในสภาวะการณ์ดังกล่าวนี้ “สื่อสารมวลชนของรัฐ ” จะถูกควบคุมการทำงาน โดยตรง ขณะที่ “สื่อมวลชนนอกภาครัฐ ” จะถูกควบคุมโดยกฎระเบียบและกรรมวิธีตรวจสอบเซ็นเซอร์ใน

สถานการณ์ดังกล่าว สื่อมวลชนจำนวนมากอาจมีแนวโน้มเอนเอียงเข้าข้างผู้ใช้อำนาจรัฐ ความลำเอียงนั้นก่อให้เกิดคำถามเกี่ยวกับความเป็นกลางของสื่อมวลชน ในทางตรงกันข้ามเมื่อสังคมอยู่ในบรรยากาศทางการเมืองที่เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนและประชาชนมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลในทุกๆ ด้านมากขึ้น แนวโน้มการปรากฏตัวขององค์กรในสังคมและสื่อสารมวลชนที่มุ่งเอนเอียงไปในทางการวิจารณ์คัดค้านผู้ใช้อำนาจรัฐจะปรากฏเด่นชัดขึ้นเป็นแนวโน้มทางสังคมในห้วงเวลานั้น แนวโน้มทางสังคมดังกล่าวก็ก่อให้เกิดคำถามเกี่ยวกับ “ความเป็นกลาง” ของสื่อสารมวลชนได้เช่นเดียวกัน ปัญหาความเป็นกลางของข่าวในบริบททางประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน สาธารณชนอาจสังเกตเห็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกันเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับสื่อสารมวลชน ในบริบทหนึ่งสาธารณชนสังเกตเห็นสื่อสารมวลชนที่เต็มไปด้วยความลำเอียงเข้าข้างผู้มีอำนาจในอีกบริบทหนึ่งสาธารณชนสังเกตเห็นสื่อสารมวลชนที่มีความโน้มเอียงในทางวิพากษ์วิจารณ์คัดค้านผู้ใช้อำนาจรัฐ ทั้งสองบริบทสาธารณชนสามารถตั้งคำถามเกี่ยวกับความเป็นกลางของสื่อมวลชนในสังคมของตน ปัญหาความเป็นกลางในบริบทแรกเป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการครอบงำของการเมืองแบบอำนาจนิยม

ปัญหาความเป็นกลางในคำถามแห่งบริบทที่สองเป็นปัญหาเกี่ยวข้องกับการใช้สิทธิและเสรีภาพแสดงความคิดเห็นในระบอบประชาธิปไตย ในทางทฤษฎีการแก้ไขปัญหาความเป็นกลางในบริบทการเมืองประชาธิปไตยไม่อาจกระทำได้ด้วยการงดหรือยกเลิกสื่อมวลชนที่เผยแพร่ข่าวสารวิจารณ์ผู้ใช้อำนาจรัฐ แต่ในทางปฏิบัติสาธารณชนสังเกตเห็นความพยายามของรัฐที่จะกระทำเช่นนั้น ความเป็นกลางของข่าว คือการรายงานเหตุการณ์หรืออุบัติการณ์ที่เกิดขึ้น ข่าวที่มีความเป็นกลางคือการรายงานที่สมจริงสอดคล้องถูกต้องตามสภาพอุบัติการณ์ที่เกิดขึ้น รายงานข่าวที่เป็นกลางอย่างสมบูรณ์ถูกต้องสมจริง 100 เปอร์เซ็นต์ไม่สามารถมีจริงได้ในทางปฏิบัติ เนื่องจากความขาดตกบกพร่องของบุคคลและเทคโนโลยีที่ใช้บันทึกและเผยแพร่ข่าวสาร แต่ข่าวที่มีความเป็นกลางหรือความถูกต้องสอดคล้องสมจริงค่อนข้างมากหรือเกือบสมบูรณ์ สามารถมีได้จริงในทางปฏิบัติ

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ

การดำรงชีวิตของมนุษย์ด้วยการบริโภคปัจจัยสี่ อันได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย นับเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นสำหรับมนุษย์ในแต่ละยุคสมัย สำหรับการบริโภคอื่นๆ ที่เพิ่มเติมขึ้นมาในภายหลังนั้นก็เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับมนุษย์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน การบริโภคสื่อ (Media Consumption) ก็จัดเป็นความจำเป็นของมนุษย์ในยุคนี้

ที่ต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในยุคสังคมข่าวสาร (Information Society) ที่มีสื่อต่างๆ มากมายมารองรับการบริโภคต่างๆ ของมนุษย์ และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคมขึ้น อย่างเช่นการแสวงหาปัจจัยสี่ที่มีคุณภาพดีสำหรับการบริโภคด้วยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อแบบดั้งเดิมโดยผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันมนุษย์สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นจากการค้นหาข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต การรับฟังรายการวิทยุผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น Rogers (อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2556, น. 121-124) กล่าวว่า เทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ทว่าปัจจัยตัวนี้ก็ต้องทำงานร่วมไปกับปัจจัยตัวอื่นๆ คุณลักษณะสำคัญของสื่อแบบใหม่ (New Media) ที่จะมีส่วนเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ

1) ลักษณะการตอบโต้กัน (Interactivity) ของสื่อ แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) เท่านั้น หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้อง ลักษณะ “ตอบโต้” อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้อีเมล (E-mail) ติดต่อกัน การประชุมผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ (Computer-Conference) และการสนทนาผ่านเครือข่ายเอ็มเอสเอ็น (MSN) เป็นต้น จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้าน กาลและเทศะ (Time and Space) ของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก สำหรับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตก็สามารถทำการตอบโต้กันได้โดยการส่งต่อให้กัน (Share) การแสดงความคิดเห็น (Post) การให้คะแนน (Vote) และการจัดเรตติ้ง (Rating) ให้ภายหลังจากการรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2) ลักษณะความเป็นปัจเจกชน (Individualize/Demassified) แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (Massified) ขึ้นมา ทุกคนจะรับชมรายการโทรทัศน์ทุกอย่างเหมือนกัน ในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ยิ่งนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ตัวอย่างง่ายๆ ก็เช่น การใช้เครื่องบันทึกและเล่นแผ่นวีดีโอต่างๆ ทำให้รับชมรายการต่างๆ ได้สะดวกสบาย การรับชมรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่ทำให้สามารถเลือกรับชมรายการ ต่างๆ ได้ด้วยตัวเอง (Pay Per View) หรือแม้แต่การรับชมรายการโทรทัศน์ย้อนหลังผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเวลาและสถานที่ใดก็ได้ เป็นต้น

3) ลักษณะการสื่อสารที่สามารถแบ่งแยกกันเป็นส่วนๆ ได้ อันเป็นลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ (Asynchronous Nature of New Communication) คือ สามารถจะแบ่งแยกเป็นส่วนๆ ได้ (Asynchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว เช่น ลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องกันยาวๆ ทีเดียวก แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วนๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง ลักษณะการรับฟังรายการวิทยุและรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตก็เช่นเดียวกัน ผู้ใช้งานจะต้องทำการรับส่งข้อมูลเป็นส่วนๆ ไว้ก่อน (Buffering) แล้วค่อยๆ มาประกอบกันเป็นข้อมูลเต็มรูปแบบหรือรายการในภายหลัง ซึ่งการรับชมรับฟังรายการผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะราบรื่นได้คั้น ก็ขึ้นอยู่กับความเร็วในการรับส่งข้อมูลนั่นเอง นอกจากนี้ยังหมายความว่า ศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่างๆ ได้ด้วย ทำให้สามารถเลือกรับชมรับฟังรายการย้อนหลังในช่วงต่างๆ ได้อย่างอิสระตลอดเวลา หรือสามารถรับชมรับฟังรายการแบบแยกกันเป็นส่วนๆ ในรูปแบบของคลิปวิดีโอ (Video Clip) เป็นต้น

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

การแบ่งส่วนตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะงาน ประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ สถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 105-109)

1) เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2) อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก

ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกันคนที่อายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3) การศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดีแต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาดำ้มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

นอกจากแนวคิดดังกล่าวแล้ว ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546, น. 204-205) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า

1) อายุ บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น

2) วงจรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการ ทักษะคิด และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน โดยมีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางการเงินและความสนใจของแต่ละบุคคล

3) อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าที่จำเป็น ปรชานกรรมบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง เป็นต้น

4) โอกาสทางเศรษฐกิจ หรือรายได้ โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจซื้อ และทักษะคิดเกี่ยวกับการจ่ายเงิน เป็นต้น

5) การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาดำ

จากแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ข้างต้นที่กล่าวมาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ต่างๆ ส่งผลต่อลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกัน ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคแต่ละบุคคลว่าจะมีพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารด้านการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างไร

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชาติณรงค์ วิสุตกุล (2554) ได้รายงานผลการวิจัย เรื่อง การสำรวจความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับความเป็นกลางในการเสนอข่าวของ CRI Online (China Radio International) ภาควิทยุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์ ความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนเป็นปัญหาที่ถูกละเลยอย่างมาก ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นประเทศในโลกรเสรีประชาธิปไตย ประเทศกำลังพัฒนา หรือประเทศที่ปกครองในระบอบสังคมนิยม ประเทศจีนซึ่งปกครองในระบอบสังคมนิยมแบบจีน โดยเฉพาะหลังการปฏิรูปและเปิดประเทศได้มีการผ่อนคลายเสรีภาพในหลายๆ เรื่องกับประชาชน สื่อมวลชนของจีนเองก็มีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวอย่างมาก ชาติณรงค์สนใจศึกษาการสำรวจความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับความเป็นกลางในการเสนอข่าวของ CRI ภาควิทยุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในยุคหลังการปฏิรูปและเปิดประเทศของจีนว่าจะมีเสรีภาพในการทำงานมากขึ้นหรือไม่อย่างไร หรือยังคงต้องทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของรัฐตามทฤษฎีโซเวียตคอมมิวนิสต์

เลอภพ โสรรัตน์ (2555) ได้ศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และเพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาสื่อมวลชนในด้านบทบาททางการเมืองส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน พบว่า ในภาพรวมช่วงแรกที่ศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2493-2535 นั้น กระแสการเมืองเปิด โอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนทางการเมืองมากขึ้น สื่อมวลชนก็มีเสรีภาพมากพอสมควรในการทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง แม้ว่าในช่วงนั้นเสรีภาพของสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ยังไม่เปิดกว้างมากพอ นับตั้งแต่ พ.ศ. 2535-2552 เป็นยุคที่เสรีภาพเปิดกว้าง เนื่องจากรัฐบาลที่มาจากระบอบการเลือกตั้ง และมีรัฐธรรมนูญที่ให้เสรีภาพในการแสดงออก ทั้งของสื่อมวลชน และเสรีภาพของประชาชน และบางครั้งสื่อมวลชนและประชาชนใช้เสรีภาพที่ได้มา เกินขอบเขตจนกลายเป็นการละเมิดเสรีภาพของผู้อื่น นอกจากนี้พบว่า การที่จะให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนอย่างสมบูรณ์นั้น สื่อมวลชนเองยังต้องพัฒนาตนเองทั้งในด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการเสนอ

เนื้อหาข่าวสาร ตลอดจนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้คู่ขนานกับเสรีภาพที่ได้รับ การวิจัยครั้งนี้ได้เสนอองค์ประกอบ 3 ด้านในการพัฒนาสื่อมวลชนโดยองค์รวมเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ดังนี้

1) สื่อมวลชน ที่เป็นตัวกลางของกระบวนการสื่อสาร ไม่ว่าจะ เป็นสื่อของภาครัฐหรือเอกชนหรือสื่อมวลชนที่ควบคุมได้หรือไม่ได้ด้วยปัจจัยใดก็ตาม จะต้องร่วมแสดงบทบาททางการเมืองโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับสารและมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก ต้องพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการพัฒนาทางการเมือง และพร้อมจะปรับปรุง แก้ไขในตนเอง ตามแนวทางของกระบวนการควบคุม การกำกับดูแล และการตรวจสอบที่มีในสังคมอย่างเต็มที่

2) การควบคุมสื่อมวลชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นเตือน หรือเฝ้าระวังการแสดงบทบาททางการเมืองของสื่อมวลชน จะต้องจริงจังจริงจัง โปร่งใส ตรวจสอบได้ ทั้งโดยองค์กรของรัฐ องค์กรภาคประชาชน และองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน

3) ผู้รับสาร คือประชาชนในปัจจุบันสามารถเลือกรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนได้จากหลายสื่อตามความพึงพอใจของตนเอง ที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน ทั้งสื่อที่มีเป้าหมายในเชิงพาณิชย์ ในเชิงธุรกิจ หรือสื่อที่เน้นประโยชน์ทางการเมืองให้กับฝ่ายที่ครอบครองสื่อต่างๆ

วิทยา ชินบุตร (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนจังหวัดลพบุรีในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน ในจังหวัดลพบุรี ในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนที่มีสถานภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในจังหวัดลพบุรีในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยใช้ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยนำเสนอรายงานการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) และเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม และมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดลพบุรี จำนวน 330 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Random Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้ง ส.ส. จากสื่อต่างๆโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทแล้วพบว่าประชาชนในจังหวัดลพบุรีส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้ง ส.ส. จากโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคือ 4.01 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และวิทยุมีค่าเฉลี่ย 3.25 อยู่ในระดับปานกลาง สื่อที่มีการเปิดรับ

ข่าวสารน้อย นั่นคือสื่อเฉพาะกิจโดยเฉพาะการเข้าชมนิทรรศการ เลื่อนชืด และอินเทอร์เน็ต 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน 3) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน เปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยภาพรวมแตกต่างกันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารทางรรณรงค์ไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุด รองลงมาคือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้ง ส.ส. ลำดับสุดท้าย คือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายการเลือกตั้ง 4) กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน เปิดรับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทโดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลการรรณรงค์ไปใช้สิทธิการเลือกตั้งมากที่สุด รองลงมาคือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้ง ส.ส. ลำดับสุดท้าย คือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายเลือกตั้ง 5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน เปิดรับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทโดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลการรรณรงค์ไปใช้สิทธิการเลือกตั้งมากที่สุด รองลงมาคือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้ง ส.ส. ลำดับสุดท้าย คือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายเลือกตั้ง

ศาสตราจารย์ ก่อเกื้อ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาทางการเมือง ในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมข่าวการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำของผู้ชม 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำของผู้ชม 3) เพื่อศึกษาความสนใจจากการรับชมข่าวการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำของผู้ชม 4) เพื่อศึกษาความเข้าใจจากการรับชมข่าวการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำของผู้ชม 5) เพื่อความต้องการของผู้ชมข่าวการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงชั้นปีที่ 1-4 จำนวน 400 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร (T-test) และใช้วิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ทางเดียว (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบตัวแปรตั้งแต่ 3 ตัวขึ้นไป ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะนำค่าคะแนนเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบ LSD โดยมีผลการเปรียบเทียบรายคู่ ดังนี้ 1) เหตุผลในการรับชมข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 กับความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่แตกต่างกัน ด้วยสถิติ LSD ทำการเปรียบเทียบ 5 คู่ พบว่า นักศึกษามีเหตุผลในการชมเนื่องมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น มีความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่า ผู้ที่มีเหตุผลในการชมเพราะจากผู้อื่นเปิดชมเปิดเจอโดยบังเอิญจากรายการที่ชมติดต่อกันมา ตามลำดับ 2) นักศึกษาที่ชมเนื่องจากการบอกเล่าของผู้อื่น มีความคิดเห็นทางการเมืองจากการรับชมข่าว

การเมืองที่ผู้อื่นเปิดชม น้อยกว่า จากคำบอกเล่าของผู้อื่น 3) นักศึกษามีเหตุผลในการชมจากการเปิดเจอ โดยบังเอิญ มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่ผู้อื่นเปิดชม น้อยกว่า จากคำบอกเล่าของผู้อื่น 4) นักศึกษามีเหตุผลในการชมจากรายการที่ชมติดต่อกันมา มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่มากกว่า การเปิดเจอโดยบังเอิญ 5) นักศึกษามีเหตุผลในการชมจากที่เปิดชมติดต่อกันมา มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่น้อยกว่าจากคำบอกเล่าของผู้อื่น 6) นักศึกษามีเหตุผลในการชมจากที่เปิดชมติดต่อกันมา มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่มากกว่าจากการเปิดเจอ โดยบังเอิญ 7) นักศึกษามีเหตุผลในการชมจากคำบอกเล่าของผู้อื่น มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่สูงกว่าอื่นๆ

อิสรา พรหมดี (2555) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของพนักงานในอาคารสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ของพนักงานในอาคารสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในอาคารสำนักงานเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด ได้แก่ เพศชาย มีอายุระหว่าง 21-35 ปี เป็นข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาทต่อเดือน เริ่มอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่า 3 ปีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่เลือกอ่านเฉพาะหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีเพียงร้อยละ 18 ที่อ่านทั้งหนังสือพิมพ์ออนไลน์และหนังสือพิมพ์กระดาษ กลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากคอมพิวเตอร์ที่บ้านและที่ทำงาน โดยใช้เวลาเฉลี่ยไม่ถึง 1 ชั่วโมงในแต่ละครั้งที่อ่าน ส่วนใหญ่เปิดอ่านผ่านเว็บไซต์จากเครื่องคอมพิวเตอร์และแท็บเล็ต (Tablet) โดยเปิดผ่านเว็บไซต์หลักและเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์โดยตรง เนื้อหาข่าวสารที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านมากที่สุดคือ ข่าวการเมือง กลุ่มตัวอย่างนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์มากที่สุด สำหรับการ उपयोग ของข้อมูลข่าวสารในหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์ต่อตนเองเพื่อการรับรู้ ความเพลิดเพลิน การผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน รองลงมาเพื่อติดตามข่าวสารที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังใช้เป็นประโยชน์ทางสังคมได้แก่ เพื่อเป็นเกราะในการป้องกันภัยอันตรายจากสังคม เพื่อใช้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่น และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในด้านความพึงพอใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านการสร้างให้เกิดการรับรู้ โดยเฉพาะการรับรู้ที่เพิ่มพูนความรู้ด้านต่างๆ เช่น สุขภาพ สิ่งแวดล้อม สารคดี บทความ นอกจากนี้ยังพึงพอใจที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีการแยกประเภทข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน สามารถค้นหาข้อมูลย้อนหลังได้สะดวก และมีการสรุปข้อมูลให้เข้าใจได้ในเวลาอันรวดเร็ว สามารถนำข้อมูลมา

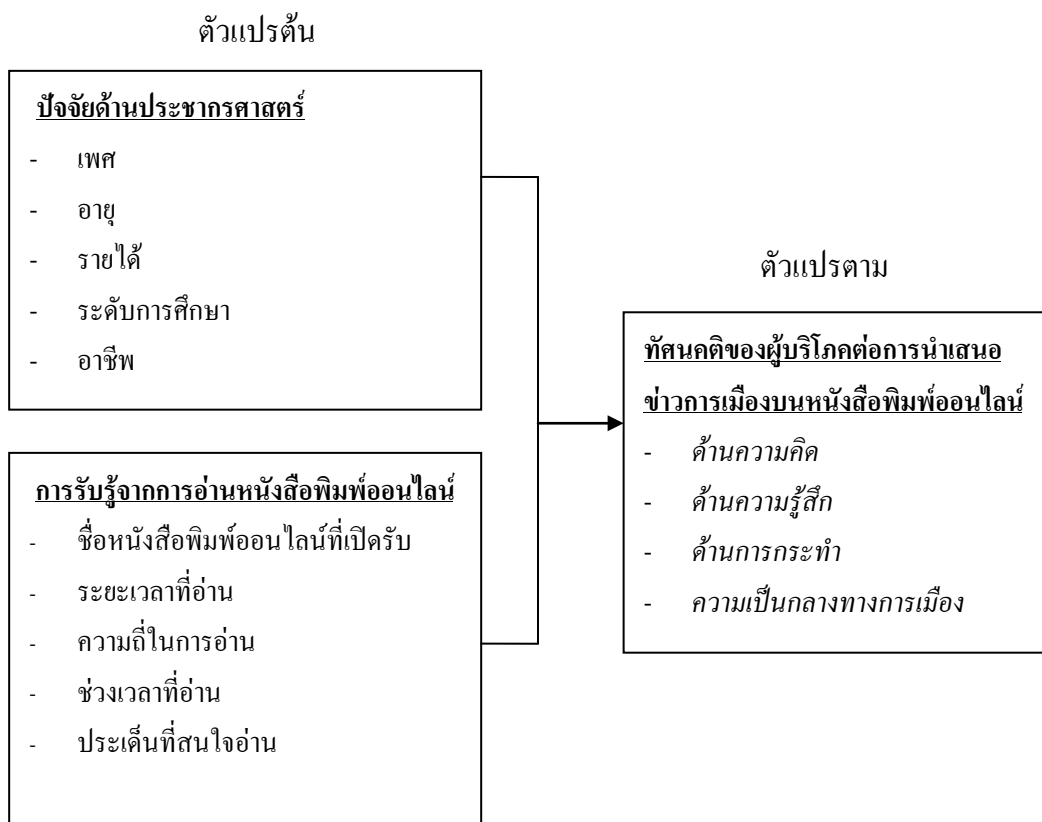
เป็นประโยชน์ในการสนทนากับผู้อื่นในสังคม และสามารถนำรูปแบบการนำเสนอข่าวใหม่ เช่น VDO คลิปหรือรูปภาพไปใช้ในกิจกรรมสาธารณะได้

บทที่ 3

กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคกับความเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” เป็นการศึกษาที่ใช้แนวทางการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Survey) โดยมีรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.1 กรอบแนวคิด



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตัวแปรตาม คือ ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

3.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทักษะคดีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ตัวแปรตาม คือ ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทักษะคดีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตัวแปรตาม คือ ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ประชากรเพศชายและหญิงอายุระหว่าง 15-60 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชากรที่เคยเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งมีคุณลักษณะประชากรส่วนบุคคล อาทิ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนตุลาคม 2557 โดยการศึกษานี้ได้อ้างอิงการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พบว่ามีจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งสิ้นเป็นจำนวน 5,686,252 คนในพื้นที่การปกครองทั้งสิ้น 50 เขต (กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง, 2556) และจากเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติจากสำนักงานสถิติ

แห่งชาติ ปรากฏว่ามีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3,137,998 คน (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556)

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ คื ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นประชากรที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ได้กำหนดขนาดของลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไว้ที่ร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนี้

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

โดยกำหนด n = ขนาดของลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าตามสูตรได้ผลดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{3,137,998}{1 + 3,137,998 (0.05)^2} \\ &= 399.94 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดของลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้เป็นจำนวน 399.94 ตัวอย่าง และเพื่อลดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาจึงเพิ่มจำนวนลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

ในการสุ่มลุ่มเป้าหมายจะสุ่มตัวอย่างจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งลุ่มตามพื้นที่เขตการปกครองในกรุงเทพมหานคร 50 เขต ซึ่งแบ่งได้ 3 ลุ่ม ดังนี้

เขตชั้นใน ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง วัฒนา

เขตชั้นกลาง ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทุ่งครุ บางแค วัังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง สายไหม

เขตชั้นนอก ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง คือ มีนบุรี คอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง คลิ่งชัน หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน ทวีวัฒนา

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยให้กลุ่มตัวอย่างมีคุณสมบัติตามคุณลักษณะของประชากรของการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครโดยเก็บข้อมูลรวม 400 คน

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างตามขั้นตอนที่ 2 และใช้วิธีการ Interviewing-scheduled Questionnaire หรือ Face to Face Interview โดยทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น สถานที่ราชการ สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า บริษัท ย่านชุมชนต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้มีการกระจายกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด จากนั้นจึงแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างนั้นๆ ตอบแบบสอบถามเอง โดยเน้นกลุ่มตัวอย่างที่มีความเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถาม

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามประเภทคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) แบบเลือกตอบ (Check List) โดยมีทั้งให้เลือกเพียง 1 คำตอบจาก 2 คำตอบ เลือก 1 คำตอบจากหลายคำตอบ และแบบประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่อนข้างเห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่ค่อยเห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน รวม 30 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ เป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และการอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับใดใน 5 ระดับคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่อนข้างเห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่ค่อยเห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นแบบประเมินค่า

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ และอ่านค่าคะแนนเรียงจากมากไปหาน้อย คือ

ข้อความเชิงบวก	5	4	3	2	1
ข้อความเชิงลบ	1	2	3	4	5
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่อนข้างเห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่ค่อยเห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อคำถามที่เป็นข้อความเชิงบวก คือ ข้อย่อยที่ 15,16,17,19,21,23,29

ข้อคำถามที่เป็นข้อความเชิงลบ คือ ข้อย่อยที่ 20,22,24,25,26,27,28,30

โดยมีเกณฑ์ในการให้ความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

4.21-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41-4.20	หมายถึง	ค่อนข้างเห็นด้วย
2.61-3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
1.81-2.60	หมายถึง	ไม่ค่อยเห็นด้วย
1.00-1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1) การนำแบบสอบถามไปหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนำมาจัดทำแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรง ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของเนื้อหา และตัวแปรที่ศึกษา เพื่อให้แบบสอบถามมีความถูกต้อง เหมาะสมและสมบูรณ์

2) การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่จะใช้ในการวิจัยไปทำการทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการทำการศึกษาวิจัยก่อน (Pre-Test) จำนวน 30 ชุด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แบบอัลฟา (Coefficient of Alpha)

ของครอนบาค (Cronbach) เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยควรมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับหรือมากกว่า 0.75 ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{\text{sum}}^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ

S_{sum}^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

จากการคำนวณได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา พบว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.84 ซึ่งจากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ของความน่าเชื่อถือ (Reliability Coefficient) ของแบบสอบถาม ผลที่ได้นั้นมีค่าน่าเชื่อถือเพียงพอที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลตัวอย่างที่จะทำการศึกษาต่อไปได้

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากได้ปรับปรุงแบบสอบถามแล้วจึงทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้วางแผนไว้ จำนวน 400 ชุด โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ก่อนแจกแบบสอบถามผู้ศึกษาได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างก่อนว่าเคยอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์หรือไม่ หลังจากนั้นจึงทำการแจกแบบสอบถาม ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล ปรากฏว่าจำนวนแบบสอบถามได้รับกลับคืนจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถาม

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์โดยนำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทั้งหมด ทำการวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อคำนวณหาค่าสถิติด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS โดยนำค่าสถิตินั้น

มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แสดงข้อมูลและอธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.8.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการบรรยายข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายถึง

- 1) ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- 2) ทักษะต่อการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

3.8.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้สถิติในการคำนวณ ดังนี้

1) การทดสอบ t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม และระบุว่าค่าเฉลี่ยของประชากรกลุ่มหนึ่งมากกว่าหรือน้อยกว่าอีกกลุ่มหนึ่ง คือ เปรียบเทียบตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ กับตัวแปรตาม คือ ทักษะของประชาชนต่อการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม

2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม และระบุว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มใดมากที่สุด

3) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทีละคู่ โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) สำหรับทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของแต่ละคู่ภายหลังที่ได้วิเคราะห์ความแปรปรวนพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วในการวิเคราะห์ในครั้งนี้ได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภค ต่อการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ เปิดรับข่าว การเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำนวน 400 คน โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภค ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคข่าวสารทางการเมืองผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และศึกษาความเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นำเสนอข่าวการเมือง ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งสามารถนำเสนอในรูปแบบของตารางร้อยละ ตารางทดสอบความสัมพันธ์และตารางทดสอบค่าเฉลี่ยได้ตามลำดับเนื้อหาของแบบสอบถาม เนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรทั่วไป

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์และการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาจากการสำรวจทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรทั่วไป

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	193	48.20
หญิง	207	51.80
รวม	400	100.00
อายุ		
15-25 ปี	101	25.25
26-35 ปี	118	29.50
36-45 ปี	86	21.50
46-55 ปี	66	16.50
มากกว่า 55 ปี	29	7.25
รวม	400	100.00
การศึกษา		
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	15	3.75
มัธยมศึกษาตอนต้น	42	10.50
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	52	13.00
ปวส.	25	6.25
ปริญญาตรี	223	55.75
สูงกว่าปริญญาตรี	43	10.75
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
10,000 บาทหรือต่ำกว่า	98	24.50
10,001–20,000 บาท	125	31.25
20,001–30,000 บาท	83	20.75
30,001–40,000 บาท	49	12.25
40,001–50,000 บาท	29	7.25

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
มากกว่า 50,000 บาท		16	4.00
รวม		400	100.00
อาชีพ			
ข้าราชการ		106	26.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ		21	5.20
พนักงานบริษัทเอกชน		114	28.50
ธุรกิจส่วนตัว, อาชีพอิสระ		70	17.50
นักเรียน, นักศึกษา		55	13.80
อื่นๆ		34	8.50
รวม		400	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 51.80 และ 48.20 ตามลำดับ โดยมีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา มีอายุระหว่าง 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.25 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาเป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 28.50 และ 26.50 ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์และการอ่านข่าวการเมือง บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตารางที่ 4.2 แสดงพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์และการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

พฤติกรรมการอ่านข่าวการเมือง จำนวน (คน) ร้อยละ		
หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างอ่านข่าวการเมือง*		
ไทยรัฐ	253	32.52
เดลินิวส์	149	19.15
ข่าวสด	191	24.55
โพสต์ทูเดย์	100	12.85
ผู้จัดการ	85	10.93
รวม	778	100.00
ช่องทางที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์		
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	118	29.50
โน้ตบุ๊ก (Notebook)	74	18.50
แท็บเล็ต (Tablet)	52	13.00
สมาร์ทโฟน (Smart Phone)	156	39.00
รวม	400	100.00
ระยะเวลาที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์		
น้อยกว่า 1 ปี	73	18.25
1-2 ปี	121	30.25
2-3 ปี	82	20.50
3-5 ปี	45	11.25
มากกว่า 5 ปี	79	19.75
รวม	400	100.00
การอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในหนึ่งสัปดาห์		
1-2 วัน/สัปดาห์	120	30.00
3-4 วัน/สัปดาห์	105	26.25

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมกรอ่านข่าวการเมือง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5-6 วัน/สัปดาห์	47	11.75
ทุกวัน	128	32.00
รวม	400	100.00
วันที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์		
อ่านทุกวัน	160	40.00
อ่านเฉพาะวันทำงาน	57	14.25
อ่านเฉพาะวันเสาร์ -วันอาทิตย์	25	6.25
ไม่แน่นอน	158	39.50
รวม	400	100.00
ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในแต่ละครั้ง		
ไม่ถึง 1 ชั่วโมง	184	46.00
ประมาณ 1 ชั่วโมง	159	39.75
ประมาณ 2 ชั่วโมง	28	7.00
มากกว่า 2 ชั่วโมง	29	7.25
รวม	400	100.00
ความถี่ในการอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์		
ทุกครั้งที่มีการลงข่าวการเมือง	63	15.75
อ่านเฉพาะข่าวที่ สนใจ	252	63.00
อ่านเฉพาะข่าวใหญ่	50	12.50
อ่านเฉพาะข่าวย่อย	35	8.75
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: * ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.2 พบว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างอ่านข่าวการเมืองมากที่สุด คือ ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 32.52 รองลงมาคือ ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 24.55 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะอ่านเป็นระยะเวลา 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมา มีกลุ่มตัวอย่างอ่านมาแล้ว 2-3 ปี คิดเป็น

ร้อยละ 20.50 โดยในหนึ่งสัปดาห์กลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา จะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพียง 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 30.00 และกลุ่มตัวอย่างมีวันที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ไม่นั่นอน คิดเป็นร้อยละ 39.50 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในแต่ละครั้งใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ ประมาณ 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 39.75 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เฉพาะข่าวที่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 63.00

ตารางที่ 4.3 แสดงพฤติกรรมกรรมการอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ตามลักษณะการอ่านข่าวการเมือง

ลักษณะการอ่านข่าวการเมือง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านเฉพาะพาดหัว	154	25.80
อ่านรายละเอียดของข่าวทั้งหมด	224	37.52
บทบรรณาธิการ	43	7.20
รายงานพิเศษ	84	14.07
บทความ คอลัมน์	83	13.90
อื่นๆ	9	1.51
รวม	597	100.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะอ่านข่าวการเมืองโดยส่วนใหญ่จะอ่านรายละเอียดของข่าวทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 37.52 รองลงมาจะอ่านเฉพาะพาดหัว คิดเป็นร้อยละ 25.80

ตารางที่ 4.4 แสดงพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ตามประเด็นข่าวการเมืองที่สนใจ

ประเด็นข่าวการเมืองที่สนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นายกรัฐมนตรี	132	16.99
ทุจريت คอรัปชั่น	252	32.43
ความขัดแย้งทางการเมือง	197	25.32
รัฐบาล	167	21.49
อื่นๆ	29	3.73
รวม	777	100.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะสนใจข่าวการเมืองในประเด็นทุจريت คอรัปชั่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.43 รองลงมา ชอบอ่านในประเด็นของความขัดแย้งทางการเมือง คิดเป็นร้อยละ 25.35 นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านข่าวการเมืองเกี่ยวกับรัฐบาล และข่าวการเมืองเกี่ยวกับนายกรัฐมนตรี คิดเป็นร้อยละ 21.49 และ 16.99 ตามลำดับ

4.3 ผลการศึกษาจากการสำรวจทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการนำเสนอข่าว การเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตารางที่ 4.5 แสดงระดับทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หน่วย : จำนวนคน

ร้อยละ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ค่อย เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
การเสนอข่าวการเมือง มากกว่าสื่ออื่นๆ	61 (15.2)	174 (43.5)	122 (30.5)	39 (9.8)	4 (1.0)	3.62	.893	ค่อนข้าง เห็นด้วย
การเสนอข่าวการเมืองที่ มีความถูกต้อง	59 (14.8)	142 (35.5)	154 (38.5)	41 (10.2)	4 (1.0)	3.53	.901	ค่อนข้าง เห็นด้วย
การไม่ได้อยู่ภายใต้แรง กดดันในการตรวจสอบ	50 (12.5)	181 (45.2)	132 (33.0)	31 (7.8)	6 (1.5)	3.59	.859	ค่อนข้าง เห็นด้วย
รัฐบาลและพฤติกรรม ของนักการเมือง								
ความเป็นกลางในการ เสนอบทความแสดง ความคิดเห็น (บท บรรณาธิการ, คอลัมน์ ประจำ, บทความพิเศษ)	35 (8.8)	131 (32.8)	175 (43.8)	52 (13.0)	7 (1.8)	3.34	.875	ไม่แน่ใจ
การครอบคลุมและให้ ความเป็นธรรมแก่ทุก ฝ่ายต่อการเสนอข่าว	3 (0.8)	46 (11.5)	158 (39.5)	149 (37.2)	44 (11.0)	2.54	.863	ไม่ค่อย เห็นด้วย
การเสนอข่าวการเมือง มักอยู่ภายใต้กรอบ จรรยาบรรณของผู้ ประกอบวิชาชีพ นักหนังสือพิมพ์	5 (1.2)	55 (13.8)	125 (31.2)	148 (37.0)	67 (16.8)	3.51	.816	ค่อนข้าง เห็นด้วย

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อการนำเสนอ ข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ค่อย เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
การนำเสนอข่าวความ ขัดแย้งทางการเมือง ด้วยถ้อยคำภาษาที่ เหมาะสมในการพาด หัวข่าว	5 (1.2)	55 (13.8)	125 (31.2)	148 (37.0)	67 (16.8)	2.46	.967	ไม่ค่อย เห็นด้วย
การให้ข้อมูลในเชิงลึก ได้ครบถ้วนและ ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ในการพัฒนาการเมือง ให้กับประชาชนทุก ระดับ	71 (17.8)	166 (41.5)	120 (30.0)	37 (9.2)	6 (1.5)	3.65	.928	ค่อนข้าง เห็นด้วย
การเสนอข่าวการเมือง ที่ปกป้องผลประโยชน์ ส่วนรวมที่ไม่ใช่ ปกป้องอำนาจบางกลุ่ม ในสังคม	4 (1.0)	42 (10.5)	118 (29.5)	179 (44.8)	57 (14.2)	2.39	.892	ไม่ค่อย เห็นด้วย
การเสนอข่าวการเมือง ในประเด็นเกี่ยวกับ รัฐบาลและประเด็น เกี่ยวกับฝ่ายค้านและ นักวิชาการในสัดส่วน เหมาะสม	4 (1.0)	33 (8.2)	122 (30.5)	199 (49.8)	42 (10.5)	2.40	.822	ไม่ค่อย เห็นด้วย
ข่าวการเมืองของ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ไม่มีส่วนทำให้เกิดการ เผชิญหน้ากันของคน หลายกลุ่มในสังคม	9 (2.2)	74 (18.5)	133 (33.2)	137 (34.2)	47 (11.8)	2.65	.984	ไม่ แน่ใจ

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อการนำเสนอ ข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ค่อย เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
การเสนอข่าวที่ทำ หน้าที่ตรวจสอบ รัฐบาล	-	45	165	146	44	2.53	.834	ไม่ค่อย เห็นด้วย
การเสนอข่าวการเมือง ที่แสดงความขัดแย้งที่ เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกล เบื่อหน่ายกับการเมือง	11 (2.8)	52 (13.0)	105 (26.2)	159 (39.8)	73 (18.2)	2.42	1.018	ไม่ค่อย เห็นด้วย
ข่าวการเมืองที่เสนอ เนื้อหาความขัดแย้ง โดยไม่ทำให้เกิด ความรู้สึกว่าคนในชาติ กำลังขาดความสามัคคี	89 (22.2)	156 (39.0)	105 (26.2)	39 (9.8)	11 (2.8)	3.68	1.012	ค่อนข้าง เห็นด้วย
การเปิดโอกาสให้ ประชาชนแสดงความคิดเห็น ทางการเมือง อย่างกว้างขวาง	8 (2.0)	32 (8.0)	106 (26.5)	164 (41.0)	90 (22.5)	2.26	.962	ไม่ค่อย เห็นด้วย
						2.97	.215	ไม่แน่ใจ

หมายเหตุ: ในการคำนวณค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมีการกลับค่าคะแนนข้อความที่มีความหมาย
เชิงลบเป็นบวกในข้อความข้อ 5, 7, 9, 10, 11, 12, 13 และ 15

จากตารางที่ 4.5 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจต่อการเสนอข่าวการเมือง บน
หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.97 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่าง
ค่อนข้างเห็นด้วยกับการเสนอข่าวการเมือง บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าสื่ออื่น, การเสนอข่าว
การเมืองว่ามีความถูกต้อง, การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรม
ของนักการเมือง และรู้สึกไม่แน่ใจกับความเป็นกลางในการนำเสนอบทความแสดงความคิดเห็น

(บทบรรณาธิการ คอลัมน์ประจำ บทความพิเศษ) กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างเห็นด้วยว่าการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ นักหนังสือพิมพ์, การให้ข้อมูลความรู้ในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, ข่าวการเมืองที่มีการนำเสนอเนื้อหาความขัดแย้งทำให้เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติกำลังขาดความสามัคคี และกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลาย ๆ กลุ่มในสังคม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62, 3.53, 3.59, 3.34, 3.51, 3.65, 3.68 และ 2.65 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ค่อยเห็นด้วยกับประเด็นการครอบคลุมและความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าวการเมือง, การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำที่ยั่วรุนแรง, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่มอำนาจบางกลุ่ม, การเสนอข่าวการเมืองในประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและนักวิชาการในสัดส่วนที่เหมาะสม, การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบรัฐบาล, การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกรู้สึกับการเมืองไทย, การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54, 2.46, 2.39, 2.40, 2.53, 2.42, 2.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการนำเสนอข่าวการเมืองอย่างเป็นกลาง

การนำเสนอข่าวการเมืองอย่างเป็นกลาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นกลาง	113	28.25
ไม่เป็นกลาง	154	38.50
ไม่แน่ใจ	133	33.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการนำเสนอข่าวการเมือง บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความไม่เป็นกลาง คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 33.25 และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าการนำเสนอข่าวการเมือง บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความเป็นกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.25

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยที่ทำให้การเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่เป็นกลางมากที่สุด

ปัจจัยที่ทำให้การเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่เป็นกลางมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทัศนคติของเจ้าของหนังสือพิมพ์ /นายทุน	132	46.00
ทัศนคติของกองบรรณาธิการ/ผู้สื่อข่าว	85	29.60
ความไม่เป็นอิสระจากรัฐ	58	20.20
อื่นๆ	12	4.20
รวม	287	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่ทำให้การเสนอข่าวการเมือง บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีความเป็นกลางมากที่สุด คือ ทัศนคติของเจ้าของหนังสือพิมพ์หรือนายทุน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ปัจจัยถัดมาคือ ทัศนคติของกองบรรณาธิการหรือผู้สื่อข่าว , ความไม่เป็นอิสระจากรัฐ และจากสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 29.60, 20.20 และ 4.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงข้อมูลที่ทำให้การปรับปรุงเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนไม่น้อยกว่า 30 คน เพื่อให้การทดสอบสมมติฐานมีความน่าเชื่อถือ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	
15-25 ปี	101 25.25
26-35 ปี	118 29.50
36-45 ปี	86 21.50
มากกว่า 55 ปี	95 23.75
รวม	400 100.00
การศึกษา	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	57 14.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวส.	77 19.25
ปริญญาตรี	223 55.75
สูงกว่าปริญญาตรี	43 10.75
รวม	400 100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
10,000 บาทหรือต่ำกว่า	98 24.50
10,001–20,000 บาท	125 31.25
20,001–30,000 บาท	83 20.75
มากกว่า 30,000 บาท	94 23.50
รวม	400 100.00
อาชีพ	
ข้าราชการ /พนักงานรัฐวิสาหกิจ	127 31.75
พนักงานบริษัทเอกชน	114 28.50
ธุรกิจส่วนตัว /อาชีพอิสระ/อื่นๆ	104 26.00
นักเรียน /นักศึกษา	55 13.75
รวม	400 100.00

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.4.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

4.4.1.1 สมมติฐานที่ 1.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและผู้หญิงมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าว
การเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและผู้หญิงมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบน
หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและผู้หญิงมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบน
หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและผู้หญิงกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อ
การนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าว การเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	เพศ		t	Sig. (2-tailed)
	ชาย (n = 193)	หญิง (n = 207)		
การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสิ่งอื่นๆ	3.66	3.59	0.768	0.443
การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง	3.54	3.51	0.354	0.723
การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบ รัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง	3.59	3.60	-0.097	0.923
ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดง ความคิดเห็น (บทบรรณาธิการ, คอลัมน์ประจำ, บทความพิเศษ)	3.30	3.38	-0.930	0.353
การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ต่อการเสนอข่าว	2.48	2.59	-1.245	0.214
การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบ จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ นักหนังสือพิมพ์	3.53	3.48	0.555	0.579
การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วย ถ้อยคำภาษาที่เหมาะสมในการพาดหัวข่าว	2.44	2.47	-0.341	0.733

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าว การเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	เพศ		t	Sig. (2-tailed)
	ชาย (n = 193)	หญิง (n = 207)		
การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริม การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับ ประชาชนทุกระดับ	3.67	3.62	0.542	0.588
การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มใน สังคม	2.32	2.46	-1.659	0.098
การเสนอข่าวการเมืองในประเด็นเกี่ยวกับ รัฐบาลและประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและ นักวิชาการในสัดส่วนเหมาะสม	2.37	2.42	-0.633	0.527
ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มี ส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลาย กลุ่มในสังคม	2.64	2.67	-0.299	0.765
การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล	2.45	2.60	-1.781	0.076
การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่ เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมือง	2.42	2.42	0.045	0.964
ข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหาความขัดแย้งโดยไม่ ทำให้เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติกำลังขาดความ สามัคคี	3.70	3.67	0.324	0.746
การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น ทางการเมืองอย่างกว้างขวาง	2.15	2.36	-2.215	0.067
ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อการนำเสนอข่าว การเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	44.26	44.84	-1.826	0.069

หมายเหตุ: มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชายและผู้หญิงกับทัศนคติที่มี
ต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผลการทดสอบด้วยสถิติ T-test โดยวิธี
Independent Sample T-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) โดยรวมมีค่า

มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและผู้หญิงมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

4.4.1.2 สมมติฐานที่ 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	อายุ				F	Sig.	คู่ที่มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกัน
	(1) 15-25 ปี (n=101)	(2) 26-35 ปี (n=118)	(3) 36-45 ปี (n=86)	(4) มากกว่า 45 ปี (n=95)			
การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ	3.77	3.81	3.37	3.46	6.081	0.000	(1,3) (2,3) (2,4)
การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง	3.58	3.58	3.41	3.52	0.766	0.514	-
การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง	3.77	3.49	3.53	3.59	2.165	0.092	-
ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น (บทบรรณาธิการ, คอลัมน์ประจำ, บทความพิเศษ)	3.36	3.47	3.21	3.27	1.658	0.176	-
การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว	3.42	3.45	3.47	3.53	0.279	0.840	-

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการ นำเสนอข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์	อายุ				F	Sig.	คู่ที่มี คะแนน เฉลี่ย แตกต่าง กัน
	(1) 15-25 ปี (n=101)	(2) 26-35 ปี (n=118)	(3) 36-45 ปี (n=86)	(4) มากกว่า 45 ปี (n=95)			
การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของ ผู้ประกอบการวิชาชีพ นักหนังสือพิมพ์	3.48	3.46	3.63	3.48	0.846	0.469	-
การนำเสนอข่าวความขัดแย้ง ทางการเมืองด้วยถ้อยคำภาษา ที่เหมาะสมในการพาดหัวข่าว	3.80	3.55	3.36	3.42	4.030	0.008	(1,3)
การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ ครบถ้วนและส่งเสริมการมี ส่วนร่วมในการพัฒนา การเมืองให้กับประชาชนทุก ระดับ	3.74	3.76	3.42	3.61	2.794	0.040	-
การเสนอข่าวการเมืองที่ ปกป้องผลประโยชน์ ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้อง อำนาจของกลุ่มในสังคม	3.72	3.69	3.45	3.53	2.003	0.113	-
การเสนอข่าวการเมืองใน ประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและ ประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและ นักวิชาการในสัดส่วน เหมาะสม	3.78	3.47	3.45	3.72	4.202	0.006	-
ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิด การเผชิญหน้ากันของคนหลาย กลุ่มในสังคม	3.43	3.64	3.13	3.09	7.661	0.000	(2,3) (2,4)
การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ ตรวจสอบรัฐบาล	3.58	3.51	3.42	3.36	1.398	0.243	-

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

	อายุ				F	Sig.	คู่มือ คะแนน เฉลี่ย แตกต่าง กัน
	(1)	(2)	(3)	(4)			
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการ นำเสนอข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์	15-25 ปี (n=101)	26-35 ปี (n=118)	36-45 ปี (n=86)	มากกว่า 45 ปี (n=95)			
การเสนอข่าวการเมืองที่แสดง ความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ ไม่รู้สึกรู้สึกับหน่วยงานการเมือง	3.76	3.57	3.30	3.64	3.395	0.018	(1,4)
ข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหา ความขัดแย้งโดยไม่ทำให้เกิด ความรู้สึกรู้สึกับคนในชาติกำลัง ขาดความสามัคคี	3.88	3.60	3.67	3.58	1.894	0.130	-
การเปิดโอกาสให้ประชาชน แสดงความคิดเห็นทางการเมือง อย่างกว้างขวาง	3.90	3.92	3.59	3.48	5.328	0.001	(1,4) (2,4)
ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อการ นำเสนอข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์	54.98	53.96	51.42	52.28	4.845	0.003	(1,3)

หมายเหตุ: มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันกับทัศนคติที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผลการทดสอบด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าค่า Sig. ของประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสี่อื่นๆ, การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำเหมาะสมในการพาดหัวข่าว, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองในประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและนักวิชาการในสัดส่วนเหมาะสม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม, การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกรู้สึกับหน่วยงานการเมือง, การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่าง

กว้างขวาง เท่ากับ 0.000, 0.008, 0.040, 0.006, 0.000, 0.018 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำเหมาะสมในการพาดหัวข่าว, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองในประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและนักวิชาการในสัดส่วนเหมาะสม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม, การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมือง, การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวางแตกต่างกัน นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้วยการเปรียบเทียบคู่ที่มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันด้วยวิธี LSD พบว่า ประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-25 ปี จะเห็นด้วยมากกว่าผู้อ่านที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี และผู้อ่านที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จะเห็นด้วยมากกว่าผู้อ่านที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี และผู้อ่านที่มีอายุมากกว่า 45 ปี, ประเด็น การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมือง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-25 ปี จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อายุ 36-45 ปี, ประเด็น การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำภาษาที่เหมาะสมในการพาดหัวข่าว กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-45 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี, ประเด็นการเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมือง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-25 ปี จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี และประเด็น การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวาง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-25 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี

4.4.1.3 สมมติฐานที่ 1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

	การศึกษา				F	Sig.	คู่ที่มี คะแนน เฉลี่ย ต่างกัน
	(1) มัธยมศึกษา ตอนต้น หรือต่ำกว่า (n=57)	(2) มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช./ปวส. (n=77)	(3) ปริญญา ตรี (n=223)	(4) สูงกว่า ปริญญา ตรี (n=43)			
การเสนอข่าวการเมือง มากกว่าสื่ออื่นๆ	3.89	3.90	3.47	3.58	6.762	0.000	(1,3) (2,3)
การเสนอข่าวการเมืองที่มี ความถูกต้อง	3.86	3.73	3.33	3.77	9.050	0.000	(1,3) (2,3) (3,4)
การไม่ได้อยู่ภายใต้แรง กดดันในการตรวจสอบ รัฐบาลและพฤติกรรมของ นักการเมือง	3.58	3.62	3.56	3.74	0.585	0.625	-
ความเป็นกลางในการเสนอ บทความแสดงความคิดเห็น (บทความวิชาการ, คอลัมน์ ประจำ, บทความพิเศษ)	3.56	3.58	3.20	3.30	5.263	0.001	(1,3) (2,3)
การครอบคลุมและให้ความ เป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการ เสนอข่าว	3.51	3.31	3.41	3.93	5.471	0.001	(2,4) (3,4)
การเสนอข่าวการเมืองมัก อยู่ภายใต้กรอบ จรรยาบรรณของผู้ประกอบ วิชาชีพหนังสือพิมพ์	3.61	3.61	3.40	3.70	2.747	0.043	-
การนำเสนอข่าวความ ขัดแย้งทางการเมืองด้วย ถ้อยคำภาษาที่เหมาะสมใน การพาดหัวข่าว	3.72	3.34	3.61	3.35	2.709	0.045	-

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

	การศึกษา				F	Sig.	คู่ที่มี คะแนน เฉลี่ย แตกต่าง กัน
	(1) มัธยมศึกษา ตอนต้น หรือต่ำกว่า (n=57)	(2) มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช./ปวส. (n=77)	(3) ปริญญา ตรี (n=223)	(4) สูงกว่า ปริญญา ตรี (n=43)			
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการ นำเสนอข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์							
การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ ครบถ้วนและส่งเสริมการมี ส่วนร่วมในการพัฒนา การเมืองให้กับประชาชนทุก ระดับ	3.93	3.81	3.54	3.53	3.739	0.011	(1,3)
การเสนอข่าวการเมืองที่ ปกป้องผลประโยชน์ ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้อง อำนาจบางกลุ่มในสังคม	3.63	3.74	3.55	3.65	0.958	0.413	-
การเสนอข่าวการเมืองใน ประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและ ประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและ นักวิชาการในสัดส่วน เหมาะสม	3.74	3.56	3.60	3.56	0.624	0.600	-
ข่าวการเมืองของ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มี ส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้า กันของคนหลายกลุ่มใน สังคม	3.51	3.77	3.17	3.28	7.897	0.000	(2,3)
การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ ตรวจสอบรัฐบาล	3.58	3.47	3.39	3.74	2.506	0.059	-
การเสนอข่าวการเมืองที่ แสดงความขัดแย้งที่ เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อ หน่ายกับการเมือง	3.63	3.64	3.52	3.70	0.573	0.633	-

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

	การศึกษา				F	Sig.	คู่ที่มี
	(1)	(2)	(3)	(4)			
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการ นำเสนอข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์	มัธยมศึกษา ตอนต้น หรือต่ำกว่า (n=57)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช./ปวส. (n=77)	ปริญญา ตรี (n=223)	สูงกว่า ปริญญา ตรี (n=43)			คะแนน เฉลี่ย แตกต่างกัน
ข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหา ความขัดแย้งโดยไม่ทำให้เกิด ความรู้สึกรู้ว่าคนในชาติกำลัง ขาดความสามัคคี	3.77	3.82	3.60	3.77	1.251	0.291	-
การเปิดโอกาสให้ประชาชน แสดงความคิดเห็นทางการเมือง อย่างกว้างขวาง	3.98	3.87	3.67	3.56	2.637	0.051	-
ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อการ นำเสนอข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์	55.51	54.75	52.02	54.16	5.533	0.001	(1,3) (2,3)

หมายเหตุ: มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัันกับทัศนคติที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผลการทดสอบด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าค่า Sig. ของประเด็น การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ , การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง , ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว , การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ และข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม มีค่าเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.001, 0.001, 0.011 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี การศึกษา ต่างกันมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ , การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง , ความเป็น

กลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น , การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ และ ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่ม ที่แตกต่างกัน นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้วยการเปรียบเทียบคู่ที่มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น และการให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ , กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช./ปวส. จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง และ ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม , กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาปริญญาตรีจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง และ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. และ ปวส. และปริญญาตรีในประเด็น การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว

4.4.1.4 สมมติฐานที่ 1.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะ มีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะ มีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				F	Sig.	คู่ที่มี คะแนน เฉลี่ย ต่างกัน
	(1) 10,000 บาท/ ต่ำกว่า (n=98)	(2) 10,001- 20,000 บาท (n=125)	(3) 20,001- 30,000 บาท (n=83)	(4) มากกว่า 30,000 บาท (n=94)			
การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ	3.98	3.66	3.64	3.19	13.811	0.000	(1,2) (1,4) (2,4) (3,4)
การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง	3.71	3.57	3.45	3.35	2.962	0.032	(1,4)
การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการ ตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของ นักการเมือง	3.67	3.64	3.48	3.55	0.940	0.421	-
ความเป็นกลางในการเสนอบทความ แสดงความคิดเห็น (บทบรรณาธิการ, คอลัมน์ประจำ, บทความพิเศษ)	3.65	3.34	3.13	3.19	6.937	0.000	(1,3) (1,4)
การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรม แก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว	3.57	3.23	3.58	3.55	4.445	0.004	(1,2) (2,3)
การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้ กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบ วิชาชีพหนังสือพิมพ์	3.57	3.50	3.31	3.62	2.361	0.071	-
การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทาง การเมืองด้วยถ้อยคำภาษาที่เหมาะสม ในการพาดหัวข่าว	3.60	3.69	3.39	3.43	2.275	0.079	-
การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนา การเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ	3.98	3.63	3.49	3.46	6.533	0.000	(1,2) (1,3) (1,4)
การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้อง ผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้อง อำนาจบางกลุ่มในสังคม	3.83	3.66	3.39	3.50	4.417	0.005	(1,3)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				F	Sig.	คู่ที่มี คะแนน เฉลี่ย แตกต่างกัน
	(1)	(2)	(3)	(4)			
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอ ข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	10,000 บาท/ ต่ำกว่า (n=98)	10,001- 20,000 บาท (n=125)	20,001- 30,000 บาท (n=83)	มากกว่า 30,000 บาท (n=94)			
การเสนอข่าวการเมืองในประเด็น เกี่ยวกับรัฐบาลและประเด็นเกี่ยวกับ ฝ่ายค้านและนักวิชาการในสัดส่วน เหมาะสม	3.80	3.51	3.55	3.57	2.471	0.061	-
ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการ เผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มใน สังคม	3.79	3.34	3.20	3.02	11.308	0.000	(1,2) (1,3) (1,4)
การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบ รัฐบาล	3.70	3.40	3.41	3.38	3.410	0.018	-
การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความ ขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกรบกวน หน้ากับการเมือง	3.62	3.63	3.70	3.35	2.144	0.094	-
ข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหาความ ขัดแย้งโดยไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่า คนในชาติกำลังขาดความสามัคคี	3.84	3.80	3.51	3.52	3.001	0.030	-
การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดง ความคิดเห็นทางการเมืองอย่าง กว้างขวาง	3.93	3.70	3.88	3.48	4.346	0.005	(1,4)
ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อการนำเสนอ ข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	56.24	53.30	52.11	51.17	9.455	0.000	(1,2) (1,3) (1,4)

หมายเหตุ: มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันกับทัศนคติที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผลการทดสอบด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าค่า Sig. ของประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสี่อื่น ๆ , การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง , ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว , การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคมและการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวาง มีค่าเท่ากับ 0.000, 0.032, 0.000, 0.004, 0.000, 0.005, 0.000 และ 0.005 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสี่อื่น ๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง , ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น , การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว , การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม , ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม และการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวางที่แตกต่างกัน นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้วยการเปรียบเทียบคู่ที่มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันด้วยวิธี LSD พบว่า ในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสี่อื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท, กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จะเห็นด้วยน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ในประเด็น ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ในประเด็น การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000

บาท จะเห็นด้วยน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า และ 20,001-30,000 บาท ในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ในประเด็น การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม และการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวาง

4.4.1.5 สมมติฐานที่ 1.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีทัศนคติต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

	อาชีพ				F	Sig.	คู่ที่มี
	(1)	(2)	(3)	(4)			
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=127)	พนักงาน บริษัท เอกชน (n=114)	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพ อิสระ/อื่นๆ (n=104)	นักเรียน/ นักศึกษา (n=55)			คะแนน เฉลี่ย ต่างกัน
การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ	3.62	3.19	3.86	4.07	17.828	0.000	(1,2) (1,4) (2,3) (2,4)
การเสนอข่าวการเมืองที่มี	3.64	3.05	3.79	3.76	17.244	0.000	(1,2)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

	อาชีพ				F	Sig.	คู่มือที่มี คะแนน เฉลี่ย แตกต่างกัน
	(1) ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=127)	(2) พนักงาน บริษัท เอกชน (n=114)	(3) ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพ อิสระ/อื่นๆ (n=104)	(4) นักเรียน/ นักศึกษา (n=55)			
ความถูกต้อง							(2,3) (2,4)
การไม่ได้อยู่ภายใต้แรง กดดันในการตรวจสอบ รัฐบาลและพฤติกรรมของ นักการเมือง	3.61	3.54	3.59	3.69	0.372	0.773	-
ความเป็นกลางในการเสนอ บทความแสดงความคิดเห็น (บทบรรณาธิการ, คอลัมน์ ประจำ, บทความพิเศษ)	3.31	3.00	3.49	3.82	13.449	0.000	(1,2) (1,4) (2,3) (2,4)
การครอบคลุมและให้ความ เป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการ เสนอข่าว	3.54	3.34	3.47	3.53	1.149	0.329	-
การเสนอข่าวการเมืองมัก อยู่ภายใต้กรอบ จรรยาบรรณของผู้ประกอบ วิชาชีพหนังสือพิมพ์	3.50	3.31	3.70	3.55	4.406	0.005	(2,3)
การนำเสนอข่าวความ ขัดแย้งทางการเมืองด้วย ถ้อยคำภาษาที่เหมาะสมใน การพาดหัวข่าว	3.51	3.48	3.49	3.84	1.997	0.114	-
การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ ครบถ้วนและส่งเสริมการมี ส่วนร่วมในการพัฒนา การเมืองให้กับประชาชน ทุกระดับ	3.70	3.25	3.75	4.16	14.756	0.000	(1,2) (1,4) (2,3) (2,4) (4,3)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

	อาชีพ				F	Sig.	คู่มือ คะแนน เฉลี่ย แตกต่าง กัน
	(1) ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=127)	(2) พนักงาน บริษัท เอกชน (n=114)	(3) ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพ อิสระ/อื่นๆ (n=104)	(4) นักเรียน/ นักศึกษา (n=55)			
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อ การนำเสนอข่าวการเมือง บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์							
การเสนอข่าวการเมืองที่ ปกป้องผลประโยชน์ ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้อง อำนาจบางกลุ่มในสังคม	3.61	3.29	3.81	3.87	8.675	0.000	(1,2) (2,3) (2,4)
การเสนอข่าวการเมืองใน ประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและ ประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้าน และนักวิชาการในสัดส่วน เหมาะสม	3.54	3.46	3.76	3.78	3.698	0.012	-
ข่าวการเมืองของ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มี ส่วนทำให้เกิดการ เผชิญหน้ากันของคนหลาย กลุ่มในสังคม	3.50	2.74	3.59	3.82	25.906	0.000	(1,2) (2,3) (2,4)
การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ ตรวจสอบรัฐบาล	3.57	3.21	3.46	3.80	7.572	0.000	(1,2) (2,4)
การเสนอข่าวการเมืองที่ แสดงความขัดแย้งที่ เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อ หน่ายกับการเมือง	3.44	3.48	3.75	3.76	2.736	0.043	-
ข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหา ความขัดแย้งโดยไม่ทำให้ เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติ กำลังขาดความสามัคคี	3.50	3.55	3.83	4.09	5.840	0.001	(1,4) (2,4)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

	อาชีพ				F	Sig.	คู่ที่มี คะแนน เฉลี่ย แตกต่าง กัน
	(1)	(2)	(3)	(4)			
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อ การนำเสนอข่าวการเมือง บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=127)	พนักงาน บริษัท เอกชน (n=114)	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพ อิสระ/อื่นๆ (n=104)	นักเรียน/ นักศึกษา (n=55)			
การเปิดโอกาสให้ ประชาชนแสดงความคิดเห็น เห็นทางการเมืองอย่าง กว้างขวาง	3.69	3.60	3.82	4.02	2.780	0.041	-
ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อการ นำเสนอข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์	53.28	49.49	55.14	57.56	22.242	0.000	(1,2) (1,4) (2,3) (2,4)

หมายเหตุ: ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันกับทัศนคติที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผลการทดสอบด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าค่า Sig. ของประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพนักหนังสือพิมพ์, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจของกลุ่มในสังคม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม, การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล และ ข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหาความขัดแย้งโดยไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติกำลังขาดความสามัคคีเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.005, 0.000, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ใน

ประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ , การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง , ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น , การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ , การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ , การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม , ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม , การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล และ ข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหาความขัดแย้งโดยไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติกำลังขาดความสามัคคีแตกต่างกัน นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้วยการเปรียบเทียบคู่ที่มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันด้วยวิธี LSD พบว่า ในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและทำธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/อื่นๆ และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเห็นด้วยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/อื่นๆ และนักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเห็นด้วยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน ในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/อื่นๆ จะเห็นด้วยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจะเห็นด้วยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน และในประเด็น ข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหาความขัดแย้งโดยไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติกำลังขาดความสามัคคี กลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานบริษัทเอกชน จะเห็นด้วยมากกว่าข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.4.2 สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

H_0 : พฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์กับทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	ความถี่ในการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์				F	Sig.	คู่ที่มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกัน
	(1) ทุกครั้งที่มีการลงข่าว (n=63)	(2) อ่านเฉพาะข่าวที่สนใจ (n=252)	(3) อ่านเฉพาะข่าวใหญ่ (n=50)	(4) อ่านเฉพาะข่าวย่อย (n=35)			
การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ	3.95	3.52	3.60	3.83	4.833	0.003	(1,2)
การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง	3.54	3.47	3.58	3.86	2.002	0.113	-
การไม่ได้ยุ่งภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง	3.38	3.58	3.88	3.71	3.471	0.016	(1,3)
ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น (บทบรรณาธิการ, คอลัมน์ประจำ, บทความพิเศษ)	3.33	3.27	3.56	3.54	2.306	0.076	-
การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว	3.49	3.45	3.58	3.34	0.578	0.630	-
การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพนักหนังสือพิมพ์	3.51	3.43	3.58	3.94	4.338	0.005	(2,4)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อ การนำเสนอข่าวการเมือง บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	ความถี่ในการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ ออนไลน์				F	Sig.	คู่ที่มี คะแนน เฉลี่ย แตกต่าง กัน
	(1) ทุกครั้งที่มีการ ลงข่าว (n=63)	(2) อ่านเฉพาะ ข่าวที่สนใจ (n=252)	(3) อ่านเฉพาะ ข่าวใหญ่ (n=50)	(4) อ่านเฉพาะ ข่าวย่อย (n=35)			
การนำเสนอข่าวความ ขัดแย้งทางการเมืองด้วย ถ้อยคำภาษาที่เหมาะสมใน การพาดหัวข่าว	3.24	3.62	3.44	3.71	3.159	0.025	-
การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ ครบถ้วนและส่งเสริมการ มีส่วนร่วมในการพัฒนา การเมืองให้กับประชาชน ทุกระดับ	3.92	3.54	3.66	3.89	3.721	0.012	(1,2)
การเสนอข่าวการเมืองที่ ปกป้องผลประโยชน์ ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้อง อำนาจบางกลุ่มในสังคม	3.57	3.61	3.60	3.69	0.124	0.946	-
การเสนอข่าวการเมืองใน ประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาล และประเด็นเกี่ยวกับฝ่าย ค้านและนักวิชาการใน สัดส่วนเหมาะสม	3.57	3.65	3.36	3.66	1.883	0.132	-
ข่าวการเมืองของ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ มีส่วนทำให้เกิดการ เผชิญหน้ากันของคนหลาย กลุ่มในสังคม	3.56	3.29	3.22	3.60	2.339	0.073	-
การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ ตรวจสอบรัฐบาล	3.51	3.42	3.50	3.74	1.613	0.186	-

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อ การนำเสนอข่าวการเมือง บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	ความถี่ในการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ ออนไลน์				F	Sig.	คู่ที่มี คะแนน เฉลี่ย ต่างกัน
	(1)	(2)	(3)	(4)			
	ทุกครั้งที่มี การลงข่าว (n=63)	อ่านเฉพาะ ข่าวที่สนใจ (n=252)	อ่านเฉพาะ ข่าวใหญ่ (n=50)	อ่านเฉพาะ ข่าวย่อย (n=35)			
การเสนอข่าวการเมืองที่ แสดงความขัดแย้งที่ เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึก เบื่อหน่ายกับการเมือง	3.35	3.62	3.44	3.89	2.600	0.052	-
ข่าวการเมืองที่เสนอ เนื้อหาความขัดแย้งโดยไม่ ทำให้เกิดความรู้สึกว่าคน ในชาติกำลังขาดความ สามัคคี	3.65	3.75	3.44	3.60	1.433	0.233	-
การเปิดโอกาสให้ ประชาชนแสดงความ ความคิดเห็นทางการเมืองอย่าง กว้างขวาง	3.76	3.74	3.56	3.97	1.274	0.283	-
ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อการ นำเสนอข่าวการเมืองบน หนังสือพิมพ์ออนไลน์	53.33	52.94	53.00	55.97	1.844	0.139	-

หมายเหตุ: ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการอ่าน ข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกันกับทัศนคติที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผลการทดสอบด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าค่า Sig. ของประเด็น การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสี่อื่นๆ , การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง , การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ และการให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วน

และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ มีค่าเท่ากับ 0.003, 0.016, 0.005 และ 0.012 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี พฤติกรรมการอ่าน ข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกันในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ , การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง , การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ และการให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ แตกต่างกัน นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้วยการเปรียบเทียบคู่ที่มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันด้วยวิธี LSD พบว่า ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านทุกครั้งที่มีการลงข่าวจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวที่สนใจ, ในประเด็น การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง กลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวใหญ่จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านทุกครั้งที่มีการลงข่าว, ในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวย่อยจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวที่สนใจ และในประเด็นการให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านทุกครั้งที่มีการลงข่าวจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวที่สนใจ

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคกับความเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาไว้ 3 ประการคือ เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภค เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคข่าวสารทางการเมืองผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และศึกษาความเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นำเสนอข่าวการเมือง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Close-Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีคุณลักษณะประชากรส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ จำนวน 400 คน โดยในงานศึกษานี้ได้อ้างอิงการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พบว่ามีจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งสิ้นเป็นจำนวน 5,686,252 คน ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่การปกครองทั้งสิ้น 50 เขต และคำนวณหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2558 การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดังนี้ ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มตามพื้นที่เขตการปกครองในกรุงเทพมหานคร ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยให้กลุ่มตัวอย่างมีคุณสมบัติตามคุณลักษณะของประชากรของการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลรวม 400 คน ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างตามขั้นตอนที่ 2 และใช้วิธีการ Interviewing-scheduled Questionnaire หรือ Face to Face Interview โดยทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ราชการ สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า บริษัท ย่านชุมชนต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้มีการกระจายกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด

จากนั้นจึงแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างนั้นๆ ตอบแบบสอบถามเอง โดยเน้นกลุ่มตัวอย่างที่มีความเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถาม เพื่อที่จะทำให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือมากที่สุด

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ลักษณะประชากรทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

5.1.2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์และการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างอ่านข่าวการเมืองมากที่สุด คือ ไทยรัฐ รองลงมาคือ ข่าวสด ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะอ่านเป็นระยะเวลา 1-2 ปี โดยในหนึ่งสัปดาห์กลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน และกลุ่มตัวอย่างมีวันที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในแต่ละครั้งใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เฉพาะข่าวที่สนใจ

5.1.3 การสำรวจทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากผลการศึกษาโดยภาพรวมที่ได้คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แน่ใจต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค่อนข้างเห็นด้วยกับการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองว่ามีความถูกต้อง, การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง, การเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์, การให้ข้อมูลความรู้ในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ และข่าวการเมืองที่มีการนำเสนอเนื้อหาความขัดแย้งทำให้เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติกำลังขาดความสามัคคี นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการ

เผชิญหน้ากันของคนหลายๆ กลุ่มในสังคมและรู้สึกไม่แน่ใจกับความเป็นกลางในการนำเสนอ
บทความแสดงความคิดเห็น (บทบรรณาธิการ คอลัมน์ประจำ บทความพิเศษ)

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ค่อยเห็นด้วยกับประเด็นการครอบคลุมและความเป็น
ธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าวการเมือง, การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำที่
ขู่ขอรุนแรง, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่มอำนาจบางกลุ่ม, การเสนอข่าว
การเมืองในประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและนักวิชาการในสัดส่วนที่
เหมาะสม, การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบรัฐบาล, การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความ
ขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมืองไทย และการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดง
ความคิดเห็นแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์
ออนไลน์มีความไม่เป็นกลาง โดยปัจจัยที่ทำให้การเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่
มีความเป็นกลางมากที่สุด คือ ทัศนคติของเจ้าของหนังสือพิมพ์หรือนายทุน รองลงมาคือ ทัศนคติ
ของกองบรรณาธิการหรือผู้สื่อข่าว

5.1.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

5.1.4.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและผู้หญิงที่มีอายุแตกต่างกัน
กัน มีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มี
อายุต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในประเด็นการเสนอ
ข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำเหมาะสมใน
การพาดหัวข่าว, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนา
การเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองในประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและประเด็น
เกี่ยวกับฝ่ายค้านและนักวิชาการในสัดส่วนที่เหมาะสม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มี
ส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม, การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความ
ขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมือง, การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดง
ความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวางแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ประเด็นการ
เสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-25 ปี จะเห็นด้วยมากกว่าผู้อ่านที่มีอายุ
ระหว่าง 36-45 ปี และผู้อ่านที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จะเห็นด้วยมากกว่าผู้อ่านที่มีอายุระหว่าง 36-
45 ปี และผู้อ่านที่มีอายุมากกว่า 45 ปี, ประเด็นการเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่
เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมือง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-25 ปี จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่ม

ตัวอย่างที่อายุ 36-45 ปี, ประเด็นการนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำภาษาที่เหมาะสมในการพาดหัวข่าว กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-45 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี, ประเด็นการเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกรำคาญกับการเมือง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-25 ปี จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี และประเด็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวาง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-25 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีทัศนคติที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ และข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีในประเด็น การเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น และการให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวส. จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง และข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม, กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาปริญญาตรีจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. และปวส. และปริญญาตรีในประเด็นการครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิด

การเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคมและการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวางที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท, กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จะเห็นด้วยน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ในประเด็นความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท

ในประเด็นการครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จะเห็นด้วยน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า และ 20,001-30,000 บาท ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ในประเด็นการให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคมและการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวาง กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม, การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล และข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหาความขัดแย้งโดยไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติกำลังขาดความสามัคคี

แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและทำธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/อื่นๆ และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเห็นด้วยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/อื่นๆ และนักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเห็นด้วยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/อื่นๆ จะเห็นด้วยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจะเห็นด้วยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน และในประเด็นข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหาความขัดแย้งโดยไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติกำลังขาดความสามัคคี กลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานบริษัทเอกชน จะเห็นด้วยมากกว่าข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

5.1.4.2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกันในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง, การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ และการให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านทุกครั้งที่มีการลงข่าวจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวที่สนใจ, ในประเด็นการไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง กลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวใหญ่จะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านทุกครั้งที่มีการลงข่าว, ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวย่อยจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวที่สนใจ และในประเด็นการให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับ

ประชาชนทุกระดับ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านทุกครั้งที่มีการลงข่าวจะเห็นด้วยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านเฉพาะข่าวที่สนใจ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคกับความเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” ผู้ศึกษาได้นำมาประมวลกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาอภิปรายได้ผลดังนี้

ผลการศึกษาจากการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยผลการศึกษาในส่วนของลักษณะประชากรทั่วไปและพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์และการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เฉพาะข่าวที่สนใจ โดยมักจะอ่านรายละเอียดของข่าวทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่อ่านจะสนใจข่าวการเมืองในประเด็นทุจริต คอร์รัปชัน

แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างส่วนบุคคลตามปัจจัยพื้นฐาน และสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมือง โดยบุคคลย่อมต้องการข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีการนำเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่น รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างสามารถติดตามรายละเอียดของข่าวการเมืองได้มากกว่าสื่ออื่น อาทิ ข่าวเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นต้น ขณะเดียวกันก็มีความคิดเห็นความเชื่อเดิมที่ว่า ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของตนเอง (Life Style) ตลอดจนเห็นว่าข่าวการเมืองมีผลกระทบต่อส่วนรวมในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม หรือแม้แต่ประโยชน์ของตน เป็นต้น จึงทำให้แสดงออกมาผ่านพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองในลักษณะดังกล่าว

ขณะเดียวกันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ได้รับความนิยมโดยการจัดอันดับ 5 อันดับที่ประชาชนนิยมอ่านมากที่สุด จากการจัดอันดับของบริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด ได้แก่ ข่าวสด ไทยรัฐ ผู้จัดการ โพสต์ทูเดย์ และ เดลินิวส์ ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์และการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์พบว่า ไทยรัฐ ได้รับความนิยมมากที่สุด

อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของ Rogers (1986) กล่าวว่าทัศนคติคือดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ โดยเป็นระดับของความมากน้อยของความคิดเห็น ความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง โดยกล่าวได้ว่า ทัศนคติเป็นเครื่องกำหนดควบคุมพฤติกรรมของบุคคลนั่นเอง และจากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ทัศนคติคือ ความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและมีผลต่อการตอบสนองต่อสิ่งนั้น ซึ่งอาจจะสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้ เป็นต้นว่า ประชาชนที่อยู่ในวัยทำงานที่มีพฤติกรรมเลือกอ่านข่าวความขัดแย้งการเมืองบ่อยครั้งอาจมีความคิดเห็นด้านลบต่อการเสนอข่าวการเมือง ขณะที่ประชาชนที่มีทัศนคติเดิมคือสนใจต่อสถานการณ์การเมืองอย่างมากก็ย่อมมีพฤติกรรมอ่านข่าวการเมืองบ่อยครั้งกว่าผู้สนใจอ่านข่าวการเมืองน้อยกว่า

สังเกตได้จากผลการศึกษาในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างไม่ค่อยเห็นด้วยกับประเด็นการครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำภาษาที่เหมาะสมในการพาดหัวข่าว การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม การเสนอข่าวการเมืองในประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและนักวิชาการในสัดส่วนที่เหมาะสม การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อกับการเมือง และการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวางถือเป็นทัศนคติของประชาชนที่ได้สะท้อนถึงการทำหน้าที่ตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการเสนอข่าวการเมืองว่า ยังไม่สามารถทำหน้าที่ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างสมบูรณ์เพียงพอ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ถือเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดและเชื่อมโยงระหว่างการเมืองและประชาชนทั้งโดยตรงและทางอ้อม ประชาชนจึงย่อมมีทัศนคติในเชิงลบต่อการทำหน้าที่ในการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ด้วย

โดยเฉพาะผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 38.50 มีความเห็นว่า การนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน ไม่เป็นกลาง โดยปัจจัยที่ทำให้การเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่เป็นกลางมากที่สุด คือคือ ทัศนคติของเจ้าของหนังสือพิมพ์หรือนายทุน ร้อยละ 46.00 ปัจจัยถัดมาคือ ทัศนคติของกองบรรณาธิการหรือผู้สื่อข่าวคิดเป็น ร้อยละ 29.60 และความไม่เป็นอิสระจากรัฐ ร้อยละ 20.20

ย่อมแสดงให้เห็นถึงทัศนคติในเชิงลบของกลุ่มตัวอย่างในฐานะผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มองเห็นข้อบกพร่องในการทำหน้าที่ในการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

โดยเฉพาะจุดยืนในด้านความเป็นกลางในการทำหน้าที่เสนอข่าวการเมืองที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก คือ ทักษะคติของเจ้าของหนังสือพิมพ์ นายทุน และทักษะคติของกองบรรณาธิการหรือผู้สื่อข่าว ปัจจัยภายนอกคือ อิทธิพลทางการเมืองและการควบคุมโดยรัฐสอดคล้องกับทฤษฎีความเป็นกลางของสื่อมวลชน ของวอร์พล พรหมิกบุตร (2540) ที่ว่า ในช่วงเวลาที่สังคมตกอยู่ภายใต้การควบคุมของการเมืองแบบเผด็จการหรือการครอบงำทางการเมืองแบบอำนาจนิยม สื่อสารมวลชนมีแนวโน้มจะถูกกำหนดทั้งแนวทางการทำงานและสาระของข่าวสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณชนภายในกรอบที่ควบคุม โดยองค์กรตัวแทนผู้มีอำนาจรัฐ ในสถานการณ์ดังกล่าวนี้ “สื่อสารมวลชนของรัฐ” จะถูกควบคุมการทำงานโดยตรง ขณะที่ “สื่อมวลชนนอกภาครัฐ” จะถูกควบคุมโดยกฎระเบียบและกรรมวิธีตรวจสอบเซ็นเซอร์ในสถานการณ์ดังกล่าว สื่อมวลชนจำนวนมากอาจมีแนวโน้มเอนเอียงเข้าข้างผู้ใช้อำนาจรัฐ

ดังนั้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึก ความคิดเห็นและความเชื่ออันเป็นองค์ประกอบของทักษะคติเกี่ยวกับการเสนอข่าวการเมืองแล้วจึงส่งผลต่อการแสดงทักษะคติของประชาชนที่อ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ดังกล่าวคือ มีการแสดงออกทางความคิดเห็นในเชิงลบ ไม่แน่ใจ ไม่เชื่อมั่นต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไปด้วย และส่งผลต่อพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์เนื่องจากยอมต้องการทราบข้อมูลข่าวสารที่ตนสนใจ เช่น เมื่อผู้อ่านบางคนที่มีทัศนคติว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์นำเสนอข่าวสารที่ไม่เป็นกลางจึงแสดงออกทางพฤติกรรมโดยทำการเตือนผู้ใกล้ชิดให้ใช้วิจารณญาณในการอ่านข่าวการเมือง หรือคนที่มีความเห็นต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเชิงลบ คือ เห็นว่าเสนอข่าวการเมืองที่ไม่เป็นกลางนั้นอยู่ก่อนแล้ว ประกอบกับปัจจัยทางสภาพแวดล้อมอื่นๆ ซึ่งมีผลทำให้ทัศนคติเดิมยังคงอยู่ภายหลังจากทัศนคติได้เปลี่ยนไปแล้ว ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ทำให้ทัศนคติมีแนวโน้มจะกลับมาเป็นแบบเดิมหลังจากได้รับข่าวสารแล้ว คือยังคงมีทัศนคติด้านลบในประเด็นความเป็นกลางในการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

เป็นต้นว่า ประชาชนที่อ่านข่าวการเมืองบางคนมีทัศนคติในแง่ลบกับการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะรู้สึกเจ้าของหนังสือพิมพ์บางฉบับมีนโยบายการเสนอข่าวการเมืองที่ไม่เป็นกลาง และทำให้บุคคลนั้นแสดงทัศนคติโดยการไม่อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทข่าวการเมืองไปด้วย

อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาในภาพรวมซึ่งพบว่าทัศนคติของผู้อ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ไม่ค่อยเห็นด้วยกับการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้สึกไม่แน่ใจกับการเสนอข่าวการเมืองในประเด็นความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น (บทบรรณาธิการ, คอลัมน์ประจำ, บทความ

พิเศษ) ข่าวกារเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม

ในขณะที่ผู้อ่านข่าวกារเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะไม่เห็นด้วยกับประเด็นการครอบคลุุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำภาษาที่เหมาะสมในการพาดหัวข่าว การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม การเสนอข่าวการเมืองในประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและนักวิชาการในสัดส่วนที่เหมาะสม การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกรู้สึกับหน่วยงานการเมือง การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวาง และผลการศึกษาที่ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ในปัจจุบัน มีความไม่เป็นกลาง โดยปัจจัยที่ทำให้การนำเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่เป็นกลางมากที่สุด คือ ทัศนคติของเจ้าของหนังสือพิมพ์/นายทุน รองลงมาคือ ทัศนคติของกองบรรณาธิการ/ผู้สื่อข่าว

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้อ่านข้างต้นย่อมเป็นภาพสะท้อนให้แก่หนังสือพิมพ์เป็นอย่างดีถึงทัศนคติของผู้อ่านกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีความคาดหวังต่อบทบาทหน้าที่ในทางการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์และเห็นว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังไม่สามารถทำหน้าที่ตามบทบาทดังกล่าวได้ดีเพียงพอ ตาม การศึกษาของ Seibert, Peterson and Scharmm (1988 อ้างถึงใน ชาตนิมรงค์ วิศฤกกุล, 2554: 13-19) ถึงบทบาทของสื่อมวลชนกับการเมืองว่า สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือแสดงความคิดเห็นของบุคคล และมุ่งความสนใจไปยังเรื่องที่เหมาะสม ขณะเดียวกันทัศนคติข้างต้นของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความไม่แน่ใจในการทำหน้าที่ได้สะท้อนให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ทบทวนบทบาทหน้าที่ของตนเองในการเสนอข่าวการเมือง

ขณะที่ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข่าวการเมืองมากขึ้น โดยเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยรัฐมากที่สุด แม้ว่าจะไม่ได้เป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นำเสนอข่าวการเมืองโดยตรง ซึ่งเป็นการแสดงทัศนคติโดยเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีความสนใจและชื่นชอบตามที่ Allport (1953) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติว่า เป็นความพร้อมที่จะสนองตอบด้วยวิธีการหนึ่งวิธีการใดออกไปเป็นการตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สถานการณ์หรือเรื่องราว และดังที่ Newcomb (อ้างถึงใน ลัดดา กิติวิภาต, 2532, น. 1-2) กล่าวว่าทัศนคติขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งแวดล้อมที่บุคคลได้รับอาจจะแสดงออกมาทางพฤติกรรม 2 ลักษณะคือทัศนคติเชิงบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะพึงพอใจ เห็นด้วยหรือชอบ ทำให้บุคคลอยากกระทำ อยากได้ อยากเข้าไปใกล้สิ่ง

นั้น และทัศนคติเชิงลบ เป็นการแสดงออกที่ตรงข้ามกับทางบวกในลักษณะที่ไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วยหรือไม่ชอบ ทำให้บุคคลเกิดความเบื่อหน่าย ซิงซัง ต้องการหนีให้ห่างจากสิ่งนั้น

ดังนั้น พฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองและทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงถือเป็นกระแงที่จะสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยเฉพาะ ความคาดหวังต่อบทบาทการทำหน้าที่ในการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เนื่องจากทัศนคติของบุคคลถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคมที่จำเป็นต้องอาศัยความคิดเห็น ความร่วมมือและความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเห็นประโยชน์ร่วมกันของส่วนรวม สังคมก็ได้รับประโยชน์จากทัศนคติของบุคคลเหล่านี้มากเช่นกันขณะเดียวกันผลการศึกษาในครั้งนี้ น่าจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ได้นำไปปรับปรุงแก้ไขการทำหน้าที่ของตนเองให้เป็นไปตามหลักสื่อมวลชนที่ดี ให้สมกับที่ได้รับการยกย่องเป็น “ฐานันดรที่สี่”

5.2.1 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

5.2.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษา และอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีทัศนคติต่อการเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การนำเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองด้วยถ้อยคำเหมาะสมในการพาดหัวข่าว, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองในประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาลและประเด็นเกี่ยวกับฝ่ายค้านและนักวิชาการในสัดส่วนเหมาะสม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม, การเสนอข่าวการเมืองที่แสดงความขัดแย้งที่เหมาะสมทำให้ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมือง, การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวางแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วน

ทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคมและการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวางที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีทัศนคติที่มีต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การครอบคลุมและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายต่อการเสนอข่าว, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ และข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง, ความเป็นกลางในการเสนอบทความแสดงความคิดเห็น, การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์, การให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ, การเสนอข่าวการเมืองที่ปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมที่ไม่ใช่ปกป้องอำนาจบางกลุ่มในสังคม, ข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้ากันของคนหลายกลุ่มในสังคม, การเสนอข่าวที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล และข่าวการเมืองที่เสนอเนื้อหาความขัดแย้งโดยไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าคนในชาติกำลังขาดความสามัคคีแตกต่างกัน

ตรงกับแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของ Thurstone (อ้างถึงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526, น. 1) กล่าวว่า เจตคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกด้านการพูดเป็นความคิด (Opinion) แล้วความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้นถ้าเราอยากจะวัดทัศนคติเราสามารถทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ และทัศนคติเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Psychological Object) ซึ่งอาจจะเป็นอย่างใดหลายอย่าง เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ความรู้สึกเหล่านี้ ผู้มีความรู้สึกสามารถบอกความแตกต่างว่า เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ และแนวคิดที่ Hillgard (1926 อ้างถึงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526, น. 9) กล่าวว่าถึงเจตคติ คือ พฤติกรรมหรือความรู้สึกครั้งแรกที่มีต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง แนวความคิดใด ๆ หรือสภาพการณ์ใด ๆ ในทางเข้าใกล้หรือหนีออกห่าง และเป็นความพร้อมที่จะตอบสนองในครั้งต่อไปในทางที่เอนเอียงในลักษณะอย่างเดิมเมื่อพบกับสิ่งดังกล่าวนี้

5.2.1.2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อ ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรม

การอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่แตกต่างกันจะทำให้มีทัศนคติต่อการเสนอข่าวการเมือง ในประเด็นการเสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่นๆ, การไม่ได้อยู่ภายใต้แรงกดดันในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมือง, การเสนอข่าวการเมืองมักอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ และการให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ครบถ้วนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมืองให้กับประชาชนทุกระดับแตกต่างกันสอดคล้องกับแนวคิดของ Likert (1932 อ้างถึงใน ปัทมศิริ เอี่ยมประชา, 2545, น. 20) ที่ได้อธิบายถึงการเกิดของทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้จากแหล่งทัศนคติต่างๆ ประกอบด้วยประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มา การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from Others) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลจะสังเกตว่าบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้ สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้น โดยในขั้นแรกบุคคลจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปแบบทัศนคติ และความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้น เนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าว จะเห็นว่าองค์ประกอบสำคัญที่จะเป็นตัวเชื่อมทำให้มนุษย์เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ คือ การสื่อสาร เช่น ผู้อ่านที่เลือกสนใจอ่านข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เนื่องจากเห็นว่าการเสนอข่าวการเมืองเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ สะดวกสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ง่ายจากอุปกรณ์สื่อสารที่มีอยู่ และมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากทำให้น่าเชื่อถือได้ เป็นต้น เราจึงอนุมานทัศนคติของบุคคลใดจากสิ่งที่บุคคลได้พูด หรือสิ่งที่บุคคลกระทำเสมอๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความโน้มเอียง ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ของบุคคลที่จะแสดงตอบต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่งในทางที่จะสนับสนุน หรือไม่สนับสนุน ทัศนคติเกิดก่อนพฤติกรรมและเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ดังที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีพฤติกรรมการอ่านข่าวการเมืองแตกต่างกันก็ย่อมที่จะมีทัศนคติต่อการนำเสนอข่าวการเมืองแตกต่างกัน เป็นต้นว่าบุคคลที่รับรู้ข้อมูลข่าวความขัดแย้งทางการเมืองมากอาจมีความคิดเห็นความรู้สึกด้านลบต่อการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ขณะที่พฤติกรรมในการเลือกสนใจอ่านข่าวทุจริต คอร์รัปชัน หรือข่าวความขัดแย้งทางการเมืองมากที่สุดย่อมแสดงว่าบุคคลอาจมีทัศนคติเดิมที่มองว่าข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมีผลกระทบต่อตนเองหรือมีความสนใจต่อข่าวดังกล่าว จึงทำให้แสดงทัศนคติโดยการเลือกอ่านข่าวการทุจริต คอร์รัปชันในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่า ทัศนคติช่วยให้บุคคลได้แสดงออกซึ่งค่านิยม

ของตนเอง (Value Expression) เช่น คนที่มีความซื่อสัตย์มากก็จะแสดงออกโดยการไม่ชอบพวกนี้
ราชฎ์บังหลวง เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.1 ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจขยายการศึกษาช่วงระยะเวลาหลังจากที่ผู้ศึกษา
ทำการศึกษานี้เพื่อให้ครอบคลุมระยะเวลาในการทำหน้าที่เสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์
ในช่วงเวลาของรัฐบาลปัจจุบันและสถานการณ์บ้านเมืองที่กำลังมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เพื่อให้
เห็นพัฒนาการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติของประชาชนให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.3.2 การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของ
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครต่อการนำเสนอข่าวการเมืองบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ดังนั้นใน
การศึกษาครั้งต่อไป ผู้สนใจสามารถทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบโดยการศึกษาเปรียบเทียบการ
ปฏิบัติหน้าที่ของสื่อในการนำเสนอข่าวการเมืองกับสื่อประเภทอื่นๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น
เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ให้มีคุณภาพ
และอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของสื่อมวลชน

5.3.3 ในการศึกษาครั้งต่อไป สามารถศึกษาถึงทัศนคติของผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์
เจ้าของหนังสือพิมพ์ นายทุน ถ้ามีความเป็นไปได้ในการรวบรวมข้อมูล อาจมีการสัมภาษณ์เพิ่มเติม
ในส่วนของผู้บริหารฝ่ายรัฐที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เนื่องจากผลการศึกษา
ครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์เสนอข่าวการเมืองไม่เป็นกลางโดยมีสาเหตุ
เนื่องมาจาก เจ้าของหนังสือพิมพ์ นายทุน และรัฐบาล

บรรณานุกรม

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลทิพย์ ศาสตราวุฒิจ. (2558). *มองหาสื่อสันติภาพท่ามกลางความขัดแย้ง*. สืบค้นจาก http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=2264:2011-01-12-04-09-26&catid=30:corner-ideas
- ชาติณรงค์ วิสุตกุล. (2554). *การสำรวจความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับความเป็กลางในการเสนอข่าวของ CRI Online (China Radio International) ภาคภาษาไทย*. รายงานการวิจัย. ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- เชิดศักดิ์ โฉวาสินธุ์. (2520). *การวัดทัศนคติและบุคลิกภาพ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- บริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด. (2558). *การจัดอันดับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ได้รับการอ่านมากที่สุด*. สืบค้นจาก http://news.truehits.net/daily_newspaper/index.php
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พีระพัฒนา.
- ปัทมศิริ เอี่ยมประชา. (2545). *ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตซิติแบงก์ ชุด rely on ของผู้ถือบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- พรจิตร สมบัติพานิช. (2547). *โฆษณาในทศวรรษที่ 200-2001 การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

- มาลี บุญศิริพันธ์. (2534). *หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ปรเกษพริก
- ถัดดา กิติวิภาต. (2532). *ทัศนคติทางสังคมเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เลอภพ โสรรัตน์. (2555). *บทบาทสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปทุมธานี.
- วรพล พรหมิกบุตร. (2540). *ทฤษฎีความเป็นกลางของสื่อสารมวลชน: ข้อเสนอความคิดเชิงสังคมวิทยา*. กรุงเทพมหานคร: โครงการตะเกียงรั้ว.
- วิทยา ชินบุตร. (2551). *การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนจังหวัดลพบุรีในการเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎร*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยุพา สุภากุล. (2534). *การสื่อสารมวลชน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศาสตร์ตรา ก่อเกื้อ. (2550). *ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาทางการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ชรรมสาร.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). *เจตคติ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา.
- สุภาพร โรจนสุขุมิตร. (2534). *เจตคติของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาอื่นที่มีต่อบรรณารักษ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2545). *การสื่อข่าว หลักการและเทคนิค*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- อิสรา พรมดี. (2555). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของคนทำงานในอาคารสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพมหานคร.
- Bjornor, S. (1995). *Newspaper online: a guide to searching daily newspaper whose articles and online in full text*. Needham Heights, MA.: BiblioData.
- Klapper, Joseph T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: Free Press.
- McLeod, et al. (1972). *Current perspectives in mass communication research*. London: Sage Publication.

- Merril, John C. & Lowenstein, Ralph L. (1971). *Media messages an men: new perspective in communication*. New York: David Mckay.
- Pavlik, John V. (1997). The future of online journalism: bonanza or black hole?. *Columbia Journalism Review*. 36(July-August): 30-36.
- Roger, E. M. (1986). *Communication technology: the new media in society*. New York: Free Press.
- Schramm, W. (1973). *Handbook of communication*. Chicago: Rand McNally.
- Siebert, F., Peterson, T., and Schramm, W. (1956). *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อ การเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์และนวัตกรรม คณะนิติศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ใกล้เคียงความเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1) เพศ

ชาย

หญิง

2) อายุ

15-25 ปี

26-35 ปี

36-45 ปี

45-55 ปี

มากกว่า 55 ปี

3) การศึกษา

ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.

ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

10,000 บาท หรือต่ำกว่า

10,001-20,000 บาท

20,001-30,000 บาท

30,001-40,000 บาท

40,001-50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาท

5) อาชีพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ข้าราชการ | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ |
| <input type="checkbox"/> นักเรียน, นักศึกษา | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

6) กรณีที่ท่านอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไทยรัฐ | <input type="checkbox"/> เดลินิวส์ |
| <input type="checkbox"/> ข่าวสด | <input type="checkbox"/> โพสต์ทูเดย์ |
| <input type="checkbox"/> ผู้จัดการ | |

7) ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

- | | |
|---|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์ พีซี | <input type="checkbox"/> โน้ตบุค |
| <input type="checkbox"/> แท็บเล็ต | <input type="checkbox"/> สมาร์ทโฟน |

8) ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ภาษาไทย มาเป็นระยะเวลา

- | | |
|--|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 1-2 ปี |
| <input type="checkbox"/> 2-3 ปี | <input type="checkbox"/> 3-5 ปี |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ปี | |

9) ในหนึ่งสัปดาห์ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเฉลี่ยกี่วัน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1-2 วัน/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 3-4 วัน/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 5-6 วัน/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> ทุกวัน |

10) ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์วันใดบ้าง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> อ่านทุกวัน | <input type="checkbox"/> อ่านเฉพาะวันทำงาน (จันทร์-ศุกร์) |
| <input type="checkbox"/> อ่านเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ | <input type="checkbox"/> ไม่แน่นอน |

11) ท่านใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในแต่ละครั้งนานประมาณเท่าไร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่ถึง 1 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> ประมาณ 1 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> ประมาณ 2 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 2 ชั่วโมง |

12) ท่านเลือกอ่านข่าวการเมืองอย่างไรจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ทุกครั้งที่มีการลงข่าวการเมือง | <input type="checkbox"/> อ่านเฉพาะข่าวที่สนใจ |
| <input type="checkbox"/> อ่านเฉพาะข่าวใหญ่ | <input type="checkbox"/> อ่านเฉพาะข่าวย่อย |

13) ท่านอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์โดย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อ่านเฉพาะพาดหัว อ่านรายละเอียดของข่าวทั้งหมด
- บทบรรณาธิการ รายงานพิเศษ
- บทความ คอลัมน์ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

14) ท่านสนใจข่าวการเมืองประเด็นใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- นายกรัฐมนตรี ทูจรีต คอร์ปชั่น
- ความขัดแย้งทางการเมือง รัฐบาล
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ใกล้เคียงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อคำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ค่อนข้าง เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ค่อย เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
15. หนังสือพิมพ์ออนไลน์เสนอข่าวการเมืองมากกว่าสื่ออื่น					
16. หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีการเสนอข่าวการเมืองที่มีความถูกต้อง					
17. ท่านคิดว่าการปฏิบัติหน้าที่ในการตรวจสอบรัฐบาลและพฤติกรรมของนักการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้แรงกดดัน					
19. ท่านคิดว่าบทบรรณาธิการ บทความพิเศษของหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นไปในทิศทางที่เป็นกลาง					
20. ท่านคิดว่าการเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่รอบด้านและไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายเท่าที่ควร					

21.	การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ อยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณของผู้ประกอบ วิชาชีพหนังสือพิมพ์					
22.	ท่านคิดว่าพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ ออนไลน์มักนำเสนอข่าวความขัดแย้งทาง การเมืองด้วยคำที่ขี้ขลาด รุนแรง					
23.	ท่านคิดว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ให้ข้อมูล ทางการเมืองในเชิงลึกได้ครบถ้วน และ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนา การเมืองให้กับประชาชนทุกระดับ					
24.	หนังสือพิมพ์ออนไลน์มักนำเสนอข่าว การเมืองเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่ม อำนาจบางกลุ่มในสังคม ไม่ใช่ส่วนรวม					
25.	การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นประเด็นเกี่ยวกับรัฐบาล ค่อนข้างมากกว่าการนำเสนอประเด็น เกี่ยวกับฝ่ายค้านและนักวิชาการ					
26.	ท่านคิดว่าข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ไม่มีส่วนทำให้เกิดการเผชิญหน้า กันของคนหลายๆกลุ่มในสังคม					
27.	หนังสือพิมพ์ออนไลน์มักนำเสนอข่าว การเมืองที่มีทิศทางในการสนับสนุนรัฐบาล มากกว่าการทำหน้าที่ตรวจสอบ					
28.	หนังสือพิมพ์ออนไลน์มักนำเสนอข่าว การเมืองที่ความขัดแย้งบ่อยครั้งจนทำให้ ท่านรู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมืองไทย					
29.	การอ่านข่าวการเมืองในหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ที่นำเสนอเนื้อหาความขัดแย้งทำ ให้ท่านเกิดความรู้สึกว่า คนในชาติกำลัง ขาดความสามัคคี					
30.	ท่านคิดว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์เปิดโอกาส ให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นทางการเมือง อย่างกว้างขวาง					

31. ท่านคิดว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่มีการนำเสนอข่าวการเมืองอย่างเป็นกลางหรือไม่ (ถ้าไม่เป็นกลางหรือไม่แน่ใจให้ท่านทำข้อต่อไป ถ้าเป็นกลางข้ามไปทำส่วนที่ 4)

- เป็นกลาง ไม่เป็นกลาง ไม่แน่ใจ

32. ท่านคิดว่าข้อใดต่อไปนี่ที่ทำให้การนำเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ นำเสนอไม่เป็นกลางมากที่สุด

- เพราะทัศนคติของเจ้าของหนังสือพิมพ์หรือนายทุน
- เพราะทัศนคติของกองบรรณาธิการหรือผู้สื่อข่าว
- เพราะความไม่เป็นอิสระจากรัฐ
- อื่นๆ (โปรดระบุ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

หน้าเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ **ชื่อสกุล นายอนุสรณ์ ศิริชาติ**

ประวัติการศึกษา

นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2534

หลักสูตรพรรคการเมืองกับการปกครองระบอบ

ประชาธิปไตย รุ่น 5

สถาบันพระปกเกล้า

ปีที่สำเร็จการศึกษา 2550

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ. 2555 – ปัจจุบัน

ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

พ.ศ.

2537 – 2553

ผู้ช่วยหัวหน้าข่าวภูมิภาค (พ.ศ. 2537 – 2540)

ผู้ช่วยหัวหน้าข่าวการเมือง (พ.ศ. 2541 – 2543)

หัวหน้าข่าวการเมือง และร่วมทีมงานนิตยสาร “มติชนสุด

สัปดาห์” (พ.ศ. 2544 – 2548)

ผู้เขียน

คอลัมน์ “วิเคราะห์การเมือง” หน้า 3 (พ.ศ. 2549-2552)

ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว คุณข่าวหน้า 1 ควบตำแหน่ง

หัวหน้าข่าวการเมือง (พ.ศ. 2553-2554)

หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน

พ.ศ.

2535 – 2536

ผู้สื่อข่าวประจำประจำรัฐสภา, ทำเนียบรัฐบาล

นิตยสารข่าวพิเศษรายสัปดาห์ของ “ซันรินทร์ ชัยวัฒน์”