

เป้าหมายในการติดตามข่าวและการให้ความน่าเชื่อถือข่าว ที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร Objective in News Exposure and Perceived News Credibility of Youths in Bangkok

อริสา เหล่าวิชา^{1*}

Arisa Laowishaya^{1*}

¹คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

¹School of Communication Arts, Bangkok University

9/1 Moo 5 Phaholyotin Road, Klong 1, Klong Luang, Pathumthani Province 12120

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเป้าหมายในการติดตามข่าว และ ความน่าเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบสะดวก ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า 1) เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีเป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อ คือ เพื่อให้ทันเหตุการณ์มากที่สุด 2) เชื่อถือข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด 3) ส่วนปัจจัย ด้านประชากรศาสตร์กับเป้าหมายในการติดตามข่าวของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ รายได้ การพักอาศัย ช่องทางในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีเป้าหมายในการติดตามข่าวสารไม่แตกต่างกัน และ 4) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความน่าเชื่อถือของข่าว พบว่า อายุ การพักอาศัย และช่องทาง ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีความน่าเชื่อถือข่าวผ่านสื่อต่างๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

คำสำคัญ

เป้าหมายการติดตามข่าว ความน่าเชื่อถือของข่าว การติดตามข่าว เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

*ผู้เขียนหลัก
อีเมล: arisa.l@bu.ac.th



Abstract

This survey research aims to study Objective in News Exposure and News Credibility of youth in Bangkok metropolitan area. The sample group in this research was 400 people information from males and females aged between 18 – 25 years old who live in Bangkok. Questionnaires were used to collect data by convenience sampling method. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, sample t-test, one-way analysis of variance (ANOVA). The findings were as follows: 1) Youths in Bangkok were exposed to news. 2) Youths seek for news to follow up with daily updates. 3) Youths in Bangkok who where different in terms of age, income, and etc. no difference objective in news exposure. And 4) The results also showed youths in Bangkok who where different in terms of age, income, and etc. no difference in news credibility.

Keywords

Objective in News Exposure, News Credibility, News Following, Youths in Bangkok

บทนำ

สังคมข่าวสาร (Information Age) คือ การที่มนุษย์จำเป็นต้องรับรู้ข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว เพื่อให้สามารถรู้ได้ถึงความเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลง และนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ ต่อตนเองและสังคม ทำให้ประชาชนในยุคนี้มีความตื่นตัวในการเปิดรับข่าวสารมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีสังคม ไร้พรมแดนเข้ามา และด้วยความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารที่ไม่ว่าอยู่ที่ใดก็สามารถส่งผ่านถึงกันได้ ทำให้ มนุษย์สามารถสื่อสารกันได้แม้จะอยู่ห่างไกลกันคนละซีกโลก

สื่อใหม่ (News Media) ได้เข้ามามีบทบาทและท้าทายสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) เพราะสามารถ ตอบสนองผู้รับสารในเรื่องของความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นลักษณะการสื่อสารแบบ 2 ทางที่ผู้รับสาร สามารถแสดงความคิดเห็นได้ (สุชาติ จักรพิสุทธิ์, 2557)

นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย มองว่ายุคนี้สื่อมวลชนมีการแข่งขันกันระหว่างสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ ซึ่งสื่อดั้งเดิมเองก็ปรับตัว เข้ามาใช้พื้นที่การสื่อสารไร้พรมแดนมากขึ้น การทำงานของสื่อมวลชนในยุคนี้เน้นความรวดเร็วในการรายงานข่าว แต่จะรักษาความน่าเชื่อถือของวิชาชีพสื่อมวลชนได้มากน้อยขนาดไหน นั้นเป็นสิ่งที่ท้าทาย ซึ่งก็ต้องวัดกัน ที่เนื้อหาสาระ ความเป็นกลางและจุดยืนของการนำเสนอข่าว (วอยซ์ทีวี, 2554)

สอดคล้องกับรายงานข่าวดิจิทัล ประจำปี พ.ศ. 2559 จากสถาบันรอยเตอร์เพื่อการศึกษาด้านสื่อสาร มวลชนที่ระบุว่า การเสพข่าวทุกวันนี้ต่างจากอดีต เพราะถึงแม้แหล่งข่าวสารในปัจจุบันจะมีให้เลือก หลากหลายมากขึ้น แต่ความน่าเชื่อถือกลับลดลง โดยผลการสำรวจความคิดเห็นทางออนไลน์ 26 ประเทศ แสดงให้เห็นว่าสื่อโซเชียลมีเดีย หรือสื่อสังคมออนไลน์ เริ่มกลายเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารหลักสำหรับกลุ่ม

ผู้ใช้สมาร์ทโฟนมากขึ้น ซึ่งกลายเป็นปัญหาที่ท้าทายของวงการสำนักพิมพ์ และสิ่งที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งคือ ข่าวสารในโซเชียลมีเดียยังขาดการคัดกรองที่ดีพออีกด้วย (แฟรกก์พอร์ก, 2559) โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมในการเสฟสื่อของคนรุ่นใหม่ ที่มีทางเลือกและมีอิสระในการกำหนดวิธีการ ต้องการความรวดเร็ว และมีช่องทางในการเลือกที่จะรับชมสื่อต่างๆ มากยิ่งขึ้น ตามแนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังนี้ (บุษราคม เอี่ยมอำไพ, 2539)

1. เลือกสื่อที่จัดหามาได้ (Availability) โดยธรรมชาติของผู้รับสารนั้นจะเลือกใช้สื่อที่ไม่ต้องมีความพยายามมากนัก โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ มักจะเลือกเปิดรับสื่อที่อยู่ใกล้ตัว เช่น เปิดรับข่าวจากสมาร์ทโฟนแทนที่จะซื้อหนังสือพิมพ์อ่าน เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistence) เป็นการเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น คนรุ่นใหม่มักจะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์ เพราะเข้าถึงได้ง่าย และตอบสนองเรื่องของความรวดเร็ว

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ปัจจุบันมีสื่อมากมาย ดังนั้นผู้รับสารจึงมักเลือกรับสื่อที่ตนเองสะดวก เช่น การเปิดรับสื่อออนไลน์เพราะอยู่ที่ไหนก็สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) คือ ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ตนเองเคยรับอยู่เป็นประจำ เช่น บางคนสะดวกหาข่าวจากสื่อออนไลน์เพราะความรวดเร็ว ฉับไว เป็นต้น

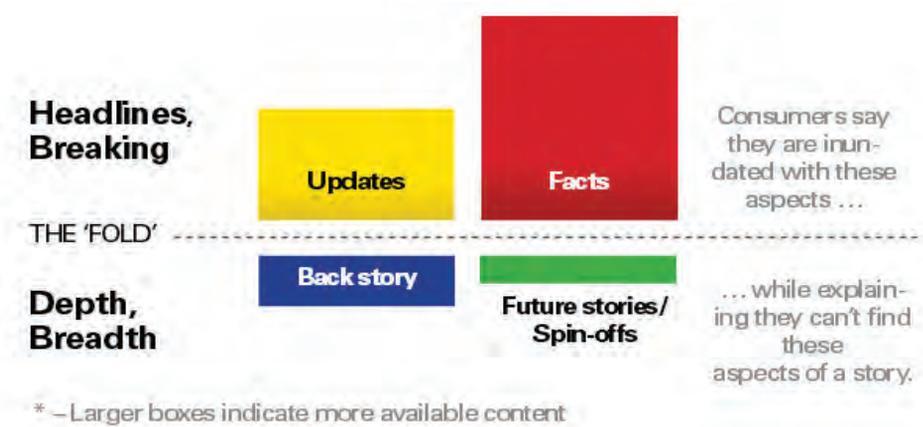
สำหรับในส่วนของสื่อใหม่ และสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงในวงการสื่อสารมวลชน Pavlik (1999) ให้เหตุผล ดังนี้

1. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารจะทำให้ได้หลากหลายวิธีมากขึ้นทำให้การรายงานข่าวมีเนื้อหาที่รอบด้านและมาจากหลายมุมมองมากขึ้น

2. เนื้อหาของเนื้อหาข่าว (Content) สื่อใหม่ทำให้ข่าวที่ถูกนำเสนอมีความหลากหลาย มีความลึกซึ้ง เข้าใจได้ง่าย แต่สิ่งที่ต้องทำ คือ การตรวจสอบข้อเท็จจริงและปัญหาในเรื่องความเร็วที่อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการรายงานข่าว

3. การเปลี่ยนแปลงการทำงานของห้องข่าวออนไลน์มีความยืดหยุ่นมากกว่าสื่อดั้งเดิม กองบรรณาธิการข่าวทำงานคล่องตัวมากขึ้น มีระดับขั้นตอนของการทำงานน้อยกว่าสื่อดั้งเดิม ส่งผลให้สามารถผลิตข่าวได้สร้างสรรค์ มีประเด็นมุมมองใหม่ๆ ที่น่าสนใจ และมีการรายงานข่าวอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาเรื่อง A New Model for News โดยสำนักข่าว The Associated Press (AP) & The Context-Based Research Group (2008) เกี่ยวกับโครงสร้างการบริโภคข่าวของกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยผู้ใหญ่ต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการบริโภคข่าวในยุคดิจิทัล ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1: รูปแบบของการบริโภคข่าวในยุคดิจิทัล

ที่มา: The Associated Press (AP) & The Context-Based Research Group (2008)

ช่องทางและแพลตฟอร์มที่ทำให้การสื่อสารส่งต่อข้อมูลทำได้อย่างรวดเร็วกว่าเดิม ส่งผลต่อการสร้างรูปแบบ (Model) ของข่าวที่อยู่บนพื้นฐานของความเร็วในการเผยแพร่เพื่อตอบสนองพฤติกรรม การบริโภคข่าวของกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยผู้ใหญ่ แต่เนื้อหาข่าวส่วนใหญ่ที่ส่งออกมาเมื่อพิจารณาความลึกของเนื้อหา เช่น การต่อยอดประเด็น การพัฒนาเรื่องของข่าวสู่มุมมองอื่นๆ ผู้บริโภคยังไม่ค่อยเห็นในส่วนนี้ สะท้อนให้เห็นว่าความเร็วของเทคโนโลยีทำให้การทำข่าวยิ่งต้องแข่งกันในเรื่องความเร็ว แต่ข้อเท็จจริง ความถูกต้อง แม่นยำ ความลึก และความทันสมัยของข่าวก็เป็นสิ่งที่องค์กรข่าวจะละเลยไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมที่ใช้ศึกษา จากงานวิจัยของธนา ทูมมานนท์ และ กฤษมนต์ วัฒนานรงค์ (ไทยรัฐออนไลน์, 2554) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความบริบูรณ์ของเนื้อหาในการสร้างความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ประกอบด้วย 1) ผู้นำเสนอ 2) ความถูกต้องแม่นยำ 3) ชื่อเสียงของสำนักข่าว 4) ความครบถ้วนของข่าว และ 5) ความทันสมัยของข่าว นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านความเชื่อถือในกระบวนการผลิต พบว่า องค์กรผู้ผลิตสื่อมีความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือมาก เนื่องจากสื่อออนไลน์เปิดโอกาสให้ใครก็ได้ทำหน้าที่ในการสื่อสารข้อมูล ทำให้ความน่าเชื่อถือในสื่อออนไลน์มีน้อย ถ้าไม่มีกระบวนการผลิตที่เป็นที่น่าเชื่อถือ หรือมีผู้ผลิตสื่อที่เป็นองค์กรสามารถตรวจสอบได้ แต่หากว่ากระบวนการในการรายงานข่าวผ่านสื่อออนไลน์สามารถทำให้เป็นระบบ และตรวจสอบได้ จะช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และช่วยขับเคลื่อนประเด็นปัญหาสำคัญที่อาจถูกปิดบังได้เปิดเผยให้คนในสังคมได้มองเห็นมิติปัญหาต่างๆ ได้อย่างรอบด้านมากขึ้น (ธัญญา จันทร์ตรง และกุลทิพย์ ศาสตรระจุ, 2557)

นอกจากนี้ งานวิจัยเรื่อง เป้าหมายในการติดตามข่าว และความน่าเชื่อถือของข่าวที่น่าเสนอผ่านสื่อต่างๆ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบงานวิจัยของ มาริยา ไชยเศรษฐ์ (2546) เรื่อง “ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5” พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการได้รับความรู้ ข่าวสารที่ทันเหตุการณ์



รวดเร็ว ทันสมัย และมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่เสนอแต่ละครั้งชัดเจนไม่คลุมเครือและเจาะลึกในระดับน้อยที่สุด นอกจากนี้ สกฤตศรี ศรีสารคาม (2554) ได้ศึกษาวิจัยพบว่า รูปแบบของการใช้สื่อสังคมในกระบวนการสื่อสารมีความโดดเด่นในเรื่องการใช้เพื่อความรวดเร็ว โดยนำมาใช้เพื่อการรายงานข่าวให้ทันต่อเหตุการณ์ และจากสถานที่เกิดเหตุการณ์ ส่วนบทบาทผู้ใช้สื่อที่ต้องทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสารในการคัดกรองข้อมูล และตัดสินใจเลือกข่าวเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต้องเน้นหนักมากขึ้นในเรื่องของความรอบคอบและจริยธรรม จรรยาบรรณในการเสนอข่าว และงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน โดยคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (สำนักข่าวอิศรา, 2559) พบว่า กลุ่มเจเนอเรชั่น Z อายุระหว่าง 12-18 ปี เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการรับข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดมากกว่าเจเนอเรชั่นอื่นๆ รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ แต่ยังคงให้ความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์มากกว่าถึงเชื่อถือสำนักข่าวที่เป็นทางการมากกว่าต้นตอข่าวออนไลน์อื่นๆ

ดังนั้น ถึงแม้ว่าสื่อดั้งเดิมจะมีการปรับตัวให้เข้ามามีพื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์แล้ว แต่ที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาคือ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือหรือความถูกต้องของข้อมูลที่สื่อนำเสนอมากเพียงใด อันจะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางในการปรับปรุงการรายงานข่าวของสื่อและบุคคลที่มีความสนใจในการผลิตข่าวต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความน่าเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ การพักอาศัย ช่องทางการเลือกรับข่าวสาร) ที่แตกต่างกันต่อเป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อ
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ การพักอาศัย ช่องทางการเลือกรับข่าวสาร) ที่แตกต่างกันต่อระดับความเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้วิจัย การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สัดส่วนความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling)



2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งสร้างจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และส่วนที่ 2) เป็นคำถามเกี่ยวกับติดตามข่าว

3. การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความเหมาะสมของคำถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษา (Try Out) จำนวน 50 คน และเมื่อได้ข้อมูลเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ได้ค่าแอลฟา เท่ากับ .91 ซึ่งหมายถึง เครื่องมือมีระดับความเชื่อมั่นสูง

4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. เป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร (ตารางที่ 1)

เป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร คือ เพื่อให้ทันเหตุการณ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.22 รองลงมา ได้แก่ ความถูกต้องของข้อมูลในการนำเสนอข่าว มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.17 และเนื้อหาข่าวมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.14 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

เป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

| เป้าหมายในการติดตามข่าวสาร | ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) | SD | เกณฑ์ประเมิน |
|---------------------------------|-------------------------|------|--------------|
| ทันเหตุการณ์ | 4.22 | .730 | มากที่สุด |
| มีความเป็นกลาง | 3.91 | .776 | มาก |
| สะดวกในการติดตามข่าว | 4.08 | .742 | มาก |
| เนื้อหารายละเอียดของข่าวครบถ้วน | 3.83 | .819 | มาก |
| เนื้อหาข่าวน่าสนใจ | 4.14 | .776 | มาก |
| ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว | 3.95 | .824 | มาก |
| ความรวดเร็วในการเสนอข่าว | 4.02 | .799 | มาก |
| ความถูกต้อง | 4.17 | .839 | มาก |
| ชื่อเสียงของสำนักข่าว | 3.44 | .966 | มาก |

2. ความน่าเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความเชื่อถือข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.01 รองลงมา คือ สื่อหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 3.63 และสื่อเว็บไซต์รายงานข่าวโดยเฉพาะ เช่น ไทยรัฐออนไลน์มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 3.45 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ความน่าเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

| ความน่าเชื่อถือ | ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) | SD | เกณฑ์ประเมิน |
|---|-------------------------|------|--------------|
| โทรทัศน์ | 4.01 | .881 | มาก |
| วิทยุ | 3.22 | .906 | ปานกลาง |
| หนังสือพิมพ์ | 3.63 | .949 | มาก |
| SMS | 2.41 | 1.02 | น้อย |
| เว็บไซต์รายงานข่าวโดยเฉพาะ เช่น ไทยรัฐออนไลน์ | 3.45 | 1.01 | มาก |
| เว็บไซต์ทั่วไป เช่น Sanook Kapook Mthai | 3.14 | .883 | ปานกลาง |
| สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter | 3.21 | .986 | ปานกลาง |

P < 0.5

3. อิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ การพักอาศัย ช่องทางการเลือกรับข่าวสาร) ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อเป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 3 และ ตารางที่ 4

ตารางที่ 3

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของรายได้ต่อเป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อ

| รายได้ | ค่าเฉลี่ย | SD. | f-test | p-value |
|---------------------|-----------|------|--------|---------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 3.84 | .448 | .571 | .723 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 3.98 | .483 | | |
| 10,001 – 15,000 บาท | 3.94 | .557 | | |
| 15,001 – 20,000 บาท | 3.86 | .610 | | |
| 20,001 – 25,000 บาท | 4.06 | .460 | | |
| 25,001 ขึ้นไป | 3.98 | .523 | | |

P < 0.5



ตารางที่ 4

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการพักอาศัยกับเป้าหมายในการติดตามข่าว

| การพักอาศัย | ค่าเฉลี่ย | SD. | f-test | p-value |
|-------------|-----------|------|--------|---------|
| พ่อแม่ | 3.95 | .507 | 1.263 | .287 |
| ญาติ | 3.85 | .602 | | |
| เพื่อน | 4.08 | .491 | | |
| คนเดียว | 4.01 | .571 | | |

$P < 0.5$

3. อิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ การพักอาศัย ช่องทางในการเลือกรับข่าวสาร) ที่แตกต่างกันต่อระดับความเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ

อิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ การพักอาศัย ช่องทางในการเลือกรับข่าวสาร) ที่แตกต่างกันต่อระดับความเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ พบว่า อายุ การพักอาศัย และช่องทางในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความเชื่อถือของข่าว ดังตารางที่ 5 ตารางที่ 6 และตารางที่ 7 ส่วนรายได้ที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความเชื่อถือของข่าว

ตารางที่ 5

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของอายุกับระดับความน่าเชื่อถือของข่าว

| อายุ | ค่าเฉลี่ย | SD. | f-test | p-value |
|------------|-----------|------|--------|---------|
| 15 - 17 ปี | 2.14 | - | 3.226 | .023 |
| 18 - 20 ปี | 3.26 | .586 | | |
| 21 - 23 ปี | 3.40 | .534 | | |
| 24 - 25 ปี | 3.34 | .217 | | |

$P < 0.5$ * ไม่พบความแตกต่างรายคู่จากการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีของเซฟเฟ

ตารางที่ 6

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการพักอาศัยกับระดับความน่าเชื่อถือของข่าว

| การพักอาศัย | ค่าเฉลี่ย | SD. | f-test | p-value |
|-------------|-----------|------|--------|---------|
| พ่อแม่ | 3.28 | .602 | 2.970 | .032 |
| ญาติ | 3.08 | .461 | | |
| เพื่อน | 3.49 | .485 | | |
| คนเดียว | 3.33 | .517 | | |

$P < 0.5$ * ไม่พบความแตกต่างรายคู่ จากการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีของเซฟเฟ

ตารางที่ 7

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของช่องทางในการเลือกรับข่าวสารกับระดับความน่าเชื่อถือของข่าว

| ช่องทางการเลือกรับข่าวสาร | ค่าเฉลี่ย | SD. | f-test | p-value |
|---|-----------|------|--------|---------|
| โทรทัศน์ | 3.38 | .549 | 2.321 | .033 |
| วิทยุ | 3.00 | - | | |
| หนังสือพิมพ์ | 3.63 | .687 | | |
| SMS | 3.93 | .101 | | |
| เว็บไซต์รายงานข่าวโดยเฉพาะ เช่น ไทยรัฐออนไลน์ | 3.38 | .543 | | |
| เว็บไซต์ทั่วไป เช่น Sanook Kapook Mthai | 3.00 | .492 | | |
| สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter | 3.25 | .580 | | |

$P < 0.5$ * ไม่พบความแตกต่างรายคู่ จากการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีของเชฟเฟ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง เป้าหมายในการติดตามข่าว และความน่าเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่สมควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ด้านเป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารเพื่อให้ทันเหตุการณ์ มากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของแม็คคอมบส์และเบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979) เรื่อง เหตุผลในการติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนในมุมมองของผู้รับสาร คือเพื่อต้องการรู้เหตุการณ์โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังจะเกิดขึ้นและเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2. ด้านความน่าเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชน มีความเชื่อถือข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ และอันดับสามคือ เว็บไซต์รายงานข่าวโดยเฉพาะ เช่น ไทยรัฐออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (สำนักข่าวอิศรา, 2559) เรื่อง พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน โดยระบุว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่น Z (อายุระหว่าง 12-18 ปี) มีความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะมองว่าเป็นสำนักข่าวที่เป็นทางการ และในขณะที่เว็บไซต์และสื่อใหม่ๆ มีแนวโน้มจะสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อดึงดูดใจผู้รับสารมากขึ้นตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิตสื่อ หากแต่เยาวชนกลับไม่ตระหนักถึงกลยุทธ์การชักจูงใจ (Buckingham, 2005) ซึ่งอาจเป็นเพราะเยาวชนเลือกที่จะเปิดรับสื่อหรือเลือกเนื้อหาตามที่ตนเองต้องการ และมีความเข้าใจลักษณะของข่าวที่ต้องผลิตจากองค์กรสื่อมวลชน จึงจะน่าเชื่อถือมากกว่า



3. อิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ การพักอาศัย ช่องทางในการเลือกรับข่าวสาร) ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อเป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับที่ ปุณณรัตน์ พิงคานนท์ (2548) กล่าวว่า ข่าวเป็นข้อมูลที่ช่วยให้ประชาชนได้รับทราบเกี่ยวกับเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันตลอดจนเป็นข้อมูลช่วยในการตัดสินใจกระทำการใดๆ ดังนั้นความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์จึงไม่มีผลต่อเป้าหมายในการติดตามข่าว

4. อิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ การพักอาศัย ช่องทางในการเลือกรับข่าวสาร) ที่แตกต่างกันต่อระดับความเชื่อถือของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ พบว่า อายุ การพักอาศัย และช่องทางในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความเชื่อถือของข่าว ส่วนรายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความเชื่อถือของข่าว สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สกกุลศรี ศรีสารคาม (2554) ที่กล่าวว่า ช่องทางในการเลือกรับข่าวสาร โดยเฉพาะช่องทางประเภทออนไลน์นั้น มีมิติของความ “เร็ว” เข้ามา ซึ่งข้อดีคือ การรับข่าวสารที่รวดเร็วทันเหตุการณ์ แต่ในภาวะความเร็วนี้ จากการศึกษาพบว่ามีความผิดพลาดของข้อมูลบ้าง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (สำนักข่าวอิศรา, 2559) ที่ระบุว่า สื่อเก่าโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ยังมีความน่าเชื่อถือในสายตาของคนกรุงเทพและปริมณฑล ถึงแม้ว่าคนกรุงเทพจะเสพสื่อใหม่มากกว่าก็ตาม ทั้งนี้สื่อสามารถดำรงไว้ด้วยความน่าเชื่อถือในเวลาเกิดสถานการณ์ภัยพิบัติหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เวลาที่จะเช็คข่าวประชาชนจะหันมาสนใจสื่อกระแสหลักหรือสื่อดั้งเดิมอยู่ แม้ประชาชนส่วนใหญ่เสพข่าวผ่านโซเชียลมีเดียมากที่สุด แต่สื่อที่ได้รับความเชื่อมั่นที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจ โดยแบ่งกลุ่มประชาชนตามช่วงอายุ ออกเป็น 4 กลุ่ม ตามเจเนอเรชั่น ได้แก่ เจเนอเรชั่น X (อายุระหว่าง 37-51 ปี) เจเนอเรชั่น Y (อายุระหว่าง 19-36 ปี) และเจเนอเรชั่น Z (อายุระหว่าง 12-18 ปี) เพื่อหาลักษณะสำคัญในการรับข้อมูลข่าวสารและความเชื่อมั่นที่มีต่อสื่อมวลชน พบว่า แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในการรับข่าวสารและความเชื่อที่ประชาชนมีต่อสื่อและประเภทของแหล่งต้นตอข่าวออนไลน์ โดยเจเนอเรชั่นที่อายุน้อยยังมี ความเชื่อถือและรับข่าวสารผ่านสื่อใหม่มากขึ้น ประเด็นหนึ่งที่มีความสำคัญและน่าสนใจก็คือ ถึงแม้ผู้บริโภคข่าวสารยุคใหม่จะให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ แต่ก็ยังคงให้ความไว้วางใจ ในสื่อดั้งเดิม โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ว่าเป็นแหล่งต้นตอข่าวที่น่าเชื่อถือ

สรุป

เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีเป้าหมายในการติดตามข่าวสารเพื่อให้ทันเหตุการณ์มากที่สุด เนื่องด้วยมนุษย์จำเป็นต้องเข้าถึงสังคม การได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วจับใจทำให้สามารถนำเรื่องราวที่ได้รับมาพูดคุย ปรึกษา วิเคราะห์กับคนรอบข้างได้ นอกจากนี้ การรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ก็มีความสำคัญ โดยเฉพาะในด้านของความน่าเชื่อถือ ผู้สื่อข่าวไทยทำได้ดีในระดับที่สามารถเกาะติดสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว และปรับข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง แต่ในภาวะของความเร็วนี้ ก็มีส่วนของข้อมูลที่ผิดพลาดบ้าง

ดังนั้นผู้สื่อข่าวหรือสำนักข่าวควรให้ความสำคัญต่อการคัดกรอง ตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนนำเสนอ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสำนักข่าวได้ ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ การพักอาศัย ช่องทางในการเลือกรับข่าวสาร) ไม่มีผลต่อเป้าหมายในการติดตามข่าวผ่านสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะข่าวเป็นข้อมูลที่ช่วยให้ประชาชนได้รับทราบเกี่ยวกับเหตุการณ์ และปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ การพักอาศัย และช่องทางในการเลือกรับข่าวสาร) แตกต่างกันมีผลต่อระดับความเชื่อถือของข่าว เพราะเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครยังมีความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์อยู่มาก รวมทั้งเชื่อในสำนักข่าวที่เป็นทางการ ส่วนรายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความเชื่อถือของข่าว

ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่สื่อมวลชนที่มีการขยายช่องทางไปยังสื่อออนไลน์ เพื่อจะได้ทราบว่าเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้สื่อออนไลน์มากที่สุดแต่กลับมีความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากกว่า อาจเพราะเยาวชนให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตและสำนักข่าวที่สามารถตรวจสอบได้

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อจะได้ทราบข้อมูลของประชาชนทุกวัยและนำมาเปรียบเทียบกันได้
2. ศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่จัดหัดต่างๆ ทั่วภูมิภาคของประเทศ เพื่อจะได้ทราบข้อมูลของประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ
3. ทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อจะได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ไทยรัฐออนไลน์. (2554). การสร้างความเชื่อถือการยอมรับสื่อออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2560, จาก <http://www.thairath.co.th/content/181957>.
- ธัญญา จันทรตรง และ กุลทิพย์ ศาสตรระจุ. (2557). นักข่าวพลเมืองกับการใช้สื่อออนไลน์ในการขับเคลื่อนด้านสิทธิมนุษยชนในสังคมไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์. 7(2), 86-98.
- บุษราคม เอี่ยมอำไพ. (2539). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส.100 และการเป็นสมาชิกชมรม จส.100. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปุ่นฉัตรณี พิงคานนท์. (2548). การสื่อข่าวและการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แฟรกฟอริก. (2559). งานวิจัยชี้ นำเป็นห่วงวงการหนังสือพิมพ์ คนเสพข่าวพริผ่าน Facebook มากขึ้น. สืบค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.flagfrog.com/news-on-facebook/>.
- มารีญา ไชยเศรษฐ์. (2546). ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



- วอยซ์ทีวี. (2554). **ทุกคนเป็นสื่อได้ ในยุคนิวมิเดีย**. สืบค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2559, จาก <http://news.voicetv.co.th/thailand/5396.html>.
- สุชาติ จักรพิสุทธิ์. (2557). **แนวทางการทำให้เกิดการเสนอข่าวเชิงสืบสวน (Investigative Report) ในสื่อหนังสือพิมพ์**. (รายงานวิจัย) สืบค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2559. จาก <http://tcijthai.com/tcijthainews/view.php?ids=4083>.
- สกุลศรี ศรีสวรรคาม. (2554). **สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว**. (รายงานวิจัย). สืบค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2559, จาก http://cdn.gotoknow.org/assets/media/files/000/998/025/original_20140218223136.pdf?1392737496.
- สำนักข่าวอิศรา. (2559). **ผลวิจัย ม.หอการค้าฯ ชี้คนอ่านข่าวแซร์มากกว่าอ่านจากสำนักข่าวหลัก**. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2560, จาก <http://www.isranews.org/thaireform-doc-mass-comm/item/49359-beau190859.html>.
- Buckingham, D. (2005). **The Media Literacy of Children and Young People : A Review of the Research Literature on Behalf of ofcom**. London: Youth and Media Institute of Education, University of London.
- McCombs, M. E. & Becker, L. E. (1979). **Using Mass Communication Theory**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Pavlik, J. (1999). **Journalism and New Media**. New York: Colombia University Press.
- The Associated Press (AP) & The Context-Based Research Group. (2008). **A new model for news: studying the deep structure of young-adult news consumption**. Retrieved December 28, 2016, from <http://manuscritdepot.com/edition/documents-pdf/newmodel.pdf>.