

ความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Opinions of People in Bangkok Towards on News Reporting via Social Network

ปริณดา เริงศักดิ์¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ 2) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และ 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ตามคุณลักษณะของประชาชน และตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท facebook เป็นประจำทุกวัน โดยในแต่ละครั้ง ใช้เวลาเปิดรับนาน 15-30 นาที ช่วงเวลา 21.00-24.00 น. ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ประจำวัน รวมถึงความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยในด้านเนื้อหาข่าว และด้านภาษาข่าว ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ อาชีพ ต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน 2) ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวด้านช่วงเวลา และสถานที่ต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน

คำสำคัญ: ความคิดเห็น การรายงานข่าว เครือข่ายสังคมออนไลน์

ABSTRACT

This paper aims to study news consuming behaviors via social network, opinions of people in Bangkok towards news reporting via social network and their opinions about news coverage through social network, to as the categorized by their characteristics and news exposure behavior. Questionnaires were used as a tool to collect data from 400 subjects. The statistics used to analyze data were frequency, percentage, mean and standard deviation, t-test, and One-way Analysis of Variance. The results reveal that most

¹ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ e-mail: parinda.r@bu.ac.th

of the respondents are female aging between 20-29 years old, held a bachelor's degree, with monthly income approximately 5,000-10,000 Baht, and mostly are students. They are exposed to news reporting via social network, particularly Facebook during 21:00-24:00 hrs and reportedly spent 15-30 minutes to receive daily information updates. In addition, the sample agrees with the respondents with news content and the language of the news. The hypothesis test reveals that 1) difference in gender, age, and occupation significantly have different opinions towards news reporting on social network and 2) Those with difference in duration and place of news consuming significantly have different opinion towards news reporting on social network.

Keywords: *Opinion, News Reporting, Social Network*

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากเหตุการณ์มหาอุทกภัยปีพ.ศ. 2554 ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นทางเลือกหนึ่งที่มีความนิยมอย่างสูง เพราะสื่อโทรทัศน์หลายช่องได้สร้างความสับสนและความไม่ชัดเจนด้านข้อมูลข่าวสารโดยนำเสนอข่าวไม่ตรงกัน กอปรกับการรายงานข่าวเฉพาะบางพื้นที่หรือบางจุดเท่านั้น ทำให้ประชาชนนอกพื้นที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างชัดเจน หรือมีการรายงานข่าวไม่ทันต่อการตัดสินใจของประชาชนที่จะต้องอพยพออกจากพื้นที่ ซึ่งจากบทความเรื่อง *Thais Turn to Social Media for Flood Updates* รายงานว่า ประชาชนชาวไทยต่างเบื่อนายกับเจ้าหน้าที่รัฐบาลซึ่งให้ข้อมูลสับสน หรือเสนอรายงานที่ขัดแย้งกันเอง ภายในหน่วยงาน ด้วยเหตุนี้เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นสื่อที่รายงานข้อมูลได้รวดเร็วที่สุด และน่าเชื่อถือที่สุดในบางกรณี สำหรับชาวไทย ชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยว หรือผู้คนที่ทั่วโลกที่ต้องการรับรู้สถานการณ์น้ำล่าสุด (เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์, 2554)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ประชาชนนิยมใช้ติดต่อสื่อสารในเวลานั้นคือ facebook และ twitter ที่สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็วไม่จำกัดพื้นที่ ประชาชนจึงสามารถทราบระดับน้ำที่กำลังท่วมในแต่ละพื้นที่ ระดับความเสี่ยงในพื้นที่ต่างๆ อีกทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังแจ้งให้ทราบว่า ที่พักอาศัยในบริเวณพื้นที่นั้นๆ “สามารถรับมือกับน้ำท่วมได้ในระดับใด” ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกคนไทยบน facebook กว่า 13.3 ล้านคน และบน twitter กว่า 8.5 แสนคน ซึ่งใช้สื่อออนไลน์เพื่อหาข้อมูลและติดต่อกันในช่วงอุทกภัย จนทำให้เครือข่ายสังคม

ออนไลน์ดังกล่าวได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน (ผู้จัดการ 360 องศา, 2555)

ข้อมูลของสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ ระบุผลสำรวจเรื่องพฤติกรรมการติดตามข่าวภัยพิบัติน้ำท่วม 2554 พบว่า ประชาชนติดตามข่าวสารทางวิทยุ เครือข่ายสังคมออนไลน์ และสื่อออนไลน์มากขึ้น โดยหนังสือพิมพ์ที่เป็นกระดาษกลับมีคนติดตามน้อยลง ซึ่งอาจเป็นเพราะความยากลำบากในการเข้าถึงในพื้นที่เกิดภัยพิบัติน้ำท่วมมากกว่าสื่ออื่นๆ (เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์, 2554)

นอกจากนี้ ผลสำรวจของบริษัท Beat Communication ประเทศญี่ปุ่นเกี่ยวกับผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงก่อนและหลังเกิดเหตุสึนามิ เมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2554 พบว่า มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 70 โดยคนญี่ปุ่นนิยมใช้ twitter มากที่สุดถึงร้อยละ 70 รองลงมา คือ facebook ร้อยละ 38 อีกร้อยละ 22 ใช้ U-Stream และร้อยละ 16 ใช้ youtube เพิ่มขึ้น (วรวิสุทธิ ภิทยโยธยา, 2554)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการเข้าถึงสื่อของประชาชนเริ่มเปลี่ยนแปลง จากเดิมที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อกระแสหลัก อาทิ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งสื่อวิทยุ โดยในปัจจุบันสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มีบทบาทในการรายงานข้อมูลข่าวสารและการดำรงชีวิตประจำวันของคนเราเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อันจะเป็นประโยชน์ทางด้านวิชาการและวงการวิชาชีพด้านวารสารศาสตร์ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

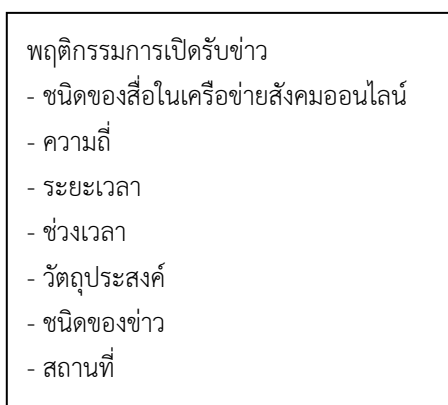
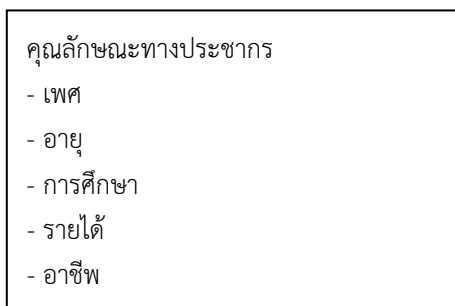
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ตามคุณลักษณะของประชาชน และตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าว

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะประชากรต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

กรอบความคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม

ความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้จะศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และจะศึกษาขอบเขตเฉพาะตัวแปรต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ พฤติกรรมการเปิดรับข่าว ได้แก่ ชนิดของสื่อในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ ระยะเวลา ช่วงเวลา วัตถุประสงค์ ชนิดของข่าว และสถานที่

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2540) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรผู้รับสาร ดังต่อไปนี้

1. เพศ (Sex) งานวิจัยหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากทางด้านความคิดเห็น ค่านิยม ทักษะคิด ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) อีกทั้งยังพบอีกด้วยว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่อายุมากกว่า ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดอุดมการณ์มากกว่า นอกจากนี้ อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย ซึ่งงานวิจัยทางจิตวิทยาพบว่าเมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยกว่า รวมทั้งคนที่อายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา (Education) คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง เข้าใจศัพท์มาก และเข้าใจสารได้ดี แต่มักไม่เชื่ออะไรง่ายๆ โดยจะโต้แย้งสารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ รวมทั้งคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

4. สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) หมายความว่า อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic Group) ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว (Family Background) งานวิจัยด้านนี้ทางจิตศาสตร์ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร โดยทำให้คนมีวัฒนธรรมที่

ต่างกัน มีประสบการณ์ มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป นอกจากนั้น คนที่มีฐานะดีหรือรายได้สูงยังมักใช้สื่อมวลชนมากด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับสาร

พีระ จิระโสภณ (2541) ให้แนวคิดว่า กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ประกอบด้วยกลั่นกรอง 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่ง แหล่งใดตามความสนใจและความต้องการ เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงของสถานีใดสถานีหนึ่ง เป็นต้น เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน โดยปกติบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่เสนอข่าวสารหรือความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) หมายถึง กระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เนื่องจากผู้รับสารจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง แนวโน้มการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความต้องการและทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า การที่แต่ละบุคคลจะเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าสนใจเท่านั้น เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่ส่งผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรก โดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อในส่วนที่ไม่ตรงกับความต้องการของตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย (2549) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางถ้อยคำ (Verbal Expression) ที่เกี่ยวกับทัศนคติ ความเชื่อ หรือค่านิยม

โสธญา มหายุ (2552) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกด้านความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม การเห็นด้วยหรือการไม่เห็นด้วย ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา ซึ่งบุคคลจะสามารถแสดงออกมาด้วยคำพูด การเขียน หรือพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความรู้สึกของตนเอง ซึ่งอาจมาจากประสบการณ์ หรือจากภาพความเป็นจริงในขณะนั้น

แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

นาฏยา ตนานนท์ (2546) อธิบายว่า ข่าว หมายถึง เหตุการณ์ (Event) สถานการณ์ (Situation) ที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มว่าจะเกิดที่มีความน่าสนใจ (Interesting) และมีความสำคัญ (Important) และได้รับการรายงานได้อย่างทันทั่วถึง

ข่าวที่ดีจำเป็นจะต้องมีคุณภาพของข่าว (Quality of News) ดังนี้ (นรินทร์ นำเจริญ, 2549 และ มาลี บุญศิริพันธ์, 2550)

1. ความถูกต้องแม่นยำ ความถูกต้องและเที่ยงตรงของข้อเท็จจริงในรายงานข่าวที่ปรากฏสู่สายตาสาธารณชน โดยมีการตรวจสอบข้อมูลข้อเท็จจริงว่าไม่มีข้อผิดพลาดใดๆ ที่อาจนำไปสู่การเข้าใจผิดได้

2. ความสมดุล และเป็นธรรม ข่าวดังกล่าวจะต้องลำดับเหตุการณ์หรือเรื่องราวอย่างมีสัมพันธ์กันต่อเนื่อง หากมีการสัมภาษณ์บุคคล จะต้องเลือกบุคคลที่เหมาะสมได้รับการยอมรับจากสังคมและเป็นที่เชื่อถือได้ ไม่ควรนำเสนอความคิดของบุคคลที่เลือกข้าง จนทำให้สังคมสับสนและเนื้อข่าวขาดความสมดุล ไม่เป็นธรรม

3. ความเป็นภววิสัยหรือเป็นกลาง ผู้รายงานข่าวจะต้องไม่มีอคติหรืออารมณ์ความรู้สึกในขณะรายงานข่าว โดยจะต้องยึดหลักที่ว่า รายงานข่าวจากสิ่งที่ได้เห็น ได้ยิน ได้ฟัง อย่างไม่มีอคติส่วนตัว

4. สั้น เข้าใจง่าย และชัดเจน ข่าวที่ดีจะต้องเขียนให้สั้น กระชับ ชัดเจน เข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่สื่อความได้ครบถ้วนรัดกุม สามารถสื่อให้ผู้อ่านสื่อความหมายได้ในเวลาอันรวดเร็ว

5. ข่าวจะต้องมีความสดและทันต่อเหตุการณ์ ผู้สื่อข่าวจึงต้องระมัดระวัง มิให้เกิดความผิดพลาดได้ง่าย

6. ข่าวที่ดีจะเกิดจากการตั้งคำถามที่ดีของผู้สื่อข่าว โดยผู้สื่อข่าวต้องสงสัยและตั้งคำถามแทนประชาชน โดยต้องถามแหล่งข่าวจนสามารถได้คำตอบอย่างกระจ่างชัดเจน

7. ข่าวจะต้องรับผิดชอบต่อผู้ตกเป็นข่าวและสังคม แต่หากจำเป็นต้องเลือก สื่อจะต้องรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอันดับแรก

8. ข่าวจะต้องสร้างความชอบธรรมให้เกิดขึ้นในสังคม หากมีความไม่ชอบธรรมเกิดขึ้น สื่อจะต้องนำเสนอข้อเท็จจริงดังกล่าวสู่สาธารณะ เพื่อนำไปสู่กระบวนการพิจารณาร่วมกันในสังคมเพื่อแก้ปัญหาความไม่ถูกต้องไม่ชอบธรรมเหล่านั้น โดยจะต้องเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขให้เกิดความชอบธรรมมากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) คือ พื้นที่สาธารณะที่สมาชิกทุกคน ทุกกลุ่มสังคมย่อยจากทั่วโลกเป็นผู้สื่อสาร หรือเขียนเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่สมาชิกเขียนและทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (วิยะดา ฐิติมัทธมา, 2553)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้สามารถสื่อสารเนื้อหา อาทิ twitter.com, facebook.com, youtube.com, weblog ต่างๆ (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, 2553)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีหลายงานวิจัย ได้แก่

งานวิจัยของชนากิตติ์ ราชพิบูลย์ (2553) การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพราะได้รับข่าวสารใหม่ๆ สะดวก รวดเร็ว และช่วยผ่อนคลาย

ความเครียด นอกจากนั้น ยังมีข้อเสนอแนะให้ใช้วิจารณ์ญาณในการเล่น

การสำรวจของ Pew Internet & American ได้รายงานว่า ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข่าวมากกว่าเดิมมากขึ้น โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 37 กล่าวว่า พวกเขาสร้างบล็อกโพสต์ หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าว หรือแชร์ข่าวใน facebook หรือ twitter (อ้างถึงใน Greer & Yan, 2010).

ธนิสรา เพชรยศ (2543) รูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคหญิงในกรุงเทพมหานครพบว่า กลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นยุคโลกาภิวัตน์นั้น ถึงแม้จะมีการเปิดรับเนื้อหาต่างๆ ที่เป็นสาระหนัก วิชาการและข้อมูลข่าวสารน้อยกว่ากลุ่มผู้บริโภคชายก็ตาม แต่กลุ่มผู้บริโภคหญิงมีการเปิดรับเนื้อหาต่างๆ ที่เป็นสาระเกี่ยวกับข่าวต่างๆ ทั้งข่าวต่างประเทศ ข่าวภายในประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม สนทนา วิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ รวมถึงเรื่องราวความเคลื่อนไหวทางด้านเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ รถยนต์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเนื้อหาภายในสื่อที่กลุ่มผู้บริโภคหญิงในกรุงเทพมหานครสมัยนั้นมีความหลากหลาย โดยครอบคลุมถึงสื่อที่มีเนื้อหาสาระหนักด้วย สิ่งนี้อาจสะท้อนวิถีชีวิตของผู้หญิงในกรุงเทพมหานครได้อย่างดี ด้วยความที่ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมทุกวันนี้ ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

ศาสตราจารย์ ดร. ก่อเกื้อ (2550) ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาทางการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์พบว่า ลักษณะของประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีผลให้นักศึกษาเกิดความคิดเห็นในการรับชมข่าวการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำต่างกัน และพบว่า การนำเสนอข่าวของสถานีวิทยุกองทัพบกช่อง 5 และสถานีโมเดิร์นไนน์ทีวีในด้านเนื้อหาข่าวที่สนใจต่างกันจะมีผลให้นักศึกษาเกิดความคิดเห็นจากการชมข่าวการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำไม่ต่างกัน

Hunt, Alkin และ Krishnan (2012) ศึกษาเรื่อง The Influence of Computer-Mediated Communication Apprehension on Motives for Facebook Use พบว่าเพศหญิงใช้ facebook สำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล และเพื่อความบันเทิงมากกว่าเพศชาย

ชานนท์ ศิริธร (2554) การเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายพบว่า ผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย (อายุ 16-31 ปี) มีการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารมากกว่าผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น

เอ็กซ์ (อายุ 32-48 ปี) และในงานวิจัยยังมีการอ้างถึง Steve (1995, อ้างถึงใน Tapscott, 2552, Scott, 2008 อ้างถึงใน ชานนท์ ศิริธร, 2554) ซึ่งอธิบายว่า คนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น จึงมีพฤติกรรมชอบแสวงหาข้อมูล เปิดรับสิ่งต่างๆ อย่างกว้างขวาง ประกอบกับเป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นมาในยุคพัฒนาการของเทคโนโลยีต่างๆ จึงนับได้ว่าเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีทักษะหลากหลาย มีปฏิสัมพันธ์กับสื่อหลากหลายชนิด เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างไร้พรมแดน นอกจากนี้ ยังอธิบายอีกว่าเนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีต่างๆ เป็นไปอย่างไร้พรมแดน จึงทำให้ผู้บริโภคทั่วไปเกิดค่านิยมการใช้สินค้าเทคโนโลยีต่างๆ ประกอบกับการที่สินค้าเทคโนโลยีในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างสูง เจ้าของสินค้าทำการผลิตสินค้าเทคโนโลยีหลากหลายรุ่นหลากหลายระดับราคาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ

ภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553) รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนวัยทำงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-30 ปี เพราะคนที่อยู่ในช่วงอายุดังกล่าวนี้เป็นคนรุ่นใหม่ ที่สามารถยอมรับเทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

โสธญา มหาบุญ (2552) ความคิดเห็นของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครต่อการสื่อสารผ่าน Twitter พบว่า ระดับการศึกษา รายได้ (ต่อเดือน) ต่างกัน ทำให้วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อการสื่อสารผ่าน Twitter ไม่แตกต่างกัน และวัตถุประสงค์ในการเล่น Twitter ความบ่อยครั้ง และเวลาที่ใช้ในการเล่น Twitter ต่อครั้งต่างกัน ทำให้วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อการสื่อสารผ่าน Twitter ไม่แตกต่างกัน

จรัสศรี ปักกัตตั้ง (2542) การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของหน่วยงานภาครัฐพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกัน มีการรับรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐแตกต่างกัน

มงคล สุระพินชัย (2548) ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาทางการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานี

โทรศัพท์พบว่า คนที่มีอาชีพต่างกันมีประสบการณ์ความคิด และความคิดเห็นแตกต่างกัน

ธีรวันท์ โอภาสบุตร (2553) ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ขององค์กรพัฒนาเอกชนด้านสิ่งแวดล้อมพบว่า นิสิต/นักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสื่อทุกประเภทมากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพอื่น (อ้างถึงใน ธีรวันท์ โอภาสบุตร และ พชนี เขยจรรยา, 2553)

Leung (2001) พบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจที่จะใช้ ICQ สำหรับการผ่อนคลายและความบันเทิง อีกทั้ง ICQ ยังเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและเป็นแหล่งรวมบันเทิงสำหรับนักศึกษาอีกด้วย

ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์ (2544) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 20.00-24.00 น. มากที่สุด

กมล เครื่องนันทา (2552) พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการรับข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า สถานที่ในการรับข่าวสาร คือ ที่พักอาศัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เทคนิควิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ได้มีการกำหนดแนวทางและขั้นตอนในการวิจัยดังนี้คือ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8.2 ล้านคน (ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ สำรวจเมื่อ 1 กันยายน 2553) ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของยามาเน (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยการสุ่มเลือกเขต ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จับสลากเลือกเขตชุมชนจำนวน 10 เขต จาก 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร จากนั้นจึงเลือกตัวอย่างแบบ

บังเอิญ (Accidental Sampling) เขตละ 40 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยแบ่งระดับการวัดออกเป็น 5 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ไม่แน่ใจ, 4 = เห็นด้วย และ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และผลรวมของความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จะรวมคะแนนของข้อคำถามทุกข้อแล้วนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์แบบอิงเกณฑ์ (Criterion Reference) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบเครื่องมือ 2 วิธี คือ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรจำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.829 ซึ่งมีค่าความเชื่อถือเพียงพอที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลคุณลักษณะทางประชากร และพฤติกรรมการเปิดรับข่าว และใช้สถิติเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ทดสอบสมมติฐานโดย

ใช้ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวแปรตามจำแนกตามตัวแปรอิสระ

ผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท facebook โดยมีความถี่เป็นประจำทุกวัน ซึ่งใช้เวลาเปิดรับครั้งละ 15-30 นาที

ในช่วงเวลา 21.00-24.00 น. โดยชนิดของข่าวที่เปิดรับคือข่าวบันเทิง และสถานที่เปิดรับข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์คือที่พักอาศัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกือบครึ่งหนึ่งมีวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ประจำวัน จำนวน 166 คน (ร้อยละ 41.5) รองลงมา คือ เพื่อความบันเทิง จำนวน 117 คน (ร้อยละ 29.3) และเพื่อทราบข้อมูลการเตือนภัยที่จะเกิดขึ้น จำนวน 57 คน (ร้อยละ 14.3) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์เปิดรับข่าว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อทราบข้อมูลการเตือนภัยที่จะเกิดขึ้น	57	14.3
เพื่อความบันเทิง	117	29.3
เพื่อนำข่าวสารมาปรับใช้ในชีวิตรประจำวัน	35	8.8
เพื่อช่วยในการตัดสินใจ	6	1.5
เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	17	4.3
เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ประจำวัน	166	41.5
อื่นๆ	2	.5
รวม	400	100.0

ความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับเนื้อหาข่าว ด้านภาษาข่าวและในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ความคิดเห็น	Mean	Std.	ระดับความคิดเห็น
ด้านเนื้อหาข่าว	3.706	.445	เห็นด้วย
ด้านภาษาข่าว	3.765	.447	เห็นด้วย
ภาพรวมความคิดเห็น	3.736	.391	เห็นด้วย

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามคุณลักษณะประชากร ซึ่งพบว่า คุณลักษณะประชากรต่างกันทำให้ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ผลการวิจัยเป็นดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งเมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นด้วยกับการรายงานข่าวผ่าน

เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มอายุ 30-39 ปี และกลุ่มอายุ 40-49 ปี ส่วนกลุ่มอายุ 20-29 ปี เห็นด้วยกับการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มอายุ 40-49 ปี ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป
		3.7890	3.7850	3.5196	3.5293	3.7542
ต่ำกว่า 20 ปี	3.7890	-	-	.26940*	.25966*	-
20-29 ปี	3.7850		-	-	.25572*	
30-39 ปี	3.5196			-	-	
40-49 ปี	3.5293				-	
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	3.7542					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบอาชีพใดที่มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

พบว่า การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามการเปิดรับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ผลการวิจัยเป็นดังนี้

ชนิดของสื่อในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เปิดรับข่าวต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ความถี่ของการเปิดรับข่าวในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ระยะเวลาของการเปิดรับข่าวในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบระยะเวลาใดที่มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ช่วงเวลาของการเปิดรับข่าวในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ชนิดของข่าวของการเปิดรับข่าวในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

และสถานที่ของการเปิดรับข่าวในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบสถานที่ใดที่มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยในด้านเนื้อหาข่าว และด้านภาษาข่าว อาจเป็นเพราะการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ คือ facebook ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิสระในการใช้งาน สะดวก รวดเร็ว ง่ายไวทันต่อเหตุการณ์ ทำให้ผู้รับสารได้รับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง และรู้สึกว่าเป็นคนที่ทันสมัย โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา และค่าใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ชนากิตติ ราชพิบูลย์ (2553) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพราะได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ สะดวก รวดเร็ว และช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการสำรวจของ Pew Internet & American รายงานว่า ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข่าวเก่าที่เคยมีมาก่อนมากขึ้น โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 37 กล่าวว่า พวกเขาสร้างบล็อก โพสต์ หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าว หรือแชร์ข่าวใน facebook หรือ twitter (อ้างถึงใน Greer & Yan, 2010)

2. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะประชากรที่ต่างกันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจะมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยที่ได้นั้นเป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน โดย

สามารถอธิบายผลการวิจัยที่จำแนกตามคุณลักษณะประชากรได้ดังนี้คือ

เพศหญิงมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างจากเพศชาย โดยเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชาย เนื่องจากผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิดเห็น เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทของกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกันตามที่ประมะ สตะเวทิน (2540) ได้กล่าวไว้ รวมทั้งเพศหญิงจะถูกแรงกระตุ้นจากภายนอก จึงให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัยที่แตกต่างจากผู้ชาย โดยที่เพศหญิงชื่นชอบการเข้าสังคม และอยู่รวมเป็นกลุ่มมากกว่า อีกทั้งเพศหญิงต้องการแสวงหาข่าวสารในการรับรู้ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆ และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประกอบการตัดสินใจของตนเอง ธนิสรา เพชรยศ (2543) กล่าวว่า เนื้อหาภายในสื่อที่กลุ่มผู้บริโภคหญิงเข้าถึงในปัจจุบันนี้มีความหลากหลาย ทั้งนี้ครอบคลุมถึงสื่อที่มีเนื้อหาหนักอีกด้วย ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตของผู้บริโภคหญิงในกรุงเทพมหานครได้เป็นอย่างดี ด้วยสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศาสตราจารย์ ก่อเกื้อ (2550) พบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีผลให้นักศึกษาเกิดความคิดเห็นในการรับชมข่าวการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hunt, Alkin และ Krishnan (2012) พบว่า เพศหญิงใช้ facebook สำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคลและเพื่อความบันเทิงมากกว่าเพศชาย

ประชาชนอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุระหว่าง 20-29 ปี มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มอายุ 30-39 ปี และกลุ่มอายุ 40-49 ปี ส่วนกลุ่มอายุ 20-29 ปี มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มอายุ 40-49 ปี ทั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า คนที่มีอายุน้อยกว่าย่อมมีความสนใจกระตือรือร้น สนใจสิ่งต่างๆ รอบตัว จึงมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเช่นกัน ประมะ สตะเวทิน (2540) อธิบายว่า อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำ

ให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดเห็น โดยทั่วไป คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเห็นเสรีนิยมมากกว่าคนที่มียุมาก รวมทั้งคนอายุน้อยมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวเพื่อความบันเทิง นอกจากนี้ คนในช่วงอายุดังกล่าวนี้ นิยมเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านออนไลน์มากกว่าคนที่มียุมากกว่า และพร้อมที่จะปรับตัวกับสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา รวมทั้ง Steve (1995, อ้างถึงใน Tapscott, 2552, Scott, 2008 อ้างถึงใน ชานนท์ ศิริธร, 2554) ได้อธิบายไว้ว่าเนื่องจากเจนเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น จึงมีพฤติกรรมชอบแสวงหาข้อมูล เปิดรับสิ่งต่างๆ อย่างกว้างขวาง ประกอบกับเป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นมาในยุคพัฒนาการของเทคโนโลยีต่างๆ จึงนับได้ว่าเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีทักษะหลากหลาย มีปฏิสัมพันธ์กับสื่อหลากหลายชนิด เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างไร้พรมแดน และภัทธา เรื่องสวัสดิ์ (2553) ยังอธิบายว่า คนที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25-30 ปี เป็นคนรุ่นใหม่ที่สามารถยอมรับเทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชานนท์ ศิริธร (2554) ที่พบว่า ผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย (อายุ 16-31 ปี) มีการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารมากกว่าผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (อายุ 32-48 ปี)

การศึกษาและรายได้ ประชาชนที่มีการศึกษา รายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน เพราะทุกวันนี้เป็นยุคข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นได้อย่างง่ายดาย เพราะเทคโนโลยีการสื่อสารได้รับการออกแบบให้สามารถใช้ได้อย่างสะดวก สบาย ไม่มีระบบการทำงานที่ซับซ้อน ชานนท์ ศิริธร (2554) กล่าวว่า เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยีต่างๆ เป็นไปอย่างไร้พรมแดน จึงทำให้ผู้บริโภคทั่วไปเกิดค่านิยมการใช้สินค้าเทคโนโลยีต่างๆ ประกอบกับการที่สินค้าเทคโนโลยีในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างสูง เจ้าของสินค้าทำการผลิตสินค้าเทคโนโลยีหลากหลายรุ่นหลากหลายระดับราคาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ จึงส่งผลให้ผู้บริโภคที่ถึงแม้จะมีระดับรายได้ต่ำ ก็สามารถใช้เป็นเจ้าของนวัตกรรมต่างๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสรุณมาหาบุญ (2552) ที่พบว่า ระดับการศึกษา รายได้ (ต่อเดือน) ต่างกัน ทำให้วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อการสื่อสารผ่าน twitter ไม่แตกต่างกัน

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรัสศรี ปักกัตตั้ง (2542) ที่พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างอยู่ในบริบทที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน คือ เป็นนิสิต/นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่นๆ จึงมีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทั้งนี้ ประเมสตะเวทิน (2540) ได้กล่าวไว้ว่า คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ และค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป สอดคล้องกับการศึกษาของ Schramm (1964) ที่อธิบายว่า ประสบการณ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้ เพราะแต่ละคนมีประสบการณ์การทำงานที่ต่างกัน ย่อมจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมงคล สุระพิณชัย (2548) พบว่า คนที่มีอาชีพต่างกันมีประสบการณ์ความคิด และความคิดเห็นแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของจรัสศรี ปักกัตตั้ง (2542) ที่พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกันมีการรับรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐแตกต่างกัน

นอกจากนี้ งานวิจัยค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าบุคคลอาชีพอื่น เนื่องจากนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา เป็นวัยแห่งการเรียนรู้และแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระเสรี ตลอดจนมีความสนใจที่หลากหลาย ในขณะที่บุคคลอาชีพอื่นที่ผ่านเรื่องราวประสบการณ์มาพอสมควร ทั้งการใช้ชีวิตและจากการทำงาน จึงค่อนข้างจะกลัวต่อการเปลี่ยนแปลงหลายๆ ด้าน และมีความระมัดระวังในการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรวันท์ โอภาสบุตร (2553) ที่พบว่า นิสิต/นักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสื่อทุกประเภทมากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพอื่น (อ้างถึงใน ธีรวันท์ โอภาสบุตร และพัชนี เขยจรรยา, 2553) รวมทั้งงานวิจัยของ Leung (2001) พบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจที่จะใช้ ICQ สำหรับการผ่อนคลายและความบันเทิง อีกทั้ง ICQ ยังเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและเป็นแหล่งรวมบันเทิงสำหรับนักศึกษาอีกด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน ผลการวิจัยที่ได้นั้นเป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน โดยสามารถอธิบายผลการวิจัยที่จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าว ได้ดังนี้คือ

ชนิดของสื่อในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ facebook twitter และ google plus ซึ่งมีความถี่ในการเปิดรับเป็นประจำทุกวัน โดยใช้ระยะเวลาเปิดรับแต่ละครั้ง 15-30 นาที จึงทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก facebook เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน ส่วน twitter เป็นเครื่องมือส่งข้อความสั้นระหว่างสมาชิกและเครื่องมือรายงานข่าวที่ได้รับความนิยมอย่างมาก (วิยะดา รุติมิขมิมา, 2553) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสรญา มหามุญ (2552) ที่พบว่า ความบ่อยครั้ง และเวลาที่ใช้ในการเล่น twitter ต่อครั้งต่างกันทำให้วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อการสื่อสารผ่าน twitter ไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวของกลุ่มตัวอย่างยังไม่หลากหลาย เพราะมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ประจำวัน เพื่อความบันเทิง เพื่อทราบข้อมูลเตือนภัยที่จะเกิดขึ้น จึงทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสรญา มหามุญ (2552) พบว่า วัตถุประสงค์ในการเล่น twitter ต่างกัน ทำให้วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อการสื่อสารผ่าน twitter ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ งานวิจัยค้นพบว่า ชนิดของข่าวในการเปิดรับข่าวต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากชนิดของข่าวที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับไม่มีความหลากหลาย โดยเปิดรับข่าวบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือ ข่าวการเมือง จึงทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัย

ของศาสตราจารย์ ก่อเกื้อ (2550) พบว่า การนำเสนอข่าวของสถานีวิทยุกองทัพบกช่อง 5 และสถานีโมเดิร์นไนน์ทีวีในด้านเนื้อหาข่าวที่สนใจต่างกันจะมีผลให้นักศึกษาเกิดความคิดเห็นจากการชมข่าวการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำไม่ต่างกัน

ช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่จะมีเวลาว่างภายหลังจากทำการบ้านทำรายงาน และทบทวนบทเรียนแล้ว คือ ช่วงเวลา 21.00-24.00 น. อีกทั้งช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเล่น facebook และ twitter เป็นจำนวนมาก ย่อมจะมีเวลาในการเปิดรับข่าวตามความสะดวกของตนเอง ทั้งนี้ พิระ จิโรโสภณ (2541) อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามความต้องการและความสนใจของตนเอง (Selective Exposure or Selective Attention) โดยเลือกใช้สื่อที่จะเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนเองด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนัสถ์ เกษมไชยานันท์ (2544) ที่พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 20.00-24.00 น. มากที่สุด

สถานที่ในการเปิดรับข่าวสารต่างกันทำให้มีความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวคือ ที่พักอาศัย โดยเปิดรับข่าวในช่วงเวลาตั้งแต่ 21.00-24.00 น. ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างมีเทคโนโลยีที่สามารถเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย ไม่จำกัดสถานที่ และเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมล เครื่องนันทา (2552) ที่พบว่า สถานที่ในการรับข่าวสารคือ ที่พักอาศัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังมีความเห็นว่าที่พักอาศัยเป็นสถานที่ที่มีความเป็นส่วนตัว และเป็นเวลาของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างแท้จริง ดังนั้น จึงย่อมสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นความเป็นตัวตนของผู้รับสารอย่างเต็มที่

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้ผลของการวิจัยเป็นประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพียงอย่างเดียว ดังนั้น จึงควรจะมีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพิ่มเติมเกี่ยวกับการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อให้ได้ ข้อมูลที่มีความลึกมากยิ่งขึ้น

2. ควรจะเพิ่มการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ เกี่ยวกับการรายงานข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วย

3. นอกจากนี้ หากการศึกษาในครั้งต่อไปจะศึกษา ความคิดเห็นในแง่มุมมองของชาวออนไลน์ ควรจะมีคำถามเกี่ยวกับ ความเชื่อถือ ความสะดวกในการเปิดรับ ความละเอียดของ ข้อมูล หรือคุณค่าข่าวเพิ่มเติมไปด้วย เพื่อให้ได้องค์ความรู้ ใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กมล เครื่องนันทา. (2552). *พฤติกรรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการรับข่าวสารผ่านเครือข่าย สังคมออนไลน์* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- จรัสศรี ปักกัตตัง. (2542). *การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และ ทักษะคิดของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อของหน่วยงานภาครัฐ* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- จุฑารัตน์ เอื้ออานวย. (2549). *จิตวิทยาสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พริ้นท์.
- ชนากิตต์ ราชพิบูลย์. (2553). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ และผลกระทบต่อนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี).
- ชานนท์ ศิริธร. (2554). *การเปิดรับสื่อและการยอมรับ นวัตกรรมของผู้บริโภคเจเนอเรชันเอ็กซ์และ เจเนอเรชันวาย*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- “ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง 2012 ระอุ”. (2555, มกราคม). ผู้จัดการ 360 องศา, สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2555, จาก <http://www.gotomanager.info/news/details.aspx?id=93867>

ธันส์ เกษมไชยานันท์. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การใช้เว็บไซต์ (Web sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน เขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ธนีสสร เพชรยศ. (2543). *รูปแบบการเปิดรับสื่อของ ผู้บริโภคหญิงในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

ธีรวันท์ โอภาสบุตร และ พัทธนี เขยจรรยา. (2553). ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ขององค์กรพัฒนา เอกชนด้านสิ่งแวดล้อม. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 29(3), 105.

นรินทร์ นำเจริญ. (2549). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการ รายงานข่าว*. กรุงเทพฯ: สามลดา.

นาฏยา ตนานนท์. (2546). *การรายงานข่าว*. กรุงเทพฯ: มิตรภาพ.

ประม อดะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

พีระ จิรโสภณ. (2541). *ทฤษฎีการสื่อสาร เอกสารประกอบ การสอนชุดหลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). *รูปแบบการดำเนินชีวิต และ พฤติกรรมการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคน วัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร* (รายงานโครงการ เฉพาะบุคคล วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์).

มงคล สุระพินชัย. (2548). *ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้ อินเทอร์เน็ตที่มีต่อโฆษณาออนไลน์* (วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

มาลี บุญศิริพันธ์. (2550). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น ปรัชญา และแนวคิด*. กรุงเทพฯ: สามลดา.

วรวิสุทธิ์ ภิญญูยาง (2554, 21 พฤศจิกายน). โซเชียลมีเดีย กับวิกฤติน้ำท่วม, สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2555, จาก <http://www.worawisut.com/2011/11/21/social-media-flood-crisis/>

วิยะดา ฐิติมาชัยมา. (2553). *เครือข่ายสังคมออนไลน์ แนวโน้ม ปรากฏการณ์ และจริยธรรม*. *วารสาร นักบริหาร*, 30(4), 151.

ศาสตร์ตรา ก่อเกิด. (2550). *ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาทางการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. (2553, 9 พฤศจิกายน). แนวปฏิบัติเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2555, จาก http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=2244:-2553&catid=3:media-law&Itemid=7

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). บทสรุปสำหรับผู้บริหารสำมะโนประชากรและการเคหะ พ.ศ. 2553, สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2555, จาก <http://popcensus.nso.go.th/upload/census-report-6-4-54.pdf>

โสธรญา มหาบุญ. (2552). *ความคิดเห็นของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครต่อการสื่อสารผ่าน Twitter* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์. (2554, 2 พฤศจิกายน). สื่อนอกรายงานคนไทยหันฟัง “โซเซียลมีเดีย” ตามข่าวน้ำท่วม เหตุหน่วยข้อมูล รบ., สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2555, จาก <http://www.manager.co.th/around/ViewNews.aspx?NewsID=9540000139925>

Greer, J., & Yan, Y. (2010). New ways of connecting with readers: How community newspapers are using Facebook, Twitter and other tools to deliver the news. *Grassroots Editor*, 51(4), 1-7.

Hunt, D., Atkin, D., & Krishnan, A. (2012). The influence of computer-mediated communication apprehension on motives for Facebook use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(2), 187-202.

Leung, L. (2001). College student motives for chatting on ICQ. *New Media & Society*, 3(4), 483-500.

Schramm, W.L. (1964). *Mass media and national development: The role of information in the developing countries* (No. 25). Stanford University Press.



อาจารย์ปริณดา เริงศักดิ์ สำเร็จการศึกษา นศ.ม. (การประชาสัมพันธ์) เกียรตินิยมเหรียญทอง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และ นศ.บ. (วารสารศาสตร์) เกียรตินิยมอันดับสอง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีผลงานทางวิชาการประเภทบทความวิชาการ ได้แก่ ข่าวอาชญากรรมกับการเล่าเรื่องผ่านหนังสือพิมพ์ การถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านละครเกาหลีอิงประวัติศาสตร์แดจังกึม และการนำเสนอข่าวเด็กกับการถูกละเมิดสิทธิทางหนังสือพิมพ์