



การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษา  
สื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร

อัญชุลี

วงศ์บุญงาม

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินผลประโยชน์ประจำปีงบประมาณ 2561  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



# Media Exposure and Knowledge Seeking of Mass Communication students in Bangkok

Anchulee Wongboonngam

This Research is funded by Rajamangala University of Technology  
Phra Nakhon, Fiscal Year 2018

ชื่อเรื่อง : การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย : อัญชุลี วงษ์บุญงาม

พ.ศ. : 2561

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน และวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดตามข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด และสนทนาข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันกับเพื่อนมากที่สุด แต่เชื่อถือข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด การเปิดรับสื่อวันจันทร์-วันศุกร์พบว่าเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่อบุคคล และเว็บไซต์ ส่วนวันเสาร์-วันอาทิตย์เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือโทรทัศน์ และภาพยนตร์ โดยเปิดรับหนังสือพิมพ์น้อยที่สุดในทุกวัน

2. นักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานครแสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับปานกลางซึ่งแสวงหาจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเว็บไซต์ ส่วนวิธีการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนจะใช้รูปแบบการเรียนกับผู้สอนมากที่สุด รองลงมาคือกิจกรรมออนไลน์ และการทำกิจกรรมกลุ่ม โดยปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้คือ การศิษย์ค่าสำคัญ การถูกปิดกั้นข้อมูล การบิดเบือนข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและสัญญาณอินเทอร์เน็ต

Title : Media Exposure and Knowledge Seeking of Mass Communication students in Bangkok  
Research : Anchulee Wongboonngam  
Year : 2018

### **Abstract**

This research aims to study media exposure and knowledge seeking behavior of mass communication students in Bangkok included problem and obstruction in knowledge seeking. Methodology for the research was mixed method between the qualitative research and quantitative research by used depth interviews with 12 samples and survey research with 420 samples.

The results can be concluded as follow:

1. Mass Communication students in Bangkok were social media exposed mostly for follow the news, current situation and had conversation about news, current situation mostly with friend. But they were trust mostly the information from television. Media exposure on Monday to Friday found that social media exposure was the mostly next were person media and website. On Saturday to Sunday found that social media exposure was the mostly next were television and movie. The least media exposure in everyday was newspaper.

2. Mass Communication students in Bangkok were knowledge seek from various media in the moderate level. They were seek from social media mostly next were electronics and website. How to knowledge seek by study were used tutorials mostly next were online activities and group activities. Problems and obstruction in knowledge seeking were key words, data blocking, data distortion, data analysis and internet signal.

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์สุภัทรา โกไศยกานนท์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนคณาจารย์ในการทำวิจัยเพื่อพัฒนาตนเองและหน่วยงาน นอกจากนี้ยังได้กำหนดนโยบายด้านการพัฒนางานวิจัยของมหาวิทยาลัยไว้อย่างชัดเจน ตลอดจนเป็นกำลังใจให้นักวิจัยทุกคน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

การทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้รับความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์จันทนา ทองประยูร ผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชที่ให้คำแนะนำและพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ข้อคำถามและความเหมาะสมของคำถามในแบบสอบถามก่อนนำไปใช้ทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และขอขอบคุณนักศึกษาโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิตที่ช่วยทดสอบเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยแนะนำสถานที่และช่วยแจกแบบสอบถามจนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ และขอขอบคุณนักศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ทุกคนที่ให้การสนับสนุนด้วยการตอบแบบสอบถาม และได้ให้สัมภาษณ์รวมถึงให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ยิ่งต่อการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัย

กันยายน 2561

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2
กิตติกรรมประกาศ	(3
สารบัญตาราง	(6
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
สมมติฐานการวิจัย	8
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
ขอบเขตของการวิจัย	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
วิธีดำเนินการวิจัย	9
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	9
นิยามศัพท์	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)	11
- การเปิดรับข่าวสาร	12
- การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	13
แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความรู้	15
- การแสวงหาความรู้ในยุคสมัยใหม่นิยม (Modernism และยุคหลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism	15
- อิทธิพลของแนวคิดหลังสมัยใหม่นิยมที่มีต่อการแสวงหา ความรู้ในสถาบันอุดมศึกษา	22
- การแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory	23
แนวคิดเกี่ยวกับนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist	25
- บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functions of Mass Media	25
- นักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist	27

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>31</b>
ส่วนของการวิจัยเชิงสำรวจ	31
- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
ส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึก	31
- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	32
การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย	33
การรวบรวมข้อมูล	33
การวิเคราะห์ข้อมูล	33
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	<b>34</b>
ผลการวิจัยข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	38
ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาความรู้	44
ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก	46
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	48
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	51
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b>	<b>57</b>
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	58
อภิปรายผลการวิจัยตามแนวคิดทฤษฎี	66
ข้อเสนอแนะสำหรับมหาวิทยาลัยที่เปิดการเรียนการสอนด้านสื่อสารมวลชน	73
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	74
ข้อจำกัดของงานวิจัย	74
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>75</b>
ภาคผนวก ก. ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan	78
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	79
ภาคผนวก ค. เอกสารอื่นๆ	85

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	34
2	ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	35
3	ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวุฒิการศึกษาก่อนเรียนระดับปริญญาตรี	35
4	ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมหาวิทยาลัย	36
5	ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเกรดเฉลี่ย	36
6	ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกภูมิลำเนา	37
7	ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นปี	37
8	ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	38
9	ตารางแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อสนทนาข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบัน	38
10	ตารางแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลเพื่อสนทนาข่าวสาร	39
11	ตารางแสดงพฤติกรรมการเชื่อถือข้อมูล	39
12	ตารางแสดงพฤติกรรมการไม่เปิดรับสื่อ	40
13	ตารางแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในรอบสัปดาห์	40
14	ตารางแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตามช่วงเวลา	41
15	ตารางแสดงการใช้เวลาในการบริโภคสื่อแต่ละครั้งในรอบสัปดาห์	43
16	ตารางแสดงพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชน	44
17	ตารางแสดงวิธีการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียน	45
18	ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวันจันทร์-วันศุกร์	48
19	ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวันเสาร์-วันอาทิตย์	49
20	ตารางแสดงพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาแต่ละคณะ	51
21	ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ ด้วยวิธีการฟังบรรยาย	54
22	ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ ด้วยวิธีการสัมมนา	54
23	ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ ด้วยวิธีการทำกิจกรรมกลุ่ม	55



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
24	ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมแสวงหาความรู้ ด้วยวิธีการเรียนกับผู้สอน	55
25	ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมแสวงหาความรู้ ด้วยวิธีการทำกิจกรรมออนไลน์	56
26	ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมแสวงหาความรู้ ด้วยวิธีการทำวิจัยอิสระ	56



## บทที่ 1 บทนำ

### 1. หลักการและเหตุผล

ปรากฏการณ์สำคัญด้านสื่อสารมวลชนของประเทศไทยในปี 2557 ได้มีการเปลี่ยนระบบการส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบอนาล็อกไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล (Digital Television) โดยสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศระบบอนาล็อกจะทยอยกันยุติการออกอากาศระบบอนาล็อกไปเรื่อยๆ จนครบทุกสถานีในปี 2566 (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559) และการเกิดใหม่ของโทรทัศน์ดิจิทัลจำนวน 48 ช่อง

ต่อมาเมื่อวันที่ 24 มกราคม 2557 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เชิญบริษัทซึ่งผ่านการประมูลทั้งหมดมาประชุมเพื่อเลือกหมายเลขช่องที่ออกอากาศจำนวน 36 ช่อง ส่วนอีก 12 ช่องไม่ได้ออกอากาศ (ช่อง 37-ช่อง 48 ยังไม่ให้บริการ) (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559) สถานการณ์โทรทัศน์ดิจิทัลในช่วงแรก ทุกช่องสถานีต่างผลิตรายการเพื่อหวังดึงดูดผู้ชมให้ได้มากที่สุด จนเรียกได้ว่าครึ่งปีแรกของปี 2558 เป็นช่วงเวลาของการแข่งขัน โดยเป้าหมายของทุกช่องอยู่ที่การแย่งชิงผู้ชมจากช่อง 3 และช่อง 7 ซึ่งมีสัดส่วนเม็ดเงินโฆษณา 2 ช่องรวมกันประมาณ 68,000 ล้านบาท แต่ผลสรุปของครึ่งปีแรก 2558 คือผู้ประกอบการหลายช่องขาดทุน (ฉลองศักดิ์ สุขใจธรรม, 2558)

จากสถานการณ์การขาดทุนของโทรทัศน์ดิจิทัลส่งผลให้ช่องไทยทีวีและช่อง LOCA ภายใต้การควบคุมของคุณพันธุทิพา ศกุนต์ไชยหรือดีมีทีวีพูลจอดำ นั่นคือยุติการออกอากาศด้วยการไม่จ่ายค่าสัมปทานทีวีดิจิทัลงวดที่ 2 และออกมายอมรับถึงผลการดำเนินงานที่ขาดทุน (ไทยรัฐออนไลน์, 2558) ในปีเดียวกันนั้นเองบริษัท Grammy ได้ขายหุ้นธุรกิจ Event และขายธุรกิจกล่องทีวีดาวเทียม รวมถึงขายธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อระดมทุนหนุนช่อง ONE และช่อง GMM Channel ด้านบริษัท RS ก็ได้ขายหุ้น 9% ให้กับกลุ่ม King Power เพื่อเป็นทุนขับเคลื่อนช่อง 8 ต่อไป (ฉลองศักดิ์ สุขใจธรรม, 2558) ส่วนสถานการณ์ของช่องอื่นๆ ที่ทำได้ง่ายและทำได้ทันทีคือการลดจำนวนบุคลากรลงเพื่อเป็นการลดต้นทุน สถานการณ์วิกฤตสื่อไม่ได้มีเฉพาะกลุ่มโทรทัศน์ดิจิทัล จากรายงานสถานการณ์สื่อมวลชนประจำปี 2560 ของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ยังมีรายงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ว่าเมื่อต้นปี 2559 นิตยสารอิมเมจได้ประกาศปิดตัวลงและตามมาด้วยสื่อสิ่งพิมพ์อื่นอีกที่ทยอยปิดตัวลงในปี 2559-2560 เพราะประสบปัญหาขาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลหรือเรียกกันว่า Digital Disruption อาทิ นิตยสารสกุลไทย นิตยสารพลอยแถมเพชร หนังสือพิมพ์บ้านเมือง นิตยสารดิฉัน นิตยสารขวัญเรือน และ

นิตยสารคู่สร้างคู่สม เป็นต้น นับว่าปี 2560 เป็นปีที่สื่อมวลชนไทยล้มลุกคลุกคลานจากผลกระทบที่ผู้อ่านเปลี่ยนไปเสพสื่อออนไลน์อย่างเห็นได้ชัด (สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2560)

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลหรือ Digital Disruption หมายถึง สภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดมาจากเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ (จุมพล รอดคำดี, 2561) นวัตกรรมใหม่หรือรูปแบบธุรกิจใหม่เหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิม เช่น โทรศัพท์มือถือถือทำให้คนดูโทรทัศน์ลดลง บริการของ Netflix ทำให้คนไปชมภาพยนตร์ในโรงลดลง ซึ่งปรากฏการณ์นี้ วราภรณ์ สามโกเศศ (2559) อธิบายว่า Disrupt หมายถึง ชัดขวาง กีดขวาง หรือเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง เปลี่ยนไปจากสถานะที่ดำรงอยู่ ส่วน Disruptive Technologies หมายถึง เทคโนโลยีที่ทำให้หลายสิ่งเปลี่ยนแปลงไปจากที่เคยเป็นอยู่และกระทบต่อการทำมาหากิน ธุรกิจ และการดำเนินชีวิตของผู้คน โดยในปี ค.ศ.1908 รถยนต์ Ford Model T ได้ออกสู่ตลาดในราคาที่ถูกลงและใช้งานได้ดีทำให้รถรุ่นนี้เข้ามาแทนที่รถม้า (วราภรณ์ สามโกเศศ, Internet, 2561)

McKinsey Global Institute (อ้างอิงในวราภรณ์ สามโกเศศ, Internet, 2561) ประมวลไว้ว่า เทคโนโลยีที่ทำให้หลายสิ่งเปลี่ยนแปลง (Disruptive Technologies) มี 12 เรื่องดังนี้

1. Mobile internet คือเครื่องมือสื่อสารที่ใช้อินเทอร์เน็ต จะสามารถตรวจโรคระยะไกล วัดความดัน ตรวจน้ำตาลในเลือดได้ และจะสามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตได้
2. Automation of knowledge work คือซอฟต์แวร์ที่ “ฉลาด” สามารถคิดวิเคราะห์ได้จากข้อมูลที่ใส่เข้าไป
3. Internet of Things (IOT) คือการให้ IP address แก่สิ่งที่ศึกษาเพื่อส่งข้อมูลสื่อสาร เช่น การศึกษาคุณภาพของดินทำให้รู้ว่าควรปลูกอะไร
4. Advanced robotics คือหุ่นยนต์ที่สามารถทำงานแทนคนได้อย่างแม่นยำและในที่เสี่ยงอันตราย
5. Cloud technology คือเทคโนโลยีเก็บข้อมูลและซอฟต์แวร์รวมไว้เพื่อใช้งาน ช่วยธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้โดยไม่ต้องลงทุนระบบคอมพิวเตอร์ข้อมูล
6. Autonomous vehicles คือเทคโนโลยี drones เพื่อการเก็บข้อมูลต่างๆ
7. Next-generation genomics คือเทคโนโลยีปรับปรุงพัฒนายีนส์เพื่อรักษาโรค
8. Next-generation storage คือเทคโนโลยีเก็บไฟฟ้าและพลังงาน เช่น แบตเตอรี่ลิเทียม หรือระบบไฮบริดที่ใช้กับรถยนต์
9. 3Dprinting คือการพิมพ์ระบบ 3 มิติ ซึ่งสามารถใช้ในการแพทย์
10. Advanced materials คือการผลิตวัสดุใหม่ๆ เช่น การทำความสะอาดตัวเอง การคืนสภาพเดิม หรือสารตัวนำไฟฟ้า
11. Advanced oil and gas exploration and recovery คือเทคโนโลยีในการบุกเบิกค้นหา น้ำมันและก๊าซ

12. Renewable electricity คือเทคโนโลยีผลิตไฟฟ้าจากแหล่งต่างๆ ที่ไม่มีวันหมด เช่น แสงแดด ลม คลื่น เป็นต้น

สำหรับ Disruptive Technologies ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารก็คือ Mobile internet ดังจะเห็นจากปรากฏการณ์สื่อในช่วงปี 2558-2559 สะท้อนให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่เข้าสู่โลกดิจิทัลอย่างเต็มตัว ซึ่งสื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้มากกว่าโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคชาวไทยใช้เวลารับชมวิดีโอคอนเทนต์ผ่านสื่อดิจิทัลมากกว่าสื่อโทรทัศน์ โดยคนไทยใช้เวลาเสฟสื่อออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 4.2 ชั่วโมงต่อวัน ขณะที่ดูโทรทัศน์ 2.6 ชั่วโมงต่อวัน อย่างไรก็ตามพบว่า เนื้อหาที่คนรับชมผ่านสื่อออนไลน์ร้อยละ 80 นั้นคือรายการทีวี นั่นหมายความว่าคนยังคงชมรายการทีวีเพียงแต่เปลี่ยนช่องทางการรับชม (ลลิตเทพ ทรัพย์เมือง, 2559)

ด้านการศึกษาพฤติกรรมผู้รับสารในปัจจุบัน สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้จัดทำโครงการศึกษาแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Audience Measurement) เก็บข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน – พฤศจิกายน 2557 กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศจำนวน 10,000 ครัวเรือน ได้แก่กรุงเทพฯและปริมณฑล 1,200 ครัวเรือน ภาคกลาง 2,900 ครัวเรือน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2,700 ครัวเรือน ภาคเหนือ 1,900 ครัวเรือน และภาคใต้ 1,300 ครัวเรือน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 15,000 คน ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของไทย (Media Consumption) ในส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อออนไลน์ พบว่า สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่ประชาชนใช้ในการเข้าถึงสื่อออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ททีวี หากเป็นสื่อออนไลน์ประเภทภาพเคลื่อนไหวและเสียง จะพบที่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อรับชมหรือรับฟังเป็นส่วนใหญ่ตรงกันข้ามกับการบริโภคสื่อออนไลน์อื่นๆ ที่ประชาชนใช้การเข้าถึงด้วยสมาร์ทโฟนเป็นส่วนมาก และสื่ออื่นๆที่ประชาชนนิยมมากที่สุดคือ Social Network ได้แก่ Facebook, Instagram, Twitter, Line ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ประชาชนเข้าถึงด้วยสมาร์ทโฟนในสัดส่วนที่สูงที่สุดจากบรรดาสื่อออนไลน์ทุกประเภท

โดย Facebook เป็น Social media ที่ประชาชนเข้าถึงผ่านแอปพลิเคชันในแต่ละวันมากที่สุด ร้อยละ 53.37 ของประชาชนทั่วประเทศ สำหรับช่วงเวลาที่ประชาชนเปิดรับสื่อออนไลน์สูงสุด คือช่วง Prime-time 18.01-23.00 น. ประชาชนจะใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ลดลง และหันไปรับชมละครไทยออนไลน์และสื่อวิทยุออนไลน์ นอกจากนี้ยังพบว่า การชมรายการโทรทัศน์ไทยออนไลน์ (รายการอื่นๆที่ไม่ใช่ละคร) นั้น จะมีผู้ชมจำนวนสูงขึ้นหลังจากละครจบแล้ว แสดงให้เห็นว่าคนที่ไม่ได้ชมรายการโทรทัศน์ทางหน้าจอโทรทัศน์จะเลือกทำกิจกรรมอย่างอื่นทดแทน เช่น การฟังเพลง หรือการเล่น Social Network และการเปิดรับสื่อออนไลน์ลดลงตั้งแต่ช่วง 23.01-04.59 น. อย่างไรก็ตามผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ประชาชนยังต้องการรับชมเนื้อหารายการที่หลากหลาย และประชาชนเข้าถึงด้วยเว็บไซต์เพราะ

สะดวกกว่าแอปพลิเคชัน เนื่องจากเว็บไซต์หนึ่งสามารถเชื่อมโยงไปแหล่งข้อมูลอื่นได้มากกว่า 1 แหล่ง (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

สถานการณ์สื่อมวลชนในโลกยุคใหม่จึงเปลี่ยนไปตามแนวโน้มของโลกเทคโนโลยีในปัจจุบัน กล่าวคือเมื่อสื่อสิ่งพิมพ์กำลังจะหมดไป สื่อออนไลน์ก็เข้ามามีอิทธิพลแทนที่ โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดีย เพราะเป็นการสื่อสารสองทางสามารถโต้ตอบไปมากับผู้รับสาร นำเสนอข่าวสารได้เร็วที่สุดและเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างจำเพาะเจาะจง ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงกลายเป็นสื่อที่นำเสนอข่าวสารอย่างผสมผสาน นั่นคือนำเสนอภาษาเขียน ภาษาพูด และนำเสนอภาพและเสียงแบบเดียวกับโทรทัศน์ ทำให้ผู้รับสารจากสื่อออนไลน์สามารถอ่านเนื้อหาและรับชมได้พร้อมๆ กัน สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อหลักอื่นหากต้องการอยู่รอดก็ต้องนำเสนอข่าวสารอย่างฉับไวและมีเนื้อหาลุ่มลึก ซึ่งล้วนต้องมาจากบุคลากรด้านข่าวที่มีคุณภาพนั่นเอง (พีร์ พงศ์พิพัฒน์พันธุ์, 2559)

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือพัฒนาไปสู่การหลอมรวมอุปกรณ์หลายชนิดตั้งแต่คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ เครื่องเล่นเกม ระบบอินเทอร์เน็ตเข้าไปอยู่ในโทรศัพท์มือถือเครื่องเล็กๆ เครื่องเดียว (Smart phone) และยังมีราคาถูกลงจนผู้คนทั่วไปสามารถเป็นเจ้าของได้ ปรากฏการณ์เหล่านี้เองที่ส่งผลให้ประชาชนทั่วไปที่มีโทรศัพท์มือถือแบบ smart phone สามารถที่จะสื่อสารได้มากกว่าเสียงและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้กว้างไกลจนเรียกได้ว่าประชาชนทั่วไปก็สามารถเป็นผู้รายงานเหตุการณ์ต่างๆ ได้ราวกับเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง นั่นคือนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) แม้ในวงการนักข่าวมืออาชีพ (Professional Journalist) ก็ยังมีการใช้โทรศัพท์มือถือแบบ smart phone ในการรายงานข่าว (มานะ ตรีรายภิวัฒน์, 2553) เนื่องจากสามารถถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและส่งได้หลากหลายช่องทางตั้งแต่ส่งภาพออกอากาศโทรทัศน์ ส่งเสียงออกอากาศทางวิทยุ โพสต์ภาพทางแอปพลิเคชันต่างๆ หรือรายงานสดผ่านแอปพลิเคชันอย่าง facebook ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ประชาชนนิยมใช้มากที่สุดในสังคมออนไลน์ โดยประชากรโลกในปี 2560 มีจำนวน 7.6 พันล้านคนมีคนใช้ Facebook จำนวน 1.8 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 23.68 (brandbuffe, Internet, 2560) สำหรับในปี 2561 มีประชากรโลกจำนวน 7.593 พันล้านคน โดยมีประชากรจำนวน 4.021 พันล้านคนที่เข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตและเข้าใช้งาน Social Media เป็นประจำมากถึง 3.196 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 42.09 สำหรับ Social Media ที่ประชากรทั่วโลกนิยมใช้อันดับหนึ่งคือ Facebook รองลงมาคือ YouTube ถัดไปคือ Whatsapp (brandbuffe, Internet, 2561)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าปัจจุบันนี้ประชาชนทั่วไปจะสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้แต่ยังคงมีความแตกต่างจากนักข่าวมืออาชีพ เนื่องจากข้อมูลที่ประชาชนรายงานนั้นยังมีความดิบ หมายความว่าไม่มีการวางแผนงานข่าว ไม่ผ่านกระบวนการกลั่นกรอง ไม่รู้เบื้องหน้าเบื้องลึกของข้อมูลมาก่อน และมีการใส่อารมณ์ความคิดเห็นส่วนตัว ซึ่งทั้งหมดนี้คือลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่ไม่น่าเชื่อถือนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจุมพล รอดคำดีประธานกรรมการบริหารสถานีโทรทัศน์ ThaiPBS โดยอธิบายไว้ว่าสิ่งที่สื่อใน social media ไม่มีคือความเป็นมืออาชีพ (professional) ปัจจุบันประชาชนทั่วไปรายงานข้อมูล

ข่าวสารผ่านสื่อ social media หรือบางครั้งสื่อมวลชนเองก็นำเอาเรื่องใน social media มารายงาน ซึ่งเป็นปัญหาด้านคุณภาพของเนื้อหาอย่างมากเพราะมันขาดความน่าเชื่อถือ ส่วนสื่อมวลชนหลักหากต้องการจะอยู่รอด ก็ต้องคงความน่าเชื่อถือและความเป็นมืออาชีพ นั่นคือ ความลึกของประเด็น มุมมองที่กว้างขึ้น สถิติ ข้อมูล หลักฐานที่น่าเชื่อถือ ผู้รับสารต้องเกิดสติปัญญา ชาวต้องเป็นยิ่งกว่าชาว (จุมพล รอดคำดี, 2561)

สำหรับนักข่าวที่ใช้เฉพาะโทรศัพท์มือถือในการรายงานข่าว จะเรียกว่า “นักข่าวมือถือ” หรือ Mojo ย่อมาจากคำว่า Mobile Journalist มีลักษณะเป็นนักข่าวสายพันธุ์ใหม่สามารถลงพื้นที่ทำงานข่าว จนจบกระบวนการสื่อข่าวได้เพียงคนเดียวซึ่งแตกต่างจากนักข่าวมืออาชีพแบบดั้งเดิมที่จะต้องทำงานเป็นทีมไม่น้อยกว่า 3 คน การทำงานของนักข่าวมือถือ จะใช้โทรศัพท์มือถือแบบ Smart phone ในการถ่ายวิดีโอและบันทึกเสียง จากนั้นใช้ free software โปรแกรมตัดต่อที่ดาวน์โหลดมาตัดต่อข่าวก่อนเผยแพร่ผ่านสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตามช่องทางที่หลากหลายเช่น website, facebook, Instagram เป็นต้น โดยลักษณะของข่าวจะเน้นความดิบ สด ใหม่ และรวดเร็ว ผลกระทบที่ตามมาคือเกิดการแข่งขันดึงผู้ชมระหว่างสื่อดั้งเดิมคือโทรทัศน์กับสื่อใหม่คือสื่อออนไลน์ โดยการพยายามแข่งขันการนำเสนอที่รวดเร็วไปจนถึงกระตุ้นอารมณ์ของผู้ชมนักข่าวที่รายงานข่าวโดยเน้นการสร้างอารมณ์ร่วมของผู้ชมให้เกิดกับข่าวหรือกระตุ้นความรู้สึกของผู้เสพข่าวจะเรียกว่า Emo-Journalist ย่อมาจากคำว่า Emotion Journalist ซึ่งแตกต่างจากนักข่าวมืออาชีพที่มีกรอบความคิดในการนำเสนอข่าวต้องเป็นกลาง เที่ยงตรง เป็นธรรม ไม่แสดงความรู้สึกในการรายงานข่าว แต่ Emotion Journalist ไม่เพียงแต่แสดงอารมณ์ต่อข่าว ยังกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมด้วย และยังกระโดดเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในตัวละครข่าว จนข่าวกลายเป็นเรื่องดราม่า (Drama) นั่นคือข่าวกลายเป็นละครที่มีนักข่าวร่วมเป็นนักแสดงด้วย (มานะ ตรีริยาภิวัฒน์, 2553) นอกจากนี้ยังมี Cinematic Journalist ซึ่งเป็นการรายงานข่าวที่รวมศาสตร์ทางภาพยนตร์กับวารสารศาสตร์เข้าด้วยกันเพื่อพัฒนาการเล่าเรื่องให้เหนือกว่าข่าวที่ปรากฏอยู่ในทุกวันนี้ด้วยการนำเสนอภาพและเสียงที่มีคุณภาพระดับภาพยนตร์ ซึ่งจะส่งผลให้ภาพข่าวธรรมดาเป็นยิ่งกว่าภาพเหตุการณ์ เช่นภาพแผ่นดินไหวก็จะกระตุ้นให้ผู้ชมภาพเหตุการณ์เศร้าสลดใจยิ่งกว่า เนื่องจากการถ่ายภาพแบบภาพยนตร์นั่นเอง ในอนาคตหากมีนักข่าวแบบ Emotion Journalist และ Cinematic Journalist ซึ่งรายงานข่าวเน้นแต่รูปแบบการนำเสนอ โดยไม่เน้นข้อเท็จจริงของข่าว ก็คงจะกระทบไปถึงบทบาทหน้าที่ของนักข่าว รวมถึงจริยธรรมในการรายงานข่าวเช่นกัน (มานะ ตรีริยาภิวัฒน์, 2553)

ในแง่ของบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน Wright (1986) ระบุว่าสื่อมวลชนมีหน้าที่หลักอยู่ 4 ประการคือ ประการแรกหน้าที่ระแวดระวังภัยให้แก่สังคมโดยการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ประการที่สองคือหน้าที่ในการเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคมโดยการตัดเลือกข้อมูลข่าวสาร วิเคราะห์และตีความ ประการที่สามคือหน้าที่ในการขัดเกลาทางสังคมโดยการให้ความรู้ใหม่ ขยายความคิด สร้างการเรียนรู้แก่คนในสังคม และประการที่สี่คือหน้าที่ในการให้ความบันเทิงโดยการผ่อนคลายความตึงเครียดให้คนในสังคม (Baran and Davis, 1955)

แม้ว่าทุกวันนี้ประชาชนจะรับข้อมูลข่าวสารหลากหลายช่องทางทั้งจากวิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ รวมถึงประชาชนไม่ได้เป็นผู้รับสารฝ่ายเดียวแต่ยังเป็นผู้ส่งต่อข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสื่อต่างๆ ด้วย ดังนั้นการเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการสร้างวาทกรรมที่มีเนื้อหาทั้งภาพ ข้อความ และเสียง บรรยายที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ความเกลียดชัง ความขัดแย้งในสังคมจึงถูกส่งต่อผ่านการกดไลค์ (Like) กดแชร์ (Share) หรือการส่งต่อลิงค์ข้อความให้ผู้อื่น (Link) เกิดการส่งต่อความเกลียดชัง การนำเสนอและผลิตซ้ำๆ จนประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารความรุนแรงเกิดความเคยชินจนมองเป็นเรื่องธรรมดา แม้ว่าทุกคนจะมีเสรีภาพในการสื่อสารแต่อย่างไรก็ตามเสรีภาพก็ควรตั้งอยู่บนความรับผิดชอบของทุกคนที่สื่อสารด้วยเช่นกัน โดยสื่อมวลชนและประชาชนผู้ใช้สื่อควรหยุดสร้าง หยุดใช้วาทกรรมสร้างความเกลียดชัง ใช้วิจรรณญาณในการรับข้อมูลข่าวสาร ด้านภาครัฐก็ควรเฝ้าระวังและกำกับดูแลสื่อทุกประเภทให้อยู่ภายใต้กรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพและข้อกฎหมายโดยไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่การผลิตข้อมูลข่าวสารที่คำนึงถึงประโยชน์ต่อผู้รับสารและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยยึดหลักเสรีภาพบนความรับผิดชอบนั่นเอง (สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2557)

นอกจากนี้ Kovach and Rosenstiel (Internet, 2007) อธิบายปัญหาที่ประชาชนเสื่อมศรัทธาในตัวสื่อมวลชนนั้นเนื่องจากสื่อมุ่งเน้นผลกำไรและทำตามนโยบายของเจ้าของทุนมากเกินไป ดังนั้นการที่ประชาชนจะหันกลับมาเชื่อมั่นในตัวสื่ออีกครั้ง สื่อมวลชนต้องกลับมายึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ หลักสำคัญสามประการคือ สื่อมวลชนต้องจงรักภักดีต่อความจริง สื่อมวลชนต้องตรวจสอบความจริง และสื่อมวลชนต้องภักดีต่อพลเมือง โดย Kovach and Rosenstiel ได้ระบุบัญญัติไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. พันธะหน้าที่แรกของการสื่อสารมวลชนคือ การแสวงหาความจริง
2. ความจงรักภักดีอันดับแรกคือ ต้องมีความจงรักภักดีต่อพลเมือง
3. หลักการสำคัญคือ หน้าที่ในการตรวจสอบพิสูจน์ข้อเท็จจริง
4. ต้องดำรงไว้ซึ่งความเป็นอิสระจากผู้บังคับบัญชา
5. ต้องมีอิสระในการตรวจสอบอำนาจต่างๆ
6. ต้องเปิดพื้นที่สำหรับสาธารณชนในการวิพากษ์วิจารณ์และประนีประนอม
7. ต้องมุ่งมั่นในการนำไปสู่ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของสังคม
8. ต้องนำเสนอข่าวสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจและมีสัดส่วนที่เหมาะสม
9. สื่อต้องทำหน้าที่ด้วยความรู้สึกผิดชอบชั่วดี
10. พลเมืองมีสิทธิและความรับผิดชอบเช่นเดียวกันเมื่อตกเป็นข่าว

จากที่กล่าวมาข้างต้นสื่อมวลชนในปัจจุบันจำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือและมีความเป็นมืออาชีพ อันประกอบด้วยคุณลักษณะของข้อมูลที่นำเสนอ มุมมองการวิเคราะห์ที่กว้างหลายแง่มุม สถิติ ข้อมูลหลักฐานที่น่าเชื่อถือ ซึ่งหากสื่อมวลชนสามารถทำเช่นนี้ได้จะส่งผลให้ผู้รับสารเกิดสติปัญญา ในอนาคตประเด็นที่ซับซ้อนและเกี่ยวพันกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะนิ่งเฉยไม่ได้ แต่ต้องหาข้อมูลในเชิงลึก ต้องขยาย

ประเด็น การนำเสนอข่าวต้องเป็นยิ่งกว่าข่าวนั้นคือ องค์ความรู้ที่จะเสนอต่อประชาชน (จุมพล รอดคำดี, 2561)

ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” จึงเป็นเรื่องที่ยังไม่เคยมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างนี้มาก่อนและเป็นหัวข้อที่น่าสนใจในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของกลุ่มผู้เรียนทางด้านสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในอนาคตจะก้าวไปสู่วิชาชีพสื่อสารมวลชนต่อไป

## 2.สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน
2. นักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมการแสวงหาความรู้แตกต่างกัน

## 3.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร

## 4.ขอบเขตของการวิจัย

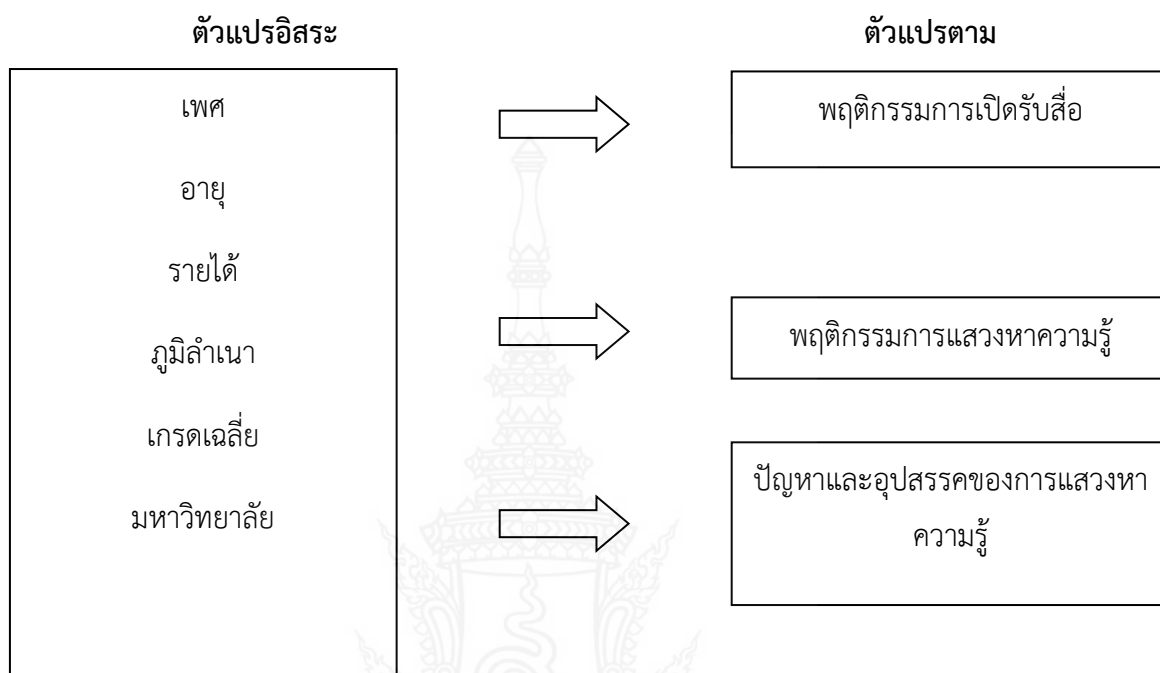
การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

7.1 กลุ่มประชากรในการศึกษา คือ นักศึกษาสื่อสารมวลชน ทุกคณะทุกสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน ของมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่ยังคงสถานภาพศึกษาอยู่ในปี 2561

7.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดกรอบของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของ Krejcie and Morgan ภายหลังจากการทราบจำนวนประชากรทั้งหมด จำนวน 400 คน



## 5.กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 6.วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณใช้ระเบียบวิธีวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพการวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหาพร้อม (Thematic Analysis) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ารวม (Sum) และสถิติไค-สแควร์ (Chi-square:  $X^2$ ) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05 และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

## 7.ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้ผู้วิจัยรู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ผู้วิจัยจะรู้ข้อมูลด้านพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นฐานการแสวงหาความรู้ของนักสื่อสารมวลชนในอนาคต

3. ผู้วิจัยรู้ถึงปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขต กรุงเทพมหานคร

### 8. นิยามศัพท์

สื่อใหม่	หมายถึง	สื่อที่ใช้ช่องทางของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในทุกรูปแบบ ทั้งภาพนิ่ง ตัวอักษร ภาพเคลื่อนไหว เสียง และกราฟฟิก
สื่อบุคคล	หมายถึง	สื่อที่เป็นตัวบุคคลและเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น คนในครอบครัว เพื่อน พนักงานขายสินค้า พระครู ผู้นำความคิดเห็น
สื่อสังคมออนไลน์	หมายถึง	สื่อผสมที่ช่วยให้คอมพิวเตอร์สามารถผสมผสานกันระหว่างข้อความ ข้อมูลตัวเลข ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงไว้ด้วยกัน ตลอดจน การนำเอาระบบโต้ตอบกับผู้ใช้ (Interactive) มาผสมผสานเข้าด้วยกัน เช่น website, application, บริการต่างๆ บนโลกออนไลน์
การเปิดรับสื่อ	หมายถึง	การให้ความสนใจต่อเรื่องราวต่างๆ ผ่านสื่อที่เป็นตัวนำสาร และพฤติกรรมการเปิดรับเรื่องราวหรือข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารทุกประเภท
การแสวงหาความรู้	หมายถึง	ความพยายามให้ถึงความต้องการเพื่อให้ได้ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ต่างๆ
นักศึกษาสื่อสารมวลชน	หมายถึง	นักศึกษาที่เรียนเกี่ยวกับศาสตร์วิชาการด้านการสื่อสารมวลชนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)
  - 1.1 การเปิดรับข่าวสาร
  - 1.2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความรู้
  - 2.1 การแสวงหาความรู้ในยุคสมัยใหม่นิยม (Modernism) และยุคหลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism)
  - 2.2 อิทธิพลของแนวคิดหลังสมัยใหม่นิยมที่มีต่อการแสวงหาความรู้ในสถาบันอุดมศึกษา
  - 2.3 การแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)
3. แนวคิดเกี่ยวกับนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist)
  - 3.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functions of Mass Media)
  - 3.2 นักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)

##### 1.1 การเปิดรับข่าวสาร

การที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารได้นั้น ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้รับสาร และความน่าสนใจของตัวเนื้อหาข่าวสารด้วย วิลเบอร์ ชรัมม์ (Schramm, 1971: 350 อ้างถึงใน ศิริพร นันทาคำ, 2551:

4-5) อธิบายว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มากจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสาร ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ และพฤติกรรมตามที่คุณส่งสารต้องการ

โดยผู้รับสารแต่ละคนจะมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากพื้นฐาน 4 ประการคือ ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง และลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ความเหงา บุคคลจะเปิดรับสื่อเมื่อบุคคลอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นในสังคมได้ ดังนั้นบุคคลที่รู้สึกเหงาจึงเลือกอยู่กับสื่อ โดยเฉพาะสื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้และบางครั้งสำหรับบางคนสื่อมวลชนถูกเลือกมากกว่าบุคคล เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคม

2. ความอยากรู้อยากเห็น บุคคลจะมีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ อยู่ตามธรรมชาติ สื่อทุกสื่อจึงถือเอาจุดนี้เป็นสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเฉพาะสื่อมวลชน โดยอาจเริ่มเสนอสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่รอบตัว หรือสิ่งที่มีผลกระทบต่อบุคคลผู้รับข่าวสาร

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง บุคคลจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารและใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ หรือบุคคลอาจใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมให้ตนเองมีความรู้ สะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิง โดยบุคคลจะเลือกสื่อที่ให้ตนเองใช้ความพยายามน้อยที่สุดแต่ได้ผลตอบแทนที่ดีที่สุด

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง ลักษณะของสื่อมีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ หรือผู้รับสารเองอาจมีอุปสรรคในการเปิดรับสื่อบางอย่าง เช่น คนไม่รู้หนังสือก็จะไม่เลือกเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (ศิริพร นันตา คำ, 2551: 4-5)

นอกจากนี้การที่ผู้รับสารแต่ละคนจะเลือกเปิดรับสื่อชนิดใด ก็อาจจะขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนด้วย ซึ่งยูพา สุภากุล (2534: 124-125) ได้อธิบายเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับสื่อดังนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก เช่น ประชาชนในชนบทจะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นหลัก เพราะสามารถจัดหาเครื่องรับวิทยุได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ

2. การเลือกสื่อที่ตนเองสะดวกและนิยม (Convenience Preferences) ผู้รับสารสามารถเลือกสื่อได้ตามที่ตนเองสะดวกทั้งด้านหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และสื่อบุคคล เป็นต้น

3. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อที่ตนเองเคยรับอยู่ เช่น บุคคลที่อายุมากเคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักจะไม่ค่อยสนใจสื่อชนิดอื่น

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อมีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือสามารถให้รายละเอียดของข่าวสารได้ดีกว่าสื่อ

อื่น หรือโทรทัศน์สามารถให้ข้อมูลได้ทั้งภาพและเสียงสร้างการรับรู้ และความน่าสนใจได้ดีกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

5. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับตน (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตนเอง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับ การเปิดรับสื่อมวลชนด้วย (Mass Media Exposure)

ปัจจุบันประชาชนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมแสวงหา ข่าวสารจากหลากหลายแหล่งข้อมูล สื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลหนึ่งซึ่งนับเป็นที่พึ่งของประชาชนเพราะ นอกจากประชาชนจะใช้ประโยชน์จากการติดตามข้อมูลข่าวสารแล้วยังสามารถใช้ข่าวสาร สารระ บทความ บทวิเคราะห์ และข้อคิดต่างๆ จากสื่อมวลชนมาเป็นแนวทางในการคิดและตัดสินใจในการใช้ชีวิตในปัจจุบันด้วย ดังจะเห็นได้ชัดในแง่ของเศรษฐกิจซึ่งสื่อมวลชนช่วยให้ผู้รับสารมองเห็นภาพเศรษฐกิจที่ชัดเจนขึ้น จนนำไปสู่การขยายตลาดสำหรับสินค้า สื่อมวลชนที่ทันสมัยจึงมีอิทธิพลมากต่อการพัฒนา ประเทศ (Russet และคณะ, 1964 อ้างถึงในลัดดา โปษยะพิสิษฐ์, 2545: 4)

#### 1.2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารเป็นพฤติกรรมสื่อสารอย่างหนึ่งที่จัดอยู่ในกลุ่มการเปิดรับสื่อ โดยการเปิดรับข่าวสารเบคเกอร์ (Becker, 1983: 80) ได้อธิบายโดยจำแนกออกเป็น 3 ประการดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeks) บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อมีความต้องการเพื่อให้ คล้ายคลึงกับบุคคลอื่นๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่วไป

2. การรับทราบข้อมูล (Information Receptivity) บุคคลต้องการรับทราบข้อมูลที่ตนเอง สนใจใคร่รู้ หรือเมื่อเผชิญกับเหตุการณ์ต่างๆ เช่น เปิดดูรายการโทรทัศน์เฉพาะที่ตนเองสนใจหรือดู รายการที่มีผู้อื่นแนะนำ หรือการอ่านข่าวเพื่อช่วยให้ตนเองมีข้อมูลในการตัดสินใจหรือสนทนากับผู้อื่น ตลอดจนเมื่อมีเหตุการณ์หรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเอง บุคคลก็จะให้ความสนใจดูหรือเปิดรับข้อมูล เป็นพิเศษ

3. การรับทราบประสบการณ์ (Experience Receptivity) บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการ กระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด เช่น การพักผ่อนเพื่อจะได้ไม่ต้องคิดถึงสิ่งอื่น โดยการอ่านหนังสือพิมพ์ การดูรายการ โทรทัศน์ การฟังวิทยุเพื่อแทนการทำการกิจกรรมอื่นๆ พฤติกรรมนี้คือการเปิดรับข่าวสารโดยไม่ได้ต้องการ ข้อมูลใดๆ แต่ข่าวสารจะกลายเป็นประสบการณ์ของบุคคลนั้น

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน แมคคอมส์และเบคเกอร์ อธิบายว่า บุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง 6 ประการ ดังนี้ (McCombs and Becker, 1979: 51)

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกต เหตุการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้ตนเองรู้เท่าทันเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรจะได้ รับรู้

2. เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisions) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์รอบๆ ตัว

3. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยสนทนา (Discussions) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participating) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีส่วนร่วมในการรับรู้เหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว

5. เพื่อช่วยเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

นอกจากปัจจัยข้างต้นที่กล่าวมาแล้ว การเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลก็มีความสำคัญด้วย กล่าวคือ ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกันนั่นเอง ซึ่งกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารนี้เรียกว่า กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งเป็นกระบวนการกลั่นกรองข่าวสารของมนุษย์ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้ (دنุพล อุ๋นจินตามณี, 2545: 25-26)

1. การเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure or Selective Attention) บุคคลจะเลือกสนใจหรือเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่หลายๆ แหล่ง ด้วยการแสวงหาตามความคิดเห็นหรือความสนใจที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมของตนเองที่มีอยู่ก่อน ในขณะที่เดียวกันก็จะพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเดิมของตนเอง เนื่องจากการที่บุคคลได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมจะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจเกิดขึ้น ซึ่งนอกจากทัศนคติแล้วยังมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ สถานภาพทางสังคม การศึกษา อาชีพ ความเชื่อ อุดมการณ์และประสบการณ์เป็นตัวกำหนดการเลือกเปิดรับข่าวสารด้วย

2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) บุคคลแต่ละคนจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารชนิดเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนได้ไม่เหมือนกัน โดยจะเลือกรับรู้และตีความตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะอารมณ์ในขณะนั้น บางครั้งอาจบิดเบือนข่าวสารให้ไปในทิศทางที่ตนเองต้องการเพื่อให้สอดคล้องกับความคิดของตนเอง สรุปแล้วบุคคลที่รับข่าวสารเดียวกันจะรับรู้ได้ต่างกันและตีความข่าวสารนั้นแตกต่างกันไป

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง โดยความพร้อมในการจดจำสารมักเกิดขึ้นเมื่อบุคคลให้ความสนใจและพร้อมที่จะเข้าใจ ในขณะเดียวกันบุคคลก็จะลืมข่าวสารในส่วนที่ไม่สนใจที่จะรับรู้หรือไม่เห็นด้วยกับข่าวสารนั้น

จะเห็นได้ว่ากระบวนการที่บุคคลจะเลือกรับข้อมูลข่าวสารนั้น บุคคลอาจปฏิเสธข่าวสารตั้งแต่แรก คือ ไม่เลือกอ่าน ไม่ฟัง ไม่ดู สำหรับกรณีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารได้ บุคคลก็ยิ่งพยายามที่จะสนใจเฉพาะเนื้อหาบางส่วนที่ตนเองสนใจ รวมถึงเลือกตีความให้สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ดังนั้นสื่อที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันมีแรงจูงใจผู้รับสารต่างกันก็ย่อมจะมีผลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของประชาชนในระดับที่ต่างกันด้วย นอกจากการเลือกเปิดรับแล้วบุคคลก็ยังเลือกรับรู้และเลือกจดจำ

## 2.แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความรู้

### 2.1 การแสวงหาความรู้ในยุคสมัยใหม่นิยม (Modernism) และยุคหลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism)

แนวคิดยุคสมัยใหม่ (Modernism) ของเฟรดริช นิทเซ (Friedrich Wilhelm Nietzsche) อธิบายว่า ชีวิตคือเจตจำนงไปสู่ความมีอำนาจ (will to power) เพื่อความเป็นยอดมนุษย์ (over man or superman) โดยการแข่งขันกันเพื่อให้มีอำนาจเหนือกว่าหรือยิ่งใหญ่กว่าคนอื่น เก่งกว่าคนอื่น เจตจำนงที่จะมีอำนาจนี้จึงผลักดันทุกอย่างทั้งด้านความประพฤติและการตีคุณค่าและความหมายของมนุษย์ด้วย สำหรับคนที่จะมีอำนาจตามแนวคิดยุคสมัยใหม่นี้จึงต้องเป็นคนที่ไม่ธรรมดา กล่าวคือต้องเป็นคนที่ต้องเหนือกว่าคนอื่น ดีกว่าคนอื่นนั่นเอง ในแง่ของการเมืองการนำประชาธิปไตยแบบตะวันตกมาปรับใช้ในสังคมไทย จึงส่งผลให้คนในสังคมกลายเป็นคนที่มีศีลธรรมแบบทาสที่มองเห็นแต่ความดีและมุ่งนำเสนอความดีเฉพาะของตนเองและพวกพ้อง แต่ถูกเกียรติและความดีของผู้อื่น ที่ไม่ใช่ตนเองและไม่ใช่ว่าพวกของตนเอง รัฐสมัยใหม่จึงมีการจัดการแบบไร้ศีลธรรมอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยอำนาจจากศีลธรรมและกฎหมายเป็นคำสั่ง และรัฐผูกขาดความชอบธรรม ดังจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของรัฐสมัยใหม่คือ ตำรวจ กฎหมาย การลงโทษ ชนชั้น การค้าและครอบครัว การแสดงออกภายนอก การทำสงคราม การรุกราน และการลงโทษ ประชาธิปไตยเสรีนิยมแบบมีตัวแทนและรัฐธรรมนูญเป็นเพียงรูปแบบการปกครองที่เสื่อมถอย ใช้มายาคติภายใต้เงื่อนไขของกาลและเทศะเพื่อหาทางออกให้กับการขัดแย้งเท่านั้นเอง การเมืองยุคสมัยใหม่จึงมองเห็นแค่เชิงปริมาณแต่ไม่เห็นเชิงคุณภาพ นอกจากเฟรดริช นิทเซแล้วยังมีนักทฤษฎีอย่างริทเซอร์ (Ritzer) ที่ได้อธิบายปรากฏการณ์นี้ด้วยคำว่า Mcdonalization กล่าวคือร้านค้าต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวแทนของกระบวนการที่ศรัทธาผลนิยม โดยดูได้จาก 4 มิติคือ ความมีประสิทธิภาพ การคาดคะเนได้ เน้นการผลิตจำนวนมาก และการใช้สูตรสำเร็จในการปรุงโดยไม่มีพ่อครัว ซึ่งนั่นคือยุคสมัยใหม่ที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพนั่นเอง (วรภูริ มูลสิน, 2556: 1-4)

สำหรับแนวคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) โจเซฟ ฮัดนอท (Joseph Hudnot) ได้เขียนไว้ในหนังสือ Architecture and the Spirit of Man (1949) ซึ่งคำว่าหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) นั้นจะบ่งบอกถึงการต่อต้านแนวคิดสมัยใหม่ (Modernism) นักทฤษฎีเชื่อว่าการเปลี่ยนจากแนวคิดสมัยใหม่ไปสู่แนวคิดหลังสมัยใหม่จะบ่งบอกถึง “สำนึก” ที่ตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงในสังคมและระเบียบใหม่ทางเศรษฐกิจ บรรษัทข้ามชาติที่ได้ก้าวเข้ามาควบคุมวิถีชีวิตด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

และสื่อมวลชนที่ทรงพลัง โดยฌูริ มุลลิน (2556: 5) ให้ความหมายว่า หลังสมัยใหม่คือความจริงที่เป็นโลกเสมือนกับโลกความจริงที่อยู่คู่กันจนบางครั้งยากจะจำแนกโลกจริงกับโลกเสมือนได้

ลีโอตาร์ด (Lyotard) กล่าวว่าสิ่งที่ทำให้แนวคิดหลังสมัยใหม่โดดเด่นคือ การตั้งคำถามและการพยายามค้นหาคำตอบ เพื่อให้ได้ตัวเลขและสถิติมาอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น แนวคิดหลังสมัยใหม่จึงเป็นความคิด ประสบการณ์และปฏิกริยาที่มีต่อยุคสมัย แสดงออกผ่านทฤษฎีสังคมและศิลปะต่างๆ เป็นสภาวะที่มีลักษณะเฉพาะทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการเมืองที่แตกต่างจากสภาวะทันสมัย (Modernity) ซึ่งให้ความสำคัญต่อความเป็นเหตุผลนิยม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ความเชื่อมั่นในความก้าวหน้าของสังคมมนุษย์ การตายของพระเจ้า และวัฒนธรรมชนชั้นกลาง และลีโอตาร์ดมองเครือข่ายทางสังคมผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศว่าไม่ใช่ความก้าวหน้าแต่วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเหล่านี้เป็นเสมือนกลไกขับเคลื่อนที่เป็นอิสระจากมนุษย์ ไม่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ยิ่งกว่านั้นยังทำให้มนุษย์และสังคมถูกทำให้ไร้เสถียรภาพและไล่ตามกระบวนการส่งสมวัตฤใหม่ๆ ทั้งในเชิงปฏิบัติและในเชิงความคิด ด้านการเมืองหลังสมัยใหม่ ฌาคส์ ร็องซีแยร์ (Jacques Rancier) กล่าวว่าคือการต่อสู้เพื่อปรับเปลี่ยนการแบ่งแยกการรับรู้ทางการเมือง และทำให้คนที่ไม่มีพื้นที่ในการสื่อสารกลับมามีพื้นที่ในการสื่อสาร การไม่เห็นด้วยไม่ใช่เรื่องน่ารังเกียจ ไม่ใช่ความขัดแย้งแต่คือความมีเหตุผลและตรรกะทางการเมือง บทบาทของปัญญาชนจึงไม่ใช่เป็นตัวแทนหรือการพูดแทนประชาชน แต่น่าจะเป็นบทบาทในการช่วยให้ประชาชนพูดเพื่อตัวเอง และสิ่งที่น่ากลัวที่สุดคือ “ฉันทามติ” การที่อำนาจการตัดสินใจของสาธารณะตกไปอยู่ในมือของคนเพียงคนเดียวหรือสมาชิกของสังคมการเมืองกลุ่มเล็กๆ เพียงกลุ่มเดียว ฉันทามติต้องตอบสนองความต้องการของประชาชนในส่วนที่เหมือนๆ กันแต่จะแน่ใจได้อย่างไรว่าฉันทามติไม่ใช่การเปลี่ยนรูปของเผด็จการเสียงข้างมาก และความเจ็บหรือการไม่เห็นด้วยกับเสียงส่วนใหญ่ นั้นรัฐจะนับรวมในรูปแบบใด (วรฌูริ มุลลิน, 2556: 4-13, 56-64) เพื่อให้เข้าใจจุดเด่นและจุดด้อยของแนวคิดสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ในบริบทของการแสวงหาความรู้ความจริง ผู้วิจัยจึงขอสรุปตารางเปรียบเทียบแนวคิดสมัยใหม่นิยมและหลังสมัยใหม่นิยมของอภิภา ปรีชญพทุทธิ (2554) ซึ่งมีฐานมาจากงานของ Hassan (1987) ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแนวคิดสมัยใหม่นิยมและหลังสมัยใหม่นิยม

หน่วยเปรียบเทียบ (Unit of comparison)	สมัยใหม่นิยม (modernism)	หลังสมัยใหม่นิยม (postmodernism)
1.ประเภทของทฤษฎี (type of theory)	ทฤษฎีเนื้อหา (content theory)	ทฤษฎีกระบวนการ (process theory)
2.ปรัชญาความเชื่อเกี่ยวกับความรู้หรือญาณวิทยา (epistemology)	ปฏิฐานนิยม (positivism) ตรรกปฏิฐานนิยม (logical positivism)	ต่อต้านปฏิฐานนิยม (anti-positivism) ต่อต้านตรรกปฏิฐานนิยม (anti-logical positivism)
3.ปรัชญาความเชื่อเกี่ยวกับความ	สัจนิยม (realism)	ต่อต้านสัจนิยม (anti-realism)



หน่วยเปรียบเทียบ (Unit of comparison)	สมัยใหม่นิยม (modernism)	หลังสมัยใหม่นิยม (postmodernism)
จริงหรือภววิทยา (ontology)		
4. หน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis)	สามารถบรรยาย อธิบายและพยากรณ์พฤติกรรมปรากฏการณ์ได้เพียง 1/3 ของทฤษฎีก่อนน้ำแข็งหรือโดยตรงในระดับรู้สำนึก (consciousness level)	สามารถบรรยาย อธิบายและพยากรณ์ปรากฏการณ์และพฤติกรรมทั้ง 3 ระดับคือโดยตรงในระดับจิตสำนึก ระดับโครงสร้าง/จิตใต้สำนึก และระดับวัฒนธรรม/จิตไร้สำนึก (culture/ unconsciousness level)
5. รูปแบบของขบวนการวรรณกรรม ศิลปะและปรัชญา (literacy, arts and philosophy)	รูปแบบโรแมนติกนิยม/สัญลักษณ์นิยม (romanticism/symbolicism)	รูปแบบของศาสตร์ที่หาวิธีแก้ปัญหาโดยใช้จินตนาการ/ดาดาเนียม (pataphysics/dadaism)
6. การเน้นรูปแบบ (form) ความต่อเนื่องและระบบปิด	เน้นรูปแบบ (form) ความต่อเนื่องและระบบปิด	เน้นการต่อต้านรูปแบบ (anti-form) มีความไม่ต่อเนื่องและระบบเปิด
7. การเน้นวัตถุประสงค์ (purpose)	เน้นวัตถุประสงค์ (purpose)	เน้นการละเล่น (play)
8. การเน้นการออกแบบ (design)	เน้นการออกแบบ (design)	มีการเน้นความบังเอิญ (chance)
9. สายบังคับบัญชา (hierarchy)	เน้นสายบังคับบัญชา (hierarchy)	ไม่เน้นสายบังคับบัญชาหรือเน้นอนาธิปไตย (anarchy)
10. การเน้นความรู้/เหตุผล (mastery/logos)	เน้นความรู้/เหตุผล (mastery/logos)	เน้นการใช้หมดสิ้นทุกวิธีในการแสวงหาความรู้/ความจริง แม้กระทั่งการใช้ความเงียบ (exhaustion silence)
11. การเน้นศิลปวัตถุ/ผลงานที่แล้วเสร็จสมบูรณ์ (art object/finished work)	เน้นศิลปวัตถุหรือผลงานที่แล้วเสร็จสมบูรณ์ (art object/finished work)	เน้นกระบวนการ การปฏิบัติงานหรือเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น (process, performance, happening)
12. การเน้นการแยกผู้ศึกษา/องค์	เน้นการที่ผู้ศึกษาแยกตนเองออก	เน้นการศึกษาวิจัยแบบมีส่วนร่วม

หน่วยเปรียบเทียบ (Unit of comparison)	สมัยใหม่นิยม (modernism)	หลังสมัยใหม่นิยม (postmodernism)
ปราน/อัตตบุคคล (subject) ออกจากสิ่งที่ศึกษา	ห่างจากสิ่งที่ศึกษา (distance) เพื่อให้ได้ความรู้ที่มีความเป็นวัตถุ วิสัยหรือปรนัยและปราศจาก อคติ	(participant observation) ระหว่างผู้วิจัยและสิ่งหรือผู้ที่ถูก วิจัย
13.การเน้นการสร้าง/พยายาม แสวงหาคำอธิบายแบบสรุปรวม รวบยอด (creation / totalization)	เน้นการสร้าง/สรุปรวบยอด ทั้งหมด (creation / totalization)	เน้นการทำลายการสร้างและการ รื้อสร้าง (decreation / deconstruction)
14. การเน้น บทสังเคราะห์ (synthesis)	เน้นบทสังเคราะห์ (synthesis)	เน้นบทแย้ง (antithesis)
15.การเน้นสิ่งที่ปรากฏต่อสายตา (presence)	เน้นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นต่อสายตา (presence)	เน้นสิ่งที่ขาดหายไป (absence)
16.การเน้นความเป็นศูนย์กลาง หรือมาตรฐาน (centering)	เน้นความเป็นศูนย์กลางหรือ มาตรฐาน (centering)	เน้นความแตกกระจาย (dispersal) หรือทำลายความ เป็นศูนย์กลาง (decentering) มาตรฐานลง
17.การเน้นการแบ่งแยก ประเภท/ชนิด/จำพวก/พรมแดน (genre / boundary)	เน้นการแบ่งแยกประเภท/ชนิด/ จำพวก/พรมแดน (genre / boundary)	เน้นตัวบท/สหบท (text / intertext)
18.การเน้นการศึกษาความหมาย ของภาษาหรือการใช้ภาษาให้ ถูกต้อง (semantics)	เน้นการศึกษาความหมายของ ภาษาหรือการใช้ภาษาให้ถูกต้อง (semantics)	เน้นการใช้โวหาร (rhetoric)
19.การเน้นพาราไดม์หรือ กระบวนทัศน์ (paradigm)	เน้นพาราไดม์หรือกระบวนทัศน์ (paradigm)	เน้นการสร้างประโยค (syntagm)
20.การเน้นกฎความสัมพันธ์ ระหว่างเหตุและผล (hypotaxis)	เน้นกฎความสัมพันธ์ระหว่างเหตุ และผล (hypotaxis)	เน้นกฎแห่งความใกล้เคียงกัน (parataxis)
21.การเน้นอุปมาอุปมัย (metaphor)	เน้นอุปมาอุปมัย (metaphor)	เน้นนามนัย (metonymy) คือ การใช้ลักษณะเด่นในบางส่วน ของสิ่งหนึ่งเป็นสัญลักษณ์ในการ เรียกแทนสิ่งอื่นๆ ทั้งหมด

หน่วยเปรียบเทียบ (Unit of comparison)	สมัยใหม่นิยม (modernism)	หลังสมัยใหม่นิยม (postmodernism)
22.การเน้นการคัดสรร/จำแนกประเภท (selection / classification)	เน้นการคัดสรร/จำแนกประเภท (selection / classification)	เน้นการนำสิ่งต่างๆ มารวมกัน (combination)
23.การเน้นรากเหง้า/ความลุ่มลึก (root / depth)	เน้นรากเหง้า/ความลุ่มลึก (root / depth)	เน้นการแตกหน่อ/พื้นผิว (rhizome / surface)
24.การเน้นการตีความ/การอ่าน (interpretation / reading)	เน้นการตีความ/การอ่าน (interpretation / reading)	เน้นการต่อต้าน/การตีความ (against interpretation / misreading)
25.การเน้นความหมายสัญลักษณ์หรือปัจจัยที่ถูกให้ความหมาย (signified)	เน้นความหมายสัญลักษณ์หรือปัจจัยที่ถูกให้ความหมาย (signified)	เน้นรูปสัญลักษณ์หรือปัจจัยที่ให้ความหมาย (signifier)
26.การเน้นความสำคัญแก่ผู้เขียน (lisible/readerly) หรือผู้อ่าน (scriptable writerly)	เน้นความสำคัญของผู้เขียน (lisible/readerly)	เน้นความสำคัญของผู้อ่าน (scriptable writerly) ตัวบทและสหบท (text and intertext)
27.การเน้นการพรรณนาหรือเล่าประวัติศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่ (narrative/ grand histoire)	เน้นการพรรณนาหรือเล่าประวัติศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่ (narrative/ grand histoire)	เน้นต่อต้านการพรรณนา/เน้นเรื่องเล็กๆ ในประวัติศาสตร์ (anti/narrative histoire)
28.การเน้นรหัสหลัก (master code)	เน้นรหัสหลัก (master code)	เน้นลักษณะเฉพาะตัวของการใช้ภาษาของแต่ละคน (idiolect)
29.การเน้นอาการ (symptom)	เน้นอาการ (symptom)	เน้นความปรารถนา (desire)
30.การเน้นการแบ่งแยกเพศตามลักษณะทางชีวภาพ/อวัยวะสืบพันธุ์ (genital) และให้ความสำคัญกับองคชาติ (phallic)	แบ่งแยกเพศตามลักษณะทางชีวภาพ/อวัยวะสืบพันธุ์ (genital) และให้ความสำคัญกับองคชาติ (phallic)	เน้นการเปิดกว้างสำหรับรูปแบบของเพศสภาพ (gender) ที่หลากหลายของแต่ละบุคคล (polymorphous) และลักษณะทางเพศที่เป็นได้ทั้งชายและหญิงในเวลาเดียวกันหรือกระเทย (androgynous)
31.การเน้นรูปแบบ (type)	เน้นรูปแบบ (type)	เน้นการแปลงรูปเปลี่ยนราก (mutant/transformation)
32.การเน้นบ่อเกิด/สาเหตุ	เน้นบ่อเกิด/สาเหตุ	เน้นความแตกต่าง

หน่วยเปรียบเทียบ (Unit of comparison)	สมัยใหม่นิยม (modernism)	หลังสมัยใหม่นิยม (postmodernism)
(origin/cause)	(origin/cause)	(difference)ความหลากหลาย และร่องรอย (trace)
33.การเน้นพระบิดาหรือพระเจ้า (God the Father)	เน้นพระบิดาหรือพระเจ้า (God the Father)	เน้นพระวิญญาณบริสุทธิ์/พระ วิญญาณอันศักดิ์สิทธิ์ (The Holy Ghost)
34. การเน้นอภิปรัชญา (metaphysics)	เน้นอภิปรัชญา (metaphysics)	เน้นการเสียดสี (parody)/ย้อน แย้ง (irony)
35. การเน้นการกำหนดไว้ ล่วงหน้า (determinacy)	เน้นการกำหนดไว้ล่วงหน้า (determinacy)	ไม่สามารถกำหนดหรือตัดสินใจ ล่วงหน้าได้ (indeterminacy)
36. การเน้นความเหนือกว่าหรือ โดดเด่นกว่า (transcendence)	เน้นความเหนือกว่าหรือโดดเด่น กว่า (transcendence)	เน้นสิ่งที่มีอยู่ทุกหนทุกแห่ง ไม่มี อะไรเหนือกว่า/อะไรสามัญ (immanence)
37. การเน้นความหมายตรง (denotation)	เน้นความหมายตรง (denotation)	เน้นความหมายทางอ้อมหรือเป็น นัย (connotation)

ที่มา: Hassan (1987) และติน ปรัชญพฤทธิ (2522) อ้างถึงในอภิภา ปรัชญพฤทธิ, 2554 หน้า 17-23.

## 2.2 อิทธิพลของแนวคิดหลังสมัยนิยมที่มีต่อการแสวงหาความรู้ในสถาบันอุดมศึกษา

การแสวงหาความรู้ (pursuit of knowledge) หรือการวิจัย (research) เป็นบทบาทที่สำคัญของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อการรู้แจ้งที่เน้นการฝึกฝนสติปัญญาด้วยการศึกษาแก่นแกนความรู้ของอารยธรรมตะวันตก ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาจึงมีอิสระในการดำเนินงานและมีเสรีภาพทางวิชาการ (academic freedom) เพื่อพัฒนาภูมิปัญญาชั้นสูงสุด คิดอย่างมีเหตุผล เข้าถึงความจริงอย่างเป็นระบบ อธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ได้ด้วยทฤษฎีและเปลี่ยนแปลงได้ พัฒนาและตรวจสอบได้ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ การแสวงหาความรู้ยังเป็นอิสระนั้นจะช่วยให้นักศึกษาเข้าใจความหมายและค่านิยมของเสรีภาพทางการเมืองด้วย อันได้แก่ เสรีภาพในการคิด การแสดงความคิดเห็นและการตัดสินใจเลือก ดังนั้นการแสวงหาความรู้จึงมีคุณค่าในตัวของมันเองเพราะเปิดโอกาสให้มนุษย์แสดงจินตนาการที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นเสรีชน สำหรับทัศนะของลีโอดาร์ด การแสวงหาความรู้คือกิจกรรมทางปัญญาที่เป็นพลวัต การแสวงหาความรู้ที่สำคัญคือการวิจัยที่เปลี่ยนแปลงความคิดและการปฏิบัติไปในแนวทางที่ไม่อาจทำนายล่วงหน้าได้หรือไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยใช้ความรู้เดิมเพียงเพื่อจุดประกายทางความคิดที่จะนำไปสู่การแสวงหาความรู้ในทิศทางใหม่ แต่สำหรับฟูโกต์อธิบายว่าความรู้และอำนาจมีความสัมพันธ์กันโดยผ่านวาทกรรม เป้าหมายของการแสวงหาความรู้ไม่ใช่เพียงแต่การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการก่อตัวของอัตบุคคลจากวาทกรรมและการผลิตความรู้เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงวิธีคิดและการกระทำ

ต่อตนเองและผู้อื่น นั่นคือการใส่ใจกับเรื่องเสรีภาพในการสืบสวน ประชาธิปไตยและมนุษยธรรมด้วย ส่วน แดร์ริดาสนับสนุนวิธีการแสวงหาความจริงด้วยวิธีการรื้อสร้าง (deconstruction) คือการมองว่าการ แสวงหาความรู้เป็นกิจกรรมสร้างความหมายของภาษาที่แตกต่างไปจากปทัสถาน ผู้แสวงหาความรู้ควรมี บทบาทในการกระทำการเพื่อเปลี่ยนแปลงวาทกรรมของความเป็นจริงทางสังคมด้วย โดยมีข้อสมมติฐาน ว่าความรู้ ความจริงมีอยู่แล้วตามธรรมชาติเพื่อรอการค้นพบ แม้ว่าวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยจะให้ ความสำคัญกับทฤษฎีและการวิจัยพื้นฐานมากกว่าการปฏิบัติและการวิจัยเชิงปฏิบัติการ จึงทำให้ละเลย ธรรมชาติของการแสวงหาความรู้ของศาสตร์ทางวิชาชีพและการวิจัยเชิงประยุกต์ / เชิงปฏิบัติการที่มุ่ง แก้ปัญหาทางการปฏิบัติมากกว่าการอธิบายความจริงและยังละเลยศาสตร์ที่มุ่งแสวงหาความรู้เพื่อการ เปลี่ยนแปลงสังคม ด้วยเหตุนี้อุดมศึกษาจึงพยายามลดข้อจำกัดนี้ด้วยการสนับสนุนการวิจัยแบบสห วิทยาการ (interdisciplinary research) เพื่อให้การแสวงหาความรู้แบบนี้มุ่งเปลี่ยนแปลงความจริงทาง สังคมโดยไม่ถูกจำกัดด้วยข้อสมมติฐาน การวิจัยแบบสหวิทยาการจึงพยายามเปิดโปงข้อสมมติฐานแฝง ของการแสวงหาความรู้เพื่อปลดปล่อยนักศึกษาให้มีอิสระจากการถูกรอบงำด้วยความคิดของสาขาวิชาใด วิชาหนึ่ง (อภิภา ปรัชญพฤทธิ์, 2554 หน้า 215-226)

กล่าวโดยสรุปการแสวงหาความรู้ในสถาบันอุดมศึกษานั้นคือการวิจัยที่ประกอบด้วยสองแนวทาง หลัก แนวทางที่หนึ่งคือ การวิจัยพื้นฐานที่เน้นการแสวงหาความรู้เพื่อการรู้แจ้ง ศึกษาแก่นความรู้อารย ธรรมตะวันตก ใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ช่วยสร้างความรู้ คิดอย่างมีเหตุมีผล ช่วยให้เข้าถึงความ จริงอย่างเป็นระบบตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และแนวทางที่สองคือ กระบวนการสร้างสรรค์ที่ การแสวงหาความรู้หลังสมัยใหม่นิยม อธิบายว่าเป็นกิจกรรมทางปัญญาที่เป็นพลวัต เน้นกระบวนการ มากกว่าผลผลิตจากกิจกรรมการแสวงหาความรู้ เน้นการสร้างสรรค์ความคิดที่ไม่อาจคาดเดาทิศทางได้ ความรู้จึงเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่รวมถึงการเปลี่ยนแปลงวิธีคิดด้วย

นอกจากนี้เทคนิคการเรียน (Study Skills) ก็เป็นสิ่งสำคัญในการแสวงหาความรู้ในการเรียน ระดับมหาวิทยาลัย เนื่องจากนักศึกษาหลายคนค้นพบว่า การเรียนในมหาวิทยาลัยเกี่ยวข้องกับวิธีการใหม่ ของการเรียนรู้และการมีสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วย ในมหาวิทยาลัยผู้เรียนจะถูกคาดหวังและถูกกระตุ้นให้คิด เชิงวิเคราะห์ อภิปรายและโต้แย้งกับผู้ที่มีคุณสมบัติเท่ากันและกับผู้สอน นักศึกษาที่ประสบความสำเร็จได้ คะแนนสูงคือคนที่ศึกษาแหล่งข้อมูลได้อย่างตรงประเด็น คิดอย่างวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อค้นพบของพวกเขา อภิปรายและโต้แย้งจนนำไปสู่การสร้างมุมมองอย่างมีเหตุมีผลได้ ด้วยเทคนิคการเรียนซึ่งประกอบด้วย การฟังบรรยาย (Lectures) การสัมมนา (Seminars) การทำกิจกรรมกลุ่ม (Group and team activities) การเรียนกับผู้สอน (Tutorials) การทำกิจกรรมออนไลน์ (Online activities) การวิจัยอิสระ (Independent research) (Allan and Cook, 2003: 15-16)

### 2.3 การแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

แบบจำลองการแสวงหาข่าวสาร การหลีกเลี่ยงและการจัดการข่าวสาร (Model of seeking, avoiding and processing) ของโดโนฮิวและทีปทอน (Donohew and Tipton, 1973) อ้างถึงในดวงพร

หมวมณี, 2553: 15-17) อธิบายว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่ตรงกับภาพที่เขามีต่อความเป็นจริงหรือความรู้สึกที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพราะรู้ว่าเป็นอันตราย ภาพ (Image) หรือภาพของความจริง (Image of reality) ที่คนมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ส่วนแรกของภาพประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ เป้าหมาย ความเชื่อและความรู้ที่บุคคลมีอยู่ ส่วนที่สองของภาพประกอบด้วยแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self - concept) รวมถึงการประเมินความสามารถของตนเองในการคุมสถานการณ์ต่างๆ และส่วนที่สามของภาพประกอบด้วยรูปแบบของการใช้ข่าวสาร (Information - using set) ซึ่งควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในการแสวงหาข่าวสารและการจัดการข่าวสาร (Seeking and processing information)

การแสวงหาข่าวสารบุคคลจะมีวิธีการหรือกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือกลยุทธ์ที่ใช้มุมกว้างและมุมแคบ มุมกว้างบุคคลจะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆ เท่าที่เป็นไปได้ ทบทวนแหล่งที่มาที่ไปและตัดสินใจเลือกใช้ข่าวสารจากแหล่งนั้น ส่วนมุมแคบบุคคลจะเลือกแหล่งสารเพียงแหล่งเดียวและใช้เป็นฐานสำหรับการแสวงหาข่าวสาร โดยกระบวนการแสวงหาข่าวสารของบุคคลเริ่มจากการเปิดรับสิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งอาจน่าสนใจหรือไม่ก็น่าสนใจก็ได้ ต่อมาบุคคลจะเปรียบเทียบระหว่างสิ่งเร้ากับภาพหรือความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ข่าวสารที่คุกคามหรือไม่มีความสำคัญจะถูกทิ้งไปเช่นเดียวกับข่าวสารที่ซ้ำซาก ข่าวสารที่ถูกทิ้งบุคคลจะหยุดการใช้ข่าวสารนั้นแต่ข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องและตรงกับภาพที่บุคคลมีจะถูกนำมาพิจารณาว่าจะจัดการต่อไปหรือไม่ ถ้าไม่ข่าวสารนั้นจะถูกทิ้ง ถ้าใช่ข่าวสารนั้นจะถูกนำมาจัดลำดับความสำคัญ จากนั้นจึงประเมินสถานการณ์และตัดสินใจที่จะแสวงหาหรือหยุดแสวงหา หากคิดว่าข่าวสารมีเพียงพอแล้วก็จะหยุดและนำข่าวสารนั้นไปใช้เลย แต่ถ้าข่าวสารที่ได้รับไม่เพียงพอก็จะแสวงหาข่าวสารต่อไป ถัดไปจึงจะเป็นขั้นตอนของการกำหนดลำดับและแหล่งสารของข่าวสาร โดยแบ่งเป็นเรื่องกว้างหรือเรื่องเฉพาะ ถ้าเป็นเรื่องกว้างก็จะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ถ้าเป็นเรื่องเฉพาะก็จะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งเฉพาะและนำไปประเมินสถานการณ์อีกครั้งหนึ่งว่าจะแสวงหาข่าวสารหรือหยุดแสวงหาข่าวสาร เมื่อนำข่าวสารไปใช้บุคคลจะประเมินการสื่อสารกลับ (feedback) ซึ่งเกิดจากการนำข่าวสารไปใช้และพิจารณาว่ามีประโยชน์เหมาะสมหรือไม่ และสุดท้ายจึงทบทวนภาพที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (revise image) ซึ่งเป็นผลจากการประเมินการสื่อสารกลับของบุคคล (กนกพร ศักดิ์อุดมขจร, 2543: 34)

นอกจากนี้ Krikelas ได้อธิบายว่าการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร คือ การที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสารสนเทศที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความสนใจ หน้าที่ การงานและการเรียนรู้ พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นพบว่าความรู้ที่ตนเองมีอยู่นั้นไม่เพียงพอจึงต้องการแสวงหาเพิ่มเติมนั่นเอง (Krikelas, 1983 อ้างถึงในนฤมล เพิ่มชีวิตและพัชนี เขยจรยา, 2553) โดยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมี 2 ลักษณะดังนี้

#### 1. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยความกระตือรือร้น (Active information search)

บุคคลกลุ่มนี้ต้องการข้อมูลข่าวสารจำนวนมากก่อนการตัดสินใจจึงมักเปิดรับสื่อที่ให้รายละเอียดมากๆ โดยจะมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอแม้ว่าจะไม่อยู่ใน

สถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจแต่จะหาข้อมูลเก็บไว้ รวมถึงจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างเฉพาะเจาะจงเมื่อต้องการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการใดๆ

#### 2. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างไม่กระตือรือร้น (Passive information search)

บุคคลกลุ่มนี้จะไม่ตื่นร้อนที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเลย จึงมักเปิดรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากหรือเสียค่าใช้จ่ายน้อย อาจเพราะว่าไม่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือสามารถหาซื้อมาทดลองใช้ได้ (Assael, 1998 อ้างถึงในนฤมล เพิ่มชีวิตและพัชนี เขยจรรยา, 2553)

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist)

#### 3.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functions of Mass Media)

ซาลส์ ไรท์ (Wright, 1986: 166-167) สรุปบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนโดยอ้างอิงจากแนวคิดของ Harold D. Lasswell (1948) ว่าสื่อมวลชนควรมีบทบาทหน้าที่ 4 ประการและได้เสนอแนวคิดเพิ่มว่าการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้นอาจปรากฏได้ทั้งการทำตามหน้าที่และการทำหน้าที่ที่ผิดพลาดเกินไป (Functions and dysfunctions) ดังนี้

1. การตรวจตราระแวดระวังภัยให้แก่สังคม (Surveillance) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นยามเฝ้าสังคม (watch dog) คอยตรวจตรา ระวังภัยเมื่อมีสิ่งผิดสังเกตก็จะคอยเตือนคอยรายงานให้สังคมรับรู้ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่สังคม แต่ในขณะเดียวกันหากสื่อทำหน้าที่เกินเลยบทบาท (Dysfunction) สื่อก็อาจจะคุกคามความมั่นคงภายในของประเทศ หรืออาจสร้างความโกลาหลได้ นอกจากนี้การให้ความรู้มากก็จะเกิดช่องว่างทางความรู้ในสังคม การพยายามหาข่าวก็อาจจะกลายเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และบางข่าวอาจมีพลังถึงขั้นคุกคามแหล่งข่าว หรือชวนเชื่อได้ว่าเป็นเรื่องจริงทั้งหมด

2. เชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคม (Correlation) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่คัดสรรเรื่องราววิเคราะห์เหตุการณ์ เชื่อมโยงเหตุการณ์ ผสานส่วนต่างๆ ให้สังคมเข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถสร้างความมั่นคงให้สังคมและรักษาความเป็นหนึ่งเดียวทางวัฒนธรรมได้ ส่วนการทำหน้าที่ที่เกินเลยบทบาท (Dysfunction) อาจเป็นการเพิ่มการทำตามอย่างทางสังคม การวิเคราะห์จะลดลง เพิ่มการไม่ตอบโต้ เปลี่ยนเป็นเชิงรับมากขึ้น หรือบางครั้งก็ขัดขวางการเติบโตทางวัฒนธรรม

3. การขัดเกลาทางสังคม (Socialization) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่สังคมประภคิต นั่นคือขัดเกลาคนในสังคมให้เป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคม หรืออีกนัยหนึ่งคือสื่อมวลชนมีหน้าที่ให้ความรู้ การศึกษา และถ่ายทอดวัฒนธรรมด้วย (Education) ส่วนในด้านที่เกินเลยบทบาท (Dysfunction) อาจเกิดสังคมคล้อยตาม บุคลิกภาพเปลี่ยนไป ความหลากหลายของวัฒนธรรมย่อยลดลง

4. ให้ความบันเทิง (Entertainment) โดยสื่อมวลชนมีหน้าที่ให้ความบันเทิงและผ่อนคลายความตึงเครียดให้คนในสังคม ส่วนในด้านที่เกินเลยบทบาท (Dysfunction) อาจทำให้คนหลีกเลี่ยงไปอยู่ใน

จินตนาการมากเกินไป มีความเชื่อในทางเดียวกัน เป็นสังคมเชิงรับและมีรสนิยมไม่ดี หลบเลี่ยงความเป็นจริงของตนเอง ทางด้านจริยธรรมจะอ่อนด้อยลง เกิดวัฒนธรรมที่นิยมไปทางเดียวกัน เรียกว่า popular culture และเกิดมลพิษทางวัฒนธรรมที่เรียกว่า cultural pollution ในที่สุดหากสื่อมวลชนนำเสนอด้านความบันเทิงมากเกินไป (Baran and Davis, 1955: 166-167)

ด้านสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยและสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยได้ออกแถลงการณ์ในวันเสรีภาพสื่อมวลชนโลก 3 พฤษภาคม 2557 เรื่อง “เสรีภาพ...บนความรับผิดชอบ” โดยกล่าวว่าทุกวันนี้ประชาชนจะรับข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทางทั้งจากวิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ รวมถึงประชาชนไม่ได้เป็นผู้รับสารฝ่ายเดียวแต่ยังเป็นผู้ส่งต่อข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสื่อต่างๆ ด้วย ดังนั้นการเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการสร้างวาทกรรมที่มีเนื้อหาทั้งภาพ ข้อความ และเสียงบรรยายที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ความเกลียดชัง ความขัดแย้งในสังคมจึงถูกส่งต่อผ่านการกดไลค์ (Like) กดแชร์ (Share) หรือการส่งต่อลิงค์ข้อความให้ผู้อื่น (Link) เกิดการส่งต่อความเกลียดชัง การนำเสนอและผลิตซ้ำๆ จนประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารความรุนแรงเกิดความเคยชินจนมองเป็นเรื่องธรรมดา แม้ว่าทุกคนจะมีเสรีภาพในการสื่อสารแต่อย่างไรก็ตามเสรีภาพก็ควรตั้งอยู่บนความรับผิดชอบต่อทุกคนที่สื่อสารด้วยเช่นกัน โดยสื่อมวลชนและประชาชนผู้ใช้สื่อควรหยุดสร้าง หยุดใช้วาทกรรมสร้างความเกลียดชัง ใช้วิจารณญาณในการรับข้อมูลข่าวสาร ด้านภาครัฐก็ควรเฝ้าระวังและกำกับดูแลสื่อทุกประเภทให้อยู่ภายใต้กรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพและข้อกฎหมายโดยไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่การผลิตข้อมูลข่าวสารที่คำนึงถึงประโยชน์ต่อผู้รับสารและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยยึดหลักเสรีภาพบนความรับผิดชอบต่อตนเอง (สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยและสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, internet, 2557)

นอกจากนี้ Kovach and Rosenstiel (Internet, 2007) อธิบายปัญหาที่ประชาชนเสื่อมศรัทธาในตัวสื่อมวลชนนั้นเนื่องจากสื่อมุ่งเน้นผลกำไรและทำตามนโยบายของเจ้าของทุนมากเกินไป ดังนั้นการที่ประชาชนจะหันกลับมาเชื่อมั่นในตัวสื่ออีกครั้ง สื่อมวลชนต้องกลับมายึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ หลักสำคัญสามประการคือ สื่อมวลชนต้องจงรักภักดีต่อความจริง สื่อมวลชนต้องตรวจสอบความจริงและสื่อมวลชนต้องภักดีต่อพลเมือง โดย Kovach and Rosenstiel ได้ระบุบัญญัติไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. พันธะหน้าที่แรกของการสื่อสารมวลชนคือ การแสวงหาความจริง
2. ความจงรักภักดีอันดับแรกคือ ต้องมีความจงรักภักดีต่อพลเมือง
3. หลักการสำคัญคือ หน้าที่ในการตรวจสอบพิสูจน์ข้อเท็จจริง
4. ต้องดำรงไว้ซึ่งความเป็นอิสระจากผู้บังคับบัญชา
5. ต้องมีอิสระในการตรวจสอบอำนาจต่างๆ
6. ต้องเปิดพื้นที่สำหรับสาธารณชนในการวิพากษ์วิจารณ์และประนีประนอม
7. ต้องมุ่งมั่นในการนำไปสู่ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของสังคม
8. ต้องนำเสนอข่าวสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจและมีสัดส่วนที่เหมาะสม



9. สื่อต้องทำหน้าที่ด้วยความรู้สึกผิดชอบชั่วดี

10. พลเมืองมีสิทธิและความรับผิดชอบเช่นเดียวกันเมื่อตกเป็นข่าว

### 3.2 นักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist)

นักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist) หรือผู้สื่อข่าวที่ทำงานเชิงข้อมูล โดยรายงานข่าว ซึ่งผนวกรวมเรื่องของตัวเลขที่มีความสำคัญจากแหล่งที่มาของข้อมูลหรืองานวิจัย การประมวลข้อมูลสถิติ แล้วรายงานข่าวหรือเรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bradshaw, Internet, 2010) ข้อมูลของนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลจะมีลักษณะ 4 ประการดังนี้

1. Finding data คือ ข้อมูลที่ได้จากค้นพบ ซึ่งข้อมูลประเภทนี้จะเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ จากการมีองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องชาญเชื่อมกับการใช้คอมพิวเตอร์ในการเป็นผู้ช่วยในทักษะการรายงานข่าวรวมถึงทักษะด้านเทคนิคพิเศษ เช่นการใช้โปรแกรมต่างๆ ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ผู้สื่อข่าวใช้ด้วย

2. Interrogating data คือ ข้อมูลที่ได้จากการซักถาม โดยผู้สื่อข่าวต้องมีความเข้าใจเป็นอย่างดีในภาษาเฉพาะนั้นๆ และเข้าใจบริบทที่แวดล้อมข้อมูลนั้นในแนวกว้างด้วย บวกกับผู้สื่อข่าวใช้สถิติร่วมกับเอกสารจะช่วยประหยัดเวลาในการหาข้อมูล

3. Visualising Data คือ ข้อมูลที่ต้องทำให้เห็นเป็นภาพ ข้อมูลประเภทนี้ในอดีตจะเป็นความรับผิดชอบของผู้ออกแบบสารหรือผู้เข้ารหัสสารนั้นคือผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการนั่นเอง แต่จากการเพิ่มจำนวนขึ้นของผู้คน กองบรรณาธิการซึ่งทำงานเบื้องหลังข่าวได้พยายามในทั้งสองด้านคือ ส่วนหนึ่งขยายความตระหนักรู้ในสิ่งซึ่งเป็นไปได้ และอีกส่วนหนึ่งคือการลดลงของอุปสรรคที่จะทดลองด้วยตัวของพวกเขาเอง

4. Mashing Data คือ ข้อมูลที่คลุกเคล้าผสมกันเป็นเนื้อเดียวกับสารสนเทศอื่นๆ เครื่องมือทางการสื่อสาร เช่น application ManyEyes สามารถใช้เพื่อสร้างภาพจากข้อมูล และ web application อย่าง Yahoo Pipes ซึ่งเป็นเครื่องมือสร้างกราฟิกจากข้อมูลที่หลากหลายได้ เทคโนโลยีทางการสื่อสารเหล่านี้สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานซึ่งได้ถูกสร้างขึ้นและจะช่วยสร้างนักศึกษาด้านสื่อสารมวลชนได้อย่างรวดเร็วและนำไปสู่นักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลต่อไป

สำหรับการจะเริ่มเป็นนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลนั้น คำตอบคือ “เริ่มที่ข้อมูล” แต่ก็มีอีกคำตอบคือ “เริ่มที่คำถาม” Aron Pilhofer ผู้สื่อข่าวจาก The New York Times กล่าวว่านักวารสารศาสตร์ต้องสร้างสมดุลบทบาทของพวกเขาในเรื่องการตอบสนองต่อเหตุการณ์ด้วยบทบาทของสื่อมวลชนด้านการเป็นผู้แสวงหาเรื่องราว โดยเริ่มจากสิ่งเล็กๆ และเริ่มด้วยสิ่งที่คุณรู้แล้วและทำแล้ว และจำไว้เสมอว่าเป้าหมายคือการเป็นนักวารสารศาสตร์ ส่วน Charles Arthur จาก The Guardian กล่าวว่าการค้นหาข้อมูลเรื่องราวจะถูกรายงานได้ดีที่สุดผ่านตัวเลข ขณะที่ Jonathan Richards จาก The Times และ Conrad Quilty Harper จาก The Telegraph ทั้งสองกล่าวว่าจงหาข้อมูลด้วยการลงพื้นที่สื่อข่าวแล้วนำเสนอด้วยแนวคิด (The Guardian, internet, 2010)

นอกจากนี้ สฤณี อาชวานันทกุล ได้กล่าวในงานสัมมนาวิชาการประจำปี 2558 หัวข้อ “สามัญติดิจิทัล: พหุลักษณะของเทคโนโลยีสื่อและข้อมูลในสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัย” โดยกล่าวว่าข่าวอยู่ในข้อมูลไม่ใช่อยู่ในแหล่งข่าว สำหรับหัวข้อ Data Journalism หรือวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลนั้นได้เกิดระบบนิเวศใหม่ของสื่อ หมายถึงชุมชนออนไลน์ที่พูดคุยและขยายเรื่องราวที่สื่อกระแสหลักสร้างและชุมชนออนไลน์เหล่านี้ได้ผลิตสื่อแบบมีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยสื่อกระแสหลักสามารถใช้เนื้อหาของชุมชนเหล่านี้ในการทำข่าวหรือในฐานะแหล่งข่าวซึ่งนับเป็นการตรวจสอบอีกด้านหนึ่ง (Cross check) ซึ่งระบบนิเวศใหม่ของสื่อนี้เกิดจากการเกิดขึ้นของ New Media ซึ่งหมายถึงโทรศัพท์สมาร์ทโฟนนั่นเอง ส่วนคำว่า Data Journalism หรือวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลจะประกอบด้วยสื่อมวลชนบวกกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและประชาชนร่วมกันสร้างฐานข้อมูลข่าวและทำให้เกิดผลผลิตของข่าวเพื่อสร้างระบบการจัดการข้อมูลต่อไป (Data management) ตัวอย่างเช่น การนำจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของพรรคการเมืองในสหรัฐอเมริกากว่า 30,000 ฉบับมาวิเคราะห์หากกลยุทธ์ของพรรค ซึ่งเว็บไซต์ [www.propublica.org](http://www.propublica.org). พบว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องของเงินบริจาค ซึ่งนี่คือการประมวลผลและได้นำเสนอข้อมูลที่ค้นพบออกมาเป็นข่าว Data Journalism หรือวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลจะเกิดขึ้นได้เมื่อสังคมนั้นเกิด Open Data คือการเปิดข้อมูลที่ทุกคนสามารถนำไปใช้ได้โดยอิสระด้วยการให้เครดิต และ Open government คือข้อมูลเปิดโดยรัฐบาลซึ่งหากประกาศเป็นรัฐเปิดก็จะต้องคำนึงถึงเรื่องหลัก 3 ประการนั่นคือ ความโปร่งใส การมีส่วนร่วมของประชาชนและการเพิ่มพลังประชาชนให้มีสิทธิตรวจสอบมากขึ้น (สฤณี อาชวานันทกุล, 2558 อ้างถึงในสรารุณี ทองคำศรี, internet, 2558)

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยงานวิจัยเรื่อง “การยอมรับข้อมูลข่าวสารทางการศึกษาผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” ของอารีรัตน์ ชนะขวัญ พบว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มากที่สุดคือเนื้อหาประเภทสาระบันเทิง และนักศึกษาสนใจรูปแบบการนำเสนอแบบมีมิติมากที่สุดและสิ่งที่นักศึกษาต้องการคือ การเชื่อมโยงติดต่อถึงกันเป็นเครือข่ายของโลก นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษาเห็นด้วยที่อาจารย์ผู้สอนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมด้านการค้นคว้าข้อมูลและศึกษาเพิ่มเติมผ่านอินเทอร์เน็ต (อารีรัตน์ ชนะขวัญ, 2551)

สำหรับด้านพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลของผู้สอนงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศของอาจารย์สาขาวิชาประวัติศาสตร์ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน” พบว่าอาจารย์แสวงหาสารสนเทศเพื่อการสอนและเพื่อติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการ รวมถึงเพื่อการบริการทางวิชาการด้วย โดยแหล่งสารสนเทศมีทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เหตุผลในการเลือกแหล่งสารสนเทศคือเป็นแหล่งที่เข้าถึงได้ง่าย มีความถูกต้องน่าเชื่อถือและเสียค่าใช้จ่ายไม่สูง สำหรับปัญหาพบว่าอาจารย์สาขาวิชาประวัติศาสตร์ประสบปัญหาไม่สะดวกที่จะไปใช้แหล่งสารสนเทศที่อยู่ไกล รองลงมาคือไม่สามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศได้ (วชิราภรณ์ คลังธนบุรณ์, 2547)

ส่วนเรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสารเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย” พบว่าการแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสารด้วย (กรรชรัตน์ หรั่งเพชร, 2542)

นอกจากนี้งานวิจัยของศรีหญิง ศรีศุข เรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” พบว่านักศึกษาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาที่เรียนสาขาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ และการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวมากกว่าสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐมีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในเรื่องอุปกรณ์และสถานที่ และค้นหาข่าวสารจาก Search engine มากกว่าแหล่งข้อมูล www (ศรีหญิง ศรีศุข, 2544)

ด้านการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ความรู้ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร สนทนาประเด็นข่าวสารทางการเมืองกับเพื่อนมากที่สุดและเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อติดตามเหตุการณ์ ข่าวสารทางการเมืองมากที่สุด นอกจากนี้หากข้อมูลข่าวสารไม่ตรงกันนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานครจะเชื่อถือข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาไม่เชื่อถือสื่อใดเลย ถัดไปจะเชื่อถือข้อมูลจากสื่อหนังสือพิมพ์ (อัญชุลี วงษ์บุญงามและดารณี ธีญญูสิริ, 2554)

ในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูล งานวิจัยเรื่อง “ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดบลูฟลาเน็ต พันทิปดอทคอม” พบว่าปัจจัยด้านเพศและการศึกษามีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข่าวสารในเว็บบอร์ดบลูฟลาเน็ต พันทิปดอทคอม โดยเกณฑ์ในการประเมินความน่าเชื่อถือมากที่สุดได้แก่ ความทันสมัย ความเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น และความเป็นกลางปราศจากอคติ (ชาตินพคุณ วิไลวรรณ, 2552)

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

#### 1. ส่วนของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ประชากรเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักศึกษาสื่อสารมวลชนทุกสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนที่กำลังศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 33 แห่ง (Wikipedia, Internet, 2561)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงก่อน (Purposive Sampling) กล่าวคือผู้วิจัยเลือกจากมหาวิทยาลัยที่สอนด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนที่ติดอันดับ 5 อันดับแรกของประเทศ นั่นคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยรังสิต (tutorcu, Internet, 2561) นอกจากนี้ยังได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 2 มหาวิทยาลัยคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยทั่วโลกของเว็บโอบเมตริกส์ ซึ่งมีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเป็นอันดับ 1 ของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเป็นอันดับ 1 ของกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (rmutp, Internet, 2561) เพื่อให้ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมมากที่สุด ทั้งสิ้น 7 มหาวิทยาลัย จากนั้นผู้วิจัยกำหนดกรอบของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของ Krejcie and Morgan จำนวน 400 คน (ดูภาคผนวก ก.) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยวิธีการกำหนดโควต้า มหาวิทยาลัยละ 60 ชุด รวมทั้งสิ้น 420 คน

#### 2. ส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview)

ในส่วนของการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาความรู้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูล แล้วจึงวิเคราะห์และรายงานผลการสัมภาษณ์เชิงลึกในรูปแบบของการบรรยาย (Descriptive) โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงก่อน (Purposive Sampling) กล่าวคือ ผู้วิจัยเลือกนักศึกษาสื่อสารมวลชนจาก 6 มหาวิทยาลัยคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดย

ไม่สัมภาษณ์นักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพเนื่องจากทางมหาวิทยาลัยกรุงเทพไม่อนุญาตให้สัมภาษณ์นักศึกษา จากนั้นสุ่มเลือกแบบบังเอิญมหาวิทยาลัยละ 2 คน จำนวนทั้งสิ้น 12 คน

### 3.เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษาที่ใช้สมัครเรียนระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกรต ภูมิลาเนา และรายได้

**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาสื่อสารมวลชน ประกอบด้วยพฤติกรรมการติดตามข่าวสาร การสนทนาข่าวสาร การเชื่อถือแหล่งข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การใช้เวลาในการบริโภคสื่อ

**ตอนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชน โดยการศึกษาความถี่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ประจำ บ่อย เป็นครั้งคราว นานๆ ครั้ง และไม่เคย อาศัยเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีของ Likert Scale ดังนี้

ประจำ	5	คะแนน
บ่อย	4	คะแนน
เป็นครั้งคราว	3	คะแนน
นานๆ ครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคย	1	คะแนน

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบมีดังนี้

คะแนนระดับ	1.00-1.49	หมายถึง แสวงหาความรู้จากสื่อที่น้อยที่สุด
คะแนนระดับ	1.50-2.49	หมายถึง แสวงหาความรู้จากสื่อที่น้อย
คะแนนระดับ	2.50-3.49	หมายถึง แสวงหาความรู้จากสื่อที่ปานกลาง
คะแนนระดับ	3.50-4.49	หมายถึง แสวงหาความรู้จากสื่อที่มาก
คะแนนระดับ	4.50-5.00	หมายถึง แสวงหาความรู้จากสื่อที่มากที่สุด

และคำถามเกี่ยวกับวิธีการแสวงหาความรู้แบบคำถามปลายปิด

### 4. การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยขั้นตอนแรกผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอให้รองศาสตราจารย์จันทนา ทองประยูร ผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ข้อคำถามและความเหมาะสมของคำถาม จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จำนวน

50 ชุด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งค่าเฉลี่ยของความเชื่อถือได้ ( $\alpha$ ) ที่คำนวณได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.75 จึงจะถือว่าเครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อถือได้

ในการทดสอบ (Pre-Test) เพื่อหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ กับนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จำนวน 50 คน เพื่อนำคำตอบมาคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ซึ่งคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามได้เท่ากับ 0.839 ค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามสูงกว่า 0.75 ดังนั้นจึงถือว่าเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลมีความเชื่อถือได้มากเพราะค่าเป็นบวกและมีค่าใกล้ 1

### 5.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามไปยังมหาวิทยาลัยละ 60 ชุด โดยแต่ละมหาวิทยาลัยจะแจกแบบบังเอิญให้กระจายตามชั้นปี ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยได้เข้าไปพูดคุยขอสัมภาษณ์และนัดหมายวันเวลาเพื่อสัมภาษณ์ทีละคน โดยเก็บข้อมูลด้วยการบันทึกเสียงและนำกลับมาถอดความเพื่อรายงานผล

### 6.การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้การนับจำนวนและนำเสนอผลการวิจัยในรูปของตารางแสดงผลค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ารวม (Sum) และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไค-สแควร์ (Chi-square:  $X^2$ ) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS version 21 โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

2.การวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกใช้การนำเสนอผลการสัมภาษณ์แบบบรรยาย (Descriptive) โดยวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหาพร้อม (Thematic Analysis) ของผู้ถูกสัมภาษณ์

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 420 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกมหาวิทยาลัยละ 2 คน (ยกเว้นมหาวิทยาลัยกรุงเทพ) จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

### ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงสำรวจ

#### ตอนที่ 1 ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	131	31.20
หญิง	289	68.80
รวม	420	100

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 420 คน เป็นนักศึกษาเพศหญิงมากกว่าเพศชาย จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 68.80 และเป็นนักศึกษาเพศชายจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20

ตารางที่ 2 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
16 ปี	1	0.20
18 ปี	32	7.60
19 ปี	71	16.90
20 ปี	130	31.00
21 ปี	120	28.60

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
22 ปี	41	9.80
23 ปี	16	3.80
24 ปี	8	1.90
25 ปี	1	0.20
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุ 20 ปี มากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาอายุ 21 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 ถัดไปอายุ 19 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และอายุ 16 ปีกับ 25 ปีน้อยที่สุด จำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20

ตารางที่ 3 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวุฒิการศึกษาก่อนเรียนระดับปริญญาตรี

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปวช./ปวส.	16	3.80
ม.6	404	96.20
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจบวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษา (ม.6) มากกว่าจบวุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 404 คน คิดเป็นร้อยละ 96.20 และจบวุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

ตารางที่ 4 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัย	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	60	14.30
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	60	14.30
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	57	13.60
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	60	14.30
มหาวิทยาลัยรังสิต	62	14.80
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	60	14.30
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	61	14.50
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามมีจำนวนใกล้เคียงกันโดยเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตมากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 รองลงมาเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ถัดไปเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวนมหาวิทยาลัยละ 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 และเป็น นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพน้อยที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60

ตารางที่ 5 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
เกรดตั้งแต่ 1.00-2.00	2	0.50
เกรดตั้งแต่ 2.01-3.00	135	32.10
เกรดตั้งแต่ 3.01-4.00	243	57.90
ไม่ตอบ	40	9.50
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 3.01-4.00 มากที่สุด จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมามีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 2.01-3.00 จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 และมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 1.00-2.00 น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 6 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	196	46.70
ปริมณฑล	73	17.40
ต่างจังหวัด	137	32.60
ไม่ตอบ	14	3.33
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70 รองลงมาคือมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 และมีภูมิลำเนาอยู่เขตปริมณฑลน้อยที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40

ตารางที่ 7 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นปี

ระดับชั้นปี	จำนวน	ร้อยละ
ปี 1	57	13.60
ปี 2	97	23.10
ปี 3	193	46.00
ปี 4	72	17.10
ไม่ตอบ	1	0.20
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเรียนอยู่ชั้น ปี 3 มากที่สุด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาเรียนอยู่ชั้นปี 2 จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 ถัดไปเรียนอยู่ชั้นปี 4 จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 และเรียนอยู่ชั้นปี 1 น้อยที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60

ตารางที่ 8 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	132	31.40
5,001-10,000 บาท	179	42.60
10,001-15,000 บาท	77	18.30
15,001 บาทขึ้นไป	27	6.40
ไม่ตอบ	5	1.19
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 179 คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 ถัดไปมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไปน้อยที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 9 ตารางแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อติดตามข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 420 คน: N=420)

การเปิดรับสื่อ	สื่อบุคคล	หนังสือพิมพ์	วิทยุ	โทรทัศน์	เคเบิลทีวี	สื่อสังคมออนไลน์	เว็บไซต์	อื่นๆ
เลือกเป็นอันดับ 1	35 (8.30%)	5 (1.20%)	1 (0.20%)	36 (8.60%)	2 (0.50%)	318 (75.70%)	23 (5.50%)	0 (0%)
เลือกเป็นอันดับ 2	90 (21.40%)	8 (1.90%)	13 (3.10%)	95 (22.60%)	15 (3.60%)	49 (11.70%)	86 (20.50%)	4 (1.00%)
เลือกเป็นอันดับ 3	87 (20.70%)	23 (5.50%)	23 (5.50%)	94 (22.40%)	27 (6.40%)	13 (3.10%)	41 (9.80%)	0 (0%)
เลือกเป็นอันดับ 4	33 (7.90%)	44 (10.50%)	58 (13.80%)	54 (12.90%)	31 (7.40%)	2 (0.50%)	37 (8.80%)	3 (0.70%)
เลือกเป็นอันดับ 5	35 (8.30%)	84 (20.00%)	56 (13.30%)	20 (4.80%)	24 (5.70%)	1 (0.20%)	17 (4.00%)	1 (0.20%)
ไม่เลือก	140 (33.30%)	256 (61.00%)	268 (63.80%)	121 (28.80%)	321 (76.40%)	37 (8.80%)	216 (51.40%)	412 (98.10%)

จากตารางที่ 9 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อติดตามข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด โดยเลือกเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 75.70 เลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 2 จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และเลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 3 จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 เลือกเปิดรับสื่อวิทยุเป็นอันดับที่ 4 จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 เลือกเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นอันดับที่ 5 จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 10 ตารางแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลเพื่อสนทนาข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 420 คน: N=420)

การเปิดรับสื่อบุคคล	คนในครอบครัว	เพื่อน	อาจารย์	ผู้นำในชุมชน	อื่นๆ
เลือก	101 (24.00%)	307 (73.10%)	7 (1.70%)	0 (0%)	5 (1.20%)
ไม่เลือก	317 (75.50%)	113 (26.90%)	413 (98.30%)	420 (100%)	415 (98.80%)

จากตารางที่ 10 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลเพื่อสนทนาข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 73.10 รองลงมาคือคนในครอบครัว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ถัดไปคืออาจารย์จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และน้อยที่สุดคืออื่นๆ ได้แก่ คนรัก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

ตารางที่ 11 ตารางแสดงพฤติกรรมการเชื่อถือข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 420 คน: N=420)

การเลือกเชื่อถือข้อมูลจากสื่อ	สื่อบุคคล	หนังสือพิมพ์	วิทยุ	โทรทัศน์	เคเบิลทีวี	สื่อสังคมออนไลน์	เว็บไซต์	ไม่เชื่อเลย
เลือก	40 (9.50%)	49 (11.70%)	4 (1.00%)	136 (32.40%)	6 (1.40%)	64 (15.20%)	51 (12.10%)	67 (16.00%)
ไม่เลือก	380 (90.50%)	371 (88.30%)	416 (99.00%)	283 (67.40%)	414 (98.60%)	356 (84.80%)	369 (87.90%)	358 (84.00%)

จากตารางที่ 11 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่จะเชื่อถือข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 32.40 รองลงมาคือไม่เชื่อถือจากสื่อใดเลย จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ถัดไปเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15.20 และเชื่อถือข้อมูลจากสื่อวิทยุน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 12 ตารางแสดงพฤติกรรมการไม่เปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 420 คน: N=420)

สื่อ	สื่อบุคคล	หนังสือพิมพ์	หนังสือ/นิตยสาร	วิทยุ	ภาพยนตร์	โทรทัศน์	สื่อสังคมออนไลน์	เว็บไซต์
ไม่เปิดรับ	23 (5.50%)	229 (54.50%)	181 (43.10%)	152 (36.20%)	54 (12.90%)	44 (10.50%)	4 (1.00%)	36 (8.60%)
เปิดรับ	397	191	239	268	366	376	416	384

(94.50%)	(45.50%)	(56.90%)	(63.80%)	(87.10%)	(89.50%)	(99.50%)	(91.40%)
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

จากตารางที่ 12 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมไม่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาไม่เปิดรับสื่อหนังสือหรือนิตยสาร จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 43.10 ถัดไปไม่เปิดรับสื่อวิทยุ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20

ตารางที่ 13 ตารางแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในรอบสัปดาห์ (จำนวน 420 คน:

N=420)

การเปิดรับสื่อ	สื่อบุคคล	หนังสือพิมพ์	หนังสือ/นิตยสาร	วิทยุ	ภาพยนตร์	โทรทัศน์	สื่อสังคมออนไลน์	เว็บไซต์
เปิดรับจันทร์-ศุกร์	218 (51.90%)	35 (8.30%)	47 (11.20%)	61 (14.50%)	97 (23.10%)	154 (36.70%)	321 (76.40%)	189 (45.00%)
เปิดรับเสาร์-อาทิตย์	125 (29.80%)	44 (10.50%)	71 (16.90%)	73 (17.40%)	158 (37.60%)	171 (40.70%)	227 (54.00%)	142 (33.80%)

จากตารางที่ 13 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมาเปิดรับสื่อบุคคล จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 ถัดไปเปิดรับสื่อเว็บไซต์ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

สำหรับวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์เปิดรับสื่อออนไลน์มากที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 ถัดไปคือสื่อภาพยนตร์ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 37.60 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50

ตารางที่ 14 ตารางแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างตามช่วงเวลา (จำนวน 420 คน:

N=420)

เวลาในการเปิดรับสื่อ	สื่อบุคคล	หนังสือพิมพ์	หนังสือ/นิตยสาร	วิทยุ	ภาพยนตร์	โทรทัศน์	สื่อสังคมออนไลน์	เว็บไซต์
05.01-07.00 น.	26 (6.20%)	9 (2.10%)	5 (1.20%)	25 (6.00%)	4 (1.00%)	30 (7.10%)	109 (26.00%)	26 (6.20%)
07.01-09.00 น.	49 (11.70%)	27 (6.40%)	6 (1.40%)	25 (6.00%)	7 (1.70%)	55 (13.10%)	142 (33.80%)	39 (9.30%)
09.01-12.00 น.	95 (22.60%)	8 (1.90%)	5 (1.20%)	11 (2.60%)	14 (3.30%)	32 (7.60%)	171 (40.70%)	51 (12.10%)
12.01-13.00 น.	116 (27.60%)	6 (1.40%)	12 (2.90%)	10 (2.40%)	15 (3.60%)	34 (8.10%)	192 (45.70%)	60 (14.30%)
13.01-16.00 น.	88 (21.00%)	1 (0.20%)	8 (1.90%)	7 (1.70%)	32 (7.60%)	35 (8.30%)	167 (39.80%)	50 (11.90%)
16.01-18.00 น.	101 (24.00%)	5 (1.20%)	9 (2.10%)	13 (3.10%)	33 (7.90%)	70 (16.70%)	183 (43.60%)	55 (13.10%)

เวลา ในการเปิดรับสื่อ	สื่อบุคคล	หนังสือ พิมพ์	หนังสือ/ นิตยสาร	วิทยุ	ภาพยนตร์	โทรทัศน์	สื่อสังคม ออนไลน์	เว็บไซต์
18.01-20.00 น.	84 (20.00%)	7 (1.70%)	19 (4.50%)	24 (5.70%)	55 (13.10%)	99 (23.60%)	195 (46.40%)	73 (17.40%)
20.01-22.00 น.	59 (14.00%)	7 (1.70%)	15 (3.60%)	21 (5.00%)	61 (14.50%)	113 (26.90%)	195 (46.40%)	71 (16.90%)
22.01-24.00 น.	37 (8.80%)	4 (1.00%)	10 (2.40%)	8 (1.90%)	46 (11.00%)	59 (14.00%)	172 (41.00%)	46 (11.00%)
24.01-05.00 น.	18 (4.30%)	2 (0.50%)	4 (1.00%)	7 (1.70%)	22 (5.20%)	19 (4.50%)	119 (28.30%)	31 (7.40%)

จากตารางที่ 14 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตามช่วงเวลา ดังนี้  
ช่วงเวลา 05.01-07.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ถัดไปคือสื่อบุคคลและสื่อเว็บไซต์ เท่ากัน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 และเปิดรับสื่อภาพยนตร์น้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ช่วงเวลา 07.01-09.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.10 ถัดไปคือสื่อบุคคล จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 และเปิดรับสื่อหนังสือหรือนิตยสารน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

ช่วงเวลา 09.01-12.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 รองลงมาคือสื่อบุคคล จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ถัดไปคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 และเปิดรับสื่อหนังสือหรือนิตยสารน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

ช่วงเวลา 12.01-13.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 รองลงมาคือสื่อบุคคล จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 ถัดไปคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

ช่วงเวลา 13.01-16.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาคือสื่อบุคคล จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ถัดไปคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20

ช่วงเวลา 16.01-18.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 รองลงมาคือสื่อบุคคล จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ถัดไปคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

ช่วงเวลา 18.01-20.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 ถัดไปคือสื่อบุคคล จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ช่วงเวลา 20.01-22.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 ถัดไปคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ช่วงเวลา 22.01-24.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ถัดไปคือสื่อภาพยนตร์และสื่อเว็บไซต์เท่ากัน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ช่วงเวลา 24.01-05.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 รองลงมาคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ถัดไปคือสื่อภาพยนตร์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 15 ตารางแสดงการใช้เวลาในการบริโภคสื่อแต่ละครั้งในรอบสัปดาห์ของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 420 คน: N=420)

เวลาในการเปิดรับ	สื่อบุคคล	หนังสือพิมพ์	หนังสือ/นิตยสาร	วิทยุ	ภาพยนตร์	โทรทัศน์	สื่อสังคมออนไลน์	เว็บไซต์
น้อยกว่า 5 นาที	28 (6.70%)	79 (18.80%)	52 (12.40%)	46 (11.00%)	5 (1.20%)	13 (3.10%)	5 (1.20%)	16 (3.80%)
5 - 15 นาที	67 (16.00%)	65 (15.50%)	62 (14.80%)	49 (11.70%)	4 (1.00%)	25 (6.00%)	13 (3.10%)	32 (7.60%)
30 นาที	58 (13.80%)	13 (3.10%)	40 (9.50%)	59 (14.00%)	9 (2.10%)	59 (14.00%)	28 (6.70%)	33 (7.90%)
1 ชั่วโมง	52 (12.40%)	12 (2.90%)	26 (6.20%)	36 (8.60%)	35 (8.30%)	78 (18.60%)	49 (11.70%)	53 (12.60%)
2 - 3 ชั่วโมง	28 (6.70%)	3 (0.70%)	15 (3.60%)	19 (4.50%)	179 (42.6%)	108 (25.70%)	66 (15.70%)	46 (11.00%)
4 - 5 ชั่วโมง	29 (6.90%)	1 (0.20%)	6 (1.40%)	4 (1.00%)	46 (11.0%)	61 (14.50%)	93 (22.10%)	48 (11.80%)
6 - 7 ชั่วโมง	20 (4.80%)	1 (0.20%)	0 (0%)	3 (0.70%)	22 (5.2%)	22 (5.20%)	76 (18.10%)	27 (6.40%)
8 - 10 ชั่วโมง	25 (6.00%)	1 (0.20%)	2 (0.50%)	5 (1.20%)	15 (3.6%)	14 (3.30%)	94 (22.40%)	27 (6.40%)
มากกว่า 10 ชั่วโมง	35 (8.30%)	0 (0%)	5 (1.20%)	1 (0.20%)	8 (1.9%)	8 (1.90%)	152 (36.2%)	44 (10.50%)

จากตารางที่ 15 ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลาเปิดรับสื่อต่างๆ ดังนี้  
เปิดรับสื่อบุคคลแต่ละครั้งคือ 5-15 นาทีมากที่สุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รองลงมาคือ 30 นาที จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ถัดไปคือ 1 ชั่วโมง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40

เปิดรับหนังสือพิมพ์แต่ละครั้งน้อยกว่า 5 นาทีมากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 รองลงมาคือ 5-15 นาที จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ถัดไปคือ 30 นาที จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10

เปิดรับหนังสือหรือนิตยสารแต่ละครั้ง 5-15 นาทีมากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 รองลงมาคือน้อยกว่า 5 นาที จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40 ถัดไปคือ 30 นาที จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

เปิดรับวิทยุแต่ละครั้ง 30 นาทีมากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 รองลงมาคือ 5-15 นาที จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 ถัดไปคือน้อยกว่า 5 นาที จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00

เปิดรับภาพยนตร์แต่ละครั้ง 2-3 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาคือ 4-5 ชั่วโมง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ถัดไปคือ 1 ชั่วโมง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

เปิดรับโทรทัศน์แต่ละครั้ง 2-3 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 ถัดไปคือ 30 นาที จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00

เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้งมากกว่า 10 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือ 8-10 ชั่วโมง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 ถัดไปคือ 4-5 ชั่วโมง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10

เปิดรับเว็บไซต์แต่ละครั้ง 1 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 รองลงมาคือ 4-5 ชั่วโมง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 ถัดไปคือ 2-3 ชั่วโมง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00

**ตอนที่ 3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร**

**ตารางที่ 16 ตารางแสดงพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 420 คน: N=420)**

สื่อ	5 ประจำ	4 บ่อย	3 ครั้งคราว	2 นานๆครั้ง	1 ไม่เคย	ค่าเฉลี่ย Mean
สื่อบุคคล	134 (31.90%)	126 (30.00%)	96 (22.90%)	55 (13.10%)	9 (2.10%)	3.76
หนังสือพิมพ์	4 (1.00%)	14 (3.30%)	94 (22.40%)	240 (57.10%)	68 (16.20%)	2.16
วิทยุ	9 (2.10%)	20 (4.80%)	137 (32.60%)	155 (36.90%)	99 (23.60%)	2.25
โทรทัศน์	62 (14.80%)	106 (25.20%)	151 (36.00%)	85 (20.20%)	16 (3.80%)	3.27

สื่อ	5 ประจำ	4 บ่อย	3 ครั้งคราว	2 นานๆครั้ง	1 ไม่เคย	ค่าเฉลี่ย Mean
ภาพยนตร์	59 (14.00%)	139 (33.10%)	152 (36.20%)	57 (13.60%)	13 (3.10%)	3.41
เคเบิลทีวี	26 (6.20%)	107 (25.50%)	153 (36.40%)	87 (20.70%)	47 (11.20%)	2.95
สื่อสังคมออนไลน์	323 (76.90%)	70 (16.70%)	22 (5.20%)	4 (1.00%)	1 (0.20%)	4.69
เว็บไซต์	182 (43.30%)	133 (31.70%)	83 (19.80%)	17 (4.00%)	5 (1.20%)	4.12
หนังสือ/สิ่งพิมพ์	32 (7.60%)	46 (11.00%)	154 (36.70%)	148 (35.20%)	40 (9.50%)	2.72
แอปพลิเคชัน	192 (45.70%)	132 (31.40%)	70 (16.70%)	22 (5.20%)	4 (1.00%)	4.16
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	188 (44.80%)	144 (34.30%)	59 (14.00%)	27 (6.40%)	2 (0.50%)	4.16
<b>รวม</b>						<b>3.42</b>

จากตารางที่ 16 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการแสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.42 อยู่ในระดับปานกลาง โดยแสวงหาความรู้จากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.69) รองลงมาแสวงหาความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.16) ถัดไปแสวงหาความรู้จากสื่อเว็บไซต์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.12) และแสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุดในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย=2.16)

ตารางที่ 17 ตารางแสดงวิธีการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 420 คน: N=420)

วิธีการเรียน	การฟังบรรยาย (Lectures)	การสัมมนา (Seminars)	การทำกิจกรรมกลุ่ม (Group activities)	การเรียนกับผู้สอน (Tutorials)	การทำกิจกรรมออนไลน์ (Online activities)	การวิจัยอิสระ (Independent research)	อื่นๆ เช่น การปฏิบัติ (Practices)
เลือก	235 (56.00%)	83 (19.80%)	237 (56.40%)	310 (73.80%)	283 (67.40%)	42 (10.00%)	7 (1.70%)
ไม่เลือก	185 (44.00%)	337 (80.20%)	183 (43.60%)	110 (26.20%)	137 (32.60%)	378 (90.00%)	412 (98.10%)

จากตารางที่ 17 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนในรูปแบบการเรียนกับผู้สอนมากที่สุด จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 รองลงมาคือการทำกิจกรรมออนไลน์ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 67.40 ถัดไปคือการทำกิจกรรมกลุ่ม จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 และแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนในรูปแบบการปฏิบัติน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70



## ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงสัมภาษณ์นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ในชั้นปี 3 และปี 4 ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวนทั้งสิ้น 12 คน โดยไม่สัมภาษณ์นักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพเนื่องจากทางมหาวิทยาลัยกรุงเทพไม่อนุญาตให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์นักศึกษา (สัมภาษณ์วันที่ 23 สิงหาคม 2561, 7 กันยายน 2561 และ 2-3 ตุลาคม 2561)

### ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คนในการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งนี้เป็นนักศึกษากำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 โดยทุกคนตั้งใจเข้าศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชน เนื่องจากต้องการประกอบอาชีพในสายงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน โดยตัดสินใจเลือกเรียนระดับอุดมศึกษาในช่วงมัธยมศึกษาตอนปลาย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ทุกคนมีอุปกรณ์สื่อสารคือโทรศัพท์มือถือและมีอินเทอร์เน็ตแบบเหมาจ่ายรายเดือน กลุ่มตัวอย่างจะใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัวและเพื่อน ตลอดจนใช้ติดตามข่าวสารและสืบค้นข้อมูลต่างๆ รวมถึงใช้เพื่อความบันเทิงด้วย สำหรับสัญญาณอินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะใช้สัญญาณ Wi-Fi ในมหาวิทยาลัยเป็นหลักและในสถานที่ต่างๆ ที่มี Wi-Fi ให้ใช้ฟรี

### การแสวงหาความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการแสวงหาความรู้ด้านการเมือง กลุ่มตัวอย่างจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ดูข่าวโทรทัศน์และพูดคุยรวมถึงซักถามกับอาจารย์ผู้สอน นอกจากนี้ยังหาข้อมูลด้านการเมืองจากการอ่านบทความ บทวิเคราะห์ในหนังสือพิมพ์ทั้งที่ตีพิมพ์เป็นฉบับและหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และพูดคุยกับคนในครอบครัวและเพื่อนในคณะรัฐศาสตร์ด้วย

ส่วนการแสวงหาความรู้ด้านเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจจากเว็บไซต์ด้านเศรษฐกิจโดยตรง ดูข่าวโทรทัศน์และอ่านหนังสือพิมพ์เฉพาะทางด้านเศรษฐกิจทั้งที่ตีพิมพ์เป็นฉบับและหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นอกจากนี้ยังหาข้อมูลจากแอปพลิเคชันด้านเศรษฐกิจ พูดคุยกับผู้รู้ด้านเศรษฐกิจ เข้าเรียนรายวิชาเศรษฐศาสตร์ รวมถึงใช้การสังเกตสภาพการณ์ค้าขายในแต่ละช่วงด้วยตัวเอง

สำหรับการแสวงหาความรู้ด้านสังคม กลุ่มตัวอย่างจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านสังคมจากสื่อออนไลน์ ดูข่าวโทรทัศน์ ดูเว็บไซต์สำนักข่าว และมีการแสวงหาข้อมูลจากสื่อบุคคล ได้แก่ การพูดคุยกับเพื่อน คนในครอบครัว อาจารย์ และเข้าฟังสัมมนาในหมู่บ้าน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมจากห้องสมุดในกรณีต้องการข้อมูลเปรียบเทียบหรือทำรายงาน

### ปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัญหาของการแสวงหาความรู้คือการค้นหาคำสำคัญ (Key word) ที่จะใช้หา

ข้อมูลหรือเรื่องที่น่าสนใจ เมื่อพิมพ์ลงไปบางครั้งได้ข้อมูลไม่ตรงตามความต้องการ นอกจากนี้ยังมีปัญหาของข้อมูลที่ถูกปิดกั้นทำให้ไม่ได้ข้อมูลตามที่ต้องการและการบิดเบือนข้อมูลความจริงทำให้ต้องคิดวิเคราะห์ให้รอบด้านก่อนนำไปใช้ กลุ่มตัวอย่างคิดว่า การหาข้อมูลจากเว็บไซต์มีบางข่าวหรือบางข้อมูลที่ถูกลบปิดเบือนไม่สามารถนำมาใช้ได้ บางเนื้อหาถูกลดทอนลงทำให้ต้องคิดและวิเคราะห์ข้อมูลให้มากก่อนนำไปใช้ ดังนั้นการหาข้อมูลให้มากจึงเป็นเรื่องจำเป็นรวมถึงข้อมูลนั้นต้องมีความน่าเชื่อถือทั้งจากตัวบุคคลที่เป็นแหล่งข่าวและตัวเว็บไซต์ด้วย อีกประการคือเรื่องความรู้เดิมหรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวที่จะสืบค้น หากมีความรู้เดิมก็จะทำให้ง่ายต่อการค้นคว้า การหาข้อมูล การเข้าถึงข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจะง่ายกว่าการที่ไม่มีความรู้เดิมเป็นพื้นฐานเลย

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อมูลว่าการค้นคว้าข้อมูลในปัจจุบันต้องใช้การประกบกันระหว่างข่าวสารกับโลกที่เปรียบเสมือนละคร ทุกข่าวทุกเหตุการณ์มีเหตุผลนักศึกษาสื่อสารมวลชนไม่สามารถที่จะรับข่าวสารเพียงแค่การนำเสนอของสื่อมวลชนเพียงด้านเดียวได้ แต่ต้องใช้จินตนาการใช้จิตวิทยาเพื่อให้รู้ว่าข้อมูลข่าวสารนั้นต้องการอะไร ใครได้ใครเสียผลประโยชน์ และกระทบต่อสิ่งใดบ้าง

สำหรับการหลงประเด็นก็เป็นอีกปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ กล่าวคือการค้นคว้าข้อมูลที่ไปเจอในสิ่งที่แต่ละสื่อชูประเด็นแตกต่างกันทำให้หลงไปกับข้อมูลที่สื่อนำเสนอ การหลงเชื่อจึงเกิดขึ้นทำให้ต้องทำงานหลายคนเพื่อช่วยกันแยกแยะและวิเคราะห์ว่าข้อมูลที่ค้นคว้าได้ยังขาดด้านใดและมีด้านใดมากเกินไป

ส่วนอุปสรรคเวลาค้นคว้าหาข้อมูลคือสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ช้า ทำให้การค้นหาข้อมูลต่างๆ ช้าลง หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียรทำให้หลุดการค้นหาจึงไม่ต่อเนื่อง การค้นคว้าข้อมูลในเว็บไซต์ที่มีอุปสรรคคือมีหลายเว็บไซต์ แต่ละเว็บไซต์มีที่มาของข้อมูลต่างกัน ทำให้ต้องเลือกเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ ซึ่งอาจทำให้สับสนข้อมูล ข้อมูลในโลกออนไลน์เป็นข้อมูลเปิดกว้างการค้นหาต้องค้นจากหลายแหล่งและต้องนำมาเปรียบเทียบกันจนกระทั่งได้ข้อมูลตรงตามที่ต้องการ การค้นคว้าหาข้อมูลยิ่งค้นหาจะยิ่งเจอข้อมูลมากขึ้นทำให้เวลาเป็นอีกหนึ่งอุปสรรคของการค้นคว้าหาข้อมูล หากหมดเวลาลงก็คือยุติการค้นหาข้อมูล หรือบางข้อมูลถูกลบถูกถอดออก จึงจำเป็นต้องค้นคว้าข้อมูลแข่งกับเวลาด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าข้อมูลข่าวสารจากทางราชการมีมากและซ้ำซ้อนกัน บางข้อมูลเป็นเรื่องเดียวกันแต่ไม่มีเจ้าภาพทำให้ข้อมูลกระจุกกระจายอยู่ในห้องสมุดของแต่ละกระทรวงหรืออยู่แยกกันในเว็บไซต์แต่ละกระทรวง รวมถึงข้อมูลข่าวสารจากทางราชการมีการเปิดเผยลงเว็บไซต์ที่ล่าช้ากว่าเว็บไซต์ของภาคเอกชนหรือเว็บไซต์ของสำนักข่าวต่างๆ และหากต้องการข้อมูลหรือสัมภาษณ์ข้าราชการต้องทำหนังสือขออนุญาตซึ่งจะใช้เวลานาน

### **ผลการทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานที่ 1** นักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน

**ตารางที่ 18** ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวันจันทร์-วันศุกร์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละมหาวิทยาลัย

ประเภทสื่อ	พฤติกรรมกาการเปิดรับสื่อวันจันทร์-วันศุกร์							X <sup>2</sup>	P
	ม.เกษตรศาสตร์ (N=60)	จุฬาลงกรณ์ (N=60)	ธรรมศาสตร์ (N=60)	สวนสุนันทา (N=60)	มทร.พระนคร (N=61)	ม.กรุงเทพ (N=57)	ม.รังสิต (N=62)		
บุคคล	32 (53.33%)	45 (75.00%)	41 (68.33%)	31 (51.66%)	33 (54.09%)	18 (31.57%)	18 (29.03%)	41.901	.000*
หนังสือพิมพ์	9 (15.00%)	0 (0%)	8 (13.33%)	4 (6.66%)	4 (6.55%)	4 (7.01%)	6 (9.67%)	11.655	.070
หนังสือ/นิตยสาร	7 (11.66%)	11 (18.33%)	6 (10.00%)	4 (6.66%)	7 (11.47%)	4 (7.01%)	8 (12.90%)	5.602	.469
วิทยุ	9 (15.00%)	10 (16.66%)	12 (20.00%)	4 (6.66%)	11 (18.03%)	7 (12.28%)	8 (12.90%)	5.633	.466
ภาพยนตร์	17 (28.33%)	13 (21.66%)	10 (16.66%)	17 (28.33%)	16 (26.22%)	14 (24.56%)	10 (16.12%)	5.419	.491
โทรทัศน์	22 (36.66%)	9 (15.00%)	20 (33.33%)	28 (46.66%)	29 (47.54%)	14 (24.56%)	32 (51.61%)	27.667	.000*
สื่อสังคมออนไลน์	45 (75.00%)	46 (76.66%)	45 (75.00%)	46 (76.66%)	50 (83.33%)	38 (66.66%)	51 (82.25%)	5.363	.498
เว็บไซต์	26 (43.33%)	36 (60.00%)	30 (50.00%)	26 (43.33%)	26 (42.62%)	21 (36.84%)	24 (38.70%)	8.858	.182

จากตารางที่ 18 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าพฤติกรรมกาการเปิดรับสื่อในวันจันทร์-วันศุกร์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมกาการเปิดรับสื่อบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $X^2 = 41.901$ ;  $P = .000 < \alpha = .05$   $df = 6$ ;  $X^2_{crit} = 12.592$ ) โดยนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเปิดรับสื่อบุคคลในวันจันทร์-วันศุกร์มากที่สุด (ร้อยละ 75) รองลงคือนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ร้อยละ 68.33) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (ร้อยละ 54.09) และนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตน้อยที่สุด (ร้อยละ 29.03)

นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมกาการเปิดรับสื่อในวันจันทร์-วันศุกร์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมกาการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $X^2 = 27.667$ ;  $P = .000 < \alpha = .05$   $df = 6$ ;  $X^2_{crit} = 12.592$ ) โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-วันศุกร์มากที่สุด (ร้อยละ 51.61) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (ร้อยละ 47.54) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (ร้อยละ 46.66) และนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยน้อยที่สุด (ร้อยละ 15.00)

สำหรับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ หนังสือ/นิตยสาร วิทยุ ภาพยนตร์ สื่อสังคมออนไลน์ และเว็บไซต์ในวันจันทร์-วันศุกร์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ หนังสือ/นิตยสาร วิทยุ ภาพยนตร์ สื่อสังคมออนไลน์ และเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อวันเสาร์-วันอาทิตย์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละมหาวิทยาลัย

ประเภทสื่อ	พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อวันเสาร์-วันอาทิตย์							X <sup>2</sup>	P
	ม.เกษตรศาสตร์ (N=60)	จุฬาลงกรณ์ (N=60)	ธรรมศาสตร์ (N=60)	สวนสุนันทา (N=60)	มทร.พระนคร (N=61)	ม.กรุงเทพ (N=57)	ม.รังสิต (N=62)		
บุคคล	19 (31.66%)	25 (41.66%)	19 (31.66%)	18 (30.00%)	20 (32.78%)	10 (17.54%)	14 (22.58%)	10.145	.119
หนังสือพิมพ์	7 (11.66%)	6 (10.00%)	6 (10.00%)	9 (15.00%)	6 (9.83%)	4 (7.01%)	6 (9.67%)	2.225	.898
หนังสือ/นิตยสาร	11 (18.33%)	16 (26.66%)	12 (20.00%)	5 (8.33%)	15 (24.59%)	9 (15.78%)	3 (4.83%)	16.746	.010*
วิทยุ	10 (16.66%)	12 (20.00%)	15 (25.00%)	8 (13.33%)	16 (26.22%)	8 (14.03%)	4 (6.45%)	12.346	.055
ภาพยนตร์	25 (41.66%)	28 (46.66%)	21 (35.00%)	20 (33.33%)	25 (40.98%)	19 (33.33%)	20 (32.25%)	4.657	.589
โทรทัศน์	27 (45.00%)	25 (41.66%)	29 (48.33%)	28 (46.66%)	28 (45.90%)	14 (24.56%)	20 (32.25%)	11.481	.075
สื่อสังคมออนไลน์	35 (58.33%)	37 (61.66%)	34 (56.66%)	35 (58.33%)	25 (40.98%)	21 (36.84%)	40 (64.51%)	16.177	.013*
เว็บไซต์	23 (38.33%)	33 (55.00%)	21 (35.00%)	23 (38.33%)	18 (29.50%)	10 (17.54%)	14 (22.58%)	23.911	.001*

จากตารางที่ 19 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อในวันเสาร์-วันอาทิตย์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อหนังสือ/นิตยสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $X^2 = 16.746$ ;  $P = .010 < \alpha = .05$   $df = 6$ ;  $X^2_{crit} = 12.592$ ) โดยนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเปิดรับสื่อหนังสือ/นิตยสารในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด (ร้อยละ 26.66) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (ร้อยละ 24.59) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ร้อยละ 20.00) และนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.83)

นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในวันเสาร์-วันอาทิตย์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $X^2 = 16.177$ ;  $P = .013 < \alpha = .05$   $df = 6$ ;  $X^2_{crit} = 12.592$ ) โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ในวันเสาร์-วันอาทิตย์มากที่สุด (ร้อยละ 64.51) รองลงมาคือนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ร้อยละ 61.66) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เท่ากับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (ร้อยละ 58.33) และนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพน้อยที่สุด (ร้อยละ 36.84)

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในวันเสาร์-วันอาทิตย์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $X^2 = 23.911$ ;  $P = .001 < \alpha = .05$   $df = 6$ ;  $X^2_{crit} = 12.592$ ) โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เปิดรับสื่อเว็บไซต์ในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด (ร้อยละ 55.00) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เท่ากับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (ร้อยละ 38.33) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ร้อยละ 35.00) และนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพน้อยที่สุด (ร้อยละ 17.54)

สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ และโทรทัศน์ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ และโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** นักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมการแสวงหาความรู้แตกต่างกัน

**ตารางที่ 20** ตารางแสดงพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละมหาวิทยาลัย

ประเภทสื่อ	พฤติกรรมการแสวงหาความรู้ (Mean)						
	ม.เกษตรศาสตร์ (N=60)	จุฬาลงกรณ์ (N=60)	ธรรมศาสตร์ (N=60)	สวนสุนันทา (N=60)	มทร.พระนคร (N=61)	ม.กรุงเทพ (N=57)	ม.รังสิต(N=62)
สื่อบุคคล	3.95	3.97	3.98	3.88	4.16	3.33	3.06
หนังสือพิมพ์	2.18	2.08	2.45	2.12	2.05	2.09	2.13
วิทยุ	2.13	1.98	2.70	2.12	2.18	2.32	2.32
โทรทัศน์	3.28	2.70	3.28	3.83	3.77	3.11	2.90
ภาพยนตร์	3.43	3.28	3.35	3.63	3.33	3.58	3.31
เคเบิลทีวี	2.90	2.75	2.87	3.33	3.36	2.86	2.56
สื่อสังคมออนไลน์	4.75	4.75	4.88	4.65	4.80	4.65	4.35
เว็บไซต์	4.07	4.22	4.30	3.97	3.74	4.12	4.42
หนังสือ/สิ่งพิมพ์	2.87	2.72	2.82	2.52	2.51	2.40	3.18
แอปพลิเคชัน	3.98	4.15	4.28	3.90	4.07	4.32	4.40

ประเภท สื่อ	พฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ (Mean)						
	ม.เกษตร ศาสตร์ (N=60)	จุฬา ลงกรณ์ (N=60)	ธรรม ศาสตร์ (N=60)	สวน สุนันทา (N=60)	มทร. พระนคร (N=61)	ม. กรุงเทพ (N=57)	ม. รังสิต(N= 62)
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	4.08	4.23	4.47	3.82	3.89	4.26	4.40

จากตารางที่ 20 ผลการวิจัยพบพฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ ของนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้จากสื่อบุคคลมากที่สุดในระดับมาก (Mean=4.16) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อบุคคลในระดับมาก (Mean=3.98) ถัดไปคือนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแสวงหาความรู้จากสื่อบุคคลในระดับมาก (Mean=3.97) และนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหาความรู้จากสื่อบุคคลน้อยที่สุดในระดับปานกลาง (Mean=3.06)

นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุดในระดับน้อย (Mean=2.45) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์ในระดับน้อย (Mean=2.18) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาแสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์ในระดับน้อย (Mean=2.12) และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุดในระดับน้อย (Mean=2.05)

นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อวิทยุมากที่สุดในระดับปานกลาง (Mean=2.70) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหาความรู้จากสื่อวิทยุเท่ากันในระดับน้อย (Mean=2.32) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้จากสื่อวิทยุในระดับน้อย (Mean=2.18) และนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแสวงหาความรู้จากสื่อวิทยุน้อยที่สุดในระดับน้อย (Mean=1.98)

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาแสวงหาความรู้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดในระดับมาก (Mean=3.83) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้จากสื่อโทรทัศน์ในระดับมาก (Mean=3.77) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อโทรทัศน์เท่ากันในระดับปานกลาง (Mean=3.28) และนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแสวงหาความรู้จากสื่อโทรทัศน์น้อยที่สุดในระดับปานกลาง (Mean=2.70)

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาแสวงหาความรู้จากสื่อภาพยนตร์มากที่สุดในระดับมาก (Mean=3.63) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพแสวงหาความรู้จากสื่อภาพยนตร์ในระดับมาก (Mean=3.58) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อภาพยนตร์ในระดับปานกลาง (Mean=3.43) และนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแสวงหาความรู้จากสื่อภาพยนตร์น้อยที่สุดในระดับปานกลาง (Mean=3.28)

นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้จากสื่อเคเบิลทีวีมากที่สุดในระดับปานกลาง (Mean=3.36) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาแสวงหา

ความรู้จากสื่อเคเบิลทีวีในระดับปานกลาง (Mean= 3.33) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อเคเบิลทีวีในระดับปานกลาง (Mean=2.90) และนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหาความรู้จากสื่อเคเบิลทีวีน้อยที่สุดในระดับปานกลาง (Mean= 2.56)

นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดในระดับมากที่สุด (Mean=4.88) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด (Mean= 4.80) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้จากสื่อสังคมออนไลน์เท่ากันในระดับมากที่สุด (Mean=4.75) และนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหาความรู้จากสื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุดในระดับมากที่สุด (Mean=4.35)

นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหาความรู้จากสื่อเว็บไซต์มากที่สุดในระดับมากที่สุด (Mean= 4.42) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อเว็บไซต์อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean=4.30) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้จากสื่อเว็บไซต์ในระดับมากที่สุด (Mean=4.22) และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้จากสื่อเว็บไซต์น้อยที่สุดในระดับมากที่สุด (Mean=3.74)

นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือ/สิ่งพิมพ์มากที่สุดในระดับปานกลาง (Mean=3.18) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือ/สิ่งพิมพ์ในระดับปานกลาง (Mean=2.87) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือ/สิ่งพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง (Mean=2.82) และนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพแสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือ/สิ่งพิมพ์น้อยที่สุดในระดับน้อย (Mean=2.40)

นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหาความรู้จากสื่อแอปพลิเคชันมากที่สุดในระดับมากที่สุด (Mean=4.40) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพแสวงหาความรู้จากสื่อแอปพลิเคชันในระดับมากที่สุด (Mean=4.32) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่อแอปพลิเคชันในระดับปานกลาง (Mean=4.28) และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาแสวงหาความรู้จากสื่อแอปพลิเคชันน้อยที่สุดในระดับมากที่สุด (Mean=3.90)

นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดในระดับมากที่สุด (Mean=4.47) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหาความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับมากที่สุด (Mean=4.40) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพแสวงหาความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับมากที่สุด (Mean=4.26) และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาแสวงหาความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยที่สุดในระดับมากที่สุด (Mean=3.82)

ตารางที่ 21 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการฟังบรรยายของ  
นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละมหาวิทยาลัย

พฤติกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการฟังบรรยาย								
ม.เกษตร ศาสตร์ (N=60)	จุฬา ลงกรณ์ (N=60)	ธรรม ศาสตร์ (N=60)	สวน สุนันทา (N=60)	มทร. พระนคร (N=61)	ม.กรุงเทพ (N=57)	ม.รังสิต (N=62)	X <sup>2</sup>	P
36 (60.00%)	48 (80.00%)	37 (61.66%)	36 (60.00%)	27 (44.26%)	24 (42.10%)	27 (43.54%)	27.359	.000*

จากตารางที่ 21 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัมีพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการฟังบรรยายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $X^2 = 27.359$ ;  $P = .000 < \alpha = .05$   $df = 6$ ;  $X^2_{crit} = 12.592$ ) โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (ร้อยละ 61.66) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์กับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเท่ากัน (ร้อยละ 60.00) และนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการฟังบรรยายน้อยที่สุด (ร้อยละ 42.10)

ตารางที่ 22 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการสัมมนาของ  
นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละมหาวิทยาลัย

พฤติกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการสัมมนา								
ม.เกษตร ศาสตร์ (N=60)	จุฬา ลงกรณ์ (N=60)	ธรรม ศาสตร์ (N=60)	สวน สุนันทา (N=60)	มทร. พระนคร (N=61)	ม.กรุงเทพ (N=57)	ม.รังสิต (N=62)	X <sup>2</sup>	P
6 (10.00%)	15 (25.00%)	9 (15.00%)	11 (18.33%)	20 (32.78%)	12 (21.05%)	10 (16.12%)	12.682	.048*

จากตารางที่ 22 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัมีพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการสัมมนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $X^2 = 12.682$ ;  $P = .048 < \alpha = .05$   $df = 6$ ;  $X^2_{crit} = 12.592$ ) โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการสัมมนามากที่สุด (ร้อยละ 32.78) รองลงมาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (ร้อยละ 25.00) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ร้อยละ 21.05) และนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แสวงหาความรู้ด้วยวิธีการสัมมนาน้อยที่สุดเท่ากัน (ร้อยละ 10.00)

ตารางที่ 23 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทำกิจกรรมกลุ่ม  
ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละมหาวิทยาลัย



**พฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทำกิจกรรมกลุ่ม**

ม.เกษตรศาสตร์ (N=60)	จุฬาลงกรณ์ (N=60)	ธรรมศาสตร์ (N=60)	สวนสุนันทา (N=60)	มทร.พระนคร (N=61)	ม.กรุงเทพ (N=57)	ม.รังสิต (N=62)	X <sup>2</sup>	P
31 (51.66%)	42 (70.00%)	32 (53.33%)	35 (58.33%)	50 (81.96%)	23 (40.35%)	24 (38.70%)	<b>35.462</b>	<b>.000*</b>

จากตารางที่ 23 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทำกิจกรรมกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $X^2 = 35.462$ ;  $P = .000 < \alpha = .05$   $df = 6$ ;  $X^2_{crit} = 12.592$ ) โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทำกิจกรรมกลุ่มมากที่สุด (ร้อยละ 81.96) รองลงมาคือนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ร้อยละ 70.00) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (ร้อยละ 53.33) และนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทำกิจกรรมกลุ่มน้อยที่สุด (ร้อยละ 38.70)

ตารางที่ 24 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนกับผู้สอนของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละมหาวิทยาลัย

**พฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนกับผู้สอน**

ม.เกษตรศาสตร์ (N=60)	จุฬาลงกรณ์ (N=60)	ธรรมศาสตร์ (N=60)	สวนสุนันทา (N=60)	มทร.พระนคร (N=61)	ม.กรุงเทพ (N=57)	ม.รังสิต (N=62)	X <sup>2</sup>	P
39 (65.00%)	48 (80.00%)	42 (70.00%)	47 (78.33%)	55 (90.16%)	32 (56.14%)	47 (75.80%)	<b>22.457</b>	<b>.001*</b>

จากตารางที่ 24 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนกับผู้สอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $X^2 = 22.457$ ;  $P = .001 < \alpha = .05$   $df = 6$ ;  $X^2_{crit} = 12.592$ ) โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนกับผู้สอนมากที่สุด (ร้อยละ 90.16) รองลงมาคือนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ร้อยละ 80.00) ถัดไปคือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (ร้อยละ 78.33) และนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนกับผู้สอนน้อยที่สุด (ร้อยละ 56.14)

ตารางที่ 25 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทำกิจกรรมออนไลน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละมหาวิทยาลัย

**พฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทำกิจกรรมออนไลน์**

ม.เกษตร ศาสตร์ (N=60)	จุฬา ลงกรณ์ (N=60)	ธรรม ศาสตร์ (N=60)	สวน สุนันทา (N=60)	มทร. พระนคร (N=61)	ม.กรุงเทพ (N=57)	ม.รังสิต (N=62)	X <sup>2</sup>	P
39 (65.00%)	40 (66.66%)	39 (65.00%)	40 (66.66%)	40 (65.57%)	39 (68.42%)	46 (74.19%)	<b>1.765</b>	<b>.940*</b>

จากตารางที่ 25 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทำกิจกรรมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ( $X^2=1.765$ ;  $P=.940 > \alpha=.05$  df = 6;  $X^2_{crit} = 12.592$ )

ตารางที่ 26 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการวิจัยอิสระของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละมหาวิทยาลัย

**พฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการวิจัยอิสระ**

ม.เกษตร ศาสตร์ (N=60)	จุฬา ลงกรณ์ (N=60)	ธรรม ศาสตร์ (N=60)	สวน สุนันทา (N=60)	มทร. พระนคร (N=61)	ม.กรุงเทพ (N=57)	ม.รังสิต (N=62)	X <sup>2</sup>	P
4 (6.66%)	9 (15.00%)	2 (3.33%)	9 (15.00%)	4 (6.55%)	4 (7.01%)	10 (16.12%)	<b>10.991</b>	<b>.089</b>

จากตารางที่ 26 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัันมีพฤติกรรมกรรมการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการวิจัยอิสระไม่แตกต่างกัน ( $X^2=10.991$ ;  $P=.089 > \alpha=.05$  df = 6;  $X^2_{crit} = 12.592$ )

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงก่อน (Purposive Sampling) กล่าวคือผู้วิจัยเลือกจากมหาวิทยาลัยที่สอนด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนที่ติดอันดับ 5 อันดับแรกของประเทศ นั่นคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยรังสิต (tutorcu, Internet, 2561) นอกจากนี้ยังได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 2 มหาวิทยาลัยคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยทั่วโลกของเว็บโอบเมตริกส์ ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเป็นอันดับ 1 ของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเป็นอันดับ 1 ของกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (rmutp, Internet, 2561) รวมทั้งสิ้น 7 มหาวิทยาลัย จากนั้นผู้วิจัยกำหนดกรอบของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของ Krejcie and Morgan จำนวน 400 คน (ดูภาคผนวก ก.) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยวิธีการกำหนดโควต้า มหาวิทยาลัยละ 60 ชุด รวมทั้งสิ้น 420 คน

ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงก่อน (Purposive Sampling) กล่าวคือ ผู้วิจัยเลือกนักศึกษาสื่อสารมวลชนจาก 6 มหาวิทยาลัยคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยไม่สัมภาษณ์นักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพเนื่องจากทางมหาวิทยาลัยกรุงเทพไม่อนุญาตให้สัมภาษณ์นักศึกษา จากนั้นสุ่มเลือกแบบบังเอิญมหาวิทยาลัยละ 2 คน จำนวนทั้งสิ้น 12 คน สรุปผลการวิจัยดังนี้

#### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

##### ผลการวิจัยเชิงสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 420 คน เป็นนักศึกษาเพศหญิงมากกว่าเพศชาย จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 68.80 และเป็นนักศึกษาเพศชายจำนวน 131 คน คิดเป็น

ร้อยละ 31.20 และมีอายุ 20 ปี มากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา อายุ 21 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 ถัดไปอายุ 19 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และอายุ 16 ปีกับ 25 ปีน้อยที่สุด จำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20

ด้านวุฒิการศึกษาก่อนเรียนในระดับปริญญาตรีกลุ่มตัวอย่างจบวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษา (ม.6) มากกว่าจบวุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 404 คน คิดเป็นร้อยละ 96.20 และจบวุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามมีจำนวนใกล้เคียงกันโดยเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตมากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 รองลงมาเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ถัดไปเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวนมหาวิทยาลัยละ 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 และเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพน้อยที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 โดยกลุ่มตัวอย่างกำลังเรียนอยู่ชั้น ปี 3 มากที่สุด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาเรียนอยู่ชั้นปี 2 จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 ถัดไปเรียนอยู่ชั้นปี 4 จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 และเรียนอยู่ชั้นปี 1 น้อยที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60

ด้านผลการเรียนกลุ่มตัวอย่างมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 3.01-4.00 มากที่สุด จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมามีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 2.01-3.00 จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 และมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 1.00-2.00 น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ส่วนภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70 รองลงมาคือมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 และมีภูมิลำเนาอยู่เขตปริมณฑลน้อยที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 และกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาทมากที่สุด จำนวน 179 คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 ถัดไปมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไปน้อยที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40

ด้านผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อติดตามข่าวสารสถานการณ์ปัจจุบันจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด โดยเลือกเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 75.70 เลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 2 จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และเลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 3 จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 เลือกเปิดรับสื่อวิทยุเป็นอันดับที่ 4 จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 เลือกเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นอันดับที่ 5 จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนโดยยพ

สุภากุล (2534: 124-125) อธิบายว่าผู้รับสารแต่ละคนจะเลือกเปิดรับสื่อชนิดใดอาจจะขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนที่ต่างกันโดยจะมีเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับสื่อคือ เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) การเลือกสื่อที่ตนเองสะดวกและนิยม (Convenience Preferences) หรือเลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) หรืออาจจะเลือกตามลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) ตลอดจนเลือกสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (Consistency) ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของลลิตเทพ ทรัพย์เมือง (2559) ซึ่งพบว่าปรากฏการณ์สื่อในช่วงปี 2558-2559 สะท้อนให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่เข้าสู่โลกดิจิทัลอย่างเต็มตัว ซึ่งสื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้มากกว่าโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์

เมื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลเพื่อสนทนาข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันพบว่ากลุ่มตัวอย่างสนทนาข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 73.10 รองลงมาคือคนในครอบครัว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ถัดไปคืออาจารย์จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และน้อยที่สุดคืออื่นๆ ได้แก่ คนรัก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ความรู้ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งพบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร สนทนาประเด็นข่าวสารทางการเมืองกับเพื่อนมากที่สุด (อัญชุลี วงษ์บุญงามและดารณี ธัญญสิริ, 2554) และยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่จะเชื่อถือข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 32.40 รองลงมาคือไม่เชื่อถือจากสื่อใดเลย จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ถัดไปเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15.20 และเชื่อถือข้อมูลจากสื่อวิทยุน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอัญชุลี วงษ์บุญงามและดารณี ธัญญสิริ (2554) ที่พบว่าหากข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองไม่ตรงกันในแต่ละสื่อที่นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานครจะเชื่อถือข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาไม่เชื่อถือสื่อใดเลยทั้งนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Russet (อ้างถึงในลัดดา โปษยพิสิษฐ์, 2545: 4) กล่าวคือสื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลหนึ่งซึ่งนับเป็นที่พึงของประชาชนเพราะนอกจากประชาชนจะใช้ประโยชน์จากการติดตามข้อมูลข่าวสารแล้วยังสามารถใช้ข่าวสาร สารระ บทความ บทวิเคราะห์ และข้อคิดต่างๆ จากสื่อมวลชนมาเป็นแนวทางในการคิดและตัดสินใจในการใช้ชีวิตในปัจจุบันด้วย

สำหรับพฤติกรรมที่ไม่เปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาไม่เปิดรับสื่อหนังสือหรือนิตยสาร จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 43.10 ถัดไปไม่เปิดรับสื่อวิทยุ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20

ด้านการเปิดรับพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมาเปิดรับสื่อบุคคล จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 ถัดไปเปิดรับสื่อเว็บไซต์ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

สำหรับวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์เปิดรับสื่อออนไลน์มากที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 ถัดไปคือสื่อภาพยนตร์ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 37.60 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่พบนี้สอดคล้องกับผลการรายงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยว่าตั้งแต่ปี 2559 นิตยสารอิมเมจได้ประกาศปิดตัวลงและตามมาด้วยสื่อสิ่งพิมพ์อื่นอีกที่ทยอยปิดตัวลงในปี 2559-2560 เพราะประสบปัญหาขาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลหรือเรียกกันว่า Digital Disruption อาทิ นิตยสารสกุลไทย นิตยสารพลอยแถมเพชร หนังสือพิมพ์บ้านเมือง นิตยสารดิฉัน นิตยสารขวัญเรือน และนิตยสารคู่สร้างคู่สม เป็นต้น นับว่าปี 2560 เป็นปีที่สื่อมวลชนไทยล้มลุกคลุกคลานจากผลกระทบที่ผู้อ่านเปลี่ยนไปเสพสื่อออนไลน์อย่างเห็นได้ชัด (สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2560)

และยังสอดคล้องกับสถานการณ์สื่อมวลชนในโลกยุคใหม่ที่เปลี่ยนไปตามแนวโน้มของโลกเทคโนโลยีในปัจจุบัน กล่าวคือเมื่อสื่อสิ่งพิมพ์กำลังจะหมดไป สื่อออนไลน์ก็เข้ามามีอิทธิพลแทนที่ โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดียเพราะเป็นการสื่อสารสองทางสามารถโต้ตอบไปมากับผู้รับสาร นำเสนอข่าวสารได้เร็วที่สุดและเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างจำเพาะเจาะจง ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงกลายเป็นสื่อที่นำเสนอข่าวสารได้อย่างผสมผสาน นั่นคือนำเสนอภาษาเขียน ภาษาพูด และนำเสนอภาพและเสียงแบบเดียวกับโทรทัศน์ ทำให้ผู้รับสารจากสื่อออนไลน์สามารถอ่านเนื้อหาและรับชมได้พร้อมๆ กัน (พีรพงศ์พิพัฒน์พันธุ์, 2559)

สำหรับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อตามช่วงเวลาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดทุกช่วงเวลา โดยเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์สูงที่สุดคือช่วงเวลา 18.01-22.00 น. และสื่อที่ใช้รองลงมาพบว่าเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคลและเว็บไซต์ โดยมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อตามช่วงเวลาดังนี้

ช่วงเวลา 05.01-07.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ถัดไปคือสื่อบุคคลและสื่อเว็บไซต์เท่ากัน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 และเปิดรับสื่อภาพยนตร์น้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ช่วงเวลา 07.01-09.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.10 ถัดไปคือสื่อบุคคล จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 และเปิดรับสื่อหนังสือหรือนิตยสารน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

ช่วงเวลา 09.01-12.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 รองลงมาคือสื่อบุคคล จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ถัดไปคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 และเปิดรับสื่อหนังสือหรือนิตยสารน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

ช่วงเวลา 12.01-13.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 รองลงมาคือสื่อบุคคล จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 ถัดไปคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

ช่วงเวลา 13.01-16.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาคือสื่อบุคคล จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ถัดไปคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20

ช่วงเวลา 16.01-18.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 รองลงมาคือสื่อบุคคล จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ถัดไปคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

ช่วงเวลา 18.01-20.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 ถัดไปคือสื่อบุคคล จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ช่วงเวลา 20.01-22.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 ถัดไปคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ช่วงเวลา 22.01-24.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ถัดไปคือสื่อภาพยนตร์และสื่อเว็บไซต์เท่ากัน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ช่วงเวลา 24.01-05.00 น.เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 รองลงมาคือสื่อเว็บไซต์ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ถัดไปคือสื่อภาพยนตร์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับรายงานของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติที่พบว่าช่วงเวลาที่ประชาชนเปิดรับสื่อออนไลน์ สูงสุด คือช่วง Prime-time 18.01-23.00 น.

ส่วนเวลาในการเปิดรับสื่อพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลาเปิดรับสื่อต่างๆ ดังนี้

เปิดรับสื่อบุคคลแต่ละครั้งคือ 5-15 นาทีมากที่สุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รองลงมาคือ 30 นาที จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ถัดไปคือ 1 ชั่วโมง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40

เปิดรับหนังสือพิมพ์แต่ละครั้งน้อยกว่า 5 นาทีมากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 รองลงมาคือ 5-15 นาที จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ถัดไปคือ 30 นาที จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10

เปิดรับหนังสือหรือนิตยสารแต่ละครั้ง 5-15 นาทีมากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 รองลงมาคือน้อยกว่า 5 นาที จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40 ถัดไปคือ 30 นาที จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

เปิดรับวิทยุแต่ละครั้ง 30 นาทีมากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 รองลงมาคือ 5-15 นาที จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 ถัดไปคือน้อยกว่า 5 นาที จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00

เปิดรับภาพยนตร์แต่ละครั้ง 2-3 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาคือ 4-5 ชั่วโมง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ถัดไปคือ 1 ชั่วโมง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

เปิดรับโทรทัศน์แต่ละครั้ง 2-3 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 ถัดไปคือ 30 นาที จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00

เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้งมากกว่า 10 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือ 8-10 ชั่วโมง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 ถัดไปคือ 4-5 ชั่วโมง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10

เปิดรับเว็บไซต์แต่ละครั้ง 1 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 รองลงมาคือ 4-5 ชั่วโมง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 ถัดไปคือ 2-3 ชั่วโมง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00

ผลการวิจัยนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าในอดีตซึ่งเคยศึกษาพบว่า ผู้บริโภคชาวไทยใช้เวลารับชมวิดีโอคอนเทนต์ผ่านสื่อดิจิทัลมากกว่าสื่อโทรทัศน์ โดยคนไทยใช้เวลาเสพสื่อออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 4.2 ชั่วโมงต่อวัน ขณะที่ดูโทรทัศน์ 2.6 ชั่วโมงต่อวัน (ลลิต เทพ ทรัพย์เมือง, 2559)

สำหรับพฤติกรรมด้านการแสวงหาความรู้ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการแสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.42 อยู่ในระดับปานกลาง โดยแสวงหาความรู้จากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.69) รองลงมาแสวงหาความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.16) ถัดไปแสวงหาความรู้จากสื่อเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.12) และแสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย=2.16) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของอาจารย์สาขาวิชาประวัติศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน” พบว่าอาจารย์แสวงหาสารสนเทศเพื่อการสอนและเพื่อติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการ รวมถึงเพื่อการบริการทางวิชาการด้วย โดยแหล่งสารสนเทศมีทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เหตุผลในการเลือกแหล่งสารสนเทศคือเป็นแหล่งที่เข้าถึงได้ง่าย มีความถูกต้องน่าเชื่อถือและเสียค่าใช้จ่ายไม่สูง (วชิราภรณ์ คลังธนบุรณ์, 2547)



ส่วนวิธีการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนในรูปแบบการเรียนกับผู้สอนมากที่สุด จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 รองลงมาคือการทำกิจกรรมออนไลน์ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 67.40 ถัดไปคือการทำกิจกรรมกลุ่ม จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 และแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนในรูปแบบการปฏิบัติ น้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ เป็นนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน ดังนั้นจึงอาจเป็นไปได้ว่าผู้ที่เรียนในศาสตร์การสื่อสาร มักเป็นผู้แสวงหาความรู้ ข้อมูลสารสนเทศ ข่าวสารต่างๆ เพื่อนำมาประกอบใช้ในการเรียน การวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Krikelas (อ้างถึงในนฤมล เพิ่มชีวิตและพชีนี เขยจรรรยา, 2553) ที่อธิบายว่าการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร คือ การที่บุคคลกระทำ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสารสนเทศที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ ความสนใจ หน้าที่การงานและการเรียนรู้ พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคล นั้นพบว่าความรู้ที่ตนเองมีอยู่นั้นไม่เพียงพอจึงต้องการแสวงหาเพิ่มเติม

#### ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คนพบว่า ทุกคนมีอุปกรณ์สื่อสารคือโทรศัพท์มือถือ และมีอินเทอร์เน็ตแบบเหมาจ่ายรายเดือน กลุ่มตัวอย่างจะใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารกับคน ในครอบครัวและเพื่อน ตลอดจนใช้ติดตามข่าวสารและสืบค้นข้อมูลต่างๆ รวมถึงใช้เพื่อความบันเทิง ด้วย สำหรับสัญญาณอินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะใช้สัญญาณ Wi-Fi ในมหาวิทยาลัยเป็นหลัก และในสถานที่ต่างๆ ที่มี Wi-Fi ให้ใช้ฟรี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อออนไลน์ ของภาครัฐที่พบว่า สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่ประชาชนใช้ในการเข้าถึงสื่อออนไลน์มากที่สุด รองลงมา คือคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ททีวี หากเป็นสื่อออนไลน์ประเภทภาพเคลื่อนไหวและเสียง จะพบว่าใช้คอมพิวเตอร์เพื่อรับชมหรือรับฟังเป็นส่วนใหญ่ตรงกันข้ามกับการบริโภคสื่อออนไลน์อื่นๆ ที่ ประชาชนใช้การเข้าถึงด้วยสมาร์ทโฟนเป็นส่วนมาก และสื่ออื่นๆที่ประชาชนนิยมมากที่สุดคือ Social Network ได้แก่ Facebook, Instagram, Twitter, Line ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ประชาชนเข้าถึงด้วย สมาร์ทโฟนในสัดส่วนที่สูงที่สุดจากบรรดาสื่อออนไลน์ทุกประเภท (สำนักงานคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

สำหรับการแสวงหาความรู้ด้านการเมือง กลุ่มตัวอย่างจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการเมือง จากเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน รับชมข่าวโทรทัศน์และพูดคุยรวมถึงซักถามกับอาจารย์ผู้สอน นอกจากนี้ ยังหาข้อมูลด้านการเมืองจากการอ่านบทความ บทวิเคราะห์ในหนังสือพิมพ์ทั้งที่ตีพิมพ์เป็นฉบับและ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ และพูดคุยกับคนในครอบครัวและเพื่อนในคณะรัฐศาสตร์ด้วย ซึ่งต่างจาก ผลการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ความรู้ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานครจะเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อติดตามเหตุการณ์ ข่าวสารทาง การเมืองมากที่สุด (อัญชุลี วงษ์บุญงามและดารณี ธัญญศิริ, 2554) อย่างไรก็ตามผลการสัมภาษณ์ยัง พบว่ากลุ่มตัวอย่างยังแสวงหาความรู้ด้านการเมืองจากการรับชมข่าวทางโทรทัศน์เพียงแต่เป็น แหล่งข้อมูลรองลงมาจากเว็บไซต์ อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างข้อมูลที่หลากหลายและปัจจุบัน

สามารถเข้าถึงด้วยเว็บไซต์ได้สะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะการเข้าเว็บไซต์หนึ่งสามารถเชื่อมโยงไปแหล่งข้อมูลอื่นๆ ได้มากกว่า 1 แหล่ง

ส่วนการแสวงหาความรู้ด้านเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจจากเว็บไซต์ด้านเศรษฐกิจโดยตรง รับชมข่าวโทรทัศน์และอ่านหนังสือพิมพ์เฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ ทั้งที่ตีพิมพ์เป็นฉบับและหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นอกจากนี้ยังหาข้อมูลจากแอปพลิเคชันด้านเศรษฐกิจพูดคุยกับผู้รู้ด้านเศรษฐกิจ เข้าเรียนรายวิชาเศรษฐศาสตร์ รวมถึงใช้การสังเกตสภาพการณ์ค้าขายในแต่ละช่วงด้วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Russet ที่พบว่าสื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลหนึ่งซึ่งนับเป็นที่พึ่งของประชาชนเพราะนอกจากประชาชนจะใช้ประโยชน์จากการติดตามข้อมูลข่าวสารแล้วยังสามารถใช้ข่าวสาร สารระ บทความ บทวิเคราะห์ และข้อคิดต่างๆ จากสื่อมวลชนมาเป็นแนวทางในการคิดและตัดสินใจในการใช้ชีวิตในปัจจุบันด้วย ดังจะเห็นได้ชัดในแง่ของเศรษฐกิจซึ่งสื่อมวลชนช่วยให้ผู้รับสารมองเห็นภาพเศรษฐกิจที่ชัดเจนขึ้น จนนำไปสู่การขยายตลาดสำหรับสินค้า (Russet และคณะ, 1964 อ้างถึงในลัดดา โปษะพิสิษฐ์, 2545: 4)

สำหรับการแสวงหาความรู้ด้านสังคม กลุ่มตัวอย่างจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านสังคมจากสื่อออนไลน์ ดูข่าวโทรทัศน์ ดูเว็บไซต์สำนักข่าว และมีการแสวงหาข้อมูลจากสื่อบุคคล ได้แก่ การพูดคุยกับเพื่อน คนในครอบครัว อาจารย์ และเข้าฟังสัมมนาในหมู่บ้าน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมจากห้องสมุดในกรณีต้องการข้อมูลเปรียบเทียบหรือทำรายงาน จะเห็นได้ว่าวิธีการแสวงหาความรู้ด้านสังคมของกลุ่มตัวอย่างนั้นใช้ทั้งสื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อดั้งเดิมอย่างสื่อบุคคล ซึ่งอาจเป็นเพราะข่าวสาร ข้อมูลด้านสังคมนั้นมีหลายแง่มุมและหลายมิติทำให้กลุ่มตัวอย่างจำเป็นต้องค้นคว้าจากหลายแหล่งข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการแสวงหาข่าวสารที่อธิบายว่าคุณคดียุทธศาสตร์ที่ต่างกัน กล่าวคือกลยุทธ์ที่ไข่มุมกว้างและมุมแคบ มุมกว้างบุคคลจะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆ เท่าที่เป็นไปได้ ทบทวนแหล่งที่มาที่ไปและตัดสินใจเลือกใช้ข่าวสารจากแหล่งนั้น ส่วนมุมแคบบุคคลจะเลือกแหล่งสารเพียงแหล่งเดียวและใช้เป็นฐานสำหรับการแสวงหาข่าวสาร โดยกระบวนการแสวงหาข่าวสารของคุณคดียุทธศาสตร์เริ่มจากการเปิดรับสิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งอาจน่าสนใจหรือไม่ก็น่าสนใจก็ได้ ต่อมาบุคคลจะเปรียบเทียบระหว่างสิ่งเร้ากับภาพหรือความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ข่าวสารที่คุกคามหรือไม่มีความสำคัญจะถูกทิ้งไปเช่นเดียวกับข่าวสารที่ซ้ำซาก ข่าวสารที่ถูกทิ้งบุคคลจะหยุดการใช้ข่าวสารนั้นแต่ข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องและตรงกับภาพที่บุคคลมีจะถูกนำมาพิจารณาว่าจะจัดการต่อไปหรือไม่ ถ้าไม่ข่าวสารนั้นจะถูกทิ้ง ถ้าใช่ข่าวสารนั้นจะถูกนำมาจัดลำดับความสำคัญ จากนั้นจึงประเมินสถานการณ์และตัดสินใจที่จะแสวงหาหรือหยุดแสวงหา หากคิดว่าข่าวสารมีเพียงพอแล้วก็จะหยุดและนำข่าวสารนั้นไปใช้เลย แต่ถ้าข่าวสารที่ได้รับไม่เพียงพอก็จะแสวงหาข่าวสารต่อไป (กนกพร ศักดิ์อุดมขจร, 2543: 34)

ด้านปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัญหาของการแสวงหาความรู้คือการคีย์คำสำคัญ (Key word) ที่จะใช้หาข้อมูลหรือเรื่องที่สนใจ เมื่อพิมพ์ลงไปบางครั้งได้ข้อมูลไม่ตรงตามความต้องการ นอกจากนี้ยังมีปัญหาของข้อมูลที่ถูกปิดกั้นทำให้ไม่ได้ข้อมูลตามที่ต้องการและการบิดเบือนข้อมูลความจริงทำให้ต้องคิดวิเคราะห์ให้รอบด้านก่อนนำไปใช้ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการหาข้อมูลจากเว็บไซต์มีบางข่าวหรือบางข้อมูลที่ถูกลบปิดเบือนไม่สามารถนำมาใช้ได้ บางเนื้อหาถูกลบลงทำให้ต้องคิดและวิเคราะห์ข้อมูลให้

มาก่อนนำไปใช้ ดังนั้นการหาข้อมูลให้มากจึงเป็นเรื่องจำเป็นรวมถึงข้อมูลนั้นต้องมีความน่าเชื่อถือ ทั้งจากตัวบุคคลที่เป็นแหล่งข่าวและตัวเว็บไซต์ด้วย อีกประการคือเรื่องความรู้เดิมหรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวที่จะสืบค้น หากมีความรู้เดิมก็จะทำให้ง่ายต่อการค้นคว้า การหาข้อมูล การเข้าถึงข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจะง่ายกว่าการที่ไม่มีความรู้เดิมเป็นพื้นฐานเลย

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อมูลว่าการค้นคว้าข้อมูลในปัจจุบันต้องใช้การประกบกัน ระหว่างข่าวสารกับโลกที่เปรียบเสมือนละคร ทุกข่าวทุกเหตุการณ์มีเหตุผลนักศึกษาสื่อสารมวลชนไม่สามารถที่จะรับข่าวสารเพียงแค่การนำเสนอของสื่อมวลชนเพียงด้านเดียวได้ แต่ต้องใช้จินตนาการใช้จิตวิทยาเพื่อให้รู้ว่าข้อมูลข่าวสารนั้นต้องการอะไร ใครได้ใครเสียผลประโยชน์ และกระทบต่อสิ่งใดบ้าง

สำหรับการหลงประเด็นก็เป็นอีกปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ กล่าวคือการค้นคว้าข้อมูลที่ไปเจอในสิ่งที่แต่ละสื่อประเด็นแตกต่างกันทำให้หลงไปกับข้อมูลที่สื่อนำเสนอ การหลงเชื่อจึงเกิดขึ้นทำให้ต้องทำงานหลายคนเพื่อช่วยกันแยกแยะและวิเคราะห์ว่าข้อมูลที่ค้นคว้าได้ยังขาดด้านใด และมีด้านใดมากเกินไป

ส่วนอุปสรรคเวลาค้นคว้าหาข้อมูลคือสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ช้า ทำให้การค้นหาข้อมูลต่างๆ ช้าลง หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียรทำให้หลุดการค้นคว้าจึงไม่ต่อเนื่อง การค้นคว้าข้อมูลในเว็บไซต์มีอุปสรรคคือมักมีหลายเว็บไซต์ แต่ละเว็บไซต์มีที่มาของข้อมูลต่างกัน ทำให้ต้องเลือกเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ ซึ่งอาจทำให้สับสนข้อมูล ข้อมูลในโลกออนไลน์เป็นข้อมูลเปิดกว้างการค้นหาค้นจากหลายแหล่งและต้องนำมาเปรียบเทียบกันจนกระทั่งได้ข้อมูลตรงตามที่ต้องการ การค้นคว้าหาข้อมูลยิ่งค้นหาก็ยิ่งเจอข้อมูลมากขึ้นทำให้เวลาเป็นอีกหนึ่งอุปสรรคของการค้นคว้าหาข้อมูล หากหมดเวลาลงก็คือยุติการค้นหาข้อมูล หรือบางข้อมูลถูกลบถูกถอดออก จึงจำเป็นต้องค้นคว้าข้อมูลแข่งกับเวลาด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าข้อมูลข่าวสารจากทางราชการมีมากและซ้ำซ้อนกัน บางข้อมูลเป็นเรื่องเดียวกันแต่ไม่มีเจ้าภาพทำให้ข้อมูลกระจัดกระจายอยู่ในห้องสมุดของแต่ละกระทรวงหรืออยู่แยกกันในเว็บไซต์แต่ละกระทรวง รวมถึงข้อมูลข่าวสารจากทางราชการมีการเปิดเผยลงเว็บไซต์ที่ล่าช้ากว่าเว็บไซต์ของภาคเอกชนหรือเว็บไซต์ของสำนักข่าวต่างๆ และหากต้องการข้อมูลหรือสัมภาษณ์ข้าราชการต้องทำหนังสือขออนุญาตซึ่งจะใช้เวลานาน

## **อภิปรายผลตามแนวคิดทฤษฎี**

### **แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)**

ยูพา สุภากุล (2534: 124-125) อธิบายว่าผู้รับสารแต่ละคนจะเลือกเปิดรับสื่อมวลชนโดยมีเกณฑ์คือผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) นั่นคือสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก และจะเลือกสื่อที่ตนเองสะดวกและนิยม (Convenience Preferences) คือผู้รับสารสามารถเลือกสื่อได้ตามที่ตนเองสะดวก รวมถึงเลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อที่ตนเองเคยรับอยู่ เช่น บุคคลที่อายุมากเคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักจะไม่ค่อยสนใจสื่อชนิดอื่น และเกณฑ์ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อมีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสารด้วย และเกณฑ์สุดท้ายคือการเลือกสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ

และทัศนคติของตนเอง โดยการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับ การเปิดรับสื่อมวลชนด้วย (Mass Media Exposure) ซึ่งผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อติดตามข่าวสารสถานการณ์ปัจจุบันจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด โดยเลือกเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 75.70 และยังศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 สำหรับวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ก็ยังคงเปิดรับสื่อออนไลน์มากที่สุดเช่นกัน จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 ผลการวิจัยดังกล่าวจึงสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) กล่าวคือผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) นั่นคือสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก และจะเลือกสื่อที่ตนเองสะดวกและนิยม (Convenience Preferences) คือผู้รับสารสามารถเลือกสื่อได้ตามที่ตนเองสะดวก รวมถึงเลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) และเกณฑ์ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อมีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสารด้วย และเกณฑ์สุดท้ายคือการเลือกสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตนเองซึ่งทั้งหมดนี้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก มีความสะดวก และมีคุณสมบัติรวมทุกสื่อไว้ในสื่อออนไลน์ทำให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบันและยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การยอมรับข้อมูลข่าวสารทางการศึกษาผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” ของอารีรัตน์ ชนะขวัญ ซึ่งพบว่านักศึกษาสนใจรูปแบบการนำเสนอแบบมัลติมีเดียมากที่สุดและสิ่งที่นักศึกษาต้องการคือ การเชื่อมโยงติดต่อถึงกันเป็นเครือข่ายของโลก (อารีรัตน์ ชนะขวัญ, 2551) ซึ่งล้วนเป็นคุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน

นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับสถานการณ์สื่อมวลชนในปัจจุบัน กล่าวคือสื่อสิ่งพิมพ์กำลังจะหมดไป สื่อออนไลน์ก็กำลังเข้ามามีอิทธิพลแทนที่ โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดียเพราะเป็นการสื่อสารสองทางสามารถโต้ตอบไปมากับผู้รับสาร นำเสนอข่าวสารได้เร็วที่สุดและเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างจำเพาะเจาะจง ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงกลายเป็นสื่อที่นำเสนอข่าวสารอย่างผสมผสาน นั่นคือนำเสนอภาษาเขียน ภาษาพูด และนำเสนอภาพและเสียงแบบเดียวกับโทรทัศน์ ทำให้ผู้รับสารจากสื่อออนไลน์สามารถอ่านเนื้อหาและรับชมได้พร้อมๆ กัน (พีร์ พงศ์พิพัฒน์พันธุ์, 2559)

นอกจากนี้ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกัน ซึ่งกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารนี้เรียกว่า กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) บุคคลอาจปฏิเสธข่าวสารตั้งแต่แรก คือ ไม่เลือกอ่าน ไม่ฟัง ไม่ดู สำหรับกรณีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารได้ บุคคลก็ยังคงพยายามที่จะสนใจเฉพาะเนื้อหาบางส่วนที่ตนเองสนใจ รวมถึงเลือกตีความให้สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ดังนั้นสื่อที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันมีแรงจูงใจผู้รับสารต่างกันก็ย่อมจะมีผลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของประชาชนในระดับที่ต่างกันด้วย นอกจากการเลือกเปิดรับแล้วบุคคลก็ยังเลือกรับรู้และเลือกจดจำด้วย (دنุพล อุ่นจินตามณี, 2545: 25-26) โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมไม่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาไม่เปิดรับสื่อหนังสือหรือนิตยสาร จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 43.10 ถัดไปไม่เปิดรับสื่อวิทยุ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 36.20 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารกล่าวคือ บุคคลอาจปฏิเสธข่าวสารตั้งแต่แรก คือไม่เลือกอ่าน ไม่ฟัง ไม่ดู ซึ่งผลการวิจัยพบว่าไม่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด นั่นอาจเพราะว่าสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ต้องหาซื้อ ไม่สะดวก ไม่เคลื่อนไหว ไม่สามารถเชื่อมโยงกับสื่ออื่นๆ และล่าช้าทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกเปิดรับในปัจจุบัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การยอมรับข้อมูลข่าวสารทางการศึกษาผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” ของอารีรัตน์ ชนะขวัญ ที่พบว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มากที่สุดคือเนื้อหาประเภทสาระบันเทิง และนักศึกษาสนใจรูปแบบการนำเสนอแบบมัลติมีเดียมากที่สุดและสิ่งที่นักศึกษาต้องการคือ การเชื่อมโยงติดต่อถึงกันเป็นเครือข่ายของโลก (อารีรัตน์ ชนะขวัญ, 2551)

#### แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความรู้

การศึกษาความแตกต่างระหว่างการแสวงหาความรู้ตามแนวคิดสมัยใหม่ (Modernism) กับยุคหลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism) นั้นพบว่าแนวคิดสมัยใหม่จะเน้นองค์ความรู้และเหตุผลต่างกับยุคหลังสมัยใหม่ซึ่งเน้นการใช้ทุกวิถีในการแสวงหาความรู้ ความจริงแม้กระทั่งการใช้ความเจ็บในอีกแง่มุมแนวคิดสมัยใหม่จะเน้นผู้ศึกษาให้แยกตนเองออกห่างจากสิ่งที่ศึกษาแต่ยุคหลังสมัยใหม่กลับเน้นให้ผู้ศึกษาลงไปวิจัยแบบมีส่วนร่วมรวมถึงศึกษาสิ่งที่ขาดหายไป ทำให้ปัจจุบันแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการแสวงหาความรู้ในสถาบันอุดมศึกษาในแง่ที่การวิจัยนั้นเป็นบทบาทสำคัญในการแสวงหาความรู้ของสถาบันอุดมศึกษา (Hassan ,1987 และติน ปรัชญพฤทธิ ,2522 อ้างถึงในอภิภา ปรัชญพฤทธิ, 2554 : 17-23)

ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาจึงมีอิสระในการดำเนินงานและมีเสรีภาพทางวิชาการ (academic freedom) เพื่อพัฒนาภูมิปัญญาขั้นสูงสุด คิดอย่างมีเหตุผล เข้าถึงความจริงอย่างเป็นระบบ อธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ได้ด้วยทฤษฎีและเปลี่ยนแปลงได้ พัฒนาและตรวจสอบได้ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ การแสวงหาความรู้อย่างเป็นอิสระนั้นจะช่วยให้นักศึกษาเข้าใจความหมายและค่านิยมของเสรีภาพทางการเมืองด้วย อันได้แก่ เสรีภาพในการคิด การแสดงความคิดเห็นและการตัดสินใจเลือก ดังนั้นการแสวงหาความรู้จึงมีคุณค่าในตัวของมันเองเพราะเปิดโอกาสให้มนุษย์แสดงจินตนาการที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นเสรีชน สำหรับทัศนะของลิโอทาร์ด การแสวงหาความรู้คือกิจกรรมทางปัญญาที่เป็นพลวัต การแสวงหาความรู้ที่สำคัญคือการวิจัยที่เปลี่ยนแปลงความคิดและการปฏิบัติไปในแนวทางที่ไม่อาจทำนายล่วงหน้าได้หรือไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยใช้ความรู้เดิมเพียงเพื่อจุดประกายทางความคิดที่จะนำไปสู่การแสวงหาความรู้ในทิศทางใหม่ (อภิภา ปรัชญพฤทธิ, 2554 หน้า 215-226)

แม้ว่าการวิจัยจะเป็นสิ่งสำคัญและมีบทบาทมากในการแสวงหาความรู้ของสถาบันอุดมศึกษา ในยุคหลังสมัยใหม่แต่ผลการวิจัยการแสวงหาความรู้กลับพบว่า กลุ่มตัวอย่างแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนในรูปแบบการเรียนกับผู้สอนมากที่สุด จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 รองลงมาคือการทำกิจกรรมออนไลน์ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 67.40 ถัดไปคือการทำกิจกรรมกลุ่ม จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 และแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนในรูปแบบการปฏิบัติน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 ทั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างแสวงหาความรู้ด้วยการวิจัยเพียง 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เท่านั้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาใน

สถาบันอุดมศึกษา ยังเน้นให้ความสำคัญกับทฤษฎีมากกว่าการปฏิบัติหรือการลงมือวิจัยเพื่อหาองค์ความรู้ใหม่ นั่นเอง ซึ่งแดร์ริดาสนับสนุนวิธีการแสวงหาความจริงด้วยวิธีการรื้อสร้าง (deconstruction) คือการมองว่าการแสวงหาความรู้เป็นกิจกรรมสร้างความหมายของภาษาที่แตกต่างไปจากปกติสถาน ผู้แสวงหาความรู้ควรมีบทบาทในการกระทำการเพื่อเปลี่ยนแปลงวาทกรรมของความเป็นจริงทางสังคมด้วย โดยมีข้อสมมุติฐานว่าความรู้ ความจริงมีอยู่แล้วตามธรรมชาติเพื่อรอการค้นพบ แม้ว่าวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยจะให้ความสำคัญกับทฤษฎีและการวิจัยพื้นฐานมากกว่าการปฏิบัติและการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (อภิภา ปรัชญพฤทธิ์, 2554 หน้า 215-226)

#### แนวคิดการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

การแสวงหาข่าวสารบุคคลจะมีวิธีการหรือกลยุทธ์ที่ต่างกัน กล่าวคือกลยุทธ์ที่ใช้มุกกว้างและมุกแคบ มุกกว้างบุคคลจะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆ เท่าที่เป็นไปได้ ทบทวนแหล่งที่มาที่ไปและตัดสินใจเลือกใช้ข่าวสารจากแหล่งนั้น ส่วนมุกแคบบุคคลจะเลือกแหล่งสารเพียงแหล่งเดียวและใช้เป็นฐานสำหรับการแสวงหาข่าวสาร โดยกระบวนการแสวงหาข่าวสารของบุคคลเริ่มจากการเปิดรับสิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งอาจน่าสนใจหรือไม่ก็น่าสนใจก็ได้ ต่อมาบุคคลจะเปรียบเทียบระหว่างสิ่งเร้ากับภาพหรือความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ข่าวสารที่บุคคลหรือไม่มีความสำคัญจะถูกทิ้งไปเช่นเดียวกับข่าวสารที่ซ้ำซาก ข่าวสารที่ถูกทิ้งบุคคลจะหยุดการใช้ข่าวสารนั้นแต่ข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องและตรงกับภาพที่บุคคลมีจะถูกนำมาพิจารณาว่าจะจัดการต่อไปหรือไม่ ถ้าไม่ข่าวสารนั้นจะถูกทิ้ง ถ้าใช้ข่าวสารนั้นจะถูกนำมาจัดลำดับความสำคัญ จากนั้นจึงประเมินสถานการณ์และตัดสินใจที่จะแสวงหาหรือหยุดแสวงหา หากคิดว่าข่าวสารมีเพียงพอแล้วก็จะหยุดและนำข่าวสารนั้นไปใช้เลย แต่ถ้าข่าวสารที่ได้รับไม่เพียงพอก็จะแสวงหาข่าวสารต่อไป พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นพบว่าความรู้ที่ตนเองมีอยู่นั้นไม่เพียงพอจึงต้องการแสวงหาเพิ่มเติม (Krikelas, 1983 อ้างถึงในนฤมล เพิ่มชีวิตและพัชนี เขยจรรรยา, 2553) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ว่าข้อมูลในโลกออนไลน์เป็นข้อมูลเปิดกว้างการค้นหาค้นหาต้องค้นจากหลายแหล่งและต้องนำมาเปรียบเทียบกันจนกระทั่งได้ข้อมูลตรงตามที่ต้องการ

นอกจากนี้ผลการวิจัยด้านการแสวงหาความรู้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการแสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.42 อยู่ในระดับปานกลาง โดยแสวงหาความรู้จากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.69) รองลงมาแสวงหาความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.16) ถัดไปแสวงหาความรู้จากสื่อเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.12) โดยจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลจากสื่อที่หลากหลายและอยู่ในระดับมาก ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มากและหลากหลาย นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนในรูปแบบการเรียนกับผู้สอนมากที่สุด จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 รองลงมาคือการทำกิจกรรมออนไลน์ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 67.40 ถัดไปคือการทำกิจกรรมกลุ่ม จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการแสวงหาข่าวสารซึ่งบุคคลจะมีวิธีการหรือกลยุทธ์ที่ต่างกัน

### แนวคิดเกี่ยวกับนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist)

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนตามแนวคิดของ Harold D. Lasswell (1948) กล่าวว่า สื่อมวลชนควรมีบทบาทหน้าที่ 4 ประการคือ ประการที่หนึ่งการตรวจตราระแวดระวังภัยให้แก่สังคม (Surveillance) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นยามเฝ้าสังคม (watch dog) คอยตรวจตรา ระแวดระวังเมื่อมีสิ่งผิดสังเกตก็จะคอยเตือนคอยรายงานให้สังคมรับรู้ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่สังคม ประการที่สองเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคม (Correlation) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่คัดสรรเรื่องราว วิเคราะห์เหตุการณ์ เชื่อมโยงเหตุการณ์ ผสานส่วนต่างๆ ให้สังคมเข้าใจมากยิ่งขึ้น ประการที่สามการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่สังคมประภิต นั่นคือขัดเกลาคนในสังคมให้เป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคม หรืออีกนัยหนึ่งคือสื่อมวลชนมีหน้าที่ให้ความรู้ การศึกษา และถ่ายทอดวัฒนธรรมด้วย (Education) และประการที่สี่ให้ความบันเทิง (Entertainment) โดยสื่อมวลชนมีหน้าที่ให้ความบันเทิงและผ่อนคลายความตึงเครียดให้คนในสังคม (Baran and Davis, 1955: 166-167) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อติดตามข่าวสาร

สถานการณ์ปัจจุบันจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด โดยเลือกเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 75.70 เลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 2 จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และเลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 3 จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 เลือกเปิดรับสื่อวิทยุเป็นอันดับที่ 4 จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และ 80 เลือกเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นอันดับที่ 5 จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนยังคงมีความสำคัญในแง่ของการให้ข้อมูลข่าวสารแก่คนในสังคมตามแนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ประการที่หนึ่งคือการตรวจตราระแวดระวังภัยให้แก่สังคม (Surveillance) นอกจากนี้พฤติกรรมการเชื่อถือข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่จะเชื่อถือข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 32.40 นั่นอาจเป็นเพราะว่าแม้ว่าทุกวันนี้จะมีข้อมูลข่าวสารมากมายมาจากทุกทิศทุกทางแต่ว่าสื่อมวลชนยังคงแตกต่างจากสื่ออื่นในแง่ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีมากกว่าสื่ออื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจุมพล รอดคำดีประธานกรรมการบริหารสถานีโทรทัศน์ ThaiPBS ที่ได้อธิบายไว้ว่าสิ่งที่สื่อใน social media ไม่มีคือความเป็นมืออาชีพ (professional) แม้ว่าปัจจุบันประชาชนทั่วไปจะสามารถรายงานข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ social media หรือบางครั้งสื่อมวลชนเองก็นำเอาเรื่องใน social media มารายงาน ซึ่งเป็นปัญหาด้านคุณภาพของเนื้อหาอย่างมากเพราะมันขาดความน่าเชื่อถือ ส่วนสื่อมวลชนหลักหากต้องการคงความน่าเชื่อถือและความเป็นมืออาชีพ ก็ต้องนำเสนอข่าวให้มีความลึกของประเด็น มีมุมมองที่กว้างขึ้น สถิติ ข้อมูล หลักฐานที่น่าเชื่อถือ ผู้รับสารต้องเกิดสติปัญญา ข่าวต้องเป็นยิ่งกว่าข่าว สื่อมวลชนก็จะได้รับความน่าเชื่อถือ (จุมพล รอดคำดี, 2561)

คุณลักษณะของนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist) หรือผู้สื่อข่าวที่ทำงานเชิงข้อมูล โดยรายงานข่าวซึ่งผนวกรวมเรื่องของตัวเลขที่มีความสำคัญจากแหล่งที่มาของข้อมูลหรืองานวิจัย การประมวลผลข้อมูลสถิติแล้วรายงานข่าวหรือเรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bradshaw, Internet, 2010) นักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลจะมีลักษณะ 4 ประการดังนี้

1. Finding data คือ ข้อมูลที่ได้จากค้นพบ ซึ่งข้อมูลประเภทนี้จะเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ จากการมองเห็นความรู้ที่เชี่ยวชาญเชื่อมกับการใช้คอมพิวเตอร์ในการเป็นผู้ช่วยในทักษะการรายงานข่าวรวมถึง

ทักษะด้านเทคนิคพิเศษ เช่นการใช้โปรแกรมต่างๆ ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ผู้สื่อข่าวใช้ด้วย

2. Interrogating data คือ ข้อมูลที่ได้จากการซักถาม โดยผู้สื่อข่าวต้องมีความเข้าใจเป็นอย่างดีในภาษาเฉพาะนั้นๆ และเข้าใจบริบทที่แวดล้อมข้อมูลนั้นในแนวกว้างด้วย บวกกับผู้สื่อข่าวใช้สถิติร่วมกับเอกสารจะช่วยประหยัดเวลาในการหาข้อมูล

3. Visualising Data คือ ข้อมูลที่ได้ต้องทำให้เห็นเป็นภาพ ข้อมูลประเภทนี้ในอดีตจะเป็นความรับผิดชอบของผู้ออกแบบสารหรือผู้เข้ารหัสสารนั้นคือผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการนั่นเอง แต่จากการเพิ่มจำนวนขึ้นของผู้คน กองบรรณาธิการซึ่งทำงานเบื้องหลังข่าวได้พยายามในทั้งสองด้านคือส่วนหนึ่งขยับขยายความตระหนักรู้ในสิ่งซึ่งเป็นไปได้ และอีกส่วนหนึ่งคือการลดลงของอุปสรรคที่จะทดลองด้วยตัวของพวกเขาเอง

4. Mashing Data คือ ข้อมูลที่คลุกเคล้าผสมกันเป็นเนื้อเดียวกับสารสนเทศอื่นๆ เครื่องมือทางการสื่อสาร เช่น application ManyEyes สามารถใช้เพื่อสร้างภาพจากข้อมูล และ web application อย่าง Yahoo Pipes ซึ่งเป็นเครื่องมือสร้างกราฟิกจากข้อมูลที่หลากหลายได้ เทคโนโลยีทางการสื่อสารเหล่านี้สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานซึ่งได้ถูกสร้างขึ้นและจะช่วยสร้างนักศึกษาด้านสื่อสารมวลชนได้อย่างรวดเร็วและนำไปสู่แนวการสื่อสารศาสตร์เชิงข้อมูลต่อไป ซึ่งผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการแสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.42 อยู่ในระดับปานกลาง โดยแสวงหาความรู้จากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.69) รองลงมาแสวงหาความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.16) ถัดไปแสวงหาความรู้จากสื่อเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.12) และกลุ่มตัวอย่างแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนในรูปแบบการเรียนกับผู้สอนมากที่สุด จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 รองลงมาคือการทำกิจกรรมออนไลน์ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 67.40 ถัดไปคือการทำกิจกรรมกลุ่ม จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 โดยการวิจัยมีเพียง 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะแสวงหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ที่หลากหลายและอยู่ในระดับมากที่สุดในสื่อออนไลน์และระดับมากในสื่ออิเล็กทรอนิกส์กับสื่อเว็บไซต์ แต่ในภาพรวมพบว่ามีพฤติกรรมการแสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.42 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น อีกทั้งยังมีการแสวงหาความรู้จากการวิจัยเพียงแค่ร้อยละ 10.00 ดังนั้นหากจะเป็นนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist) จึงควรเพิ่มการแสวงหาความรู้ในรูปแบบการวิจัยเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูลจะเกิดขึ้นได้เมื่อสังคมนั้นเกิด Open Data คือการเปิดข้อมูลที่ทุกคนสามารถนำไปใช้ได้โดยอิสระด้วยการให้เครดิต และ Open government คือข้อมูลเปิดโดยรัฐบาลซึ่งหากประกาศเป็นรัฐเปิดก็ต้องคำนึงถึงเรื่องหลัก 3 ประการนั่นคือ ความโปร่งใส การมีส่วนร่วมของประชาชนและการเพิ่มพลังประชาชนให้มีสิทธิตรวจสอบมากขึ้น (สฤณี อาชวานันทกุล, 2558) อ้างถึงในสรารวุฒิ ทองคำศรี, internet, 2558) ซึ่งผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าข้อมูลข่าวสารจากทางราชการมีมากและซ้ำซ้อนกัน บางข้อมูลเป็นเรื่องเดียวกันแต่ไม่มีเจ้าภาพทำให้ข้อมูลกระจุกกระจายอยู่ในห้องสมุดของแต่ละกระทรวงหรืออยู่แยกกันในเว็บไซต์แต่ละกระทรวง รวมถึงข้อมูลข่าวสารจากทางราชการมีการเปิดเผยลงเว็บไซต์ที่ล่าช้ากว่าเว็บไซต์ของภาคเอกชนหรือเว็บไซต์ของสำนักข่าวต่างๆ และหากต้องการข้อมูลหรือสัมภาษณ์ข้าราชการต้องทำหนังสือขออนุญาตซึ่งจะใช้



เวลานาน ดังนั้นหากต้องการให้สังคมไทยเกิดนักสื่อสารมวลชนแบบนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ภาครัฐและทุกฝ่ายควรเปิดให้สังคมเกิด Open Data ด้วยเช่นกัน

### **ข้อเสนอแนะสำหรับมหาวิทยาลัยที่เปิดการเรียนการสอนด้านสื่อสารมวลชน**

ปัจจุบันประชาชนรับข้อมูลข่าวสารจากหลากหลายช่องทางทั้งจากสื่อมวลชน เว็บไซต์และสื่อออนไลน์ รวมถึงประชาชนไม่ได้เป็นผู้รับสารฝ่ายเดียวแต่ยังเป็นผู้ส่งต่อข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสื่อต่างๆ ด้วย ดังนั้นการเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการสร้างวาทกรรมที่มีเนื้อหาทั้งภาพ ข้อความ และเสียงบรรยายที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ความเกลียดชัง ความขัดแย้งในสังคมจึงถูกส่งต่อผ่านการกดไลค์ (Like) กดแชร์ (Share) หรือการส่งต่อลิงค์ข้อความให้ผู้อื่น (Link) เกิดการส่งต่อความเกลียดชัง การนำเสนอและผลิตซ้ำๆ จนประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารความรุนแรงเกิดความเคยชินจนมองเป็นเรื่องธรรมดา แม้ว่าทุกคนจะมีเสรีภาพในการสื่อสารแต่อย่างไรก็ตามเสรีภาพก็ควรตั้งอยู่บนความรับผิดชอบของทุกคนที่สื่อสารด้วยเช่นกัน โดยสื่อมวลชนและประชาชนผู้ใช้สื่อควรหยุดสร้าง หยุดใช้วาทกรรมสร้างความเกลียดชัง และใช้วิจรรย์ญาณในการรับข้อมูลข่าวสารให้มากขึ้น ทั้งนี้มหาวิทยาลัยที่เปิดการเรียนการสอนด้านสื่อสารมวลชนควรตระหนักถึงการเรียนรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนและประชาชนที่มีต่อการสื่อสารทั้งในรูปแบบการเรียนการสอน การทำกิจกรรม การฝึกปฏิบัติ ตลอดจนการวิจัย

นอกจากนี้มหาวิทยาลัยควรสร้างภาคีเครือข่ายการเฝ้าระวังการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการสร้างวาทกรรมที่มีเนื้อหาทั้งภาพ ข้อความ และเสียงบรรยายที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ความเกลียดชัง ความขัดแย้งในสังคมทั้งกับมหาวิทยาลัยด้วยตนเอง การสร้างเครือข่ายกับภาครัฐ และการสร้างเครือข่ายกับองค์กรสื่อสารมวลชน เพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย รัฐ และองค์กรสื่อ

สำหรับด้านการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในปัจจุบันมหาวิทยาลัยควรสนับสนุนการเรียนการสอนให้เน้นการค้นคว้า การแสวงหาข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การคิดวิเคราะห์ รวมถึงการรู้เท่าทันข้อมูลที่ได้มา และการวิจัย ซึ่งจะสามารถพัฒนาผู้เรียนไปสู่การเป็นนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist) ได้ นอกจากนี้มหาวิทยาลัยควรเป็นเจ้าภาพกระตุ้นให้เกิดสังคม Open Data คือการเปิดข้อมูลที่ทุกคนสามารถนำไปใช้ได้โดยอิสระด้วยการให้เครดิต และผลักดันให้ภาครัฐเห็นความสำคัญของ Open government คือข้อมูลเปิดโดยรัฐบาลซึ่งหากประเทศไทยสามารถเปิดข้อมูลภาครัฐให้ประชาชนและสื่อมวลชนสามารถใช้ข้อมูลได้ก็จะเกิดผลดีตามมานั้นคือ ภาครัฐเกิดความโปร่งใส ภาคประชาชนเกิดการมีส่วนร่วมและการเพิ่มพลังประชาชนให้มีสิทธิตรวจสอบมากขึ้น

### **ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป**

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาใน

กรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปอาจเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้กระจายตามภาคเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และอาจเพิ่มกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึกไปสู่ นักสื่อสารมวลชนเพื่อให้ได้คำตอบถึงปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาความรู้ความจริงในมิติของผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อมวลชนด้วย

นอกจากนี้ การวิจัยครั้งต่อไปน่าจะศึกษาเพิ่มเติมถึงความจำเป็นในกระบวนการเปิดเผยข้อมูลของภาคราชการ ตลอดจนกระบวนการ ขั้นตอน ระยะเวลาของการเปิดเผยและเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ของภาครัฐ และการเชื่อมโยงองค์ความรู้ระหว่างมหาวิทยาลัยเพื่อให้ได้คำตอบด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย รัฐและองค์กรสื่อในสังคมไทย

### **ข้อจำกัดของงานวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้ในส่วนของวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาด้านสื่อสารมวลชนที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากงานวิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การแสวงหาความรู้ ปัญหาและอุปสรรคของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผลการวิจัยจึงอาจกระทบต่อความเที่ยงตรงภายนอก (External validity) และการขยายผลการวิจัย (Generalization) ที่ไม่สามารถขยายผลไปสู่กลุ่มนักศึกษาสาขาวิชาอื่นๆ หรือนักศึกษาในภูมิภาคอื่นๆ ได้

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังศึกษาการแสวงหาความรู้ในระดับพื้นฐานเท่านั้นโดยขาดการศึกษาเชิงลึกในรายละเอียดของการแสวงหาความรู้ในรูปแบบอื่นๆ ซึ่งอาจส่งผลให้ผลการวิจัยไม่สามารถอ้างอิงไปสู่วิธีการแสวงหาความรู้ได้อย่างรอบด้าน หรือไม่สามารถอ้างอิงไปสู่วิธีการแสวงหาความรู้ในอนาคตได้

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (ม.ป.ป.). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระพีพันธ์ โปธิ์ศรี. (2549). สถิติเพื่อการวิจัย (Statistics for Research). กรุงเทพมหานคร: บริษัทด้านสุทธนาการพิมพ์ จำกัด.

วรภุรี มูลสิน. (2556). Postmodern แนวคิดหลังทันสมัย. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์ยงสวัสดิ์อินเตอร์กรุป จำกัด.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). บทสรุปผู้บริหาร พฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ของไทย. เอกสารเผยแพร่.

อภิภา ปรัชญพฤทธิ. (2554). หลังสมัยใหม่นิยมและการอุดมศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ส.เจริญการพิมพ์.

อัญชุลี วงษ์บุญงามและดารณี ธัญญสิริ. (2554). การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ความรู้ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขต กรุงเทพมหานคร. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

Allan, B. and Cook, J. (2003). Study Skills Handbook. 2<sup>nd</sup> Ed. United Kingdom: University of Hull.

Baran, S.J. and Davis, D.K., (1995). Mass Communication Theory. California: Wadsworth Publishing Company.

### วิทยานิพนธ์

กนกพร ศักดิ์อุดมขจร. (2543). การแสวงหา การใช้ประโยชน์และพฤติกรรมการบริหารการเงินบุคคลของประชาชนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. การประชาสัมพันธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงพร หมวมณี. (2553). การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความคาดหวังของผู้ลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. การจัดการการสื่อสารองค์กร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ลัดดา โปษะพิสิษฐ์. (2544). **ความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

#### วารสาร

นฤมล เพิ่มชีวิตและพัชนี เขยจรรยา. (2553). **การแสวงหาข้อมูล การใช้ประโยชน์และความเชื่อถือในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ที่ผู้บริโภคสร้างเองของคนวัยทำงาน**. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. ปีที่ 3 ฉบับที่ 1. หน้า 99-121.

วชิราภรณ์ คลังธนบูรณ์. (2547). **พฤติกรรมการแสวงหาสารนิเทศของอาจารย์สาขาวิชาประวัติศาสตร์ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน**. วารสารบรรณารักษศาสตร์. ปีที่ 24 ฉบับที่ 2 (ก.ค. 2547). หน้า 48-63.

#### อินเทอร์เน็ต

สรวิฑูฒิ ทองคำศรี. (2558). **สรุปการบรรยายหัวข้อ Data Journalism หรือวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล**. Internet. <http://www.bangkokvoice.com/2015/09/29/data-journalism/>. สืบค้นวันที่ 1 มกราคม 2561.

สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยและสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. (2557). **เสรีภาพ...บนความรับผิดชอบ**. เอกสารแถลงการณ์. วันเสรีภาพสื่อมวลชนโลก 3 พฤษภาคม 2557. Internet. <http://www.tja.or.th/index.php?option=com>. สืบค้นวันที่ 13 มีนาคม 2561.

สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (2560). **ควบคุม คุณคาม คลุกคลาน**. Internet. <http://www.thaipbs.or.th/content/268923>. สืบค้น 7 มีนาคม 2561.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2559). Internet. <http://broadcast.nbtc.go.th>. สืบค้น 15 ธันวาคม 2559.

ฉลองศักดิ์ สุขใจธรรม. (2558). **ทีวีดิจิทัล: จะเหลือ “ตัวจริง” กี่ราย**. Maketeer กันยายน 2558. Internet. <http://www.marketeer.co.th>. สืบค้น 16 ธันวาคม 2559.

มานะ ตริริยาภิวัฒน์. (2553). **เมื่อนักข่าว “ดราม่า” พัฒนาสู่สายพันธุ์ใหม่แบบ Cinematic Journalism และ Emo-Journalism**. Internet. <http://www.oknation.nationtv.tv/blog>. สืบค้น 7 มีนาคม 2561.

ลลิตเทพ ทรัพย์เมือง. (2559). **ทีวีดิจิทัลไม่ง่าย**. Internet. <http://www.thaipost.net>. สืบค้น 16 ธันวาคม 2559.

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (2558). Internet. <https://www.thairath.co.th/content/533474>  
สืบค้น 23 ธันวาคม 2559.

พีร์ พงศ์พิพัฒน์พันธุ์. (2559). **สถานการณ์สื่อมวลชนในโลกยุคใหม่**. Internet. <http://www.siamrath.co.th/n/1649>. สืบค้น 12 มีนาคม 2561.

Bradshaw P. (2010). **How to be a data journalist**. Internet. <http://www.theguardian.com/news/datablog/2010/oct/01/data-journalism-how-to-guide>. สืบค้น 7 มีนาคม 2561.

The guardian. (2010). **How to begin**. Internet. <http://www.theguardian.com/news/datablog/2010/oct/01/data-journalism-how-to-guide>. สืบค้น 7 มีนาคม 2561.

Brandbuffe. (2560). **สถิติที่น่ารู้ Digital Movement ทั่วโลกปี 2017**. Internet. <https://www.brandbuffet.in.th> สืบค้น 31 กรกฎาคม 2560.

Brandbuffe. (2561). **สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก ไทยเสพติดเน็ตมากที่สุดในโลก กรุงเทพมหานคร ผู้ใช้ facebook สูงสุด**. Internet. <https://www.brandbuffet.in.th> สืบค้น 20 มีนาคม 2561.

Kovach B. and Rosenstiel T. (2007). **The Elements of Journalism**. Internet. <http://www.americanpressinstitute.org>. สืบค้น 13 มีนาคม 2561.

## อื่นๆ

จุมพล รอดคำดี. (2561). **บรรยายพิเศษ “แนวทางการพัฒนาการเรียนการสอนนิเทศศาสตร์.”** คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. วันที่ 24 มกราคม 2561.

## ภาคผนวก ก.

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan

ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง
10	10	100	80	280	162	800	260	2,800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3,000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3,500	346
25	24	130	97	320	175	950	274	4,000	351
30	28	140	103	340	181	1,000	278	4,500	354
35	32	150	108	360	186	1,100	285	5,000	357
40	36	160	113	380	191	1,200	291	6,000	361
45	40	170	118	400	196	1,300	297	7,000	364
50	44	180	123	420	201	1,400	302	8,000	367
55	48	190	127	440	205	1,500	306	9,000	368
60	52	200	132	460	210	1,600	310	10,000	370
65	56	210	136	480	214	1,700	313	15,000	375
70	59	220	140	500	217	1,800	317	20,000	377
75	63	230	144	550	226	1,900	320	30,000	379
80	66	240	148	600	234	2,000	322	40,000	380
85	70	250	152	650	242	2,200	327	50,000	381
90	73	260	155	700	248	2,400	331	75,000	382
95	76	270	159	750	254	2,600	335	100,000	384

(ที่มา : Robert V. Krejcie and Earlyle W. Morgan. 1970 อ้างใน ชีรุติ เอกะกุล, 2543)



## ภาคผนวก ข.

### แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนวิจัย งบประมาณผลประโยชน์ประจำปี 2561 จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของกลุ่มผู้เรียนทางด้านสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในอนาคตจะก้าวไปสู่วิชาชีพสื่อสารมวลชนต่อไป

ดังนั้นเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนทางด้านสื่อสารมวลชน ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริงทุกข้อ โดยจะไม่มีเปิดเผยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด

ขอขอบคุณ

นางอัญชุลี วงษ์บุญงาม หัวหน้าโครงการวิจัย

<http://www.mct.rmutp.ac.th>

E-mail: anchulee.y@rmutp.ac.th









13. การใช้เวลาในการบริโภคสื่อแต่ละครั้งของท่านเป็นอย่างไร ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา  
(ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด)

เวลา ในการเปิดรับสื่อ	สื่อบุคคล	หนังสือพิมพ์	หนังสือ/ นิตยสาร	วิทยุ	ภาพยนตร์	โทรทัศน์	สื่อสังคม ออนไลน์	เว็บไซต์
น้อยกว่า 5 นาที								
5 - 15 นาที								
30 นาที								
1 ชั่วโมง								
2 - 3 ชั่วโมง								
4 - 5 ชั่วโมง								
6 - 7 ชั่วโมง								
8 - 10 ชั่วโมง								
มากกว่า 10 ชั่วโมง								

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร

14. ท่านแสวงหาความรู้จากสื่อต่อไปนี้ได้อย่างไร

สื่อ	5 ประจำ	4 บ่อย	3 ครั้งคราว	2 นานๆครั้ง	1 ไม่เคย
สื่อบุคคล					
หนังสือพิมพ์					
วิทยุ					
โทรทัศน์					
ภาพยนตร์					
เคเบิลทีวี					
สื่อสังคมออนไลน์					
เว็บไซต์					
หนังสือ/สิ่งพิมพ์					
แอปพลิเคชัน					
สื่ออิเล็กทรอนิกส์					

15. ท่านแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการเรียนจากข้อใดบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

1.  การฟังบรรยาย (Lectures)
2.  การสัมมนา (Seminars)
3.  การทำกิจกรรมกลุ่ม (Group and team activities)
4.  การเรียนกับผู้สอน (Tutorials)

- 5.  การทำกิจกรรมออนไลน์ (Online activities)
- 6.  การวิจัยอิสระ (Independent research)
- 7.  อื่นๆ โปรดระบุ.....

ขอบคุณค่ะ



### คำถามสัมภาษณ์

1. ท่านแสวงหาความรู้ (ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม) อย่างไรบ้าง
2. การเข้าถึงแหล่งข้อมูลภาครัฐ
3. ระยะเวลา
4. ปัญหาและอุปสรรคการเข้าถึงแหล่งข้อมูลแต่ละแหล่งคืออะไรบ้าง



## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล ที่อยู่	นางอัญชุลี วงษ์บุญงาม คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 399 ถนนสามเสน แขวงวชิระ เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทรศัพท์ 0 – 2282 – 9009-15 ต่อ 6851 E-mail : anchulee.y@rmutp.ac.th
ตำแหน่ง ประวัติการศึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พ.ศ. 2541 ศศ.บ. (นิเทศศาสตร์) สถาบันราชภัฏนครราชสีมา พ.ศ. 2543 นศ.ม. (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2544 – 2546 มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พ.ศ. 2546 – 2548 สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ พ.ศ. 2548 – ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

