

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

กรณีศึกษา โอเคเนชั่นบล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

กรณีศึกษา โอเคเนชั่นบล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2554



©2554

จิตรราภรณ์ สุจริตจิตร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา โอลิมปิกชั้นบลิอก  
บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ผู้วิจัย จิตตราภรณ์ สุจริตจิตร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.มัลลิกา พลอนันต์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.สุวรรณี ถักนวนิช)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 17 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2554

จิตตราภรณ์ สุจริตจิตร. ปรินญาณินเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มีนาคม 2554, บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา โอเคนั้นบล็อก บริษัทเนชั่น  
บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (79 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ร.ต.อ.หญิง ดร. มัลลิกา ผลอนันต์

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา โอเคนั้นบล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ภายใต้ วัตถุประสงค์ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในด้านวัตถุประสงค์ ความถี่ และช่วงเวลาในการเปิดรับสาร กับการเป็นนักข่าวพลเมือง (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้าน อินเทอร์เน็ต สังคมเครือข่ายออนไลน์ และเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ กับการเป็นนักข่าวพลเมือง (3) ศึกษา ปัจจัยภายนอกและภายในกับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง โดยสมมติฐาน ของการวิจัยนี้ คือ (1) ปัจจัยภายในอันได้แก่ วัตถุประสงค์การเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสาร และช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง (2) ปัจจัยภายนอกอันได้แก่ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น อุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัย และการ เข้าถึงเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์ของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง (3) ปัจจัยภายนอกและภายในมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง ในการศึกษาค้นคว้านี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ชายและหญิง อายุ 21 ปีขึ้นไป ที่เป็นสมาชิกโอเคนั้น โดยมีการ เปิดรับสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ของโอเคนั้นอย่างน้อย 1 ช่องทาง จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์ และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล เชิงบรรยายลักษณะของตัวแปร และใช้สถิติเชิงอนุมานไคสแควร์ (Chi-square Test) และการทดสอบ สเปียร์แมน (Spearman Rank Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับปัจจัยภายนอกและภายในว่ามีความสัมพันธ์กับการ เป็นนักข่าวพลเมืองด้วยค่าเฉลี่ยรวมกันอยู่ในระดับเห็นด้วย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งกับ คุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ที่ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้ทั่วโลก และเห็น ด้วยกับความต้องการนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชนว่าเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าว พลเมืองมากที่สุด และปัจจัยภายนอกและภายในมีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมทั้งปัจจัยภายนอกและภายในยังมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการ นำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญ

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการศึกษาเฉพาะบุคคลเล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจากหลายท่าน ที่คอยช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งตลอดมา ข้าพเจ้าจึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณร.ต.อ.หญิง ดร. มัลลิกา ผลอนันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำปรึกษาแนะนำ พร้อมทั้งแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเต็มใจ และเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดการทำโครงการ รวมถึง ดร. สุภารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวัดนากุล และดร.พิรยา หาญพงศ์พันธุ์ ที่คอยให้คำชี้แนะแนวทาง กระตุ้นเตือน และผลักดันให้ดิฉัน และเพื่อนร่วมรุ่นมีกำลังใจในการจัดทำโครงการศึกษาเฉพาะบุคคลเล่มนี้ให้เสร็จลุล่วงมาได้ด้วยดี รวมทั้งขอขอบคุณ รศ. วัฒนา สุนทรชัย ที่ให้คำปรึกษาเรื่องสถิติเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณคุณชชาติ วาระดี บรรณาธิการ โอเคเนชั่น และทีมงาน โอเคเนชั่นทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักข่าวพลเมืองในบล็อก โอเคเนชั่น ด้วยความเต็มใจ และตั้งใจอย่างเต็มที่ตลอดระยะเวลา 2 เดือนเต็มของการเตรียมการและเก็บข้อมูล

ขอขอบคุณคุณปิ่นฉวี พงษ์พิชชานนท์ และคุณพานี นิมมาแก้ว เพื่อนผู้ที่มีความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่องอย่างเต็มใจตลอดระยะเวลาการทำโครงการนี้ของดิฉัน

และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณเพื่อนๆ ร่วมรุ่น นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ รุ่น 52 ทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กันและกันเสมอมา

จิตตราภรณ์ สุจริตจิตร

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อ                                 | ง    |
| กิตติกรรมประกาศ                          | จ    |
| สารบัญตาราง                              | ฉ    |
| สารบัญภาพ                                | ฎ    |
| บทที่ 1 บทนำ                             | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา           | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย                  | 4    |
| ขอบเขตการวิจัย                           | 4    |
| กรอบแนวคิดการวิจัย                       | 6    |
| สมมติฐานการวิจัย                         | 6    |
| นิยามศัพท์                               | 7    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                | 8    |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง   | 9    |
| แนวความคิดเกี่ยวกับนักข่าวพลเมือง        | 9    |
| แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสาร              | 20   |
| ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ | 23   |
| แนวความคิดเกี่ยวกับสังคมเครือข่ายออนไลน์ | 27   |
| ความเป็นมาโอเคเนชั่นบล็อก                | 32   |

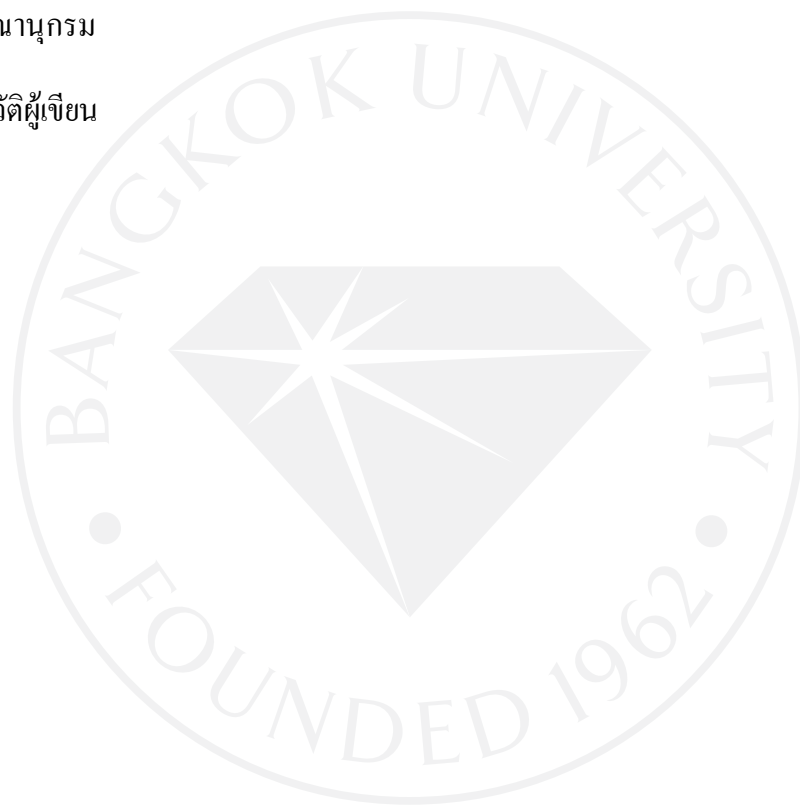
## สารบัญ(ต่อ)

|   |    |
|---|----|
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง   | 38 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย   | 40 |
| ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง  | 40 |
| วิธีการสุ่มตัวอย่าง   | 41 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  | 41 |
| การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ  | 43 |
| วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล   | 43 |
| วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล  | 43 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา  | 45 |
| ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม  | 46 |
| ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทั้งภายนอกและภายใน<br>ที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง                                 | 52 |
| ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็น<br>นักข่าวพลเมือง และเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                 | 60 |
| ส่วนที่ 4 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็น<br>นักข่าวพลเมือง และความอิสระในการเสนอข่าวสาร<br>ของนักข่าวพลเมือง | 68 |
| ส่วนที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ  | 69 |
| สรุปผลการวิจัย  | 69 |



## สารบัญ(ต่อ)

|                 |    |
|-----------------|----|
| อภิปรายผล       | 71 |
| ข้อเสนอแนะ      | 77 |
| ภาคผนวก         |    |
| บรรณานุกรม      |    |
| ประวัติผู้เขียน |    |



สารบัญตาราง

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 4.1   | 46   |
| จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล          |      |
| ด้านคุณลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม                          |      |
| 4.2   | 49   |
| จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล          |      |
| ด้านการเปิดรับข่าวสารจาก โอเคเนชั่น                             |      |
| 4.3   | 52   |
| ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกและ             |      |
| ภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง                  |      |
| 4.4   | 53   |
| จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความ           |      |
| คิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง |      |
| 4.5   | 57   |
| จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความ           |      |
| คิดเห็นต่อปัจจัยภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง  |      |
| 4.6   | 60   |
| แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและเหตุผล            |      |
| ของการเป็นนักข่าวพลเมือง  |      |
| 4.7   | 61   |
| แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น   |      |
| และเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                               |      |
| 4.8   | 62   |
| แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัย   |      |
| และเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                               |      |
| 4.9   | 63   |
| แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์   |      |
| และเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                               |      |

## สารบัญตาราง(ต่อ)

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.10     | แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                                       | 64   |
| 4.11     | แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                  | 65   |
| 4.12     | แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดข่าวสารและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                           | 66   |
| 4.13     | แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                       | 67   |
| 4.14     | แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง | 68   |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่ |   | หน้า |
|--------|---|------|
| 1      | รูปแบบการทำงานของยูทิวทิวบ์ 1.0 และ 2.0               | 12   |
| 2      | ความต้องการ 5 ชั้นของ Maslow                          | 24   |
| 3      | แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ           | 26   |
| 4      | ตัวอย่างหน้าเว็บ oknation.net                         | 36   |
| 5      | ตัวอย่างหน้าบล็อกของนักข่าวพลเมืองในเว็บ oknation.net | 36   |
| 6      | ตัวอย่างโอเคเนชั่นทางสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์        | 37   |
| 7      | ตัวอย่างโอเคเนชั่นทางสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก          | 37   |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยสู่ยุคแห่งข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันที่มาพร้อมความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ล้ำสมัย ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนในประเทศเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้จากหลากหลายช่องทาง สื่อถูกพัฒนาให้มีการใช้งานได้ง่าย สะดวก ตอบสนองกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันมากขึ้น และยังสามารถสื่อสารกันได้ทั่วโลกในเวลาเดียวกันได้อีกด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ความคิด ทักษะ ทักษะ รวมถึงพฤติกรรมที่แสดงออกของผู้คนในสังคม

จากอดีตที่ผู้คนในสังคมจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ในลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) โดยนักข่าวจะเป็นผู้ส่งสาร ซึ่งมีอำนาจในการเลือกส่งหรือไม่ส่งข้อมูลข่าวสารใดๆ ก็ได้ให้กับผู้รับสาร รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอออกมาอาจถูกตัดทอน บิดเบือน โดยเจตนา เนื่องจากสื่อถูกควบคุม ครอบงำ หรือชี้นำโดยองค์กรภาครัฐ และภาคธุรกิจเอกชนขนาดใหญ่ ส่วนผู้รับสารก็ตกอยู่ในสถานะของการถูกกระทำ (Passive) จำต้องรับข่าวสารนั้นอย่างจำนน แต่ในปัจจุบันรูปแบบการเปิดรับข่าวสารได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผู้รับสารเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารที่ตรงกับความสนใจและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยตัวเอง ผู้รับสารไม่ต้องคอยรอรับข่าวสารที่ส่งผ่านมาจากสื่อมวลชนอย่างเดียว หากแต่เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two-way Communication) เพราะผู้รับสารก็กลายเป็นผู้กระทำ (Active) หรือผู้ส่งสารไปในตัว ขณะเดียวกันข่าวสารที่ส่งออกไปยังเป็นการส่งไปยังสาธารณชน (Public) หรือชุมชน (Community) ให้ได้รับรู้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันอีกด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) กลายเป็นผู้ส่งสาร (Content Provider) หรือเรียกอีกอย่างได้ว่า นักข่าวพลเมือง (Citizen Reporter) นั่นเอง (มานะ ตริยาภิวัฒน์, 2552)

นักข่าวพลเมืองในสังคมไทยทุกวันนี้ นับวันจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ผู้คนเปลี่ยนตัวเองมาเป็นนักข่าวพลเมืองเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยที่มาจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและสังคมเครือข่ายออนไลน์ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายนอก เช่น จำนวนของผู้ที่สามารถ

เข้าถึงอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีมากขึ้นทำให้ผู้คนสามารถสืบค้นหรือเข้าถึงข้อมูลต่างๆ จากทั่วโลกได้ด้วยตัวเอง ซึ่งส่วนหนึ่งของการเข้าถึงข้อมูลนั้นเป็นการเข้าถึงโดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) บล็อก (Blog) เนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่าย สื่อสารกันได้ทั่วโลก ทำได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่มีค่าใช้จ่าย การส่งข่าวสารเป็นไปอย่างทันเหตุการณ์ (Real Time) และยังเป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่ทำให้ผู้ส่งสารทราบถึงความคิดเห็นของผู้รับสารต่อเรื่องนั้นๆ ได้ทันที ขณะเดียวกันผู้รับสารในเครือข่ายก็สามารถเผยแพร่ส่งต่อข่าวสารที่ได้รับมาไปยังเครือข่ายของแต่ละคนได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีเรื่องของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการบูรณาการลักษณะทางกายภาพของสื่อหลายประเภทเข้าด้วยกัน (Integration) เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันเป็นได้ทั้งโทรศัพท์ กล้องถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เครื่องบันทึกเสียง วิทยุ โทรศัพท์ ซึ่งทั้งหมดจัดได้ว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเปลี่ยนสถานะภาพเป็นนักข่าวพลเมืองของผู้รับสาร (มานะ ตริยาภิวัฒน์, 2552, ภกวัต รักศรี, 2553, สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวฒนากุล, 2552, สุทธิชัย หยุ่น, 2550 หน้า 10-13 อ้างในปริญย่า, สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ หน้า 1-8)

ส่วนปัจจัยภายใน ซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจากความต้องการภายในความคิด และจิตใจของผู้รับสารในด้านความต้องการรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจากบางครั้งความคิดเห็นและมุมมองของผู้รับสารกับสื่อมวลชนมีความเห็นไม่ตรงกัน ผู้รับสารต้องการตรวจสอบการทำงาน และความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่สื่อมวลชนนำเสนอออกมา ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่สื่อแนะนำเสนอข่าวที่บิดเบือน ไม่เป็นกลาง นำเสนอข่าวสารเพียงแง่มุมมองเดียว ซึ่งอาจเกิดจากนโยบายของสื่อ หรือความโน้มเอียงของสื่อมวลชนเอง เช่น กรณีของสถานีข่าวซีเอ็นเอ็น (CNN) ที่นำเสนอข่าวจากมุมมองของผู้ชุมนุมในเหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศไทยเมื่อต้นปี 2553 ที่ผ่านมามีเพียงฝ่ายเดียว แต่ไม่ได้นำเสนอ มุมมองของผู้ได้รับผลกระทบจากการชุมนุมนั้น จึงทำให้ผู้รับสารเลือกที่จะลุกขึ้นมาทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารและสื่อสารกันเองเพื่อนำเสนอแง่มุมต่างๆ ของเหตุการณ์ที่ไม่ได้ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนออกไปสู่สาธารณชนทั่วโลกให้รับรู้ผ่านเว็บไซต์สังคมเครือข่ายต่างๆ เป็นต้น รวมทั้งผู้รับสารต้องการนำเสนอประเด็นปัญหาชุมชนท้องถิ่น ซึ่งอันที่จริงมีผลกระทบต่อสังคมโดยรวมแต่สื่อหลักกลับไม่ได้นำเสนอประเด็นนี้ออกไปสู่สาธารณะได้รับทราบ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเหตุให้ผู้รับสารเริ่มที่จะเปลี่ยนตัวเองมาเป็นผู้ส่งสารกันเองมากขึ้นผ่านการทำหน้าที่เป็นนักข่าวพลเมือง เพื่อการนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง เพิ่มความหลากหลายของประเด็นข่าวให้สังคม เป็นข้อมูลทางเลือกของประชาชนในสังคมในการตัดสินใจ หรือสร้างการรับรู้ต่อประเด็นปัญหาของชุมชนสู่สาธารณะ เป็นต้น (ชาติวาระดี, 2553; สัมภาษณ์, มาลี บุญศิริพันธ์, 2550 หน้า 188, [www.mkttwit.com](http://www.mkttwit.com))

ทั้งนี้การทำงานของนักข่าวพลเมืองยังเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อองค์กรสื่อมวลชนด้วยเช่นกัน สื่อมวลชนสามารถนำเอาประเด็นข่าวที่น่าสนใจของนักข่าวพลเมืองมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลเบื้องต้นในการทำข่าวในประเด็นปัญหานั้นต่อไป โดยอาศัยประโยชน์จากความสำเร็จเฉพาะด้านของนักข่าวพลเมืองที่เป็นบุคคลที่มาจากหลากหลายสาขาอาชีพ หรือภูมิภาคต่างๆ เข้ามามีบทบาทในการทำข่าว หรือการตีความแง่มุมต่างๆ ในประเด็นนั้นๆ เป็นต้น บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นสื่อมวลชนอีกองค์กรหนึ่งที่เห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงนี้ในสังคมปัจจุบัน บริษัทฯ คำนึงถึงบทบาทและความสำคัญของนักข่าวพลเมืองต่อการทำงานของสื่อมวลชน และต่อสังคมในอนาคต จึงได้มีการกำหนดนโยบายการทำงานสื่อสารผ่านสื่อสังคมเครือข่าย (Social Media Networking) ในเชิงรุก ด้วยการสนับสนุนให้พนักงานทุกคนในบริษัทฯ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการรายงานข่าวประจำวัน และทำการสื่อสารกับกลุ่มผู้ชมและผู้ฟัง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความใกล้ชิดกับผู้ดำเนินรายการ และนักข่าวมากขึ้น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข่าวสารซึ่งกันและกัน ผ่านทวิตเตอร์ (Twitter) เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือบล็อก (Blog) ของโอเคเนชั่น (OKnation) เพื่อสร้างเครือข่ายให้กับนักข่าว และบริษัทฯ โดยเชื่อมโยงไปสู่ [www.oknation.net](http://www.oknation.net) ซึ่งเป็นเว็บไซต์หลักของบริษัทฯ ที่รวบรวมนักข่าวพลเมืองเพื่อเป็นเวทีให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และความคิดเห็นของตนสู่สาธารณชน ภายใต้อุดมคติที่ว่าใครๆ ก็เป็นนักข่าวได้ โอเคเนชั่นถือเป็นเว็บบล็อกที่เป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ มีครอบคลุมเรื่องราวทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม ที่สร้างโดยนักข่าวพลเมือง โดยข้อมูลดังกล่าวมีทั้งข้อมูลขั้นต้นที่มาจากแหล่งข้อมูลโดยตรง และข้อมูลขั้นสองหรือขั้นสามที่อ้างอิงมาจากแหล่งอื่น ทั้งเป็นข้อมูลดิบที่ยังไม่ได้แยกแยะวิเคราะห์ วิจัย และข้อมูลที่ผ่านการแยกแยะ วิเคราะห์ สังเคราะห์ วิจัย วิเคราะห์โดยนักข่าวพลเมืองเป็นเจ้าของเรื่อง รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และอ้างอิงกันในหมู่นักข่าวพลเมืองด้วยกันเอง (ชาติ วาระดี, 2553; สัมภาษณ์, โกศล อนุสิม, 2552)

ปัจจุบันโอเคเนชั่นบล็อกมีสมาชิกรักข่าวพลเมือง จำนวน 69,767 คน (14 กันยายน 2553) ซึ่งจากจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นของนักข่าวพลเมืองในโอเคเนชั่นนั้น หมายถึงการที่บริษัทเนชั่นฯ ซึ่งเป็นองค์กรสื่อมวลชนจะมีแหล่งข้อมูลในการหยิบยกประเด็นมาทำข่าวได้กว้างและครอบคลุมหลายประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ในการนำเสนอได้มากขึ้น รวมถึงใช้ข้อมูลจากภาคนักข่าวพลเมืองในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำเสนอได้อีกด้วย ซึ่งทำให้ข่าวที่นำเสนอออกมามีคุณภาพ และความน่าเชื่อถือมากขึ้น รวมทั้งโอเคเนชั่นยังเป็นสื่อกลางสาธารณะที่ช่วยเผยแพร่ข่าวสารของประชาชน ชุมชน ผู้สาธารณะได้รับทราบร่วมกัน และเป็นช่องทางของประชาชนในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ของสังคม หรือบอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นใน

สังคม หรือชุมชนให้สื่อมวลชนหรือสาธารณะได้รับรู้ได้อย่างเสรีและเสมอภาค (ชาติ วาระดี. 2553; สัมภาษณ์, www.oknation.net)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงนำมาซึ่งการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษาโอเคเนชั่นบล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาผ่านนักข่าวพลเมืองในโอเคเนชั่นบล็อก เพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก และบริหารปัจจัยให้มีประสิทธิภาพในการสร้างนักข่าวพลเมือง ต่อไป

### ปัญหาวิจัย

1. ปัจจัยภายในด้านวัตถุประสงค์ ความถี่ และช่วงเวลาในการเปิดรับสาร มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง หรือไม่
2. ปัจจัยภายนอกด้านอินเทอร์เน็ต สังคมเครือข่าย และเครื่องมือสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง หรือไม่
3. ปัจจัยภายนอกและภายในมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง หรือไม่

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในด้านวัตถุประสงค์ ความถี่ และช่วงเวลาในการเปิดรับสาร กับการเป็นนักข่าวพลเมือง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านอินเทอร์เน็ต สังคมเครือข่ายออนไลน์ และเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ กับการเป็นนักข่าวพลเมือง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในกับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง

### ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากร คือ ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เป็นนักข่าวพลเมืองในโอเคเนชั่นบล็อก จำนวนประมาณ 69,767 คน
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย
  - 2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่



### 2.1.1 ปัจจัยภายในของผู้รับสาร

- วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร
- ความถี่ในการเปิดข่าวสาร
- ช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสาร

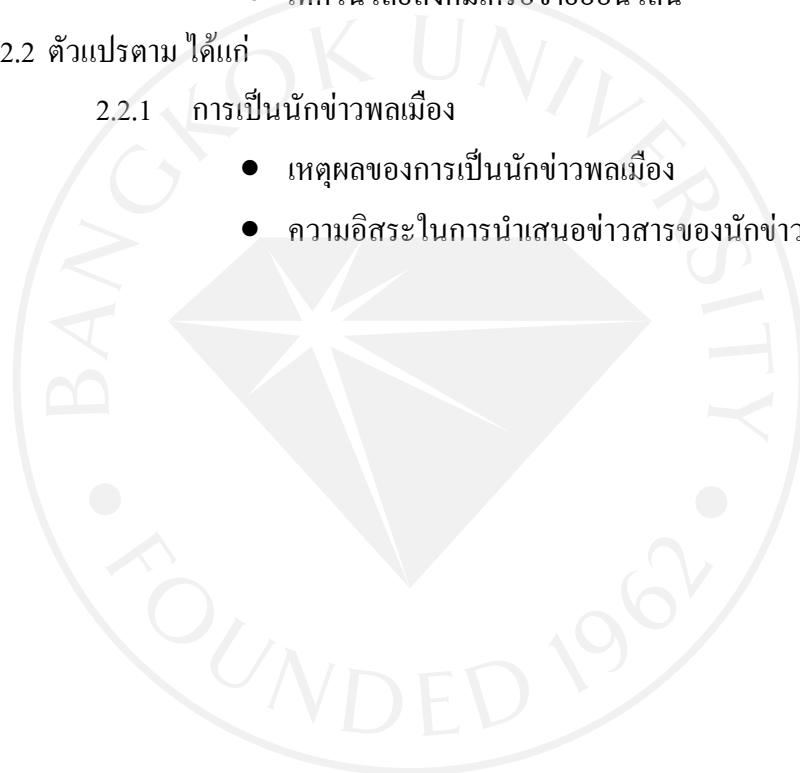
### 2.1.2 ปัจจัยภายนอกของผู้รับสาร

- การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น
- อุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัย
- เทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์

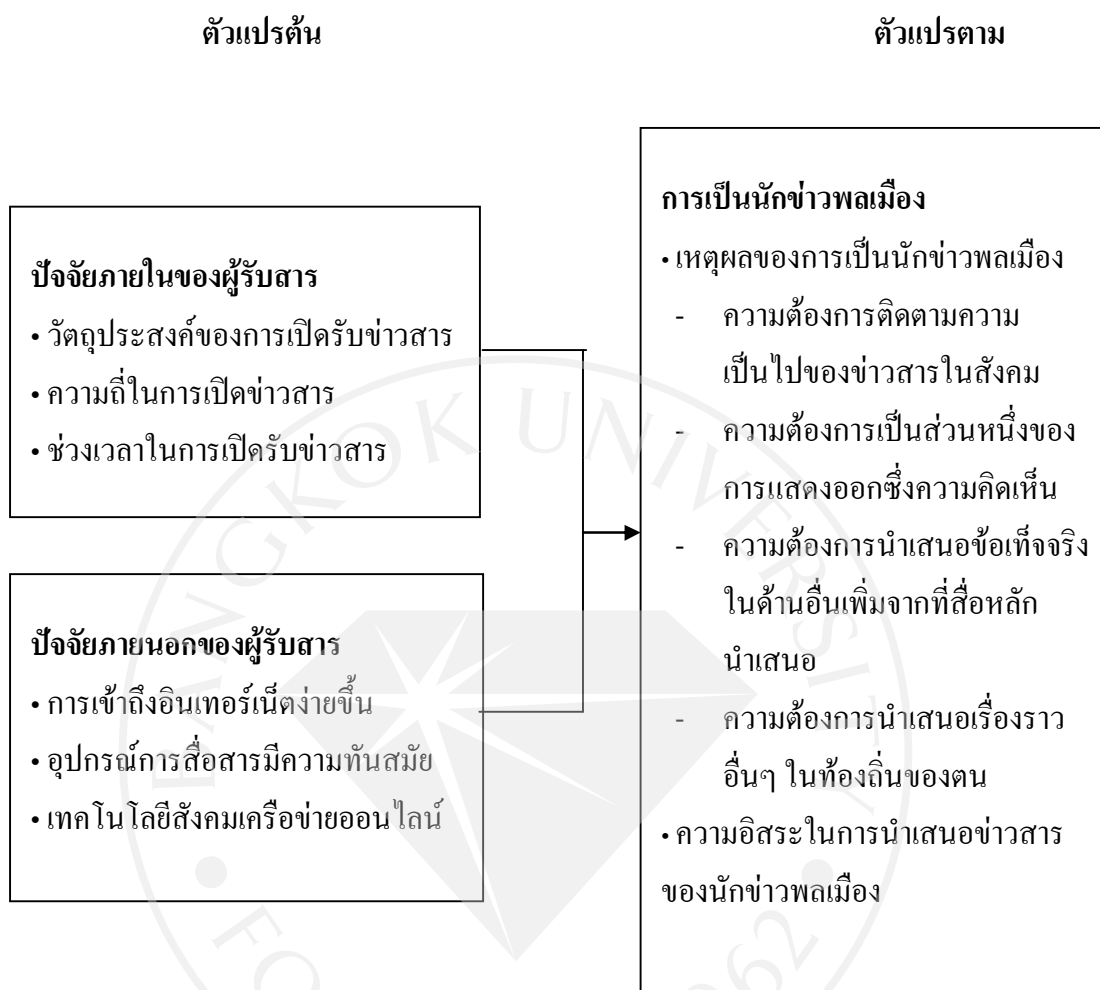
## 2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

### 2.2.1 การเป็นนักข่าวพลเมือง

- เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง
- ความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง



## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยภายในอันได้แก่ วัตถุประสงค์การเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร และช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง
2. ปัจจัยภายนอกอันได้แก่ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น อุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัย และการเข้าถึงเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์ของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง
3. ปัจจัยภายนอกและภายในมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง

## นิยามศัพท์

**นักข่าวพลเมือง** หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ส่งสาร ในการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ อย่างมีอิสระ ถึงปัญหา หรือความเป็นจริงของเหตุการณ์ในสังคม หรือชุมชน ที่ไปประสบ หรือพบเห็นเหตุการณ์นั้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่างๆ ผู้สาธารณชนได้รับทราบ

**การเป็นนักข่าวพลเมือง** หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่เปลี่ยนบทบาทตนเองจากผู้รับสารมาเป็นผู้ส่งสาร เพื่อบอกเล่าเรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมหรือชุมชน อย่างมีอิสระทั้งด้านความคิดและรูปแบบการนำเสนอ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ บล็อก ตามเหตุผลและความต้องการของแต่ละบุคคล

**เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง** หมายถึง ความต้องการของประชาชนแต่ละคนในการเป็นนักข่าวพลเมือง ได้แก่ ความต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวสารในสังคม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ความต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ และความต้องการนำเสนอเรื่องราวอื่นๆ ในท้องถิ่นของตน

**ความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง** หมายถึง นักข่าวพลเมืองทำการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ออกไปสู่สาธารณะได้รับทราบผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างอิสระ ภายใต้อารมณ์ รูปแบบวิธีการเขียน และเรื่องราวที่แตกต่างกัน

**การเปิดรับข่าวสาร** หมายถึง การเปิดรับข่าวสารต่างๆ จาก โอเคเนชั่นบล็อก

**ปัจจัยภายใน** หมายถึง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนสถานภาพเป็นนักข่าวพลเมือง ซึ่งเป็นเรื่องพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคล โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่นบล็อก รวมทั้งความถี่ในการเปิดรับสาร และช่วงเวลาในการเปิดรับสาร

**ปัจจัยภายนอก** หมายถึง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนสถานภาพเป็นนักข่าวพลเมือง ซึ่งเป็นเรื่องของเทคโนโลยีและความก้าวหน้าของอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการรับและส่งสาร ได้แก่ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น อุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัย และเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์

**สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)** หมายถึง สื่อดิจิทัลออนไลน์ที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม ใช้ในการสื่อสารเหมือนสื่อประเภทอื่นๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ แต่สื่อ

สังคมออนไลน์ (Social Media) สามารถมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับผู้รับสารได้ทันที สามารถแบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั้งข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ระหว่างกันภายในเครือข่ายได้อย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) สามารถแยกย่อยตามการใช้งานเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้ บล็อก (Blog) เช่น [www.oknation.net](http://www.oknation.net), สังคมเครือข่าย (Social Network) เช่น [facebook/oknationblog](https://www.facebook.com/oknationblog) [bangna](https://www.bangna.com) และไมโครบล็อกกิ้ง หรือ ไมโครแชร์ริง (Micro Blogging / Microsharing) เช่น [Twitter/oknationblog](https://twitter.com/oknationblog)

**โอเคเนชั่นบล็อก** หมายถึง สังคมเครือข่ายออนไลน์รูปแบบหนึ่งของบริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นบล็อกข่าวแห่งแรกของประเทศไทย โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอเหตุการณ์ ข่าวสารในสังคม หรือท้องถิ่น ผู้สาธารณชนได้รับทราบอย่างอิสระ

#### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงวิธีการเพิ่มจำนวนนักข่าวพลเมืองและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและนักข่าวพลเมืองได้
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัยอื่นๆ ในการนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างความมีส่วนร่วมระหว่างผู้รับสารกับองค์กรสื่อมวลชนอื่นๆ
3. เพื่อเป็นการเพิ่มพูนองค์ความรู้ในด้านสื่อสารมวลชนของนักนิเทศศาสตร์

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา โอเคนชั้นบล็อก บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารังนี้ ออกเป็น 6 ตอน รายละเอียดของแต่ละตอนมีดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับนักข่าวพลเมือง

ตอนที่ 2 แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสาร

ตอนที่ 3 ทฤษฎีประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมเครือข่าย

ตอนที่ 5 ประวัติ โอเคนชั้นบล็อก

ตอนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับนักข่าวพลเมือง (Citizen Reporter)

ตอนนี้ผู้วิจัยจะศึกษาถึงความหมาย และความสำคัญของนักข่าวพลเมือง ตลอดถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับนักข่าวพลเมือง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดตลอดจนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 1.1 ความหมายและความสำคัญของนักข่าวพลเมือง (Citizen Reporter)

ชาติ วาระดี (2553; สัมภาษณ์) กล่าวว่า นักข่าวพลเมือง คือ ประชาชนหรือบุคคลใดก็ตามที่สามารถรายงานข่าวเรื่องใดๆ ก็ได้รอบตัวที่ได้ไปประสบมาให้กับบุคคลอื่นได้รับทราบ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น บล็อก (Blog) ซึ่งรูปแบบการรายงานเป็นได้ตั้งแต่การรายงานแบบง่ายไปจนถึงระดับยากแบบนักข่าวอาชีพ โดยข่าวที่นำเสนอจากนักข่าวพลเมืองสามารถใช้เป็นปฐมบทของการทำข่าวของนักข่าวอาชีพต่อไปได้

มาลี บุญศิริพันธ์ (2550 หน้า 220) กล่าวว่า ผู้สื่อข่าวพลเมือง (Citizen Reporter) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการที่วารศาสตร์พลเมือง (Citizen Journalism) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข่าวสารในช่องทางอินเทอร์เน็ต นักข่าวพลเมืองถือเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารใกล้ชิดกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในที่ต่างๆ อย่างกว้างขวาง และกลายเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการรายงานข่าวเหตุการณ์ให้ครอบคลุมพื้นที่กว้างขึ้น ทำให้เกิดสื่อพลเมือง (Citizen Media) ในอินเทอร์เน็ตที่เปิดให้ประชาชนทั่วไปสามารถเป็นผู้รายงานข่าว แสดงความเห็น และโต้ตอบกันเองบนเว็บเพจในอินเทอร์เน็ตในลักษณะ Online Journalism เช่น โอมายนิวส์ (ohmynews) ของประเทศเกาหลีใต้ ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก

กลาเซอร์ (Mark Glaser. อ้างในมานะ ตริยภาวิวัฒน์, 2552, หน้า3) ให้ความหมายของนักข่าวพลเมือง (Citizen Reporter) ไว้ว่า ประชาชนทั่วไปที่ไม่ได้ผ่านการฝึกฝนให้เป็นนักข่าวอาชีพ แต่สามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีอันทันสมัย รวมถึงการใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างสรรค์ ได้แย่ง หรือตรวจสอบข้อมูลของสื่อด้วยตัวเอง โดยมาร์คได้ยกตัวอย่างว่า นักข่าวพลเมืองสามารถเขียนรายงานข่าวการประชุมสภาชุมชนลงนำเสนอในบล็อก (Blog) หรืออาจจะตรวจสอบข่าว ข้อเขียน บทความในสื่อกระแสหลัก แล้วเขียนวิพากษ์วิจารณ์ชี้จุดด้อย ข้อผิดพลาด การเถียงเอน ไม่เป็นกลางของนักข่าว คอลัมน์นิสต์ลงในบล็อก หรืออาจจะถ่ายรูปหรือถ่ายคลิปวิดีโอเกี่ยวกับชุมชนลงนำเสนอในสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างบล็อก หรือแม้แต่ในเว็บวิดีโอออนไลน์อย่างยูทูป (YouTube)

จรรยา บุญมาก (2552) ให้ความหมายของนักข่าวพลเมือง คือ ปรากฏการณ์ที่ประชาชนจากหลายกลุ่ม หันมาจับกล้องสวมบทบาทเป็นนักข่าวบอกเล่าเรื่องราวในท้องถิ่นของตน ซึ่งแนวคิดนี้กำลังอยู่ในกระแสความสนใจ โดยมีการขยายแนวคิดนี้ไปยังภูมิภาคต่างๆ ให้คนธรรมดาที่สนใจได้เปลี่ยนบทบาทเป็นนักข่าวพลเมือง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นักข่าวพลเมือง คือ ประชาชนทั่วไปที่เปลี่ยนบทบาทตัวเองจากผู้รับสารเป็นผู้ส่งสาร โดยสารที่นำเสนอสามารถเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์อะไรก็ได้ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆ โดยทำการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต เช่น บล็อก (Blog) ไปสู่สาธารณะได้รับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น และข่าวสารที่นำเสนอออกมายังเอื้อประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการทำข่าวของนักข่าวอาชีพได้ หรือแสดงข้อเท็จจริงให้สาธารณชนได้รับรู้

## 1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับนักข่าวพลเมือง

ตอนนี้ผู้วิจัยจะศึกษาถึงปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเป็นนักข่าวพลเมืองในยุคปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการทำข่าวของนักข่าวพลเมืองมาเป็นกรอบการศึกษาวิจัย โดยผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นนักข่าวพลเมือง ไว้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ปัจจัยจากภายนอกซึ่งในที่นี้ คือ ปัจจัยที่เกิดจากเทคโนโลยีการสื่อสาร และปัจจัยภายใน ซึ่งในที่นี้หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้รับสาร

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นนักข่าวพลเมืองในปัจจุบันมีมากมาย เช่น ปัจจัยที่เกิดจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารที่มีการทำงานร่วมกันของหลายฟังก์ชันภายในตัวแบบบูรณาการ รูปแบบการสื่อสารผ่านสังคมเครือข่ายต่างๆ รวมถึงปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้รับสารเอง ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมกรเปิดรับสารของผู้รับสารในปัจจุบัน เป็นต้น ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการทำหน้าที่นักข่าวพลเมือง โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

### 1.2.1 ปัจจัยภายนอกที่เกิดจากเทคโนโลยีการสื่อสาร

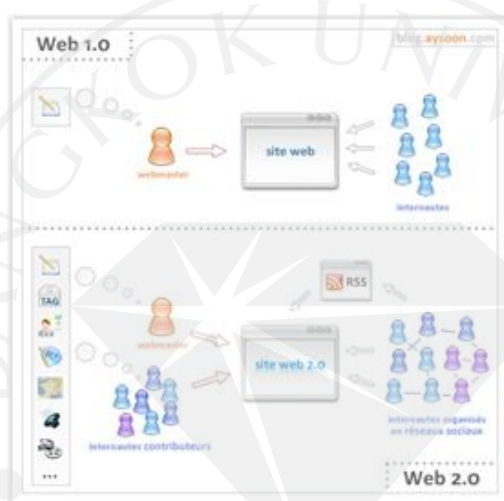
ภควัต รักษ์ศรี (2553) กล่าวว่าในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รูปแบบการสื่อสารได้มีวิวัฒนาการจากใช้นักพิราบสื่อสาร ไปเป็นการใช้โทรเลข โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และเข้าสู่ยุคของอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการพัฒนารูปแบบในการติดต่อสื่อสารมาแล้ว 2 ยุคนั้นคือ

ยุคเว็บ 1.0 ยุคของการสนทนาแบบจุดต่อจุด (Point-to-point) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้สร้างเว็บ (Webmaster) กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการบนเว็บนั้นๆ ซึ่งเป็นลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ที่ผู้ใช้เว็บไม่สามารถตอบโต้ หรือแก้ไขข้อมูลต่างๆ ได้ ซึ่งรูปแบบหรือเนื้อหาที่สื่อสารถึงกันนั้นจะมีลักษณะเป็นการรับ-ส่งอีเมล (E-Mail) เข้าแชตรูม (Chat Room) คาวนโหลดภาพและเสียง หรือใช้การค้นหาผ่านเว็บ (Search Engine) เพื่อหาข้อมูลหรือรายงาน รวมทั้งการใช้เว็บบอร์ด (Web board) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น Instant Messaging Program หรือ IM อาทิ MSN, Yahoo Messenger, Google Talk, Chat และ ICQ

ในขณะที่ยุคเว็บ 2.0 เป็นการสื่อสารระหว่างผู้สร้างเว็บกับผู้ใช้เว็บแบบตอบโต้กันไปได้ เรียกว่า การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ซึ่งเนื้อหาบนเว็บนั้นนอกจากผู้สร้างเว็บจะเป็นคนนำเสนอข้อมูลแล้ว ผู้ที่เข้ามาอ่านก็สามารถสร้างเนื้อหาหรือตอบโต้กันเองได้ และมีการสื่อสารกันเป็นจำนวนมาก จาก 1 ไปเป็น 2 และ 3 จนกลายเป็นสังคมเครือข่ายซึ่งลักษณะของ

การสื่อสารกันนั้นจะเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน การแบ่งปันสิ่งที่ตนเองมีในลักษณะของการร่วมกันผลิตเนื้อหาและข้อมูลภายในเว็บ การร่วมกันสร้างสรรค์ (Co-Creation) ขยาย (Extend) และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Connect) ระหว่างผู้ใช้ด้วยกัน อีกทั้งยังมุ่งเน้นให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว และเป็นรูปแบบที่มีความเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) เว็บบล็อก (Weblog) เฟซบุ๊ก (Facebook) ไฮไฟว์ (Hi5) ยูทูบ (YouTube) มายสเปซ (Myspace) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น

ภาพที่ 1: รูปแบบการทำงานของยุคเว็บ 1.0 และ 2.0



ที่มา: ภกวัต รักศรี. (2553). เครือข่ายสังคม: Social Networking.  
[http://www.coe.or.th/e\\_engineers/knc\\_detail.php?id=170](http://www.coe.or.th/e_engineers/knc_detail.php?id=170)

แนวโน้มและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน การพัฒนาเทคโนโลยีการรับ-ส่งข้อมูลผ่านบรอดแบนด์ (Broadband) หรือ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Hi-Speed Internet) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ผลักดันให้ความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2552 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 16.1 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ที่มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 13.4 ล้านคน อัตราการเติบโตของผู้สมัครใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ทั้งแบบใช้สายและไร้สายก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ขณะที่แนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบธรรมดาในระบบความถี่แคบ (Narrowband) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเป็นการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์ (Dial-up) กลับเริ่มมีปริมาณการใช้งานลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2548 นอกจากนั้น การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอีก



รูปแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมอย่างเห็นได้ชัด และมีปริมาณความต้องการเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง คือการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Internet) ซึ่งได้มีการพัฒนาเทคโนโลยี 3G เพื่อให้เครือข่ายโทรศัพท์มือถือสามารถรองรับการให้บริการภาพและเสียง และการรับส่งข้อมูลต่างๆ ผ่านเทคโนโลยี WAP, GPRS, EDGE และ Bluetooth เป็นต้น

จากรายงาน The Wave 3 Report ของ Universal McCann ([www.universalmccann.com](http://www.universalmccann.com)) ที่ได้สำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนทั่วโลกในปี 2008 พบว่า คนส่วนใหญ่ร้อยละ 82.9 นิยมคลิกวิดีโอ ร้อยละ 72.8 นิยามอ่านเว็บบล็อก ร้อยละ 63.2 นิยมเว็บไซต์แลกเปลี่ยนรูปภาพ ร้อยละ 57.3 ปรับปรุงข้อมูลประวัติให้ทันสมัย (Update) บนเว็บสังคมเครือข่าย ร้อยละ 45.8 การแสดงความคิดเห็น ร้อยละ 38.7 เริ่มเขียนและมีเว็บบล็อกเป็นของตัวเอง ร้อยละ 38.5 อัปเดตวิดีโอ และแลกเปลี่ยนกันบนเว็บไซต์ และร้อยละ 33.7 เคยใช้ RSS feeds

ด้านรายงาน 20 อันดับของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในปี 2008 ที่จัดทำโดย ComScore ([www.comscore.com](http://www.comscore.com)) ผู้นำในการรวบรวมสถิติในโลกดิจิทัลพบว่า “บล็อก” ยังคงความเป็นผู้นำด้วยยอดผู้เข้าใช้กว่า 222 ล้านรายทั่วโลก ตามมาด้วยเฟซบุ๊ก (Facebook) มีจำนวนผู้ใช้ 200 ล้านราย ส่วนอันดับต่อมาคือ มายสเปซ (MySpace) มียอดผู้ใช้ 126 ล้านราย เวอร์ดเพรส (Wordpress) มีผู้ใช้ 114 ล้านราย วินโดวส์ไลฟ์ สเปซ (Windows Live Spaces) มีผู้ใช้ 87 ล้านราย ส่วนอันดับ 6-10 ได้แก่ ยาฮู จีโอซิตี (Yahoo Geocities) 69 ล้านราย ฟลิคเกอร์ (Flickr) 64 ล้านราย ไฮไฟว์ (Hi5) 58 ล้านราย ออร์กัต (Orkut) 46 ล้านราย และ ซิก อพาร์ท (Six Apart) 46 ล้านราย และพบว่า จำนวนผู้ใช้ทวิตเตอร์ (Twitter) มีการเติบโตขึ้นร้อยละ 95 หรือประมาณ 51.6 ล้านราย สำหรับประเทศไทยผู้ใช้ทวิตเตอร์ (Twitter) ยังมีจำนวนไม่มากนัก มีเพียง 300,000 ราย และส่วนใหญ่เป็น Generation Y และ Generation D (Digital) ซึ่ง Alexa ([www.alexa.com](http://www.alexa.com)) ระบุว่าคนไทยให้ความนิยมทวิตเตอร์ (Twitter) ติดอันดับที่ 27 ของโลก ดังนั้นจะเห็นว่าพฤติกรรมบนโลกออนไลน์นั้นได้ก้าวเข้าสู่เว็บ 2.0 อย่างเต็มตัว

ซึ่งจากแนวโน้มของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับอัตราการเติบโตของธุรกิจด้านบรอดแบนด์ และธุรกิจด้านการตลาดโทรศัพท์มือถือออนไลน์ (Mobile Online Marketing) ที่มีความรุนแรงมากขึ้นนั้น พฤติกรรมบนโลกออนไลน์จึงเริ่มก้าวเข้าสู่ความเป็นสังคมกันมากขึ้น ดังนั้นจึงควรที่จะเรียนรู้ว่าสังคมเครือข่าย คือ สังคมหรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มคนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏตัวบนโลกออนไลน์หรือทางอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า ชุมชนออนไลน์ (Community Online) ซึ่งมีลักษณะเป็นสังคมเสมือน (Virtual Community) สังคมประเภทนี้จะเป็นการให้ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปัน

ประสบการณ์ร่วมกัน และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านการติดต่อสื่อสารกันอย่างเป็นเครือข่าย (Network) เช่น ไฮไฟว์ (Hi5) เฟซบุ๊ก (Facebook) มายสเปซ (Myspace) ยูทูบ (YouTube) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น

จากสถิติการใช้สังคมเครือข่ายออนไลน์ข้างต้น ทำให้เห็นว่ากลุ่มผู้ที่ใช้งานไม่ได้เฉพาะเจาะจงกับกลุ่มวัยรุ่นอีกต่อไป แม้ว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โลกของสังคมเครือข่ายออนไลน์อาจมุ่งไปที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มวัยรุ่น แต่เมื่อรูปแบบของแพลตฟอร์มที่มีการพัฒนาให้มีความหลากหลายมากขึ้น การใช้งานจึงกระจายไปยังกลุ่มวัยอื่นๆ ซึ่งในแต่ละกลุ่มจะมีการใช้ประโยชน์จากสังคมเครือข่ายออนไลน์ที่แตกต่างกัน ดังเช่น ในกลุ่มคนอายุระหว่าง 30-45 ปี คือ กลุ่มคนวัยทำงาน นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ นักการเมือง นักสื่อสารมวลชน เป็นกลุ่มที่รับเทคโนโลยีแบบผู้ใช้ (User and Consumer) เป็นส่วนมาก จะใช้ประโยชน์ในการสืบค้นข้อมูลข่าวสาร ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยการใช้เป็นเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาด การค้นหาความรู้ การอ่านข่าวสารประจำวัน เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) กูเกิลเอิร์ธ (Google Earth) ทวิตเตอร์ (Twitter) เว็บบล็อก (Webblog) เว็บไซต์ (Website) ของสำนักข่าวต่างๆ นอกเหนือไปจากการใช้งานที่แตกต่างกันตามช่วงวัยแล้ว รูปแบบของการใช้ประโยชน์จากสังคมเครือข่ายออนไลน์ก็ได้ขยายไปยังกิจกรรมต่างๆ เช่น ด้านการสื่อสาร (Communication) โดยเฉพาะถูกนำมาใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของสำนักข่าว อย่าง ผู้จัดการออนไลน์ (www.manager.co.th) สถานีข่าวเนชั่นชาแนล (www.nationchannel.com) หรือที่อยู่ในรูปแบบของเว็บบล็อกอย่าง โอเคเนชั่น (www.oknation.net) ที่มีผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเป็นสมาชิกบล็อก หรือ กรณีของนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) ที่เปิดโอกาสให้คนทั่วไปสามารถเป็นนักข่าวได้ เพียงมีมือถือ หรือกล้องถ่ายรูปดิจิทัลก็สามารถอัพโหลดข้อมูลข่าวสารไปยังเว็บบล็อกต่างๆ ได้ โดยไม่ถูกปิดกั้น

เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างสังคมเครือข่ายออนไลน์สำหรับประเทศไทยจัดได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่หรือสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือเป็น “สิ่งใหม่” ที่มีอยู่แล้วในสังคมอื่น (ต่างประเทศ) แล้วประเทศไทยนำมาใช้ ส่วนลักษณะของกลุ่มคนในสังคมที่จะยอมรับการแพร่กระจายของนวัตกรรม แบ่งได้เป็น 5 ลักษณะ คือ

1. Innovators มีจำนวนเพียงร้อยละ 2.5 ของคนทั้งหมดที่จะใช้นวัตกรรม จะเป็นกลุ่มที่มีการใช้ทันที คนกลุ่มนี้มีลักษณะกล้าเสี่ยง และมีความเป็นนักนวัตกรรมสูง มีความรู้ด้านเทคโนโลยี และชอบติดตามเทคโนโลยีอยู่เสมอ จึงมีความพร้อมจะยอมรับ และมีศักยภาพที่จะรับได้อย่างรวดเร็ว เช่น โปรแกรมเมอร์ นักประดิษฐ์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี อย่าง www.pantip.com ที่เริ่มต้นจากเว็บบอร์ดมาสู่ เว็บบล็อก หรือ เว็บข่าว อย่าง www.oknation.net ที่ให้สมาชิกสามารถ

นำเสนอและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ ซึ่งทั้งสองเว็บนี้ถือว่าเป็นคนกลุ่มแรกที่น่าสื่อสังคมเครือข่ายเข้ามาใช้ในการสื่อสารออนไลน์เพื่อสร้างสังคมเครือข่าย

2. Early Adopters กลุ่มนี้มีจำนวนร้อยละ 13.5 เป็นกลุ่มที่ยังมีความเชื่อซ้าในการรับนวัตกรรมกว่าบุคคลกลุ่มแรก แต่ก็ยังไวต่อการรับนวัตกรรมหลังจากทราบว่ามีการกลุ่ม Innovators ได้ยอมรับไปแล้ว เป็นกลุ่มที่ชอบลองอะไรใหม่ๆ และค่อนข้างมีฐานะ อาจเป็นนักวิชาการหรือคนดังในสังคม เช่น ดารา หรือนักการเมือง ที่มีการสร้างเว็บบล็อก (Webblog) เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ ทวิตเตอร์ (Twitter) เพื่อให้คนเข้ามาติดตาม หรือเพื่อเป็นการสร้างกลุ่มแฟนคลับ

3. Early Majority มีจำนวนมากถึงร้อยละ 34 กลุ่มนี้จะตัดสินใจได้จะต้องผ่านการพิจารณาหลายรอบ นวัตกรรมต้องมีลักษณะการใช้งานง่าย และมีประโยชน์ การตัดสินใจเลือกนวัตกรรมมักดูจากการตัดสินใจของสองกลุ่มแรก ลักษณะของคนกลุ่มนี้อาจเป็นคนวัยทำงาน หรือคนที่ไม่กล้าเสี่ยงกับนวัตกรรมหรือความเป็นไฮเทคเทคโนโลยีทันที จนกว่าจะเห็นว่ามีความสำคัญหรือความจำเป็นจริงๆ

4. Late Majority ถือเป็นคนกลุ่มใหญ่อีกกลุ่มหนึ่งมีจำนวนประมาณร้อยละ 34 กลุ่มนี้จะมีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมช้า และจะใช้เมื่อมีความจำเป็นต้องการใช้งานจริงๆ ซึ่งกว่าที่จะยอมรับนวัตกรรม เทคโนโลยีนั้นอาจจะเริ่มตกรุ่นไปแล้ว คนกลุ่มนี้อาจยอมรับนวัตกรรมใหม่เมื่อสังคมส่วนใหญ่ได้หมดความนิยมในเทคโนโลยีนั้นแล้ว

5. Laggards มีจำนวนร้อยละ 16 เป็นกลุ่มที่ต่อต้านนวัตกรรม ถ้าจะยอมรับก็ยอมรับอย่างเสียมิได้ หรืออาจจะไม่ยอมรับเลยตลอดไป คนกลุ่มนี้เป็นอาจอยู่ในกลุ่มของคนยุคเบบี้ บูมเมอร์ (Baby Boomer) คือ รุ่นคุณตา คุณยาย หรือยุคพ่อแม่ที่ไม่ได้ใส่ใจและยอมรับกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

คอตเลอร์ (Philip Kotler. อ้างใน Marketeer, 2553, หน้า 106-107) กล่าวว่าเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) เข้าามีบทบาทสำคัญในการตลาด และการดำเนินชีวิตทั้งหลาย ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2000 จนถึงปัจจุบัน และยังเป็นตัวผลักดันให้เกิดเทคโนโลยีคลื่นลูกใหม่ (New Wave Technology) คือ เทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อ และปฏิสัมพันธ์กัน ไม่ว่าจะเป็นอย่างบุคคลและกลุ่มก็ตาม ซึ่งทำให้บุคคลแต่ละบุคคลแสดงออกถึงความรู้สึกของตนเอง และสามารถทำงานร่วมกันกับคนอื่น ๆ ได้ อีกนัยหนึ่ง คือ ผู้คนสามารถสร้างสรรค์ข่าวสาร ความคิด หรือร่วมมือกันสร้างสิ่งบันเทิงตามที่ต้องการ ได้เองด้วยเทคโนโลยีที่มีอยู่ เทคโนโลยีคลื่นลูกใหม่ (New Wave Technology) นี้เองเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิด การตลาด 3.0 (Marketing 3.0) ซึ่งทำให้

บทบาทของผู้คนเปลี่ยนไปจากผู้บริโภคที่พึ่งแค่โฆษณา ไปเป็นผู้บริโภคที่มีความรู้ ค้นหาข้อมูล ประกอบการตัดสินใจซื้อ เทคโนโลยีคลิ่นลูกใหม่มีองค์ประกอบพื้นฐานหลักๆ 3 ประการ คือ คอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต และแหล่งข้อมูลแบบเปิด (Open Source)

แรงสนับสนุนสำคัญที่ทำให้เกิดเทคโนโลยีคลิ่นลูกใหม่ คือ การเพิ่มขึ้นของจำนวนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. Expressive Social Media หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการแสดงอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดของตนเอง เช่น บล็อก ทวิตเตอร์ ยูทูป เฟซบุ๊ก และสื่อสังคมเครือข่ายอื่นๆ ซึ่ง ทวิตเตอร์เป็นหนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีจำนวนผู้ใช้บริการเติบโตเร็วมากถึงร้อยละ 1,298 โดยมีลักษณะคล้ายๆ กับการเขียนบล็อก แต่มีข้อจำกัด คือ สามารถพิมพ์ข้อความได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร ซึ่งเป็นช่องทางการแสดงออกทางความคิดหรือกิจกรรมต่างๆ ไปสู่ผู้อื่นได้อย่างรวดเร็วผ่านมือถือสมาร์ตโฟน อย่างเช่น ไอโฟน (Iphone) หรือ แบล็คเบอร์รี่ (BlackBerry) โดยสิ่งที่ถูกตีพิมพ์ผ่านช่องทางนี้ ถือเป็นความคิดส่วนบุคคลที่ใช้ในการแบ่งปันข่าวสาร ความคิดเห็น โดยสามารถให้ผู้อื่นเข้ามาวิจารณ์ได้

2. Collaborative Social Media หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้คนสามารถเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดทำขึ้น เช่น ระบบปฏิบัติการลินุกซ์ (Linux) ที่ทำให้ผู้คนต่างมาช่วยกันสร้างสรรค์ และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม และสื่อสังคมออนไลน์แบบมีส่วนร่วมของเครือข่าย (Collaborative Social Media) ที่เป็นที่ยู่อัจฉริยะของคนทั่วโลกอีกอย่าง คือ วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี ออนไลน์ที่ผู้คนทั่วโลกเข้ามาสร้างสรรค์ แก้ไขข้อมูลผ่านซอฟต์แวร์

สุทธิชัย หยุ่น (2550 อ้างในนักข่าวสายพันธุ์ใหม่, 2550, หน้า 11) กล่าวว่า ความทันสมัย ของเทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และเครื่องมือสื่อสารใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นโน้ตบุ๊กพกพา หรือกล้องถ่ายรูปดิจิทัล และการเปิดเว็บไซต์กับบล็อก ทั้งหลายทั้งปวงอย่างรวดเร็ว กว้างขวาง และฉับพลัน ทำให้ทุกคนไม่ว่าจะทำอาชีพอะไร มีความสนใจเฉพาะเรื่องอะไร หรือต้องการแสดง ความคิดเห็นในประเด็นใด ต่างก็ล้วนสามารถเป็น นักข่าวพลเมืองได้ ทั้งสิ้น

มาลี บุญศิริพันธ์ (2550 หน้า 222-223) กล่าวว่า ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศในงานวารสารศาสตร์อีกประการหนึ่งคือ เว็บไซต์เป็นเทคโนโลยีที่สนับสนุนแนวคิดวารสารศาสตร์ ประชาตังคม (Civic Journalism) คือ ช่วยให้หนังสือพิมพ์ และสื่อกระจายเสียงสามารถเสนอ ข่าวสารภาคประชาชนได้กว้างขวางยิ่งขึ้น กล่าวคือ ในการทำข่าวภาคประชาชน หรือการนำปัญหา ของภาคประชาชนมาเสนอให้สาธารณชนได้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของชุมชนนั้น สื่อมวลชน

และ/หรือหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องแสดงบทบาทเป็นสื่อกลางให้เกิดการแลกเปลี่ยนทัศนคติความคิดเห็นในประเด็นปัญหาของชุมชนร่วมกัน เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปที่เห็นพ้องต้องกัน อินเทอร์เน็ตมีส่วนอำนวยความสะดวกในการมีส่วนร่วมของประชาชน เช่น การแสดงความคิดเห็นในเรื่องนโยบายสาธารณะต่างๆ การเสนอข่าวที่เป็นความทุกข์ของชาวบ้าน ความไม่เป็นธรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน และ/หรือภาคประชาชน เป็นต้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีส่วนช่วยให้คนสามารถสื่อสารกันได้มากขึ้น และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากทั่วโลกได้ง่ายขึ้น ซึ่งจากแนวโน้มของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอัตราที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับอัตราการเติบโตของตลาดโทรศัพท์มือถือออนไลน์ในปัจจุบันส่งผลให้พฤติกรรมบนโลกออนไลน์ก้าวเข้าสู่ความเป็นสังคมเครือข่ายมากขึ้น ผู้คนใช้สื่อสังคมเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน และเชื่อมโยงคนที่มีความคิดทัศนคติที่คล้ายคลึงกันมารวมกลุ่มเข้าด้วยกัน สังคมเครือข่ายออนไลน์ได้ถูกนำมาใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของสำนักข่าว อย่างเช่น ผู้จัดการออนไลน์ เนชั่น แชนเนล หรือที่อยู่ในรูปแบบของเว็บบล็อก อย่าง [www.oknation.net](http://www.oknation.net) ที่เปิดโอกาสให้คนทั่วไปสามารถเป็นนักข่าวได้ เพียงมีมือถือ หรือกล้องถ่ายรูปดิจิทัลก็สามารถอัพโหลดข้อมูลข่าวสารไปยังเว็บบล็อกต่างๆ ได้ โดยไม่มีการปิดกั้น ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และเครื่องมือสื่อสารใหม่ๆ หรือ การเปิดเว็บไซต์กับบล็อกสามารถเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้คนไม่ว่าจะทำอาชีพอะไร สามารถเป็นนักข่าวพลเมืองได้ ในปัจจุบันผู้คนในสังคมออนไลน์นิยมใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามดูคลิป ถึงร้อยละ 82.9 และร้อยละ 72.8 เพื่อการติดตามอ่านข่าวสารต่างๆ ในเว็บบล็อก รวมทั้งร้อยละ 45.8 ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ

### 1.2.2 ปัจจัยจากตัวผู้รับสาร

ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน มนุษย์มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป และมีพฤติกรรมการแสดงออกหลังได้รับข้อมูลข่าวสารตามความเชื่อของแต่ละคนและความต้องการที่แตกต่างกันไป ด้วย

ชาลี วาระดี (2553; สัมภาษณ์) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้คนเข้ามาเป็นนักข่าวพลเมือง คือ ช่องว่างในการสื่อสาร หมายถึง การเข้าถึงข่าวของสื่อหลักที่ในบางครั้งไม่สามารถเข้าถึงบางแง่มุม

ของข่าวได้ ซึ่งอาจเกิดจากความไม่สนใจ หรือมองไม่เห็นปัญหาในแง่มุมนั้นได้ดีเท่ากับนักข่าวพลเมืองซึ่งเป็นบุคคลในพื้นที่นั้นๆ ที่เกิดประเด็นปัญหาอยู่ ซึ่งเรื่องราวที่เขาเห็นอาจต่างจากที่สื่อนำเสนอ เช่น นักข่าวพลเมืองที่ลำปาง ได้เสนอข่าวเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนของตนเองลงในบล็อกที่โอเคเนชั่น ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเข้าไปซื้อที่ดินจากชาวบ้านเพื่อนำไปทำเหมืองแร่ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งด้วยความไม่โปร่งใสในเหตุผลของการซื้อที่ดินกับชาวบ้าน ซึ่งทางกองบรรณาธิการโอเคเนชั่นเห็นว่าเรื่องราวที่นำมาลงนี้เป็นประเด็นที่น่าสนใจ จึงหยิบยกขึ้นมาไว้ที่หน้าแรกของเว็บ ซึ่งเมื่อทางสื่อหลักอย่างคมชัดลึก และกรุงเทพธุรกิจ เห็นจึงนำไปขยายผลทำข่าวในสื่อหลักต่อไป เป็นต้น ซึ่งหากนักข่าวสามารถรู้ทุกเรื่องที่เกิดขึ้นได้หมด จะไม่มีทางที่จะเกิดนักข่าวพลเมืองขึ้นได้

มาลี บุญศิริพันธ์ (2550 หน้า 188) กล่าวว่า การควบคุมพฤติกรรมของหนังสือพิมพ์โดยผู้อ่าน หรือ ผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ น่าจะเป็นการควบคุมหนังสือพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ผู้อ่านหรือผู้บริโภคหนังสือพิมพ์จึงมีบทบาทโดยตรงในการตรวจสอบคุณภาพ และความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านสามารถตรวจสอบการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ด้วยการแสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต การวิพากษ์วิจารณ์ผ่านทางสื่อต่างๆ การเขียนจดหมายแสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการ รวมถึงการร้องทุกข์ไปถึงองค์กรหนังสือพิมพ์ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ฯลฯ เทคโนโลยีการสื่อสารปัจจุบันเอื้อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสื่อได้หลากหลายช่องทาง ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถควบคุมพฤติกรรมนักหนังสือพิมพ์ได้ง่ายขึ้น การควบคุมหนังสือพิมพ์โดยผู้บริโภคค่อนข้างได้ผลมากกว่าในอดีต ประการสำคัญหากผู้บริโภคสามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่มก้อน ประสานความร่วมมือ สร้างความร่วมมือในการจัดตั้งองค์กร ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อให้เกิดพลังร่วมในการตรวจสอบสื่อมวลชนแล้ว ย่อมเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพของหนังสือพิมพ์ไทยเป็นอย่างยิ่ง

สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ (2551) กล่าวว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันมีรูปแบบการเปิดรับข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อการรู้เท่าทันสื่อมวลชน เพื่อเท่าทันข่าวสารในฐานะปัจจัยของอำนาจในยุคสังคมที่มีความรู้เป็นพื้นฐาน นักข่าวสามารถใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือช่วยในการสืบค้นหาข้อมูล สถิติ ข้อเท็จจริงเพื่อให้สามารถรู้เท่าทันแหล่งข่าว การยึดถือว่าคำพูดของแหล่งข่าวคือสิ่งที่ได้จากการสัมภาษณ์และต้องนำเสนอเสมอไปนั้น อาจใช้การได้ไม่ดีนักในบางสถานการณ์ หรือบางครั้งอาจทำให้ให้นักข่าวรวมทั้งผู้อ่านข่าวหลงเชื่อในแหล่งข่าวที่ต้องการสร้างวาทกรรมหรือมีส่วนได้ส่วนเสียในข่าวได้



มานะ ตีรนาภวิวัฒน์ (2551) กล่าวว่า ในวารสารศาสตร์ยุค 2.0 ประชาชนไม่ได้เป็นผู้รับสารจากสื่อต่างๆ เพียงอย่างเดียวเหมือนในอดีต แต่ปรับเปลี่ยนตนเองมาเป็นผู้ส่งข่าวสารและทำการสื่อสารกันเอง ด้วยเหตุผลเพราะผู้คนเริ่มตั้งคำถามเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของนักข่าวที่ส่งผ่านสื่อ ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ว่ามีความน่าเชื่อถือ มีความเป็นกลาง และให้ข้อมูลตรงตามความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด ผู้คนในสังคมเริ่มตระหนักว่า การรายงานข่าวของนักข่าวไม่ได้บอกเล่าความจริงอย่างครบถ้วน รอบด้าน อย่างแท้จริง ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น จำนวนมากไม่ได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อ บางครั้งปรากฏการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นอย่างไม่ตั้งใจ หากแต่เกิดจากอุดมการณ์หลัก (The dominant ideology) ที่ครอบงำนักข่าว อาทิ แนวคิดด้านการพัฒนา เรื่องเพศสภาพ เรื่องเชื้อชาติ ศาสนา ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นผลให้ข้อมูลข่าวสารบางอย่างถูกเซ็นเซอร์โดยตัวนักข่าว หรือกองบรรณาธิการข่าวเองอย่างอัตโนมัติ (Self censored) แต่บางครั้งข้อมูล ข้อเท็จจริง และความคิดเห็นก็ถูกตัดทอน บิดเบือนโดยเจตนา เนื่องจากสื่อถูกควบคุม ครอบงำ ชี้นำโดยองค์กรภาครัฐ และภาคธุรกิจเอกชนขนาดใหญ่

ผู้รับสาร ในที่นี้คือ คนที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ คนที่ฟังข่าวจากสถานีวิทยุ หรือดูข่าวจากโทรทัศน์ ในอดีตล้วนอยู่ในสภาพของการถูกกระทำ (Passive) จำต้องรับข่าวสารอย่างจำนน หากใครไม่เห็นด้วยต้องการโต้แย้งข้อเท็จจริงที่นำเสนอในข่าวนั้นทำได้อย่างมากคือการเขียนจดหมายหรือโทรศัพท์ไปร้องเรียน ชี้แจงข้อเท็จจริง ส่วนกองบรรณาธิการข่าวจะตอบสนองต่อข้อร้องเรียนอย่างไรเป็นอีกเรื่องหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วข้อร้องเรียนเหล่านั้นมักจะถูกเพิกเฉย ไม่ได้ได้รับการใส่ใจในการตรวจสอบข้อเท็จจริงตามที่มีประชาชนโต้แย้งมาแต่ในปัจจุบันเมื่อผู้คนเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้มากขึ้นด้วยตัวเอง ทำให้ข้อเท็จจริงต่างๆ ไม่ถูกปิดกั้นอีกต่อไป จากผู้ถูกกระทำก็กลายเป็นผู้กระทำ (Active) หรือผู้ส่งสาร ไปด้วยในตัว โดยทำการเขียนหรือนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กลับไปยังสื่อหรือส่งสารไปถึงนักข่าวอีกด้านหนึ่งได้เช่นกัน

มีผู้คนจำนวนไม่น้อยใช้บล็อกของตนเองสื่อสารแนวคิด ทศนคติ มุมมองต่อประเด็นทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรมตามความเชื่อของตน หลายคนใช้บล็อกเพื่อตอบโต้ ถ่วงดุลกับข้อมูลข่าวสารของนักข่าวในสื่อกระแสหลักต่างๆ รวมทั้งใช้เป็นกระบอกเสียงบอกเล่าถึงข่าวสารความเป็นไปของชุมชนของตนเอง ทั้งชุมชนในรูปแบบของภูมิศาสตร์ และชุมชนในเชิงจิตนาการมากขึ้น ซึ่งผู้คนเหล่านี้ถูกเรียกขานกันว่าเป็นนักข่าว

ดังนั้นสรุปได้ว่าในด้านปัจจัยที่เกิดจากผู้รับสาร ที่ส่งผลให้ผู้รับสารเปลี่ยนไปเป็นผู้ส่งสารหรือนักข่าวพลเมือง เกิดจากความต้องการรู้เท่าทันแหล่งข่าว เพื่อการตรวจสอบการทำงานของสื่อ หรือเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงความถูกต้องจากที่สื่อหลักนำเสนอ รวมทั้งเพื่อแจ้งข่าวสารเหตุการณ์ที่

เกิดขึ้นในชุมชน หรือในสังคมที่สื่อกระแสหลักมองข้ามที่จะนำเสนอ หรือนำเสนอข้ามบางแง่มุมไป ซึ่งเป็นแง่มุมที่คนในพื้นที่เห็นถึงปัญหาข้อเท็จจริงนั้นๆ อย่างอิสระโดยไม่ถูกแทรกแซงด้วยนโยบายภาครัฐ หรือองค์การสื่อ

## ตอนที่ 2 แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสาร

ตอนนี้ผู้วิจัยจะศึกษาถึงแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสาร โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ตลอดจนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบการศึกษาวิจัย 2 หัวข้อ ได้แก่ ความหมายของพฤติกรรมการเปิดรับสาร และการเลือกเปิดรับสาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.1 ความหมายของพฤติกรรมการเปิดรับสาร

ข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์ใช้สื่อสารกันนั้นจะถูกส่งผ่านสิ่งที่เรียกว่า “สื่อ” ในการนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นส่งผ่านไปยังผู้รับสาร แต่การใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสารเป็นสำคัญ

อัทคิน (1998 อ้างใน อรนุช สูดประเสริฐ, 2547, หน้า 15) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งขึ้นหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เซอร์รี่ (2001 อ้างใน อรนุช สูดประเสริฐ, 2547, หน้า 15) ซึ่งให้เห็นว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสารกัน และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

เลอเนอร์ (1999 อ้างใน อรนุช สูดประเสริฐ, 2547, หน้า 16) การขยายตัวของชุมชนจนกลายเป็นเมืองจะช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านหนังสือ และระดับการเรียนรู้หนังสือที่สูงขึ้นจะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนองเดียวกันเมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจากการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชน และการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เองจะช่วยยกระดับการเรียนรู้หนังสือมากขึ้นด้วย

โรเจอร์ และ สเวนนิ่ง (2003 หน้า 3) ให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นครอบคลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ด้วยเหตุนี้ดัชนีในการวัดการ



เปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของ โรเจอร์ประกอบด้วย จำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ จำนวนหนังสือพิมพ์ที่อ่านต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่นๆ

แมคคอม และ เบ็กเกอร์ (McCombs & Becker. 1979, หน้า 51-52) ได้กล่าวถึงการเปิดรับสื่อของบุคคลว่า การเปิดรับสื่อ หมายถึงการเปิดรับเพื่อสนองความต้องการ 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้ทันเหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์และทันสมัย
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Action Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน
3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อการสร้างความรู้สึกร่วมกันได้อยู่ร่วมกันในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
5. เพื่อประกอบการสนทนากับบุคคลอื่น (Anticipate Communication) ช่วยเพิ่มอรรถรสในการสนทนา
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อ คือ การที่บุคคลต้องการจะหาข้อมูลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลนั้นก็เปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนในการแสวงหาข้อมูล เปิดรับข้อมูล เปิดรับประสบการณ์ใหม่ เพื่อให้เป็นคนทันสมัย รู้เท่าทันความเป็นไปของสังคม เพื่อช่วยในการตัดสินใจของตนในการกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือเพื่อความบันเทิง โดยการเปิดรับสื่อสามารถกระทำผ่านสื่อหลักหรือสื่อเสริมก็ได้

## 2.2 การเลือกเปิดรับสาร

ผู้รับข่าวสารแต่ละคนต่างก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสารตามแบบเฉพาะของตนเองอย่างแตกต่างกันซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

วิลเบอร์ ชเรมม์ (1973 หน้า 121-122) กล่าวถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุประสงค์ของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน

2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงจะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวสารอีกอย่างหนึ่งด้วย จึงก่อให้เกิดพัฒนาการ และปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้ความสนใจต่างกัน ธรรมชาติของมนุษย์ที่มีกะสนใจสิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่าง หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่ในขณะนั้นไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุประสงค์ของ หรือเรื่องราวต่างๆ

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร

5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกาย และจิตใจของคนมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล ผู้ที่มีสภาพร่างกายที่สมบูรณ์ประสาทสัมผัสทุกอย่างจะทำงานได้อย่างปกติและอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย และประสาทสัมผัส

6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีของผู้รับสาร

ศุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533 หน้า 40-44) อธิบายว่า ปัจจัยของการเลือกเปิดรับสาร หรือ การบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้นอาจจำแนกได้ 4 ประการ คือ

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือ ผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้
2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน
3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความต้องการสร้างความคุ้นเคย หรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษาร่วมสมัย
4. การผลละสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

ดังนั้นสรุปได้ว่า องค์ประกอบในการการเลือกเปิดรับข่าวสารของมนุษย์มีหลากหลาย องค์ประกอบ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลังที่แตกต่าง กัน ความสามารถในการรับสารของแต่ละบุคคล บุคลิกภาพ อารมณ์ และทัศนคติ โดยมีปัจจัยในการเลือกเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันซึ่งสามารถจำแนกปัจจัยได้ 4 ประเภทคือ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ เพื่อความบันเทิง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งกับสังคม หรือเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ โดยทั่วไปแล้ว เมื่อมนุษย์ได้รับรู้ข่าวสารผ่านการเปิดรับจากแหล่งต่างๆ มากขึ้น ทำให้มุมมองความคิดไม่ถูกจำกัดอีกต่อไป มนุษย์กล้าที่จะแสดงออกทางความคิด ความเชื่อและทัศนคติของตนเองต่อสาธารณะมากขึ้น

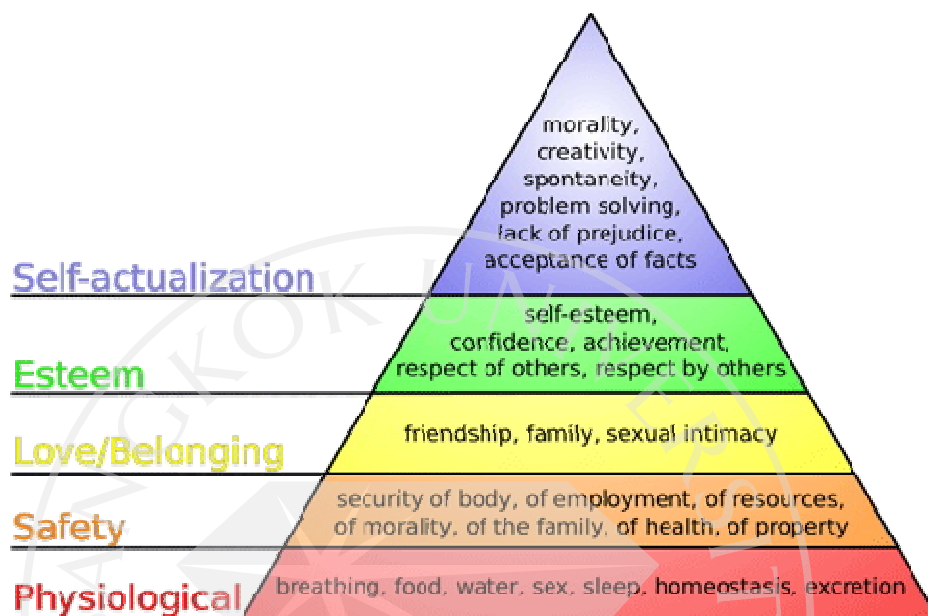
### ตอนที่ 3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Theory) เป็นการศึกษาที่เน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยมีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไร และสารอะไรที่จะสนองความพอใจของตนได้ ดังนั้นผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

เคนซ์ และคณะ (1974 อ้างใน Richard West, Lynn H. Turner. 2010, หน้า394, 398) อธิบายว่าทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อเป็นทฤษฎีที่เป็นการขยายแนวคิดจาก

ทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจ (Maslow, 1970) อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) ได้ชี้แจงว่า คนส่วนใหญ่แสวงหาความพึงพอใจ ตามลำดับของปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น

ภาพที่ 2: ความต้องการ 5 ชั้นของ Maslow



ที่มา: Richard West & Lynn H. Turner. (2010). *Introducing Communication Theory. Fourth Edition*. New York: McGraw-Hill

และนอกจากความต้องการพื้นฐาน 5 ประการข้างต้น มนุษย์เรายังมีความต้องการอื่นๆ ในด้านการสื่อสารเช่นกัน เช่น

1. ความต้องการด้านข่าวสาร ความรู้ ความคิด ความเข้าใจ (Cognitive needs)
2. ความต้องการด้านอารมณ์ ความบันเทิง และความสุนทรีย์ (Affective needs)
3. ความต้องการในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเอง (Personal integrative needs)
4. ความต้องการในการสร้างความเชื่อมั่นในการติดต่อสื่อสารหรือสร้างความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง (Social integrative needs)
5. ความต้องการหันเหและหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิตประจำวัน ไปสู่ความความบันเทิงในสื่อมวลชนเพื่อลดความเครียด (Tension release needs)

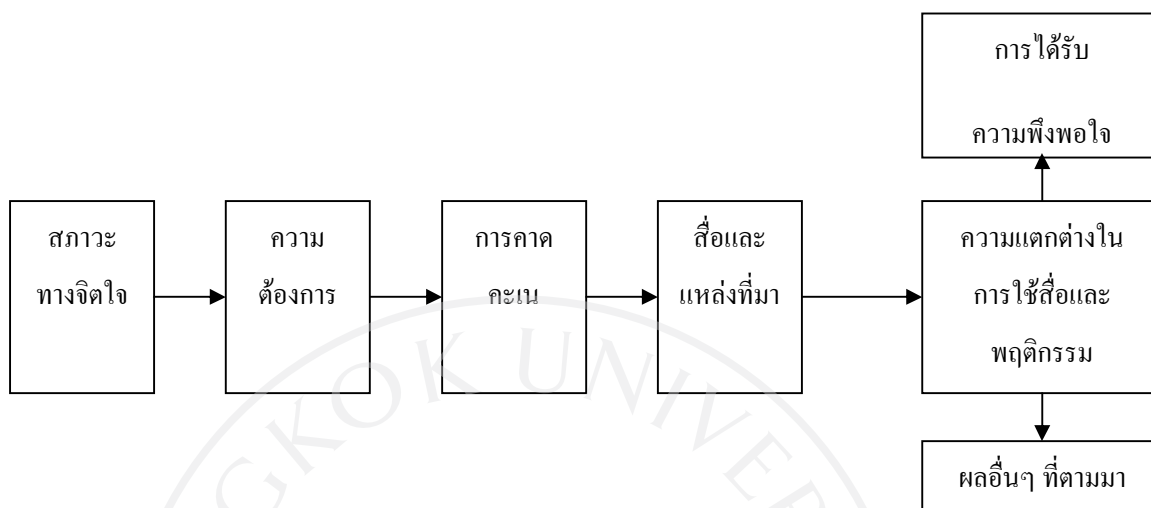
เคนซ์ (อ๋างใน ถิรันท์ อนวิษศิริวงศ์, พัทณี เขจรรรยา และเมตตา กฤตวิทย์, 2530, หน้า 123) เป็นคนแรกที่มีความเห็นว่างานวิจัยเกี่ยวกับ “ผล” หรืออิทธิพลของสื่อที่มีต่อบุคคลนั้นควรให้ความสนใจลดน้อยลง แต่ควรให้ความสนใจต่องานวิจัยเกี่ยวกับ “การใช้” สื่อของบุคคลให้มากขึ้น โดยเคนซ์ชี้ให้เห็นว่าสื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอน และการเลือกใช้สื่อนั้นก็สืบเนื่องมาจากเหตุผลทางจิตวิทยาและความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคลนั้น

กาญจนา แก้วเทพ (2541 หน้า 307) แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการสื่อสารอาจสรุปได้ดังนี้ โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น บุคคลมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้นเมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปอย่างไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน (Goal-oriented Activity) โดยผู้รับสารจะเป็นผู้แสวงหาและเลือกใช้สื่อต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้ามาหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ

เคนซ์ และคณะ (อ๋างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, หน้า 88) ได้สรุปแบบแผนของการศึกษาตามทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจไว้ กล่าวคือ การศึกษาเกี่ยวกับสถานะของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การคาดคะเนเกี่ยวกับสื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ความแตกต่างกันในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิดความพอใจที่ได้รับจากสื่อและผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

แบบจำลองที่ เคนซ์ และคณะ สร้างขึ้น อธิบายได้ดังนี้ สถานะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกัน ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกัน ขึ้นสุดท้ายคือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย

ภาพที่ 3: แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ



ที่มา: ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้เป็นแบบจำลองที่ได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงกระบวนการในการรับสาร และการใช้สื่อโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อหนึ่ง ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง โดยบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ และมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่างๆ กัน

เมอร์ริล และ โลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein. อ้างใน มนทาจ สิงห์พันธ์, 2546, หน้า 25) ได้แสดงความคิดเห็นว่า การเลือกรับหรือใช้สื่อของบุคคลมีแรงผลักดันที่เป็นปัจจัยพื้นฐานมาจากเรื่องดังต่อไปนี้

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่เชื่อว่า มนุษย์ไม่ชอบอยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว ไม่อยากถูกเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์กันเท่าที่โอกาสอำนวย หากไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อประเภทต่างๆ จึงเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ตามปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองมากที่สุดไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิดหรือการกระทำ

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นคนเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารมาเสริมความเด่นของตน และเพื่อให้ข่าวสารช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ ทางการจรจร โลกจิตใจหรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่นๆ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ที่เป็นการอธิบายถึงการพิจารณาจากการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยมุ่งเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารเป็นหลัก ในฐานะเป็นผู้กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนหรือมีบทบาทในการเลือกหรือได้ตอบข่าวสารและสิ่งเร้าในการสื่อสาร (Active Audience) โดยพิจารณาจากการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

#### ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมเครือข่ายออนไลน์

ตอนนี้ผู้วิจัยจะศึกษาถึงความหมายของสื่อสังคมเครือข่าย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดตลอดจนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

สังคมเครือข่ายเป็นสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้คนในปัจจุบัน และยังรวมถึงองค์กรไม่ว่าขนาดเล็กหรือใหญ่ต่างก็หันมาให้ความสนใจในเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายด้วยเช่นกัน เพราะการทำงานของสังคมเครือข่ายเป็นการสื่อสารรูปแบบสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้เข้าไปเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความสนใจร่วมกัน และกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกัน อย่างไร้ข้อจำกัดด้านพรมแดน และเวลา รวมไปถึงการใช้เป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นมาได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล และยังสามารถใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือองค์กรที่อยู่ในสังคมเครือข่ายเดียวกันได้อีกด้วย



ศรีศักดิ์ จามรมาน (2553: เอกสารประกอบการบรรยาย) เครือข่ายสังคม เป็นสังคมเสมือนจริงที่เชื่อมโยงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกให้สามารถติดต่อสื่อสาร และสร้างปฏิสัมพันธ์กันได้แม้อยู่ห่างไกล เครือข่ายสังคมทำให้เกิดวงสังคมที่ขยายใหญ่ขึ้น โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมของวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการเพื่อนและอยากจะมีกลุ่มเพื่อนที่มีความสนใจแบบเดียวกัน เพื่อสร้างสังคมของตนขึ้นมา ในปี พ.ศ. 2553 มีการนำกิจกรรม และบริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตไปไว้ในเครือข่ายสังคม ให้วัยรุ่นสามารถทำกิจกรรม และใช้บริการได้จากที่ที่เดียวบนเครือข่ายสังคม ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยเว็บเครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่ง คือ ไฮไฟว์ อันดับที่สองคือ เฟซบุ๊ก และอันดับที่สามคือ ทวิตเตอร์

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2553 หน้า 3, 22-42) อธิบายว่า ในยุคที่บุคคลสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านทางโลกออนไลน์ได้นั้น จึงเป็นสาเหตุให้บุคคลเชื่อถือสื่อเดิมน้อยลง บุคคลจะเชื่อคำบอกเล่าของผู้ใกล้ชิดที่เคยมีประสบการณ์ในตราสินค้านั้นมาก่อน และด้วยการพัฒนาของเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสในการพัฒนาเนื้อหา (User Generated Content) ได้ด้วยตนเอง ทำให้เกิดสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น บล็อก ฟอรัม ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก หรือแม้กระทั่งยูทูป ที่เปิดโอกาสให้ปัจเจกชนคนธรรมดาทั่วไปมีเวทีในการสร้างเนื้อหาและสามารถสื่อสารออกไปให้สาธารณชนได้รับทราบ แล้วเกิดปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ จนกระทั่งทำให้เกิดสังคมที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกัน

สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อใหม่ที่กิจการในปัจจุบัน ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ นั่นเพราะ

1. เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม
2. เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิม ที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-to-Many)
3. เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ มีดังนี้

1. บล็อก (Blog) เป็นระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS) รูปแบบหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความที่เรียกว่า “โพสต์” แล้วทำการแพร่ขยายได้โดยง่าย การมีบล็อกขึ้นมาเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลใดก็ตามที่มีความสามารถด้านต่างๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนได้อย่างเสรี ไม่มีขีดจำกัดเรื่องเทคนิคอย่างไรในคิดอีกต่อไป ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุให้เกิดบล็อกขึ้นมาจำนวนมาก และเพิ่มเนื้อหาให้กับโลกออนไลน์ได้เป็นจำนวนมากอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดลักษณะของสังคม คือ การเปิดโอกาส



ให้บุคคลต่างๆ เข้ามาแสดงความคิดเห็นได้นั่นเอง บล็อกถูกนำมาใช้ 2 รูปแบบ คือ การที่บริษัทจัดทำบล็อก (Corporate Blog) เพื่อพูดกับลูกค้า และบล็อกที่เขียนจากบล็อกเกอร์อิสระ (Blogger) ที่มีความสามารถเขียนเรื่องที่ตนถนัด และมีผู้ติดตามจำนวนมาก

2. ทวิตเตอร์ และ ไมโครบล็อก (Twitter and Microblog) เป็นรูปแบบหนึ่งของบล็อกที่จำกัดตัวอักษรของการโพสต์แต่ละครั้ง ที่ 140 ตัวอักษร

3. โซเชียล เน็ตเวิร์ค (Social Network) เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงบุคคลหนึ่งกับบุคคลอื่นจนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้จะเริ่มต้นสร้างตัวตนในส่วนของ “ประวัติ (Profile)” ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือการใส่วิดีโอ (Video) และอื่นๆ นักการตลาดนำสังคมเครือข่าย มาใช้ในการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า อาจจะอยู่ในรูปของการสร้างตราสินค้าผ่านเกม หรือแอปพลิเคชันต่างๆ เว็บไซต์ที่มีลักษณะของสังคมเครือข่าย อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทการสร้างเครือข่ายระหว่างเพื่อน หรือครอบครัว เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไฮไฟว์ (Hi5) หรือ มายสเปซ (Myspace) และประเภทการสร้างเครือข่ายในเชิงธุรกิจ เช่น ลิงค์อิน (Linkedin) หรือ พลาโซ (Plaxo) เป็นต้น

4. มีเดีย แชร์ลิ่ง (Media Sharing) เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้บุคคลสามารถอัปโหลดรูปหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับครอบครัว เพื่อนๆ หรือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยเว็บไซต์ทำหน้าที่เป็นสื่อแลกเปลี่ยน (Media Sharing) เช่น ยูทูป (Youtube) ฟลิกเกอร์ (Flickr) หรือ มัลติพลาย (Multiply)

5. โซเชียล นิวส์ และ บুকมาร์คกิง (Social News and Bookmarking) เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความ หรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่ง และเปิดโอกาสให้ทำการลงคะแนนและร่วมโหวตได้ เป็นเสมือนการที่มหาชนช่วยกันกรองว่าบทความหรือเนื้อหาใดเป็นที่น่าสนใจที่สุด ในส่วนของโซเชียล บุกมาร์คกิง (Social Bookmarking) เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถทำการบุคมาร์ค (Bookmark) เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบ โดยไม่ขึ้นอยู่กับคอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง แต่สามารถทำผ่านออนไลน์ และเนื้อหาในส่วนที่เราทำบุคมาร์ค (Bookmark) ใ้นี้จะสามารถแบ่งบันให้บุคคลคนอื่นๆ ได้ด้วย

6. ออนไลน์ ฟอรัม (Online Forum) ถือเป็นรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่เก่าแก่ที่สุด เป็นสถานที่ที่ให้ผู้คนเข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่สนใจ ซึ่งอาจเป็นเรื่องภาพยนตร์ เพลง การเมือง กีฬา สุขภาพ หนังสือ และอื่นๆ ได้ทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนแนะนำสินค้า

หรือบริการต่างๆ เว็บไซต์ประเภทฟอรัมอาจเปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยเฉพาะ หรืออาจจะเป็นส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เนื้อหาต่างๆ

เป้าหมายของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถแบ่งออกได้เป็นข้อๆ ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย เช่น การใช้วิดีโอในการสร้างรายได้ของ Dell หรือใช้สมาชิกในบล็อกที่มีชื่อเสียงและมีอิทธิพลทางการตลาด กรณีของ Nokia 5800 Express
2. เพื่อเพิ่มการรับรู้ตราสินค้าโดยสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ คือ การพยายามให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมทางการตลาด หรือการเข้าไปพูดคุยกับตราสินค้าอย่างเป็นกันเอง และรู้สึกว่ตราสินค้านั้นเปรียบเสมือนเพื่อนของคนที่คิดถึงก่อนตราสินค้าอื่นๆ
3. เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ถือว่าเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เหมือนสื่อเดิม คือ การสื่อสารทางตรง ซึ่งแม้จะสื่อสารแบบตรงไปตรงมาจนเกินไป แต่ถ้าไม่ได้เน้นที่การบอกเรื่องราวของคุณเพียงอย่างเดียว หรือมีเรื่องราวที่น่าสนใจอื่นๆ แบ่งปัน การเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์บางประเภทเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็สามารถสร้างประสิทธิภาพได้มากตามไปด้วย
4. เพื่อทราบผลตอบกลับจากลูกค้า สิ่งนี้เป็นประโยชน์ที่เจ้าของตราสินค้าต้องใส่ใจ เพราะเสียงสะท้อนจากผู้บริโภค ไม่เพียงได้ยินแค่สองคนเหมือนแต่ก่อน แต่จะมีการพูดคุยๆ กันไป หากเจ้าของตราสินค้ายังไม่เข้าไปรับรู้ และจัดการอย่างถูกต้องเสียก่อน
5. เพื่อเพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือหนึ่งในการผลักดันให้ผู้คนเข้ามายังเว็บไซต์ได้มากขึ้น ผู้อ่านบทความสามารถทำการ โหวต หรือ บั๊กมาร์คให้บทความนี้ไปปรากฏยังเว็บไซต์ได้ ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้เข้ามาอ่านบทความดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเชื่อมต่อเข้ามายังเว็บไซต์หลักยังทำให้เป็นการเพิ่มจำนวนลิงค์ เพราะผู้ที่อ่านบทความจากสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ จะแนะนำต่อไปยังบุคคลอื่นๆ ต่อไปได้อีก
6. เพื่อสร้างการเป็นผู้นำทางความคิด โดยเป้าหมายด้านนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นเป้าหมายสำหรับผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในระดับปัจเจกชนมากกว่า เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะบล็อกค่อนข้างใช้ง่าย ต่างจากเว็บไซต์รูปแบบเดิมในอดีต ทำให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ที่แต่เดิมไม่มีพื้นที่ในการแสดงความคิด ได้มีโอกาสที่จะแสดงออกด้านความเห็นของบุคคลเหล่านั้น ได้เขียนเนื้อหาที่ให้ความรู้ และเมื่อบุคคลอื่นๆ ติดตามอ่านจำนวนมาก ทำให้บุคคลเหล่านั้นกลายเป็นผู้นำทางความคิดได้

เคน (Ken Doctor. 2010, PP. 3-4, 52, 69-70, 116-118, 120-123) ได้อ้างอิงปรากฏการณ์หลายอย่างในวงการข่าวโดยชี้ให้เห็นว่า ทุกวันนี้มนุษย์กำลังก้าวข้ามทศวรรษแห่งข่าวดิจิทัล (Digital News Decade) ที่เป็นช่วงแห่งการเปลี่ยนผ่านไปสู่ทศวรรษที่สองที่จะเป็นทศวรรษแห่ง

ดิจิทัลที่แท้จริง (Truly Digital news Decade) จากการส่งผ่าน (Transition) ไปสู่การเปลี่ยนรูปแบบ (Transformation) ที่มีการปรับรูปแบบของการนำเสนอข่าวใหม่ ดังนี้

ตั้งแต่ปี 2007 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในเครือ Gannett ได้ปรับกลยุทธ์ เปลี่ยนห้องข่าวเป็น ศูนย์กลางข้อมูล (Information Center) ที่เน้นเนื้อหาเรื่องราวในท้องถิ่น ในพื้นที่เน้นการบริการ สาธารณะในพื้นที่ และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้ผู้รับสารเลือกสารได้ตามความสนใจ (Custom Content) ดึงเนื้อหา ทั้งจากสิ่งพิมพ์รูปแบบดิจิทัล (Print Broadcast Digital) มารวมไว้ที่เดียว สร้าง คลังข้อมูลสาธารณะที่ได้รวบรวมมาจากหลากหลายแหล่งรวมไว้ เพิ่มพื้นที่แสดงความคิดเห็นของ ชุมชน วิพากษ์โต้แย้งในประเด็นต่างๆ มีพื้นที่บล็อกของนักข่าว คอลัมนิสต์ เพื่อเป็นพื้นที่ที่รวมทุก อย่างในชุมชนไว้ด้วยกัน

เวนดี้ (Wendy Warren. อ้างใน Ken Doctor, 2007, PP. 69-70, 116-118) ได้เสนอโมเดลทาง วารสารศาสตร์โดยเปรียบกับไข่ทอด พื้นที่ไข่แดงมีความสำคัญมากยังจำเป็นต้องให้นักข่าวอาชีพ เป็นผู้ส่งสาร ส่วนพื้นที่ไข่ขาวเหมือนเรื่องราวฉาบฉวย สีสันของชุมชนที่สามารถให้มือสมัครเล่น อย่างนักข่าวพลเมือง นักศึกษาเป็นผู้ดำเนินการได้ โดยเนื้อหาจากผู้รับสาร (User-generated Content) ซึ่งปรากฏการณ์นี้กำลังเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการสื่อสารยุคใหม่ เว็บเชื่อมต่อปัจเจก บุคคลที่อยู่กระจัดกระจายเข้าด้วยกันทั้งที่ไม่รู้จักกัน ในขณะที่เดิวก่อนก็มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสำหรับ ธุรกิจสื่ออีกด้วย เพราะโลกภายนอกมีคนจำนวนมากที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความกระหายที่จะถ่ายทอด พร้อมทั้งจะมีผู้ติดตามอ่านเป็นจำนวนมาก

เว็บไซต์ข่าวหลายแห่งเปิดพื้นที่ให้บล็อกเกอร์ได้มีพื้นที่เขียนจำนวนมากขึ้น อย่างเช่น Houston Chronicle มี บล็อกเกอร์กว่า 130 คน และกว่าครึ่งมาจากคนในชุมชนที่เขียนเรื่องราวที่ ชุมชนอยากรู้และใส่ใจ หรือ Post Intelligencer ใน Seattle มีกว่า 150 บล็อกเกอร์ ซึ่งต่อมาบล็อก เเกอร์ เหล่านี้ก็ได้กลายเป็นผู้ส่งสาร และถึงแม้การมีมือสมัครเล่นจะทำให้ประหยัดงบประมาณ มหาศาล แต่ก็อาจเป็นข้อเสียได้เช่นเดิวก่อน นั่นเพราะหากถ้าทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตสารออกสู่ พื้นที่สาธารณะได้เหมือนๆ กัน ผู้รับสารจะรู้ได้อย่างไรว่าใครถูกว่าจ้างมาเขียนยึดเยียดความคิด อะไรบ้าง เช่น เคยพบว่าห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งว่าจ้างบุคคลมาเขียนเสนอสินค้าของตน ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์ กำลังกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tool) ชั้นดีสำหรับทุกสินค้า และบริการ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าในยุคที่ผู้คนสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านทางโลกออนไลน์ โอกาสที่ บุคคลจะเชื่อตามสื่อเดิมมีน้อยลง บุคคลจะเชื่อคำบอกเล่าจากผู้ใกล้ชิดที่ใช้ตราสินค้านั้นจริง และ

ด้วยการพัฒนาของเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสในการพัฒนาเนื้อหาได้ด้วยตนเอง ทำให้เกิดสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น บล็อก ฟอรัม ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก เครือข่ายสังคมเป็นสังคมเสมือนจริงที่เชื่อมโยงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกให้สามารถติดต่อสื่อสาร และสร้างปฏิสัมพันธ์กันได้แม้อยู่ห่างไกล ปัจจุบันองค์กรสื่อสารมวลชนหลายองค์กร ได้เห็นถึงความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ และการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นของชุมชน จึงได้เปิดพื้นที่บล็อกขึ้นมาเพื่อให้คนในสังคมเครือข่ายออนไลน์ได้ใช้เป็นพื้นที่กลางในการแสดงออกซึ่งความเห็น วิพากษ์โต้แย้งประเด็นต่างๆ รวมทั้งองค์กรสื่อมวลชนยังใช้ข้อมูลในบล็อกที่เป็นคลังข้อมูลในการทำข่าวขององค์กรสื่อมวลชนด้วย

#### ตอนที่ 5 ความเป็นมาโอเคเนชั่นบล็อก

โอเคเนชั่นบล็อก หรือ [www.oknation.net](http://www.oknation.net) เป็นเว็บไซต์หนึ่งในสายงานธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) ของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ภายหลังการปรับโครงสร้างบริษัทในกลุ่ม เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป ในปี 2550 บริษัทฯ ได้รับโอนกิจการวิทยุของบริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ทเวอร์ค จำกัด ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.98 มาดำเนินการ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ ประกอบธุรกิจจัดหาและผลิตข้อมูลข่าวสาร (Content Provider) เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ อันได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อรูปแบบใหม่ (New Media)

เว็บไซต์ [www.oknation.net](http://www.oknation.net) เป็นบล็อกข่าวแห่งแรกของประเทศไทยที่ให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณชน เสมือนหนึ่งเป็นผู้สื่อข่าว (2552. หนังสือชี้ชวนบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)) ซึ่งเกิดขึ้นจากความต้องการสร้างสถานที่สำหรับความอิสระทางปัญญา ทุกคนมีสิทธิในการเขียน การเผยแพร่ความคิดเห็น อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด โอเคเนชั่นเปิดตัวครั้งแรกเมื่อกลางเดือนธันวาคม 2549 ภายใต้อุดมคติที่ว่า “ทุกคนเป็นนักข่าวได้” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางของนักข่าวพลเมืองในการแสดงความคิดเห็น บอกเล่าเรื่องราว สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ประสบการณ์ ความรู้ ถ่ายทอดสู่ผู้อื่น ร่วมแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี ซึ่งเรื่องราวนั้น

เป็นได้ทั้งเหตุการณ์เกี่ยวกับ สังคม สิ่งแวดล้อม ท่องเที่ยว กีฬา วรรณกรรม ศิลปะ เป็นต้น (2553. กองบรรณาธิการ Oknation.net อ้างใน www.oknation.net)

โอเคเนชั่นเป็นเว็บไซต์นักข่าวพลเมืองที่มีความคิดมาจาก เว็บไซต์โอไมยนิวส์ (Ohmynews) ของประเทศเกาหลีใต้ และสถานีข่าวบีบีซี (BBC) ของประเทศอังกฤษ โดยเว็บไซต์โอไมยนิวส์ เป็นเว็บข่าวจากภาคประชาชน ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนส่งข่าวเข้ามาที่เว็บไซต์ และทางกองบรรณาธิการเว็บไซต์จะทำหน้าที่กลั่นกรองเรื่องราวที่เห็นว่าเหมาะสมขึ้นเผยแพร่ทางเว็บไซต์ต่อไป ส่วนสถานีข่าวบีบีซี (BBC) นั้นมีที่มาจากเมื่อครั้งเกิดเหตุการณ์ระเบิดรถไฟที่ลอนดอนในประเทศอังกฤษ และผู้ที่อยู่ในสถานที่เกิดเหตุได้ถ่ายรูปและส่งมาให้ที่สถานีข่าวบีบีซี (BBC) และทางบีบีซี (BBC) ได้นำเสนอว่าข่าวนี้น่ามาจากนักข่าวพลเมือง ซึ่งจาก 2 ความคิดนี้จึงเป็นที่มาของ โอเคเนชั่น เพราะขณะนั้นในเมืองไทยยังไม่เคยมีใครทำบล็อกข่าวมาก่อน และทางบริษัทฯ เห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน (ชาติ วาระดี. 2553; สัมภาษณ์)

โอเคเนชั่นถือเป็นเว็บบล็อก (Weblog) ที่เป็นปรากฏการณ์ใหม่ในวงการสื่อมวลชนของไทย เพราะเป็นเว็บไซต์ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างเว็บบล็อก ซึ่งเป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็นทางออนไลน์ของประชาชน กับนักข่าวพลเมือง (Citizen Reporters) ที่กำลังมาแรงทั่วโลก จุดเด่นของโอเคเนชั่นอยู่ตรงที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นในแง่มุมต่างๆ ของสังคมได้อย่างอิสระ เป็นเวทีประชาธิปไตยที่มีการแสดงความคิดเห็นกันอย่างมีวุฒิภาวะ ซึ่งค่อนข้างหาได้ยากตามเว็บไซต์การเมืองไทยปัจจุบันที่มีกลุ่มจัดตั้งสร้างกระแสค่อนข้างมาก (ชาติ วาระดี. อ้างใน นักข่าวสายพันธุ์ใหม่, 2550, หน้า 5)

จากการประกวด Thailand Blog Awards 2010 มีสมาชิกจาก โอเคเนชั่น จำนวนหนึ่ง ได้รับรางวัลการประกวด ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นว่า เกือบ 4 ปี กับสมาชิกเจ็ดหมื่นคน และมีผู้ส่งเรื่องเข้ามา กว่าครั้งล้านเรื่อง มี "คุณภาพ" เป็นที่ยอมรับของสังคม โดยเฉพาะในหมวด "นักข่าวอาสา" (Citizen Reporter) นักข่าวพลเมืองจาก โอเคเนชั่น ได้รับทุกรางวัล ถือเป็น การตอกย้ำความสำเร็จของคำขวัญประจำบล็อกคือ "ทุกคนเป็นนักข่าวได้" นอกจากนั้นก็ยังมีนักข่าวพลเมืองจากโอเคเนชั่นอีกจำนวนไม่น้อยที่ได้รับรางวัลในหมวดต่างๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึง "คุณค่า" ของงานที่นักข่าวพลเมืองได้สร้างขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็นหมวดการศึกษา (Education) หมวดสันทนาการ (Recreation) หมวดการท่องเที่ยวและภาพถ่าย (Travel & Photo) หมวดเยาวชน (Best Teen) กระทั่งหมวดการออกแบบบล็อก (Best Design) ซึ่งการที่มีนักข่าวพลเมืองจาก โอเคเนชั่น ได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย สิ่งนี้ย่อมเป็นการเปิดเวทีให้สังคมออนไลน์ยอมรับในคุณภาพของนักข่าวพลเมืองจาก โอเคเนชั่น มากขึ้น (2553. กองบรรณาธิการ Oknation.net อ้างใน www.oknation.net)

ขั้นตอนการเป็นนักข่าวพลเมืองกับโอเคเนชั่น เริ่มจากการสมัครเป็นสมาชิกกับบล็อก โอเคเนชั่น โดยผู้ที่ เป็นสมาชิกของบล็อกแล้วจะสามารถส่งเรื่องราวต่างๆ เข้าไปที่บล็อกของตนเอง ในเว็บไซต์ได้ แต่การคัดเลือกเรื่องที่จะนำมาลงในหน้าหลักของเว็บไซต์นั้น ทางกองบรรณาธิการ เว็บจะเลือกเรื่องราวที่มีคุณค่าของความเป็นข่าว ตรงกับวัตถุประสงค์และนโยบายของ โอเคเนชั่นมา ลง โดยเรื่องที่กองบรรณาธิการเห็นว่าเหมาะสม เรื่องราวนั้นจะถูกนำไปลงในส่วนเรื่องแนะนำ เรื่องภาพเด่น หรือวิดีโอคลิป เป็นต้น ทั้งนี้สาเหตุที่ต้องมีการคัดเลือกเรื่องราวนั้นในการนำเสนอ เพราะถึงแม้ส่วนใหญ่สมาชิกในบล็อก โอเคเนชั่นจะเป็นนักข่าวพลเมืองก็ตาม แต่ก็มีส่วนหนึ่งซึ่งเป็นส่วนน้อยที่ไม่ใช่ นักข่าวพลเมือง ปัจจุบันเนื้อหาในบล็อกของโอเคเนชั่นมีความหลากหลาย คือ มีเนื้อหาทั้งที่เป็นเรื่องราวข่าวที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์เหตุการณ์ต่างๆ เรื่องราวในลักษณะไดอารี่ บท กลอน หรือคอลัมน์สื่อดังออนไลน์ เป็นต้น ในด้านการทำงานของ โอเคเนชั่นจะมีทีมงานที่รับผิดชอบ ซึ่งประกอบด้วย กองบรรณาธิการ โปรแกรมเมอร์ และผู้ดูแลด้านกราฟิก โดยกองบรรณาธิการจะ แบ่งการทำงานออกเป็น กองบรรณาธิการที่ดูแลบล็อกในช่วงเช้า ช่วงกลางวัน และช่วงเย็น โดย หน้าแรกของกองบรรณาธิการ คือ เป็นผู้ที่กำลังทำความเป็นไปทางสังคมในบล็อก โอเคเนชั่น

ในช่วงแรก โอเคเนชั่นสร้างจุดดึงดูดใจให้คนเข้ามาอ่านบล็อก โดยการให้นักข่าวของเนชั่นมาเป็นสมาชิกในบล็อกของโอเคเนชั่นด้วย เช่น สุทธิชัย หยุ่น ซึ่งเป็นนักข่าวที่มีชื่อเสียงเปรียบเหมือน เป็นแม่เหล็กที่ดึงดูดให้คนเข้ามาอ่านเรื่องราวในบล็อก เมื่อคนที่สนใจอยากทำการสนทนาโต้ตอบหรือ แสดงความคิดเห็นกับนักข่าวท่านนั้น ก็จะ สามารถทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความเห็นกับ นักข่าวท่านนั้น ได้ทันทีแบบเรียลไทม์ (Real time) ซึ่งช่องทางสื่อแบบดั้งเดิมไม่สามารถทำได้ โดย ทางโอเคเนชั่นหวังไว้ว่า การที่ดึงเอาคุณสมบัติของบล็อก ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์รูปแบบหนึ่งมา ใช้ให้เกิดประโยชน์ เพราะเป็นการสื่อสารแบบสองทางได้ในทันที ประกอบกับผู้ที่เข้ามาอ่านบล็อก ของนักข่าวอาชีพสามารถเรียนรู้รูปแบบการเขียนข่าวที่ถูกต้อง หรือเรื่องราวที่มีคุณค่าความเป็นข่าว จากนักข่าวอาชีพไปได้ ส่งผลให้เมื่อบุคคลสนใจในประเด็นต่างๆ ก็จะเกิดการต่อยอด หรือสร้าง แรงบันดาลใจให้ผู้ที่เข้ามาอ่าน กลับมาเป็นสมาชิกบล็อก โอเคเนชั่น ในรูปแบบของการเป็นนักข่าว พลเมืองในที่สุด แต่การใช้นักข่าวมาเป็นแม่เหล็กดึงดูดคนเข้ามานั้นเป็นแค่ช่วงแรกของการทำโอเค เนชั่นเท่านั้น ปัจจุบันมีนักข่าวเพียงแค่ 10 ท่านที่ยังเป็นสมาชิกบล็อก โอเคเนชั่น ที่เหลือจะเป็น นักข่าวภาคประชาชน หรือนักข่าวพลเมือง ซึ่งทำให้กล่าวได้ว่า โอเคเนชั่นเป็นเว็บบล็อกสำหรับ นักข่าวพลเมืองที่แท้จริง

สำหรับการตรวจสอบเนื้อหาที่ส่งมาจาก โอเคเนชั่นจะมี 2 มาตรการ ซึ่งคล้ายกับหลักการ ทำงานของสื่อมวลชนทั่วไป คือ มีการตรวจสอบและดูแลกันเองของสมาชิกในบล็อกและจากผู้อ่าน

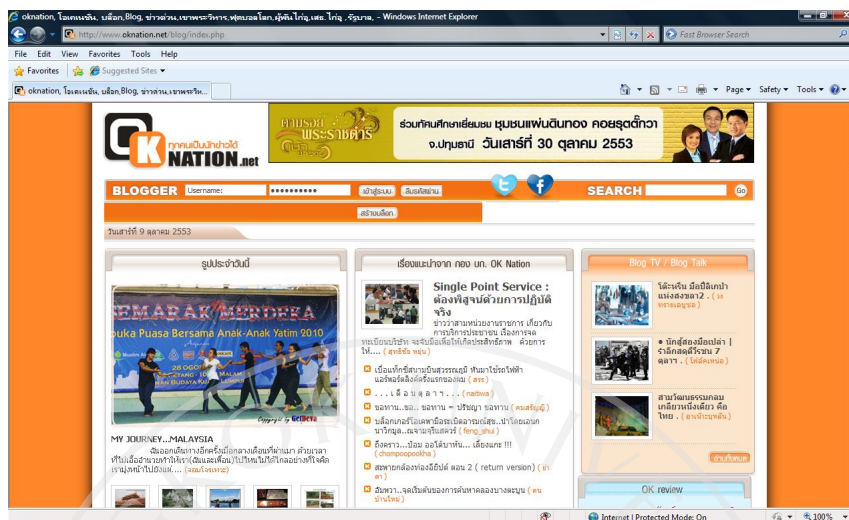


ซึ่งหากเนื้อหาที่สมาชิกนำมาลงเป็นเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ก็จะถูกการต่อต้านจากคนในชุมชนเอง สำหรับในด้านนโยบายของทางเว็บไซต์ คือ หากกองบรรณาธิการพิจารณาแล้วเห็นว่าข้อความที่สมาชิกนำมาลงนั้นไม่เหมาะสมก็จะถอดข้อความหรือระงับการเข้าใช้ของสมาชิกท่านนั้น

ปัจจุบันกองบรรณาธิการ โอเคเนชั่น ได้พยายามพัฒนาและปรับปรุงเว็บ โอเคเนชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้คนสามารถเข้ามาอ่านเรื่องราวในโอเคเนชั่นได้ง่ายขึ้น เช่น การเพิ่มหมวดหมู่ หรือฟังก์ชันของเว็บ หรือเพิ่มช่องทางการสื่อสารสู่สาธารณชนให้กว้างขึ้น ด้วยการเชื่อมโยงสู่สื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) ด้วย ซึ่งปัจจุบันมี สมาชิกในเครือข่ายเฟซบุ๊ก 447 คน และในทวิตเตอร์ มีผู้ติดตาม 4,230 คน (ข้อมูลเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2553) โดยข้อความที่โพสต์ลงในสังคมเครือข่ายออนไลน์ทั้ง 2 จะมี URL กำกับ เพื่อให้ผู้ที่สนใจในหัวข้อที่กองบรรณาธิการโพสต์ลงไปตามไปอ่านเนื้อหาเต็มได้ที่บล็อกของโอเคเนชั่น ซึ่งการเลือกข้อความที่นำไปโพสต์นั้น ทางกองบรรณาธิการจะโพสต์ข้อความเรื่องแนะนำของเว็บ โอเคเนชั่นลงในเฟซบุ๊ก เนื่องจากทางกองบรรณาธิการพิจารณาแล้วว่าสมาชิกในเฟซบุ๊กส่วนใหญ่ให้ความสนใจเรื่องเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ เป็นเรื่องที่สบายๆ มากกว่า ในขณะที่ข้อความที่โพสต์ลงทางทวิตเตอร์ส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับประเด็นสาธารณะ เพราะสมาชิกในทวิตเตอร์ส่วนใหญ่จะเป็นคนที่ชื่นชอบเรื่องการเมืองเป็นหลัก

สำหรับด้านการต่อยอดของเนื้อหาในเว็บ โอเคเนชั่นนั้น มีทั้งการนำเรื่องจากในบล็อกไปลงเป็นคอลัมภ์ประจำในสื่อหลัก เช่น หนังสือพิมพ์คมชัดลึก ได้นำเรื่องราวหน้าท่องเที่ยวจากบล็อก โอเคเนชั่นไปลงเป็นคอลัมภ์ในหนังสือพิมพ์ รวมถึงการต่อยอดในลักษณะการขายข้อมูล คือ การนำเนื้อหาจากโอเคเนชั่นไปให้คนเข้ามาดาวน์โหลด (Download) ข้อมูลมาอ่านผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือ ไอแพด (Ipad) ซึ่งรายได้จากการขายข้อมูลจะถูกแบ่งเป็นรายได้ของ 3 ฝ่าย คือ เจ้าของเรื่อง โอเคเนชั่น และเจ้าของค่ายมือถือ ซึ่งเป็นวิธีการที่กองบรรณาธิการจะเริ่มทำในต้นปี 2554 (ชาติวาระดี. 2553; สัมภาษณ์)

ภาพที่ 4: ตัวอย่างหน้าเว็บ oknation.net



ที่มา: <http://www.oknation.net/blog/index.php>

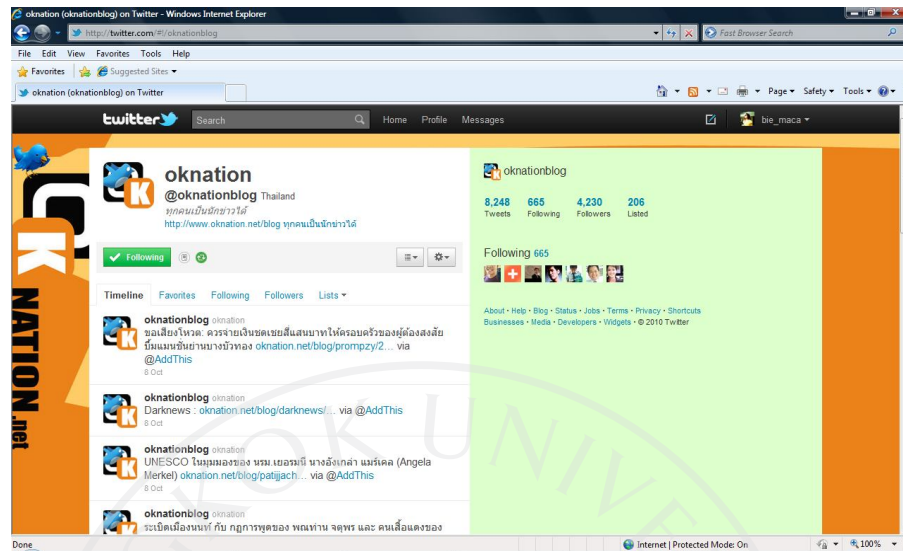
ภาพที่ 5: ตัวอย่างหน้าบล็อกของนักข่าวพลเมืองในเว็บ oknation.net



ที่มา: <http://www.oknation.net/blog/charlee>

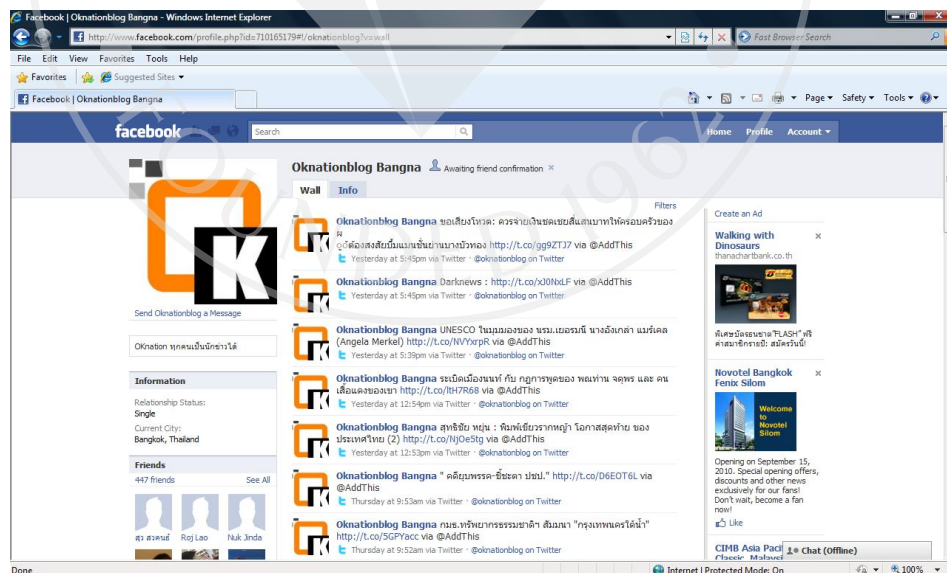


ภาพที่ 6: ตัวอย่างไอคอนชั้นทางสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์



ที่มา: <http://twitter.com/#!/oknationblog>

ภาพที่ 7: ตัวอย่างไอคอนชั้นทางสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก



ที่มา: <http://www.facebook.com/#!/oknationblog>

## ตอนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนนี้ผู้วิจัยจะศึกษาถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาเป็นกรอบการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

คัฟฟี, ธอร์สัน และทีม (Margaret Duffy, Esther Thorson et al., 2010 อ้างใน The State of the New Media 2010) ได้ทำการวิจัยเรื่อง Motivation of Those Who Are Responsible for Citizen Journalism Site ซึ่งผลการวิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึก 91 เว็บไซต์พลเมือง จาก 205 เว็บไซต์ พบว่าแรงจูงใจในการเปิดให้บริการเว็บไซต์พลเมืองที่มีมากที่สุด อันดับ 1 คือ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารกับชุมชน ร้อยละ 4.66 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ เพื่อเป็นสื่อทางเลือกแก่ชุมชน ร้อยละ 4.46 อันดับ 3 คือ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน ร้อยละ 4.20 อันดับ 4 คือ เพื่อสร้างชุมชนที่มีความสัมพันธ์ที่เข้มแข็ง ร้อยละ 4 และเพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติกับคนอื่น ร้อยละ 3.42 และเพื่อสร้างผลกำไร ร้อยละ 1.83 เป็นอันดับสุดท้าย

Universal McCann (2006) ได้ทำการสำรวจเรื่อง Asia Pacific Netizens in the Rapidly Changing Digital World โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และบทบาทของผู้บริโภคในสื่อออนไลน์ เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจในผลกระทบอันเกิดจากปรากฏการณ์ทางสื่อออนไลน์ อาทิ ชุมชนออนไลน์ เกมออนไลน์ และกระดาดข่าว ซึ่งการวิจัยครอบคลุม 8 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ประกอบด้วย ประเทศจีน ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศฮ่องกง และประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ 10,000 คน ซึ่งเป็นประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน 205 ล้านคน ที่มีช่วงอายุ 15-40 ปี โดยดำเนินการภายใต้กลวิธีวิจัยเฉพาะของ Universal McCann ประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยผลการวิจัยพบว่า ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศจีน ยอมรับ และเชื่อถือในข่าวสารตลอดจนการวิจารณ์จากสื่อสังคมออนไลน์ประเภทบล็อก มากกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยมีผู้ที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 65 และร้อยละ 59 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศไทยเชื่อถือในบล็อกแบบเห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 27 ทั้งนี้เพราะบล็อกในความเห็นของผู้คนในสังคมออนไลน์ปัจจุบันเห็นว่าเป็นบล็อกเท่ากับ เสรีภาพในการแสดงออกในความเป็นตัวของตัวเอง ซึ่งในประเทศไทยเห็นด้วยกับความเชื่อนี้ถึง ร้อยละ 85 และค่าเฉลี่ยรวม 8 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เห็นด้วยกับความเชื่อที่ว่าบล็อก คือ ช่องทางที่ดีในการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองถึง ร้อยละ 94 ซึ่งความเชื่อนี้ส่งผลให้ในบางประเทศเสรีภาพทางการแสดงความคิดเห็นมาพร้อมกับความรับผิดชอบ ส่วนในบางประเทศโอกาสในการแสดงความคิดเห็นเกิดจากแรงกระตุ้นในการมีส่วนร่วมในเรื่องราวนั้นๆ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2550) ได้ทำการศึกษาผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2550 พบว่า เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ยังเป็นกลุ่มใหญ่ที่นิยมกิจกรรมออนไลน์ ทั้งการสนทนาออนไลน์ การเล่นเกม การอ่านหรือเขียนบล็อกและเว็บบอร์ดมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ขณะที่สัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ยังอยู่ในระดับอายุตั้งแต่ 20-25 ปี เฉลี่ยร้อยละ 19.9 รองลงมาคือ ระดับอายุ 26-30 ปี เฉลี่ยร้อยละ 18.5 และกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี เฉลี่ยร้อยละ 16.5 อย่างไรก็ตาม ผลสำรวจครั้งนี้ เป็นการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 28,582 คน ซึ่งกลุ่มอายุที่เข้ามาตอบแบบสอบถามมากที่สุดอยู่ในระดับอายุตั้งแต่ 20-30 ปี ทำให้กิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุดของคนกลุ่มนี้อันดับ 1 ยังเป็นการสืบค้นหาข้อมูล เฉลี่ยร้อยละ 22.9 รองลงมาเป็นอีเมล ร้อยละ 20.5

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถนำงานวิจัยข้างต้นมาเป็นกรอบแนวคิด เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา โอเคนั้น บล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ต่อไป

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา โอเคเนชั่น บล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถามออนไลน์โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษา คือ ประชากร คือ ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เป็นนักข่าวพลเมืองในบล็อกโอเคเนชั่น จำนวนประมาณ 69,767คน (14 กันยายน 2553) โดยมีอายุ 21 ปี ขึ้นไป

#### กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่าง ประมาณ 95%

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

|       |   |     |  |
|-------|---|-----|--|
| เมื่อ | n | คือ | จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง         |
|       | N | คือ | จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร           |
|       | e | คือ | ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้ |
|       | n | =   | $\frac{69,767}{1 + 69,767(0.0025)}$            |
|       |   | =   | 397.719  |

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ คือ 398 คน แต่เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา งบประมาณ และกำลังคนจึงศึกษากลุ่มตัวอย่างเพียง 100 คนเท่านั้น

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Technique) ด้วยวิธีแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยจะทำการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 ปี ขึ้นไป และมีพฤติกรรมมารับสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ของโอเคเนชั่นบล็อก ในเครือบริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างน้อย 1 ช่องทาง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ พฤติกรรมมารับข่าวสารของสมาชิกในสังคมเครือข่ายบล็อกโอเคเนชั่น จำนวน 12 ข้อ

**ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง จำนวน 17 ข้อ

**ส่วนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง จำนวน 1 ข้อ

**ส่วนที่ 4** เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง จำนวน 1 ข้อ

### เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนจากการวัดความคิดเห็นที่ได้มารวมกัน เพื่อหาระดับค่าเฉลี่ยของความความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง ทัศนศึกษา โอเคเนชั่น บล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยผู้วิจัยได้กำหนดระดับของความความคิดเห็นไว้ดังนี้คือ คะแนนสูงสุด คือ 5 คะแนน คะแนนต่ำสุด คือ 1 คะแนน และจำนวนชั้นที่ต้องการคือ 5 ชั้น เพื่อแบ่งระดับของความคิดเห็น ออกเป็น 5 ระดับ คือ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง เห็นด้วย 3 หมายถึง เฉยๆ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลมาแจกแจงความถี่เพื่อหาค่าเฉลี่ย โดยใช้ค่าเฉลี่ยทางสถิติการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ทั้งนี้ การนำช่วงคะแนนดังกล่าวไปอธิบาย เพื่อจำแนกระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นนักข่าวพลเมือง โดยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยในการวัดความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 5 ระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

| ค่าเฉลี่ย   | หมายถึง  |
|-------------|--|
| 1.00 – 1.80 | ความคิดเห็นของผู้บริโภคในสังคมเครือข่ายบล็อกโอเคเนชั่นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อข้อคำถาม |
| 1.81 – 2.60 | ความคิดเห็นของผู้บริโภคในสังคมเครือข่ายบล็อกโอเคเนชั่นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยต่อข้อคำถาม          |
| 2.61 – 3.40 | ความคิดเห็นของผู้บริโภคในสังคมเครือข่ายบล็อกโอเคเนชั่นอยู่ในระดับไม่แน่ใจต่อข้อคำถาม             |
| 3.41 – 4.20 | ความคิดเห็นของผู้บริโภคในสังคมเครือข่ายบล็อกโอเคเนชั่นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อข้อคำถาม             |
| 4.21 – 5.00 | ความคิดเห็นของผู้บริโภคในสังคมเครือข่ายบล็อกโอเคเนชั่นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อข้อคำถาม    |

## การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. การตรวจสอบความตรง (Validity) นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิและมีความเชี่ยวชาญ เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบภาษา โครงสร้าง ข้อคำถาม และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะต่อไป

2. การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างจริง แต่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเที่ยงของเครื่องมือ โดยใช้วิธีการประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.7381

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ (Online Survey) ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถาม โดยเริ่มต้นด้วยผู้วิจัยได้ทำการส่งลิงค์ (link) แบบสอบถามที่ได้จัดทำไว้ในเว็บไซต์กูเกิ้ล คือคคูเมนต์ (Google Document) ไปยังกองบรรณาธิการโอเคเนชั่น ของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการส่งแบบสอบถามต่อไปยังนักข่าวพลเมืองในบล็อกโอเคเนชั่น ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) และทางโอเคเนชั่นบล็อก เพื่อให้ให้นักข่าวพลเมืองท่านใดที่ได้รับแบบสอบถามแล้วมีความสนใจที่จะตอบแบบสอบถาม ทำการตอบแบบสอบถามแล้วส่งกลับมายังผู้วิจัย โดยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่งกลับมายาจะถูกเก็บไว้ชั่วคราวในกูเกิ้ล คือคคูเมนต์

ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่ 1- 31 มกราคม 2554 รวมเป็นระยะเวลา 1 เดือน

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่ และร้อยละ

**ส่วนที่ 2** ความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

ใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่ และร้อยละ

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่

**ส่วนที่ 3** ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง และเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง ใช้สถิติ Chi-Square Test เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงคุณภาพ 2 ตัว ที่เป็นอิสระจากกัน

โดยการดำเนินการเกี่ยวกับตัวแปรอิสระ ดังนี้ เดิมผู้วิจัยกำหนดความคิดเห็น มี 5 ระดับแต่ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบในระดับ 1-3 เป็นจำนวนที่น้อยมาก จนไม่สามารถใช้ Chi-Square Test ทดสอบได้ ผู้วิจัยจึงยุบระดับความคิดเห็น นำระดับ 1-3 รวมกันโดยให้เป็นกลุ่มที่ชื่อว่า เห็นด้วยน้อย และยุบระดับความคิดเห็น ระดับ 4-5 รวมกัน โดยให้เป็นกลุ่มที่ชื่อว่า เห็นด้วยมาก

สำหรับการดำเนินการเกี่ยวกับตัวแปรตาม ดำเนินการดังนี้ จากเดิมผู้วิจัยกำหนดเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองไว้ 4 กลุ่ม แต่เนื่องจากเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองบางข้อมีความหมายคล้ายคลึงกัน ผู้วิจัยจึงยุบรวมข้อที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้ ข้อที่ 3 คือ ความต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักทำเสนอ และข้อที่ 4 คือ ความต้องการนำเสนอเรื่องราวอื่นๆ ในท้องถิ่นของตน เป็นกลุ่มเดียวกัน โดยให้เป็นความต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักทำเสนอ

**ส่วนที่ 4** ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Spearman Rank Correlation Coefficient เพื่อทดสอบการมีนัยสำคัญระหว่างความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปร ที่เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพระดับ Ordinal Scale ทั้งคู่ หรือ ระดับ Ordinal Scale กับตัวแปรเชิงปริมาณระดับ Interval Scale เพื่อดูทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างกันในเชิงบวก หรือลบ



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ผลของการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา โอเคเนชั่นบล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)” ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง

รายละเอียดของการวิเคราะห์จะนำเสนอด้วยตารางแสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการตีความหมายของข้อมูลที่ได้จากตารางเฉพาะบางประเด็นที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของผลการศึกษา ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1: จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลส่วนบุคคล      | จำนวน      | ร้อยละ        |
|----------------------|------------|---------------|
| <b>เพศ</b>           |            |               |
| ชาย                  | 66         | 66.00         |
| หญิง                 | 34         | 34.00         |
| <b>รวม</b>           | <b>100</b> | <b>100.00</b> |
| <b>อายุ</b>          |            |               |
| 21 - 30 ปี           | 17         | 17.00         |
| 31 - 40 ปี           | 35         | 35.00         |
| 41- 50 ปี            | 40         | 40.00         |
| มากกว่า 50 ปี        | 8          | 8.00          |
| <b>รวม</b>           | <b>100</b> | <b>100.00</b> |
| <b>ระดับการศึกษา</b> |            |               |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี     | 8          | 8.00          |
| ปริญญาตรี            | 64         | 64.00         |
| สูงกว่าปริญญาตรี     | 28         | 28.00         |
| <b>รวม</b>           | <b>100</b> | <b>100.00</b> |
| <b>สถานภาพสมรส</b>   |            |               |
| โสด                  | 49         | 49.00         |
| สมรส                 | 46         | 46.00         |
| หม้าย/หย่าร้าง       | 5          | 5.00          |
| <b>รวม</b>           | <b>100</b> | <b>100.00</b> |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลส่วนบุคคล                 | จำนวน      | ร้อยละ        |
|---------------------------------|------------|---------------|
| <b>อาชีพ</b>                    |            |               |
| นักศึกษา                        | 4          | 4.00          |
| พนักงานบริษัทเอกชน              | 40         | 40.00         |
| ข้าราชการ                       | 15         | 15.00         |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ | 32         | 32.00         |
| อื่นๆ                           | 9          | 9.00          |
| <b>รวม</b>                      | <b>100</b> | <b>100.00</b> |
| <b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>     |            |               |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท              | 9          | 9.00          |
| 10,001 - 20,000 บาท             | 19         | 19.00         |
| 20,001 - 30,000 บาท             | 23         | 23.00         |
| 30,001 - 40,000 บาท             | 16         | 16.00         |
| 40,001 - 50,000 บาท             | 10         | 10.00         |
| มากกว่า 50,000 ขึ้นไป           | 23         | 23.00         |
| <b>รวม</b>                      | <b>100</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 4.1 สามารถอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านคุณลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

**เพศ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34

**อายุ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 41- 50 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และมีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมา มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และมีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

**สถานภาพสมรส** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

**อาชีพ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา ประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และข้าราชการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมากกว่า 50,000 ขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2: จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลด้านการเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่น

| ข้อมูลส่วนบุคคล   | จำนวน      | ร้อยละ        |
|---|------------|---------------|
| <b>จำนวนช่องทางในการเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่น</b>                             |            |               |
| 1 ช่องทาง คือ โอเคเนชั่นบล็อก   | 42         | 42.00         |
| 2 ช่องทาง คือ โอเคเนชั่นบล็อก กับทวิตเตอร์โอเคเนชั่น<br>(หรือเฟซบุ๊กโอเคเนชั่น) | 37         | 37.00         |
| 3 ช่องทาง คือ โอเคเนชั่นบล็อก ทวิตเตอร์โอเคเนชั่น และเฟซบุ๊ก<br>อื่นๆ           | 18<br>3    | 18.00<br>3.00 |
| <b>รวม</b>  | <b>100</b> | <b>100.00</b> |
| <b>ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อก</b>                             |            |               |
| 7 วัน / สัปดาห์   | 43         | 43.00         |
| 5-6 วัน / สัปดาห์   | 20         | 20.00         |
| 3-4 วัน / สัปดาห์   | 22         | 22.00         |
| ต่ำกว่า 3 วัน / สัปดาห์   | 15         | 15.00         |
| <b>รวม</b>  | <b>100</b> | <b>100.00</b> |
| <b>ช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อก</b>                            |            |               |
| ช่วงเวลา 06.01 น. - 09.00 น.  | 8          | 8.00          |
| ช่วงเวลา 09.01 น. - 12.00 น.  | 30         | 30.00         |
| ช่วงเวลา 12.01 น. - 15.00 น.  | 6          | 6.00          |
| ช่วงเวลา 15.01 น. - 18.00 น.  | 10         | 10.00         |
| ช่วงเวลา 18.01 น. - 21.00 น.  | 15         | 15.00         |
| ช่วงเวลา 21.01 น. - 24.00 น.  | 26         | 26.00         |
| ช่วงเวลา 24.01 น. - 03.00 น.  | 4          | 4.00          |
| ช่วงเวลา 03.01 น. - 06.00 น.  | 1          | 1.00          |
| <b>รวม</b>  | <b>100</b> | <b>100.00</b> |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลด้านการเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่น

| ข้อมูลส่วนบุคคล   | จำนวน      | ร้อยละ        |
|---|------------|---------------|
| <b>ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่นบล็อกใน 1 วัน</b>   |            |               |
| 10 ครั้งขึ้นไป  | 17         | 17.00         |
| 7-9 ครั้ง   | 9          | 9.00          |
| 4-6 ครั้ง   | 26         | 26.00         |
| 1-3 ครั้ง   | 48         | 48.00         |
| <b>รวม</b>  | <b>100</b> | <b>100.00</b> |
| <b>ท่านติดตามข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ของโอเคเนชั่นบล็อก เช่น ทวิตเตอร์ / เฟซบุ๊ก ใน 1 วัน บ่อยครั้งเพียงใด</b>  |            |               |
| ไม่เคย  | 18         | 18.00         |
| 1 - 5 ครั้ง   | 60         | 60.00         |
| 6-10 ครั้ง  | 7          | 7.00          |
| มากกว่า 10 ครั้ง ขึ้นไป   | 15         | 15.00         |
| <b>รวม</b>  | <b>100</b> | <b>100.00</b> |
| <b>ความถี่ในการติดตามข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อกจากสื่อสังคมออนไลน์ในเครื่อง และทำการกด URL เพื่อลิงก์ไปยังบล็อกโอเคเนชั่น เพื่อทำการรับข่าวสารแบบเนื้อหาเต็ม</b> |            |               |
| เคย ทุกครั้ง  | 17         | 17.00         |
| เคย แต่ไม่ทุกครั้ง  | 61         | 61.00         |
| ไม่เคย  | 22         | 22.00         |
| <b>รวม</b>  | <b>100</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 4.2 สามารถอธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านการเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่น ดังนี้

**จำนวนช่องทางในการเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่น** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่น 1 ช่องทาง คือ โอเคเนชั่นบล็อก จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมา คือ 2 ช่องทาง คือ โอเคเนชั่นบล็อก กับทวิตเตอร์โอเคเนชั่น (หรือเฟซบุ๊กโอเคเนชั่น) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และ 3 ช่องทาง คือ โอเคเนชั่นบล็อก ทวิตเตอร์โอเคเนชั่น และเฟซบุ๊ก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ตามลำดับ

**ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อก** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อก 7 วัน / สัปดาห์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมา คือ 3-4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และ 5-6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

**ช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อก** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อกช่วงเวลา 09.01 น. - 12.00 น. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 21.01 น. - 24.00 น. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และช่วงเวลา 18.01 น. - 21.00 น. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

**ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่นบล็อก ใน 1 วัน** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อกใน 1 วันประมาณ 1-3 ครั้ง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา คือ 4-6 ครั้ง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และ 10 ครั้งขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ

**ท่านติดตามข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ของโอเคเนชั่นบล็อก เช่น ทวิตเตอร์ / เฟซบุ๊ก ใน 1 วัน บ่อยครั้งเพียงใด** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ของโอเคเนชั่นบล็อก 1 - 5 ครั้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา คือ ไม่เคยติดตามจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ของโอเคเนชั่นบล็อก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และมากกว่า 10 ครั้ง ขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

ความถี่ในการติดตามข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อกจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นในเครือและทำการกด URL เพื่อลิงค์ไปยังโอเคเนชั่นบล็อก เพื่อทำการรับข่าวสารแบบเนื้อหาเต็ม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยกด URL เพื่อลิงค์ไปยังโอเคเนชั่นบล็อก แต่ไม่ทุกครั้ง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมา คือ ไม่เคยกด URL เพื่อลิงค์ไปยังโอเคเนชั่นบล็อก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และเคยกด URL เพื่อลิงค์ไปยังโอเคเนชั่นบล็อก ทุกครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง เป็นรายชื่อและรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

| (n= 100)  |      |                  |
|---|------|------------------|
| ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง | Mean | ระดับความคิดเห็น |
| ปัจจัยภายนอก  | 4.07 | เห็นด้วย         |
| การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น                                | 4.10 | เห็นด้วย         |
| อุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัย                                | 3.84 | เห็นด้วย         |
| เทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์                                | 4.15 | เห็นด้วย         |
| ปัจจัยภายใน   | 3.58 | เห็นด้วย         |
| วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร                              | 3.47 | เห็นด้วย         |
| ความถี่ในการเปิดข่าวสาร                                       | 3.60 | เห็นด้วย         |
| ช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสาร                                   | 3.71 | เห็นด้วย         |
| รวม   | 3.79 | เห็นด้วย         |

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง โดยรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมกันทั้งหมดอยู่ในระดับเห็นด้วย



(Mean = 3.79) ซึ่งเมื่อจำแนกรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ในปัจจัยภายนอก กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองในระดับเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.15) รองลงมา คือ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้นมีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง (Mean = 4.10) และอุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัยมีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายใน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสาร อยู่ในระดับเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.71) รองลงมาคือความถี่ในการเปิดข่าวสาร (Mean = 3.60) และวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร (Mean = 3.47) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4:** จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

| ปัจจัยภายนอกที่มี<br>ความสัมพันธ์กับการเป็น<br>นักข่าวพลเมือง | ระดับความคิดเห็น         |             |               |               |                       | Mean | ระดับ        |
|---|--------------------------|-------------|---------------|---------------|-----------------------|------|--------------|
|   | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เฉยๆ          | เห็นด้วย      | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |      |              |
|   | 1                        | 2           | 3             | 4             | 5                     |      |              |
| การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น                             | 1<br>(1.00)              | 1<br>(1.00) | 21<br>(21.00) | 41<br>(41.00) | 36<br>(36.00)         | 4.10 | เห็น<br>ด้วย |
| สื่อสังคมเครือข่ายเฟซบุ๊ก                                     | -                        | 4<br>(4.00) | 24<br>(24.00) | 50<br>(50.00) | 22<br>(22.00)         | 3.90 | เห็น<br>ด้วย |
| สื่อสังคมเครือข่ายทวิตเตอร์                                   | 1<br>(1.00)              | 3<br>(3.00) | 28<br>(28.00) | 53<br>(53.00) | 15<br>(15.00)         | 3.78 | เห็น<br>ด้วย |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ): จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อปัจจัย  
ภายนอกที่ความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

| ปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง  | ระดับความคิดเห็น     |             |               |               |                   | Mean        | ระดับ             |
|--|----------------------|-------------|---------------|---------------|-------------------|-------------|-------------------|
|  | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เฉยๆ          | เห็นด้วย      | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |             |                   |
| เครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือที่สามารถถ่ายภาพ / ถ่ายวิดีโอได้                                    | 1<br>(1.00)          | 1<br>(1.00) | 21<br>(21.00) | 56<br>(56.00) | 21<br>(21.00)     | 3.95        | เห็นด้วย          |
| เครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้                                | 1<br>(1.00)          | 1<br>(1.00) | 20<br>(20.00) | 47<br>(47.00) | 31<br>(31.00)     | 4.06        | เห็นด้วย          |
| ช่องทางที่หลากหลายในการเข้าถึงโอเคเนชั่น เช่น โอเคเนชั่นบล็อก ทวิตเตอร์ โอเคเนชั่น และเฟซบุ๊ก โอเคเนชั่น | -                    | 1<br>(1.00) | 13<br>(13.00) | 55<br>(55.00) | 31<br>(31.00)     | 4.16        | เห็นด้วย          |
| ด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้ทั่วโลก                   | -                    | -           | 7<br>(7.00)   | 52<br>(52.00) | 41<br>(41.00)     | 4.34        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ที่สามารถสื่อสารได้มีทั้งภาพและเสียงพร้อมๆกัน                   | -                    | 3<br>(3.00) | 4<br>(4.00)   | 57<br>(57.00) | 36<br>(36.00)     | 4.26        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| <b>รวม</b>   |                      |             |               |               |                   | <b>4.07</b> | <b>เห็นด้วย</b>   |

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมกันทั้งหมดอยู่ในระดับเห็นด้วย (Mean = 4.07) เมื่อพิจารณารายละเอียดโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้ทั่วโลก เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.34) รองลงมาคือ ด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ที่สามารถสื่อสารได้มีทั้งภาพและเสียงพร้อมๆ กัน เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง (Mean = 4.26) และช่องทางที่หลากหลายในการเข้าถึงโอเคเนชั่น เช่น โอเคเนชั่นบล็อก ทวิตเตอร์ โอเคเนชั่น และเฟซบุ๊ก โอเคเนชั่น เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองที่ระดับเห็นด้วย (Mean = 4.16) ตามลำดับ แสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ผลการศึกษาเรื่อง การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 36.00

ผลการศึกษาเรื่อง สื่อสังคมเครือข่ายเฟซบุ๊กเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 24

ผลการศึกษาเรื่อง สื่อสังคมเครือข่ายทวิตเตอร์ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 28

ผลการศึกษาเรื่อง เครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือที่สามารถถ่ายภาพ/ ถ่ายวิดีโอได้ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆและเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 21

ผลการศึกษาเรื่อง เครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็น

อยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 31

ผลการศึกษาเรื่อง ช่องทางที่หลากหลายในการเข้าถึง โอเคเนชั่น เช่น โอเคเนชั่นบล็อก ทวิตเตอร์ โอเคเนชั่น และเฟซบุ๊ก โอเคเนชั่น เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 31

ผลการศึกษาเรื่อง ด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ทำให้สามารถเข้าถึง แหล่งข้อมูลต่างๆ ได้ทั่วโลก เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 41

ผลการศึกษาเรื่อง ด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ที่สามารถสื่อสารได้มีทั้งภาพ และเสียงพร้อมๆ กัน เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 36

ตารางที่ 4.5: จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อปัจจัยภายในที่มี ความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

(n= 100)

| ปัจจัยภายในที่มีความสัมพันธ์<br>กับการเป็นนักข่าวพลเมือง                     | ระดับความคิดเห็น             |                 |               |               |                       | Mean        | ระดับ                |
|--|------------------------------|-----------------|---------------|---------------|-----------------------|-------------|----------------------|
|  | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่เห็น<br>ด้วย | เฉยๆ          | เห็นด้วย      | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |             |                      |
| ความต้องการนำเสนอข่าวสารสู่<br>สาธารณชน                                      | -                            | 8<br>(8.00)     | 20<br>(20.00) | 41<br>(41.00) | 31<br>(31.00)         | 3.95        | เห็น<br>ด้วย         |
| ความต้องการนำเสนอข้อเท็จจริง<br>ด้านอื่นที่สื่อหลักไม่ได้นำเสนอ              | -                            | 7<br>(7.00)     | 26<br>(26.00) | 39<br>(39.00) | 28<br>(28.00)         | 3.88        | เห็น<br>ด้วย         |
| ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของ<br>สังคม   | 27<br>(27.00)                | 43<br>(43.00)   | 19<br>(19.00) | 11<br>(11.00) | -                     | 2.14        | ไม่<br>เห็น<br>ด้วย  |
| การเลือกเปิดรับสื่อที่ตรงกับความ<br>สนใจและตอบสนองความต้องการ<br>ของตนเองได้ | 2<br>(2.00)                  | 11<br>(11.00)   | 30<br>(30.00) | 46<br>(46.00) | 11<br>(11.00)         | 3.53        | เห็น<br>ด้วย         |
| ความไม่เชื่อถือในข่าวสารที่สื่อ<br>มวลชนหลักนำเสนอ                           | -                            | 8<br>(8.00)     | 37<br>(37.00) | 37<br>(37.00) | 18<br>(18.00)         | 3.65        | เห็น<br>ด้วย         |
| ความต้องการตรวจสอบการ<br>ทำงานของสื่อมวลชน                                   | -                            | 7<br>(7.00)     | 36<br>(36.00) | 40<br>(40.00) | 17<br>(17.00)         | 3.67        | เห็น<br>ด้วย         |
| การเลือกเปิดรับข่าวสารใน<br>โอเคเนชั่นบล็อกช่วงเวลาใดก็ได้                   | 2<br>(2.00)                  | 7<br>(7.00)     | 37<br>(37.00) | 37<br>(37.00) | 17<br>(17.00)         | 3.60        | เห็น<br>ด้วย         |
| การเลือกเปิดรับข่าวสารในโอเค<br>เนชั่นบล็อกบ่อยครั้งเพียงใดก็ได้             | 1<br>(1.00)                  | 6<br>(6.00)     | 36<br>(36.00) | 38<br>(38.00) | 19<br>(19.00)         | 3.68        | เห็น<br>ด้วย         |
| การเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่น<br>บล็อกบ่อยครั้ง                             | 2<br>(2.00)                  | 7<br>(7.00)     | 25<br>(25.00) | 47<br>(47.00) | 19<br>(19.00)         | 3.74        | เห็น<br>ด้วย         |
| <b>รวม</b>   |                              |                 |               |               |                       | <b>3.58</b> | <b>เห็น<br/>ด้วย</b> |

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาปัจจัยภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (Mean = 3.58) เมื่อพิจารณารายละเอียดโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความต้องการนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.95) รองลงมาคือ ความต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงด้านอื่นที่สื่อหลักไม่ได้นำเสนอ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง (Mean = 3.88) และการเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่นบล็อกบ่อยครั้งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง (Mean = 3.74) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าข้อที่กลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย คือ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Mean = 2.14) ตามลำดับ แสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ผลการศึกษาเรื่อง ความต้องการนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 31

ผลการศึกษาเรื่อง ความต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงด้านอื่นที่สื่อหลักไม่ได้นำเสนอ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 28

ผลการศึกษาเรื่อง ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 27

ผลการศึกษาเรื่อง การเลือกเปิดรับสื่อที่ตรงกับความสนใจและตอบสนองความต้องการของตนเองได้เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 30

ผลการศึกษาเรื่อง ความไม่เชื่อถือในข่าวสารที่สื่อมวลชนหลักนำเสนอเป็นปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ เฉยๆ และเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็น ร้อยละ 18

ผลการศึกษาเรื่อง ความต้องการตรวจสอบการทำงานของสื่อมวลชนเป็นปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 36

ผลการศึกษาเรื่อง การเลือกเปิดรับข่าวสารในบล็อกโอเคเนชั่นช่วงเวลาใดก็ได้ เป็นปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ เฉยๆและเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็น ร้อยละ 17

ผลการศึกษาเรื่อง การเลือกเปิดรับข่าวสารในบล็อกโอเคเนชั่นบ่อยครั้งเพียงใดก็ได้ เป็นปัจจัย ที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 36

ผลการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารจากบล็อกโอเคเนชั่นบ่อยครั้งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับการเป็นนักข่าวพลเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็น ร้อยละ 47 รองลงมามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 25

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

ตารางที่ 4.6: แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

| เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                              | ปัจจัยภายนอก |          | รวม  |
|---|--------------|----------|------|
|   | เห็นด้วย     | เห็นด้วย |      |
|   | น้อย         | มาก      |      |
| ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม                       | 0%           | 100%     | 100% |
| ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น            | 0%           | 100%     | 100% |
| ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ | 17%          | 83%      | 100% |
| รวม   | 7%           | 93%      | 100% |

$\chi^2 = 10.83$ , Sig. = .004

3 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.12

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับปัจจัยภายนอก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอเห็นด้วยมากกับปัจจัยภายนอกร้อยละ 83 ซึ่งปริมาณนี้แตกต่างกันมากพอสมควร

สถิติไคกำลังสองเท่ากับ 10.83 และค่า Sig. น้อยกว่า .05 จึงแปลว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปว่า เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองมีความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอก



ตารางที่ 4.7: แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้นและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

| เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                              | การเข้าถึง              |                 | รวม  |
|---|-------------------------|-----------------|------|
|   | อินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น |                 |      |
|   | เห็นด้วย<br>น้อย        | เห็นด้วย<br>มาก |      |
| ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม                       | 2%                      | 98%             | 100% |
| ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น            | 0%                      | 100%            | 100% |
| ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ | 54%                     | 46%             | 100% |
| รวม   | 23%                     | 77%             | 100% |

$\chi^2 = 36.91$ , Sig. = .00

1 cell (16.7%) has expected count less than 5. The minimum expected count is 3.68

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมเห็นด้วยมากกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้นร้อยละ 98 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอเห็นด้วยมากกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้นร้อยละ 46 ซึ่งปริมาณนี้แตกต่างกันมาก

สถิติไคกำลังสองเท่ากับ 36.91 และค่า Sig. น้อยกว่า .05 จึงแปลว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปว่า เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น

ตารางที่ 4.8: แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัยและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

| เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                              | อุปกรณ์การสื่อสาร |                 | รวม  |
|---|-------------------|-----------------|------|
|   | มีความทันสมัย     |                 |      |
|   | เห็นด้วย<br>น้อย  | เห็นด้วย<br>มาก |      |
| ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม                       | 12%               | 88%             | 100% |
| ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น            | 19%               | 81%             | 100% |
| ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ | 37%               | 63%             | 100% |
| รวม   | 23%               | 77%             | 100% |

$\chi^2 = 7.576$ , Sig. = .023

1 cell (16.7%) has expected count less than 5. The minimum expected count is 3.68

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมเห็นด้วยมากกับอุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัยร้อยละ 88 และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นเห็นด้วยมากกับอุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัยร้อยละ 81 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอเห็นด้วยมากกับอุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัยขึ้นร้อยละ 63 ซึ่งปริมาณนี้น้อยกว่าสองกลุ่มแรก

สถิติไคกำลังสองเท่ากับ 7.576 และค่า Sig. น้อยกว่า .05 จึงแปลว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปว่า เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองมีความสัมพันธ์กับอุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัย

ตารางที่ 4.9: แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์และเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

| เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                              | เทคโนโลยีสังคม<br>เครือข่ายออนไลน์ |      | รวม  |
|---|------------------------------------|------|------|
|   | เห็นด้วย                           |      |      |
|   | น้อย                               | มาก  |      |
| ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม                       | 0%                                 | 100% | 100% |
| ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น            | 0%                                 | 100% | 100% |
| ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ | 12%                                | 88%  | 100% |
| รวม   | 5%                                 | 95%  | 100% |

$\chi^2 = 7.574$ , Sig. = .023

3 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .80

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอเห็นด้วยมากกับเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์ร้อยละ 88 ซึ่งปริมาณนี้แตกต่างกันมากพอสมควร

สถิติไคกำลังสองเท่ากับ 7.574 และค่า Sig. น้อยกว่า .05 จึงแปลว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปว่า เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองมีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์

ตารางที่ 4.10: แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

| เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                              | ปัจจัยภายใน |          | รวม  |
|---|-------------|----------|------|
|   | เห็นด้วย    | เห็นด้วย |      |
|   | น้อย        | มาก      |      |
| ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม                       | 72%         | 28%      | 100% |
| ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น            | 0%          | 100%     | 100% |
| ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ | 22%         | 78%      | 100% |
| รวม   | 40%         | 60%      | 100% |

$\chi^2 = 34.685$ , Sig. = .00

0 cell (.0%) has expected count less than 5. The minimum expected count is 6.40.

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมเห็นด้วยน้อยกับปัจจัยภายในร้อยละ 72 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับปัจจัยภายใน และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอเห็นด้วยมากกับปัจจัยภายในร้อยละ 78 ซึ่งปริมาณทั้งสามกลุ่มนี้แตกต่างกันมาก

สถิติไคกำลังสองเท่ากับ 34.685 และค่า Sig. น้อยกว่า .05 จึงแปลว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปว่า เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองมีความสัมพันธ์กับปัจจัยภายใน

ตารางที่ 4.11: แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

| เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                              | วัตถุประสงค์ของ<br>การเปิดรับข่าวสาร  |                 | รวม  |
|---|---------------------------------------|-----------------|------|
|   | เห็นด้วย<br>น้อย                      | เห็นด้วย<br>มาก |      |
|   | ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม | 86%             |      |
| ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น            | 0%                                    | 100%            | 100% |
| ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ | 20%                                   | 80%             | 100% |
| รวม   | 45%                                   | 55%             | 100% |

$\chi^2 = 53.124$ , Sig. = .00

0 cell (.0%) has expected count less than 5. The minimum expected count is 7.20.

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมเห็นด้วยน้อยกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารร้อยละ 86 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอเห็นด้วยมากกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารร้อยละ 80 ซึ่งปริมาณทั้งสามกลุ่มนี้แตกต่างกันมาก

สถิติไคกำลังสองเท่ากับ 53.124 และค่า Sig. น้อยกว่า .05 จึงแปลว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปว่า เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร

ตารางที่ 4.12: แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

| เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                              | ความถี่ในการเปิดรับ |                 | รวม  |
|---|---------------------|-----------------|------|
|   | ข่าวสาร             |                 |      |
|   | เห็นด้วย<br>น้อย    | เห็นด้วย<br>มาก |      |
| ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม                       | 56%                 | 44%             | 100% |
| ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น            | 12%                 | 88%             | 100% |
| ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ | 49%                 | 51%             | 100% |
| รวม   | 46%                 | 54%             | 100% |

$\chi^2 = 9.024$ , Sig. = .011

0 cell (.0%) has expected count less than 5. The minimum expected count is 7.36.

จากตารางที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมเห็นด้วยน้อยกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารร้อยละ 56 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น เห็นด้วยกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารร้อยละ 88 และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอเห็นด้วยมากกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารร้อยละ 52 ซึ่งกลุ่มที่หนึ่ง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม (56% : 44%) และกลุ่มที่สาม คือ กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ (49% : 51%) มีสัดส่วนเห็นด้วยน้อยต่อเห็นด้วยมากใกล้เคียงกัน โดยแตกต่างจากกลุ่มที่สอง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ค่อนข้างมาก (12% : 88%)

สถิติไคกำลังสองเท่ากับ 9.024 และค่า Sig. น้อยกว่า .05 จึงแปลว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปว่า เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

ตารางที่ 4.13: แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารและเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

| เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง                              | ช่วงเวลาในการ<br>เปิดรับข่าวสาร       |                 | รวม  |
|---|---------------------------------------|-----------------|------|
|   | เห็นด้วย<br>น้อย                      | เห็นด้วย<br>มาก |      |
|   | ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม | 42%             |      |
| ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น            | 0%                                    | 100%            | 100% |
| ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ | 24%                                   | 76%             | 100% |
| รวม   | 28%                                   | 72%             | 100% |

$\chi^2 = 10.585$ , Sig. = .005

1 cell (16.7%) has expected count less than 5. The minimum expected count is 4.48

จากตารางที่ 4.13 กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมเห็นด้วยมากกับช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารร้อยละ 58 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสาร และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอเห็นด้วยมากกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารร้อยละ 76 ซึ่งปริมาณนี้แตกต่างกันมากพอสมควร

สถิติไคกำลังสองเท่ากับ 10.585 และค่า Sig. น้อยกว่า .05 จึงแปลว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปว่า เหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสาร

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง

ตารางที่ 4.14: แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง

| ปัจจัยทั้งภายนอกและภายใน         | ความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง |
|----------------------------------|--|
|                                  | Correlation Coefficient                    |
| <b>ปัจจัยภายนอก</b>              | <b>0.046</b>                               |
| การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น   | 0.129                                      |
| อุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัย   | 0.052                                      |
| เทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์   | 0.008                                      |
| <b>ปัจจัยภายใน</b>               | <b>0.586*</b>                              |
| วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร | 0.429*                                     |
| ความถี่ในการเปิดข่าวสาร          | 0.359*                                     |
| ช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสาร      | 0.297*                                     |
| <b>ภาพรวม</b>                    | <b>0.398*</b>                              |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่าโดยภาพรวมปัจจัยภายนอกและภายในมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ( $r = 0.398, P < 0.05$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง ( $r = 0.046, P > 0.05$ ) ส่วนปัจจัยภายในมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ( $r = 0.586, P < 0.05$ ) โดยเมื่อพิจารณารายข้อของปัจจัยภายใน พบว่า มีนัยสำคัญทุกข้อกับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน



## บทที่ 5

### สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา โอเคนั้นชั้นบล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายลักษณะของตัวแปร ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติทดสอบสมมติฐานดังนี้ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test) และการทดสอบสเปียร์แมน (Spearman Rank Correlation Coefficient) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### สรุปผลวิจัย

การนำเสนอสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

#### ตอนที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 1. ด้านลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี ส่วนมากมีสถานภาพโสดและมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทและมากกว่า 50,000 ขึ้นไป

##### 2. ด้านการเปิดรับข่าวสารจากโอเคนั้นชั้น

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารจากโอเคนั้นชั้น 1 ช่องทาง คือ โอเคนั้นชั้นบล็อก มากที่สุด โดยเปิดรับข่าวสารของโอเคนั้นชั้นบล็อก 7 วัน / สัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารของโอเคนั้นชั้นบล็อกช่วงเวลา 09.01 น. - 12.00 น. มากที่สุด โดยความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของโอเคนั้นชั้นบล็อกใน 1 วัน คือ 1-3 ครั้ง และติดตามข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ของโอเคนั้นชั้นบล็อก เช่น ทวิตเตอร์/เฟซบุ๊ก ที่ 1 - 5 ครั้ง ใน 1 วัน และเคยทำการกด URL เพื่อลิงค์ไปยังโอเคนั้นชั้นบล็อก เพื่อทำการรับข่าวสารแบบเนื้อหาเต็ม แต่ไม่ทุกครั้ง

## ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับปัจจัยภายนอกและภายใน ว่ามีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง โดยค่าเฉลี่ยรวมกันทั้งหมดอยู่ในระดับเห็นด้วย (Mean = 3.79) และเมื่อจำแนกความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยภายนอก พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งกับคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ที่ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้ทั่วโลกเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองมากที่สุด (Mean = 4.34) และความคิดเห็นต่อปัจจัยภายใน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับความต้องการนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองมากที่สุด (Mean = 3.95) นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยกับความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมว่าเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง (Mean = 2.14)

## ตอนที่ 3 ผลการศึกษา ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = .004) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้นว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = .000) นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม ร้อยละ 88 เห็นด้วยมากกับอุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัยว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = .023) และ กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคมและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์ ว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = .023)

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับปัจจัยภายในว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = .000) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่ง

ความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = .00) และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นร้อยละ 88 เห็นด้วยกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = .011) นอกจากนั้นพบว่าที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) เห็นด้วยมากกับช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = .005)

#### ตอนที่ 4 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกและภายในมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ( $r = 0.398, P < 0.05$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองอย่างไม่มีนัยสำคัญ ( $r = 0.046, P > 0.05$ ) ส่วนปัจจัยภายในมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ( $r = 0.586, P < 0.05$ ) โดยเมื่อพิจารณารายข้อของปัจจัยภายใน พบว่า มีนัยสำคัญทุกข้อกับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

#### อภิปรายผล

การนำเสนออภิปรายผลการวิจัย แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

#### ตอนที่ 1 ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

จากการศึกษาถึงปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองของกลุ่มตัวอย่าง สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ด้านปัจจัยภายนอก พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งกับคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ที่ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้ทั่วโลกเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ จากทั่วโลกได้ด้วยตนเอง ทำให้บุคคลรู้เท่าทันแหล่งข่าว และไม่จำเป็นต้องเชื่อถือแหล่งข่าว หรือคอยรับสารจากสื่อหลักเสมอไป และเมื่อผู้คนมีความรู้มากขึ้นก็สามารถตั้งประเด็น

ของการสื่อสารที่ต้องการได้ด้วยตนเอง ดังที่ มานะ ตรีรัตนวิวัฒน์ (2551) กล่าวว่า ในปัจจุบันเมื่อผู้คนเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้มากขึ้นด้วยตัวเอง ทำให้ข้อเท็จจริงต่างๆ ไม่ถูกปิดกั้นอีกต่อไป จากผู้ถูกระงับก็กลายเป็นผู้กระทำ (Active) หรือผู้ส่งสารไปด้วยในตัว โดยทำการเขียนหรือนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กลับไปยังสื่อหรือส่งสาร ไปถึงนักข่าวอีกด้านหนึ่งได้เช่นกัน มีผู้คนจำนวนไม่น้อยใช้บล็อกของตนเองสื่อสารแนวคิด ทศนคติ มุมมองต่อประเด็นทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรมตามความเชื่อของตน หลายคนใช้บล็อกเพื่อตอบโต้ ถ่วงดุลกับข้อมูลข่าวสารของนักข่าวในสื่อกระแสหลักต่างๆ รวมทั้งใช้เป็นกระบอกเสียงบอกเล่าถึงข่าวสารความเป็นไปของชุมชนของตนเอง ทั้งชุมชนในรูปแบบของภูมิศาสตร์ และชุมชนในเชิงจิตนาการมากขึ้น ซึ่งผู้คนเหล่านี้ถูกเรียกขานกันว่าเป็นนักข่าว และดังที่สุทธิชัย หยุ่น (อ้างในนักข่าวสายพันธุ์ใหม่, 2550, หน้า 11) กล่าวว่า ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ การเปิดเว็บไซต์กับบล็อก ทำให้ทุกคนไม่ว่าจะทำอาชีพอะไร มีความสนใจเฉพาะเรื่องอะไร หรือต้องการแสดงความคิดเห็นในประเด็นใดต่างก็เป็นนักข่าวพลเมืองได้ รวมทั้งนักข่าวพลเมืองในโอเคเนชั่นบล็อกส่วนใหญ่จัดได้ว่าเป็นกลุ่มคนที่ยอมรับการแพร่กระจายของนวัตกรรมในอันดับต้นๆ ดังที่ภักดี รักรศรี (2553) กล่าวว่า กลุ่มคนลักษณะ Innovators เป็นกลุ่มคนที่เป็นนักนวัตกรรมชอบติดตามเทคโนโลยี อย่างสมาชิกใน [www.oknation.net](http://www.oknation.net) เป็นคนกลุ่มแรกที่น่าสื่อสังคมเครือข่ายเข้ามาใช้ในการสื่อสารออนไลน์ เพื่อสร้างสังคมหรือเครือข่าย และดังที่ ภิกษุ ชัยนรินทร์ (2553 หน้า 3, 22-42) อธิบายว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา

ด้านปัจจัยภายในพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่อปัจจัยภายในมากที่สุด คือ ความต้องการนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในปัจจุบันบุคคลสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ด้วยตนเอง ไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสารที่ต้องคอยรอรับข่าวสารจากสื่อหลักแต่เพียงฝ่ายเดียวดังในอดีต ทำให้บุคคลมีความรู้ในเรื่องราวต่างๆ มากขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันผู้คนมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายช่องทางกว่าในอดีต ซึ่งช่องทางที่หลากหลายนั้นเป็นช่องทางที่ทำการสื่อสารเฉพาะกลุ่มคนที่มีความคิดเห็นในแนวทางเดียวกันมากขึ้น ทำให้บุคคลกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นของตนเองออกไปสู่บุคคลภายนอกมากขึ้นตามไปด้วย ดังที่ มานะ ตรีรัตนวิวัฒน์ (2551) ได้กล่าวไว้ว่า ในวารสารศาสตร์ยุค 2.0 ประชาชนไม่ได้เป็นผู้รับสารจากสื่อต่างๆ เพียงอย่างเดียวเหมือนในอดีต แต่ปรับเปลี่ยนตนเองมาเป็นผู้ส่งข่าวสารและทำการสื่อสารกันเอง ด้วยเหตุผลเพราะผู้คนเริ่มตั้งคำถามเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของนักข่าวที่ส่งผ่านสื่อ ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ว่ามีความน่าเชื่อถือ มีความเป็นกลาง และให้ข้อมูลตรงตามความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด ผู้คนในสังคมเริ่มตระหนักว่า การรายงานข่าวของนักข่าวไม่ได้บอกเล่าความจริงอย่างครบถ้วน รอบด้าน อย่างแท้จริง

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยต่อ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของ สังคมว่าเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักข่าวพลเมือง ต้องการทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้กับชุมชนหรือสังคมที่ตนเองอยู่ ดังนั้นการทำหน้าที่เป็นผู้ส่ง สารของนักข่าวพลเมืองจึงเป็นมากกว่าแค่การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม แต่เป็นการทำหน้าที่เพื่อ พัฒนาให้สังคมและชุมชนที่ตนเองอยู่ดีขึ้น ดังที่ มานะ ตรีรนาภวิวัฒน์ (2551: Online) กล่าวว่า มี ผู้คนจำนวนไม่น้อยใช้บล็อกของตนเองสื่อสารแนวคิด ทศนคติ มุมมองต่อประเด็นทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรมตามความเชื่อของตน หลายคนใช้บล็อกเพื่อตอบโต้ ถ่วงดุลกับข้อมูล ข่าวสารของนักข่าวในสื่อกระแสหลักต่างๆ รวมทั้งใช้เป็นกระบอกเสียงบอกเล่าถึงข่าวสารความ เป็นไปของชุมชนของตนเอง ทั้งชุมชนในรูปแบบของภูมิศาสตร์ และชุมชนในเชิงจิตนาการมากขึ้น ซึ่งผู้คนเหล่านี้ถูกเรียกขานกันว่า เป็นนักข่าว

## ตอนที่ 2 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

จากการศึกษาถึงปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าว พลเมือง ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มตามเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความไปเป็นของข่าวสารในสังคม กลุ่มตัวอย่างที่ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเสนอ ข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มเติมจากที่สื่อหลักนำเสนอ เพื่อหาความสัมพันธ์ของการเป็นนักข่าว พลเมืองกับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พบว่า

### ด้านปัจจัยภายนอก

กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความไปเป็นของข่าวสาร ในสังคม และกลุ่มตัวอย่างที่ ต้องการเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มเติมจากที่สื่อหลักนำเสนอ ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี สังคมเครือข่ายออนไลน์ ว่ามีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ สังคมเครือข่ายออนไลน์ช่วยให้บุคคลกลุ่มนี้ได้เปิดโลกทัศน์ และความรอบรู้ของตน ดังเช่นที่ อัทคิน (1998 อ้างใน อรรษ สุดประเสริฐ, หน้า15) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยังมีหูตา กว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันทต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่ เปิดรับข่าวสารน้อย ประกอบกับบทบาทของนักข่าวพลเมืองคือการบอกเล่า หรือถ่ายทอดเรื่องราว ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม หรือชุมชนออกไปสู่สาธารณะให้ได้รับทราบร่วมกัน แต่การที่นักข่าว พลเมืองจะทำการสื่อสารออกไปได้นั้น นักข่าวพลเมืองต้อง เปิดรับข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เสียก่อนเพื่อเป็นข้อมูลในการทำการสื่อสารออกไป โดยการเลือกเปิดรับสื่อช่องทางไหน หรือ

เปิดรับอย่างไรบุคคลจะเป็นผู้กำหนดเอง ดังที่กาญจนา แก้วเทพ (2541 หน้า 307) สรุปแนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการสื่อสารไว้ดังนี้ โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น บุคคลมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้นเมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปอย่างไรเป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายประสงค์ที่แน่นอน (Goal-oriented Activity) โดยผู้รับสารจะเป็นผู้แสวงหาและเลือกใช้สื่อต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้ามาหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ และแสดงออกในรูปแบบแตกต่างกันไปเกิดขึ้นได้ เพื่อเป็นข้อมูลในการคิด และตัดสินใจในการแสดงออกซึ่งความคิดผ่านรูปแบบการกระทำต่างๆ

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ให้ความสำคัญกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น และเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์ ให้ความสำคัญกับการเป็นนักข่าวพลเมืองมากที่สุดด้วยสัดส่วนที่เท่ากัน (100%) ทั้งนี้อาจเพราะการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น และเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์ เป็นเครื่องมือที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้คนในปัจจุบัน และเป็นปัจจัยหนึ่งที่เปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนและเปิดรับข่าวสารต่างๆ กันได้ไม่ว่าจะอยู่ส่วนไหนของโลก ดังนั้นการรับรู้ และการแสดงออกซึ่งความคิดของบุคคลจึงไม่ถูกปิดกั้นอีกต่อไป ดังที่ มาลี บุญศิริพันธ์ (2550 หน้า 222-223) กล่าวว่า ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศในงานวารสารศาสตร์อีกประการหนึ่งคือ เว็บไซต์เป็นเทคโนโลยีที่สนับสนุนแนวคิดวารสารศาสตร์ประชาสังคม (Civic Journalism) อินเทอร์เน็ตมีส่วนอำนวยความสะดวกในการมีส่วนร่วมของประชาชน เช่น การแสดงความคิดเห็นในเรื่องนโยบายสาธารณะต่างๆ การเสนอข่าวที่เป็นความทุกข์ของชาวบ้าน ความไม่เป็นธรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน และ/หรือภาคประชาชน เป็นต้น

### ด้านปัจจัยภายใน

กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการติดตามความไปเป็นของข่าวสารในสังคม และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นให้ความสำคัญกับช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสาร ให้ความสำคัญกับการเป็นนักข่าวพลเมืองมากที่สุด ทั้งนี้อาจเพราะการติดตามความไปเป็นของข่าวสารในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการเปิดรับข่าวสารในขณะนั้น ดังนั้นการเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมกับบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสารด้วยเป็นสิ่งสำคัญทำให้ข้อความหรือข่าวสารที่ต้องการสื่อสารออกไปนั้นมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก



ยิ่งขึ้น เช่น หากต้องการจะทำการสื่อสารกับเด็กนักเรียนชั้นประถม ผู้ทำการสื่อสารควรเลือกช่วงเวลาที่ไม่ติดจนเกินไป หรือหากต้องการทำการสื่อสารหรือบอกเล่าเรื่องราวกับพนักงานบริษัท ก็ไม่ควรเลือกช่วงเวลาที่เป็นเวลาทำงานในวันธรรมดา เพื่อเพิ่มโอกาสที่บุคคลเหล่านั้นสามารถรับรู้เรื่องราวที่น่าเสนอไปได้ ซึ่งจากผลการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีเพียงบางช่วงเวลาที่มีนักข่าวพลเมืองเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่นบล็อกเป็นจำนวนมากกว่าช่วงเวลาอื่น คือ ช่วงเวลา 09.01-12.00 น. ที่มีนักข่าวพลเมืองเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่นบล็อกถึงร้อยละ 30 และรองลงมาคือ ช่วงเวลา 21.00 – 24.00 น. มีถึงร้อยละ 26 เป็นต้น

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทุกคน (100%) และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มเติมจากที่สื่อหลักนำเสนอ ให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารว่ามีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองมากที่สุดด้วยสัดส่วนที่เท่ากัน ทั้งนี้ในกรณีของวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง นั่นเป็นเพราะทุกการสื่อสารของมนุษย์ต้องมีวัตถุประสงค์เป็นตัวกำหนดทิศทางในการทำการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างถูกต้อง ดังที่ เซอร์รี่ (2001 อ้างใน อรุณฯ สดประเสริฐ, หน้า 16) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ของการสื่อสารของมนุษย์นั้น เป็นไปเพื่อแบ่งปันข่าวสารกัน และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวของบุคคลอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ มากมาย เช่น ประสบการณ์ ภูมิหลัง การศึกษาและสภาพแวดล้อมของผู้ทำการสื่อสาร ดังที่ วิลเบอร์ ชแรมม์ (1973: 121-122) กล่าวไว้

### ตอนที่ 3 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง

จากการศึกษาถึงปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ปัจจัยภายนอกและภายในมีความสัมพันธ์กับความเป็นอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้อาจเพราะปัจจัยภายนอกและภายในเป็นสิ่งที่เอื้อให้การทำหน้าที่ของนักข่าวพลเมืองให้เป็นไปได้อย่างอิสระ ปราศจากนโยบายขององค์กรหรือเงื่อนไขใดๆ เป็นตัวกำหนด โดยพื้นฐานของการเป็นนักข่าวพลเมือง คือ ความอิสระในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ให้สาธารณะได้รับรู้ร่วมกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้โทรศัพท์มือถือที่

สามารถถ่ายภาพและบันทึกข้อความได้เป็นอุปกรณ์ในการทำข่าวหรือบันทึกเรื่องราวของเหตุการณ์ ดังที่กลาเซอร์ กลาเซอร์ (Mark Glaser. อ้างในมานะ ตริริยาภิวัฒน์, 2552, หน้า 3) ให้ความหมายของ นักข่าวพลเมือง (Citizen Reporter) ไว้ว่า ประชาชนทั่วๆ ไปที่ไม่ได้ผ่านการฝึกฝนให้เป็นนักข่าวอาชีพ แต่สามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีอันทันสมัย รวมถึงการใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างสรรค์ ได้แย่ง หรือตรวจสอบข้อมูลของสื่อด้วยตัวเอง โดยมาร์ค ได้ยกตัวอย่างว่า นักข่าวพลเมืองสามารถเขียนรายงานข่าวการประชุมสภาชุมชนลงนำเสนอในบล็อก (Blog) หรืออาจจะตรวจสอบข่าว ข้อเขียน บทความในสื่อกระแสหลัก แล้วเขียนวิพากษ์วิจารณ์ชี้จุดด้อย ข้อผิดพลาด การเอียงเอนไม่เป็นกลางของนักข่าว คอลัมน์นิสต์ลงในบล็อก หรืออาจจะถ่ายรูปหรือถ่ายคลิปวิดีโอเกี่ยวกับชุมชนลงนำเสนอในสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างบล็อก หรือแม้แต่ในเว็บวิดีโอออนไลน์อย่างยูทูป (YouTube)

ทั้งนี้การที่ปัจจัยภายในอันประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการเปิดข่าวสาร และช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญทุกข้อและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจเป็นเพราะการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง ถึงแม้จะมีความอิสระในการนำเสนอเรื่องราวอะไรก็ได้ที่เกิดขึ้นในชุมชน หรือสังคมออกไปสู่สาธารณะได้รับรู้ร่วมกัน แต่เรื่องราวที่นำเสนอออกไปนั้นต้องมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอที่ชัดเจน และเป็นเรื่องราวที่มีประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม รวมทั้งเรื่องราวที่นำเสนอออกไปต้องเป็นไปอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ เพราะข่าวสารที่นักข่าวพลเมืองนำเสนอออกไปสามารถใช้เป็นข้อมูลหรือแหล่งข่าวของนักข่าวมืออาชีพได้ ดังเช่นที่ ชาลี วาระดี (2553; สัมภาษณ์) กล่าวว่า ข่าวที่นำเสนอจากนักข่าวพลเมืองสามารถใช้เป็นปฐมบทของการทำข่าวของนักข่าวอาชีพต่อไปได้ และมาลี บุญศิริพันธ์ (2550 หน้า 188, 220) กล่าวว่านักข่าวพลเมือง ถือเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร ใกล้ชิดกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในที่ต่างๆ อย่างกว้างขวาง และกลายเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการรายงานข่าวเหตุการณ์ให้ครอบคลุมพื้นที่กว้างขึ้น รวมถึงการแสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต การวิพากษ์วิจารณ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ของนักข่าวพลเมือง ยังเป็นการควบคุมพฤติกรรมของหนังสือพิมพ์ซึ่งน่าจะเป็นการควบคุมคุณภาพของนักหนังสือพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้นความอิสระของการนำเสนอจึงกระทำควบคู่ไปกับวัตถุประสงค์ของการนำเสนอที่ชัดเจน และอยู่ภายใต้กรอบของจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้การทำหน้าที่ของนักข่าวพลเมืองในการควบคุมคุณภาพของนักหนังสือพิมพ์จะประสบความสำเร็จได้นั้น การนำเสนอความคิดเห็นของนักข่าวพลเมืองจะต้องเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ถูกสถานที่ และถูกช่วงเวลาด้วย



#### ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยภายนอก อันได้แก่ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ง่ายขึ้น อุปกรณ์การสื่อสารมีความทันสมัย และเทคโนโลยีสังคมเครือข่ายออนไลน์ และปัจจัยภายใน อันได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเปิดรับสาร ความถี่ในการเปิดรับสาร และช่วงเวลาในการเปิดรับสาร มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ที่ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้ทั่วโลกเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองมากที่สุด และความต้องการนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชนเป็นปัจจัยที่ความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองมากที่สุด

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยภายนอก และภายในที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อันได้แก่ ความต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และความต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่นเพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยภายนอกและภายในมีความสัมพันธ์กับความอิสระในการนำเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญ

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. องค์กรสื่อสารมวลชน เช่น บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สามารถนำองค์ความรู้จากการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง ในช่องทางการสื่อสารของตน เช่น เว็บไซต์ หรือ สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองให้มีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างตรงประเด็นมากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มจำนวนประชากรนักข่าวพลเมืองให้กับองค์กรของตน
2. สถาบันการศึกษาโดยเฉพาะสาขานิเทศศาสตร์และสาขาสื่อสารมวลชน สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นกรณีศึกษา เพื่อพัฒนาปรับปรุงปัจจัยในด้านที่มาและเหตุผลของความ ต้องการเป็นนักข่าวพลเมืองทั้งนี้เพื่อหาแนวทางกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมในการสื่อสารกับคนกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญกับการทำงานของสื่อมวลชนมากขึ้นในปัจจุบัน

## ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการค้นพบการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมืองอย่างมีนัยสำคัญและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยในรายละเอียดผู้วิจัยพบว่าช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารของประชาชนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองในด้านความต้องการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ดังนั้นโอเคเนชั่นบล็อก จึงควรพิจารณาทำการสื่อสารกลับกลุ่มเป้าหมายในช่วงเวลา 9.01-12.00 น. และช่วง 21.01-24.00 น. ให้มากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มียุคคนเปิดรับข่าวสารจาก โอเคเนชั่นบล็อกมากที่สุดสองอันดับแรก ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าในช่วงเวลาดังกล่าวอาจมีโอกาที่จะทำให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนบทบาทตนเองจากรับสารมาเป็นนักข่าวพลเมืองได้มาก ดังนั้นกลยุทธ์การสื่อสารในช่วงเวลาดังกล่าวข้างต้นจึงควรพิจารณาไปที่เรื่องของการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ มากที่สุดอย่างมีอิสระ ซึ่งโอเคเนชั่นบล็อกสามารถนำข้อเสนอแนะนี้ไปเป็นหลักในการวางแผนการสื่อสารเพื่อเพิ่มจำนวนนักข่าวพลเมืองต่อไป

### ข้อจำกัดในงานวิจัย

1. ในงานวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง แต่เนื่องด้วยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีจำกัด และเป็นการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ จึงทำให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถามมีน้อย เพียง 100 คน ซึ่งทำให้ผลลัพธ์มีจำนวนน้อยในบางคำถาม จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยต้องทำการยุบรวมกลุ่มคำถามในการประมวลผลข้อมูลทางสถิติ เพื่อให้เป็นไปตามเงื่อนไขการทดสอบไคกำลังสอง
2. เนื่องด้วยการทำวิจัยครั้งนี้ เป็นการเก็บผลวิจัยแบบออนไลน์ ทำให้ไม่สามารถอธิบายคำถามเพิ่มเติม หรือตรวจเช็คความครบถ้วนสมบูรณ์ของคำตอบก่อนได้ ซึ่งส่งผลให้ข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บมาได้มีบางส่วนไม่ครบถ้วนสมบูรณ์และต้องทำการเก็บแบบสอบถามเพิ่ม ซึ่งทำให้ใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามเกินกว่าที่กำหนดเล็กน้อย รวมถึงการตอบแบบสอบถามออนไลน์มีข้อจำกัดด้านการสื่อสารที่ผู้วิจัยไม่สามารถอธิบายคำถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามในขณะที่เก็บข้อมูลได้ จึงส่งผลให้การตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างอาจตอบจากความไม่เข้าใจอย่างแท้จริงในคำถามได้
3. คำถามและคำตอบ บางข้อของการวิจัยครั้งนี้ มีความคล้ายคลึงกันมากจนเกินไป ซึ่งอาจนำไปสู่ผลการวิจัยที่ไม่ค่อยชัดเจนนักในข้อคำถามนั้น เช่น รูปแบบของคำตอบในข้อคำถามต้อง

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากบล็อกโอเคเนชั่น กับคำตอบของข้อคำถามเรื่องเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น โดยเพิ่มช่องการแจกแบบสอบถามนอกเหนือจากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ จะสามารถทำให้ผู้วิจัยเก็บผลสำรวจได้มากขึ้น แต่หากมีข้อจำกัดด้านกลุ่มตัวอย่างเช่นเดียวกับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถทำการทดสอบด้วยสถิติ The Fisher Exact Probability Test ได้ ซึ่งเป็นสถิติที่เหมาะสมกับการทดสอบในกรณีที่ที่มีกลุ่มตัวอย่างมีขนาดน้อยหรือไม่ผ่านข้อตกลงของสถิติ Chi-Square Test เนื่องจากว่า สถิติ The Fisher Exact Probability Test เป็นสถิติที่ไม่ได้คำนึงถึงค่าคาดหวัง และจำนวนขนาดตัวอย่าง แต่เป็นสถิติที่มีการคำนวณผลอย่างละเอียดเพื่อใช้คำนวณค่าที่แท้จริงในทุกกรณี

2. ในการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจเลือกวิธีการเก็บผลในลักษณะที่ผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสื่อสารกันได้ในขณะที่ทำการเก็บแบบสอบถาม ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของข้อคำถามนั้นได้มากยิ่งขึ้น

3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรเขียนคำถามและคำตอบให้ชัดเจน เพื่อป้องกันความสับสนของคำถามและคำตอบ และเพื่อให้ผลการวิจัยที่ได้มีความชัดเจนมากที่สุด

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถิรนนท์ อนวิษศิริวงศ์, พัทธนี เจริญรยา และเมตตา กฤตวิทย์. (2530). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ชมรมวิจัยและพัฒนานิเทศศาสตร์.
- บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). (2552). *หนังสือชี้ชวน*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทฯ.
- ปริญย่า. (นามปากกา). (2550). *Citizen Reporter: นักข่าวสายพันธุ์ใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: เนชั่นบุ๊คส์.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). *การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเลชั่น.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2550). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลเบอร์ ชเรมม. (1973). *ทฤษฎีสื่อสารมวลชน*. สำนักพิมพ์โครงการตำราสังคมศาสตร์.
- สุทธิชัย หยุ่น. (2551). *ผิดจากนี้ไม่ใช่เรา* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: เนชั่นบุ๊คส์.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Doctor, Ken , (2010). *Newsonomics: Twelve New Trends that will shape the news you get*. (First Edition). New York: St. Martin's Press
- McCombs, M. E., & Becker, L. E. (1979). *Using mass communication theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

West, Richard., and Turner, Lynn H. (2010). *Introducing Communication Theory*. (Fourth Edition). New York: McGraw-Hill

### บทความทางนิตยสาร

Marketing 3.0: ก้าวสู่ยุคใหม่การตลาดด้วยพลัง Network และ Creative. (2553, มิถุนายน).  
*Marketeer*. 11(124), 106-107.

### วิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัย

มนกาจ สิงห์พันธ์. (2546). พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533). *เงื่อนไขความพอใจในการเปิดรับสื่อในองค์การชายแดน*.  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

A Universal McCann Study. (2006). [Asian Blogethics: Asia Pacific Netizens in the rapidly changing digital world]. Universal Mccann

### เอกสารประกอบการบรรยาย

ศรีศักดิ์ จามรมาน. (2553). *บนเส้นทางไอทีกับการศึกษาในประเทศไทย*. [เอกสารประกอบการบรรยาย วันที่ 22 มกราคม 2553 ณ ห้องประชุมชั้น 15 อาคาร 100 ปี ศรีสุริยวงศ์ (อาคาร 6)].

อรนุช สูดประเสริฐ. (2547). *ศิลปะการใช้ภาษาเพื่องานนิเทศน์*. [เอกสารประกอบการสอนรายวิชา]. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

### เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

<http://www.mkttwit.com>. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2554

<http://www.oknation.net>. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2554

[http://www.stateofthedia.org/2010/specialreports\\_community\\_journalism.php](http://www.stateofthedia.org/2010/specialreports_community_journalism.php). สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2554

จรรยา บุญมาก. (2552). *นักข่าวพลเมือง ในมุมมองรุ่นใหม่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2554, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/life-style/hilife/20091009/80721/%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9E%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87-%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B8%E0%B8%A1%E0%B8%84%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B9%88.html>

ภควัต รักศรี. (2553). *เครือข่ายสังคม: Social Networking*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2554, จาก [http://www.coe.or.th/e\\_engineers/knc\\_detail.php?id=170](http://www.coe.or.th/e_engineers/knc_detail.php?id=170)

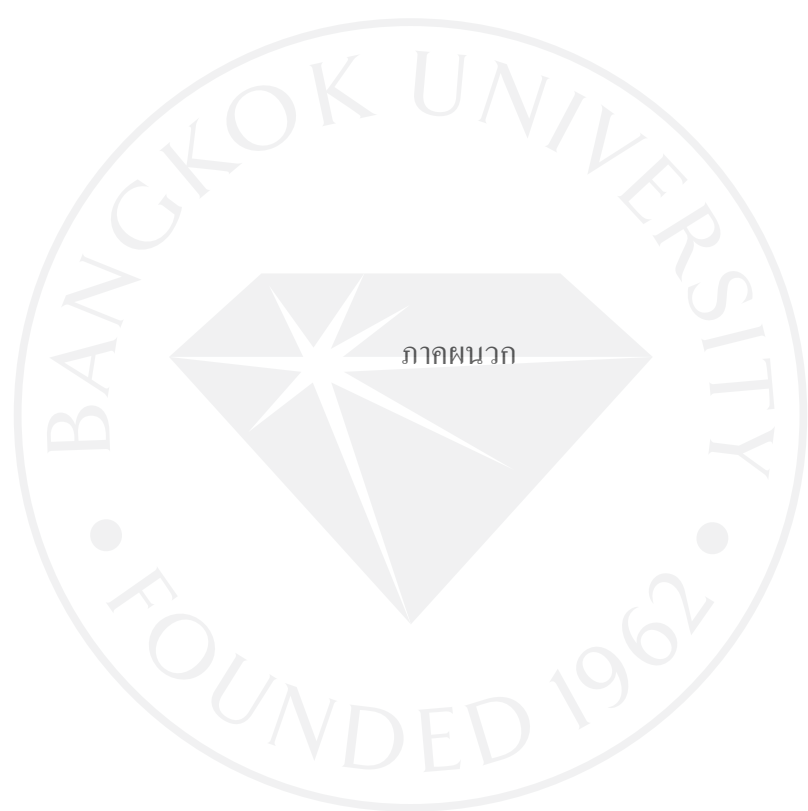
มานะ ตริรยาภิวัฒน์. (2552). *Citizen Journalism. วารสารศาสตร์พลเมือง (1)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2554, จาก [http://www.tja.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=470:2852-citizen-journalism-1&catid=46:academic](http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=470:2852-citizen-journalism-1&catid=46:academic)

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2550). สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2554, จาก [http://www.nectec.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=128&Itemid=67](http://www.nectec.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=128&Itemid=67)

สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวฒนากุล. (2552). *News Media in Transition*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2554, จาก [http://www.tja.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=787%3Anews-media-in-transition&catid=46%3Aacademic&Itemid=7](http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=787%3Anews-media-in-transition&catid=46%3Aacademic&Itemid=7)

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2552). *ว่าด้วยสารพัดคำเรียกสื่อ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2554, จาก [http://www.tja.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1122:2009-12-25-04-27-23&catid=17:media-store](http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=1122:2009-12-25-04-27-23&catid=17:media-store)

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2551). *สงครามข่าวสารกับการรู้เท่าทันของสื่อ*. หนังสือครบรอบ ๑๑ ปี สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2554, จาก <http://www.presscouncil.or.th/th2/images/stories/book11/0104.pdf>



## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

กรณีศึกษา โอเคเนชั่นบล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำโครงการเฉพาะบุคคล ตามหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและการวิจัย ผู้วิจัยขอความร่วมมือมาของท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา โอเคเนชั่นบล็อก บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)” เท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อการเป็นนักข่าวพลเมือง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง

---

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย/ ลงในช่อง ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเลือก ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านในปัจจุบัน

1. เพศ

( ) 1) ชาย

( ) 2) หญิง



2. อายุ

- ( ) 1) 21 – 30 ปี                      ( ) 2) 31 – 40 ปี  
( ) 3) 41 – 50 ปี                      ( ) 4) 50 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ( ) 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี  
( ) 2) ปริญญาตรี  
( ) 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพสมรส

- ( ) 1) โสด                                      ( ) 2) สมรส  
( ) 3) หม้าย /หย่าร้าง

5. อาชีพ

- ( ) 1) นักศึกษา  
( ) 2) พนักงานบริษัทเอกชน  
( ) 3) ข้าราชการ  
( ) 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ  
( ) 5) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (เงินเดือนประจำและรายได้อื่นๆ)

- ( ) 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท                      ( ) 2) 10,001 – 20,000 บาท  
( ) 3) 20,001 – 30,000 บาท                      ( ) 4) 30,001 – 40,000 บาท  
( ) 5) 40,001 – 50,000 บาท                      ( ) 6) มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป

7. ท่านเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่น ที่ช่องทาง

- ( ) 1 ช่องทาง คือ โอเคเนชั่นบล็อก
- ( ) 2 ช่องทาง คือ โอเคเนชั่นบล็อก กับทวิตเตอร์โอเคเนชั่น (หรือเฟซบุ๊กโอเคเนชั่น)
- ( ) 3 ช่องทาง คือ โอเคเนชั่นบล็อก ทวิตเตอร์โอเคเนชั่น และเฟซบุ๊กโอเคเนชั่น
- ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

8. ท่านเปิดรับข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อก บ่อยแค่ไหน

- ( ) 1) 7 วัน / สัปดาห์
- ( ) 2) 5-6 วัน / สัปดาห์
- ( ) 3) 3-4 วัน / สัปดาห์
- ( ) 4) ต่ำกว่า 3 วัน / สัปดาห์

9. ท่านเปิดรับข่าวสารของโอเคเนชั่นบล็อก ช่วงเวลาใดมากที่สุด

- ( ) 1) ช่วงเวลา 06.01 น. - 09.00 น.
- ( ) 2) ช่วงเวลา 09.01 น. - 12.00 น.
- ( ) 3) ช่วงเวลา 12.01 น. - 15.00 น.
- ( ) 4) ช่วงเวลา 15.01 น. - 18.00 น.
- ( ) 5) ช่วงเวลา 18.01 น. - 21.00 น.
- ( ) 6) ช่วงเวลา 21.01 น. - 24.00 น.
- ( ) 7) ช่วงเวลา 24.01 น. - 03.00 น.
- ( ) 8) ช่วงเวลา 03.01 น. - 06.00 น.

10. ท่านเปิดรับข่าวสารจากโอเคเนชั่นบล็อก ใน 1 วัน บ่อยครั้งเพียงใด

- ( ) 1) 10 ครั้งขึ้นไป ( ) 2) 7-9 ครั้ง  
( ) 3) 4-6 ครั้ง ( ) 4) 1-3 ครั้ง

11. ท่านติดตามข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ของโอเคเนชั่นบล็อก เช่น ทวิตเตอร์ / เฟซบุ๊ก ใน 1 วัน บ่อยครั้งเพียงใด

- ( ) 1) ไม่เคย ( ) 2) 1 – 5 ครั้ง  
( ) 3) 6-10 ครั้ง ( ) 4) มากกว่า 10 ครั้ง ขึ้นไป

12. เมื่อท่านติดตามข่าวสารของบล็อกโอเคเนชั่นจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นในเครือแล้ว ท่านทำการกด URL เพื่อลิงค์ไปยังโอเคเนชั่นบล็อก เพื่อทำการรับข่าวสารแบบเนื้อหาเต็ม บ่อยครั้งเพียงใด

- ( ) 1) เคย ทุกครั้ง ( ) 2) เคย แต่ไม่ทุกครั้ง  
( ) 3) ไม่เคย

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย/ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด โดยใช้เกณฑ์พิจารณาแต่ละระดับ ดังนี้

|   |         |               |                      |
|---|---------|---------------|----------------------|
| 5 | หมายถึง | ระดับความเห็น | เห็นด้วยอย่างยิ่ง    |
| 4 | หมายถึง | ระดับความเห็น | เห็นด้วย             |
| 3 | หมายถึง | ระดับความเห็น | เฉยๆ                 |
| 2 | หมายถึง | ระดับความเห็น | ไม่เห็นด้วย          |
| 1 | หมายถึง | ระดับความเห็น | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

| ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดกับปัจจัย<br>ข้างล่างเหล่านี้ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยน<br>สถานภาพจากผู้รับสารเป็นนักข่าว<br>พลเมือง                                 | ระดับความคิดเห็น      |          |      |             |                              |
|--|-----------------------|----------|------|-------------|------------------------------|
|  | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | เห็นด้วย | เฉยๆ | ไม่เห็นด้วย | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>อย่างยิ่ง |
|  | (5)                   | (4)      | (3)  | (2)         | (1)                          |
| <b>ปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์<br/>กับการเป็นนักข่าวพลเมือง</b>  |                       |          |      |             |                              |
| 1) การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น   |                       |          |      |             |                              |
| 2) สื่อสังคมเครือข่ายเฟซบุ๊ก   |                       |          |      |             |                              |
| 3) สื่อสังคมเครือข่ายทวิตเตอร์   |                       |          |      |             |                              |
| 4) เครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ<br>ที่สามารถถ่ายภาพ / ถ่ายวิดีโอได้   |                       |          |      |             |                              |
| 5) เครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ<br>ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้   |                       |          |      |             |                              |
| 6) ช่องทางที่หลากหลายในการเข้าถึง<br>บล็อกโอเคเนชั่น เช่น โอเคเนชั่นบล็อก<br>ทวิตเตอร์โอเคเนชั่น และเฟซบุ๊กโอเค<br>เนชั่น                                  |                       |          |      |             |                              |
| 7) ด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่าย<br>ออนไลน์ ทำให้สามารถเข้าถึง<br>แหล่งข้อมูลต่างๆ ได้ทั่วโลก   |                       |          |      |             |                              |
| 8) ด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมเครือข่าย<br>ออนไลน์ที่สามารถสื่อสารได้มีทั้งภาพ<br>และเสียงพร้อมๆ กัน เป็นปัจจัยที่มีความ<br>สัมพันธ์กับการเป็นนักข่าวพลเมือง |                       |          |      |             |                              |

| ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดกับปัจจัย<br>ข้างล่างเหล่านี้ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยน<br>สถานภาพจากผู้รับสารเป็นนักข่าว<br>พลเมือง | ระดับความคิดเห็น                 |                     |                 |                        |   |
|--|----------------------------------|---------------------|-----------------|------------------------|---|
|  | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง<br><br>(5) | เห็นด้วย<br><br>(4) | เฉยๆ<br><br>(3) | ไม่เห็นด้วย<br><br>(2) | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>อย่างยิ่ง<br><br>(1) |
| <b>ปัจจัยภายในที่มีความสัมพันธ์<br/>กับการเป็นนักข่าวพลเมือง</b>   |                                  |                     |                 |                        |   |
| 9) ความต้องการนำเสนอข่าวสารสู่<br>สาธารณชน   |                                  |                     |                 |                        |   |
| 10) ความต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงด้าน<br>อื่นที่สื่อหลักไม่ได้นำเสนอ  |                                  |                     |                 |                        |   |
| 11) ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม   |                                  |                     |                 |                        |   |
| 12) การเลือกเปิดรับสื่อที่ตรงกับความ<br>สนใจ และตอบสนองความต้องการของ<br>ตนเองได้  |                                  |                     |                 |                        |   |
| 13) ความไม่เชื่อถือในข่าวสารที่สื่อหลัก<br>นำเสนอ  |                                  |                     |                 |                        |   |
| 14) ความต้องการตรวจสอบการทำงาน<br>ของสื่อมวลชน   |                                  |                     |                 |                        |   |
| 15) การเลือกเปิดรับข่าวสารในบล็อก<br>โอเคเนชั่น <u>ช่วงเวลาใดก็ได้</u>   |                                  |                     |                 |                        |   |
| 16) ความสามารถในการเลือกเปิดรับ<br>ข่าวสารในบล็อกโอเคเนชั่น<br><u>บ่อยครั้งเพียงใดก็ได้</u>                                |                                  |                     |                 |                        |   |
| 17) การเปิดรับข่าวสารจากบล็อก<br>โอเคเนชั่น <u>บ่อยครั้ง</u>   |                                  |                     |                 |                        |   |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมือง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย/ ลงในช่อง ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเลือก ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านในปัจจุบัน

1. ข้อใดต่อไปนี้เป็นเหตุผลของการเป็นนักข่าวพลเมืองของท่าน

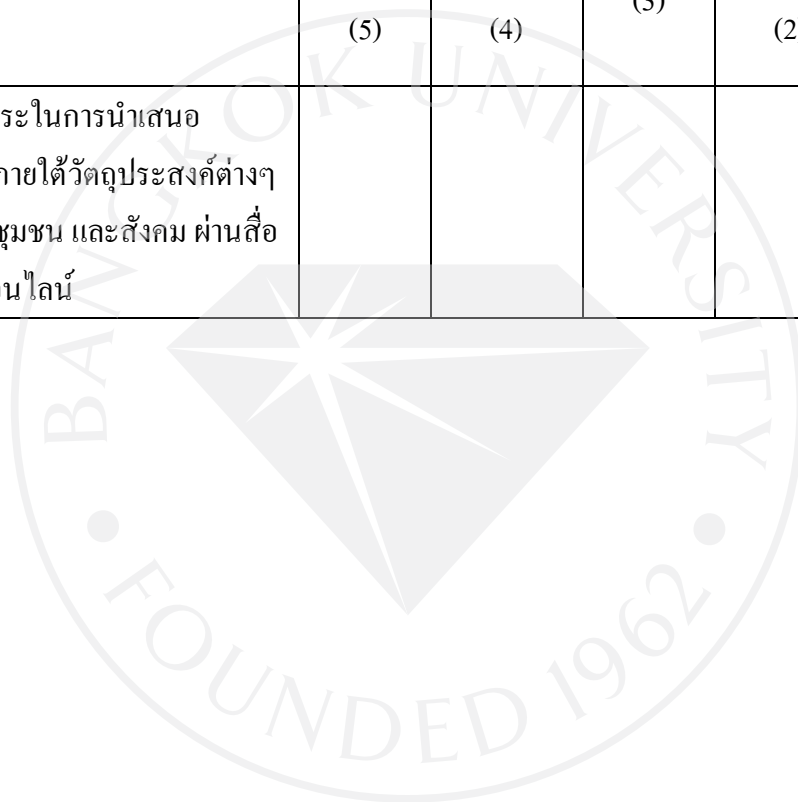
- ( ) 1) ต้องการติดตามความเป็นไปของข่าวในสังคม
- ( ) 2) ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น
- ( ) 3) ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงในด้านอื่น เพิ่มจากที่สื่อหลักนำเสนอ
- ( ) 4) ต้องการนำเสนอเรื่องราวอื่นๆ ในท้องถิ่นของท่าน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับความอิสระในการเสนอข่าวสารของนักข่าวพลเมือง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย/ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด โดยใช้เกณฑ์พิจารณาแต่ละระดับ ดังนี้

|   |         |               |                      |
|---|---------|---------------|----------------------|
| 5 | หมายถึง | ระดับความเห็น | เห็นด้วยอย่างยิ่ง    |
| 4 | หมายถึง | ระดับความเห็น | เห็นด้วย             |
| 3 | หมายถึง | ระดับความเห็น | เฉยๆ                 |
| 2 | หมายถึง | ระดับความเห็น | ไม่เห็นด้วย          |
| 1 | หมายถึง | ระดับความเห็น | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

| ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดกับ<br>คำถามข้างล่างเหล่านี้ ที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนสถานภาพจากผู้รับ<br>สารเป็นนักข่าวพลเมือง | ระดับความคิดเห็น             |                        |             |                        |                                     |
|--|------------------------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------------------------------|
|  | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง<br>(5) | เห็นด้วย<br>มาก<br>(4) | เฉยๆ<br>(3) | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>(2) | ไม่เห็น<br>ด้วยอย่าง<br>ยิ่ง<br>(1) |
| ความอิสระในการนำเสนอ<br>ข่าวสารภายใต้วัตถุประสงค์ต่างๆ<br>เกี่ยวกับชุมชน และสังคม ผ่านสื่อ<br>สังคมออนไลน์               |                              |                        |             |                        |                                     |



## ประวัติผู้เขียน

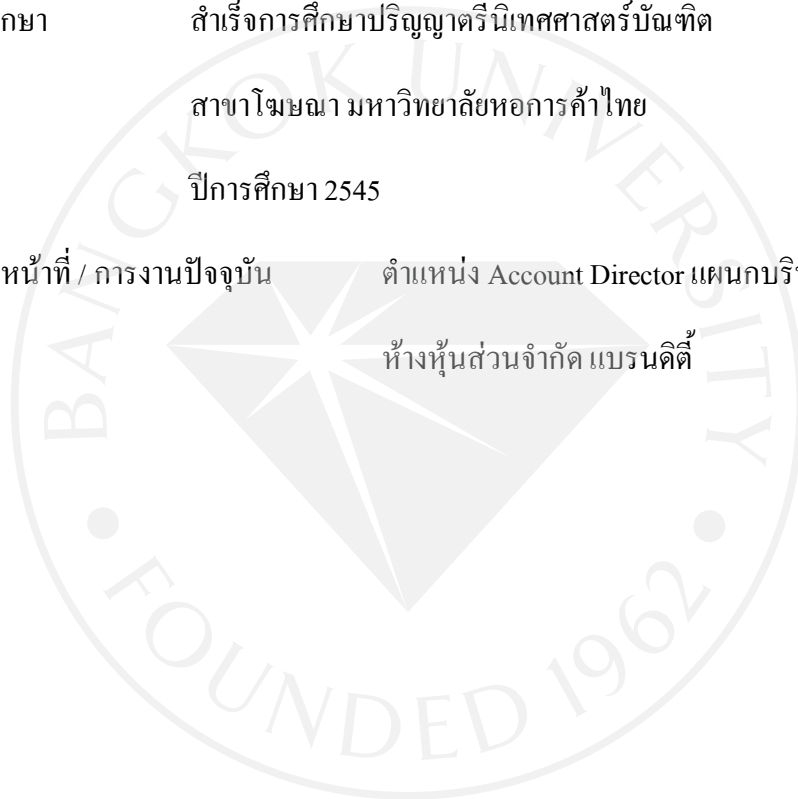
ชื่อ ชื่อสกุล                      นางสาว จิตตราภรณ์ สุจริตจิตร

วัน เดือน ปีเกิด                13 เมษายน 2523

สถานที่เกิด                        จังหวัดกรุงเทพมหานคร

วุฒิการศึกษา                    สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี  
สาขาโฆษณา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
ปีการศึกษา 2545

ตำแหน่งหน้าที่ / การงานปัจจุบัน      ตำแหน่ง Account Director แผนกบริหารงานลูกค้า  
ห้างหุ้นส่วนจำกัด แบรินด์ดี





มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 1 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2554

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) จิตรราภรณ์ สุจริตจิตร อยู่บ้านเลขที่ 54  
ซอย พิวมี 5 ถนน สุขุมวิท 93 ตำบล/แขวง บางจาก  
อำเภอ/เขต พระโขนง จังหวัด กทม รหัสไปรษณีย์ 10260  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 752 0300869  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก  
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา นิเทศวิทยา คณะ บัณฑิตวิทยาลัย  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่สร้างความสัมพันธ์ต่อภาวะเป็นนักข่าวพลเมือง กรณีศึกษา  
โกลเด้นแท่งลોક บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีการกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(.....)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุด

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(.....)

