

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร และความเป็นไปได้ของสื่อโทรทัศน์ที่จะเกิดขึ้นบนช่องทางอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตควบคู่ไปกับการดูโทรทัศน์ของประชากรอายุระหว่าง 18-24 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแหล่งข้อมูลที่มีผลทำให้เกิดการเปิดรับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) ทำการศึกษากับนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพที่ใช้การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีภาคปกติ ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปีจาก 6 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต พฤติกรรมในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต รูปแบบในการนำเสนอข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตที่เปิดรับชมและแหล่งข้อมูลที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้วิธีทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยใช้ T – test (2 กลุ่ม) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (มากกว่า 2 กลุ่ม) และการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ซึ่งผลการวิจัยเป็นดังนี้

ลักษณะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทุกวัน โดยในแต่ละครั้งจะใช้งานมากกว่า 2 ชั่วโมง ซึ่งในวันธรรมดาจะใช้งานในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. แต่ในวันหยุดจะใช้งานในช่วงเวลา 21.01-24.00 น. จะเลือก

เปิดรับเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความบันเทิง จากที่บ้านหรือหอพักมากที่สุด ซึ่งทั้งหมดเคยเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต

ในด้านพฤติกรรมในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมประมาณ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และเปิดรับชมประมาณ 1 ชั่วโมง โดยนิยมรับชมรายการต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งจะเลือกชมรูปแบบรายการมิวสิควิดีโอเพลงมากที่สุด

นอกจากนั้นในส่วนของแหล่งข้อมูลที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีการรับข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยจะเปิดรับข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ในลักษณะเปิดรับจากเว็บไซต์ค้นข้อมูลมากที่สุด นอกจากนี้หากกลุ่มตัวอย่างต้องการรับข้อมูลผ่านทางสื่อมวลชนจะเลือกรับข้อมูลผ่านทางโทรทัศน์ ไม่เพียงเท่านั้นหากกลุ่มตัวอย่างต้องการรับข้อมูลผ่านทางบุคคล ก็จะไม่เลือกรับข้อมูลผ่านทางเพื่อนของตัวเอง และหากกลุ่มตัวอย่างมีการรับข้อมูล ผ่านสื่อเฉพาะกิจ ก็จะเลือกรับข้อมูลผ่านทางป้ายประชาสัมพันธ์

จากการวิจัยดังกล่าว ได้มีข้อเสนอแนะดังนี้ ในการสร้างและพัฒนาสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตควรกำหนดวัตถุประสงค์และรูปแบบในการนำเสนอข่าวสารให้มีความชัดเจน เพื่อผลิตสื่อโทรทัศน์ที่มีรูปแบบเนื้อหาข่าวสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตประมาณ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และเปิดรับชมประมาณ 1 ชั่วโมง โดยเลือกรับชมรูปแบบรายการมิวสิควิดีโอเพลงมากที่สุด ดังนั้นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตควรจะมีผลิตรายการที่มีความน่าสนใจและหลากหลายเพื่อเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการเรียนของประชาชนให้มากขึ้น สื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ดังนั้น ในการสร้างหรือกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ จึงจำเป็นต้องใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเปิดรับ เช่น การสร้างเครือข่ายทางสังคม (Social Network) เพราะเนื่องจากสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากในการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะเปิดรับหรือเลือกที่จะไม่เปิดรับ