

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาเนื้อหา วิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร อายุตั้งแต่ 18-50 ปี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 3,524,157 คน มาคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973) เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างมาจำนวน 4 เขต คือ เขตบางนา เขตราชเทวี เขตบางกะปิ และเขตห้วยขวาง ผู้ที่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของไทยรัฐ เคลิวิสต์ ฐานเศรษฐกิจ กรุงเทพธุรกิจ และ เดอะเนชั่น โดยเน้นสำหรับผู้ที่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เท่านั้น

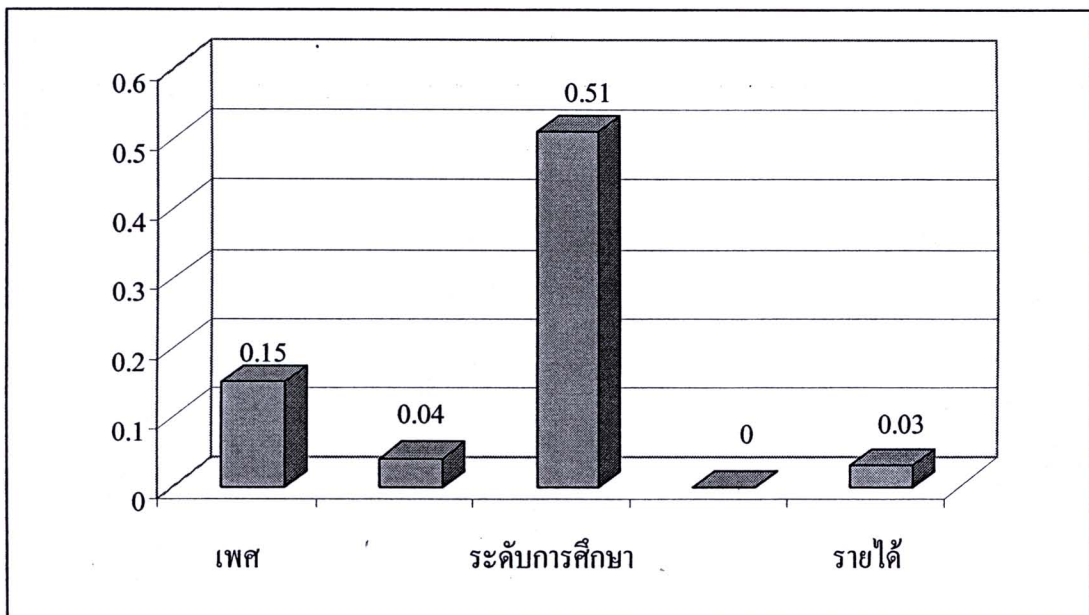
การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จัดทำขึ้นโดยคำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสม โดยการทดลองใช้ (try-out) และทดสอบคุณภาพด้วยค่าความถูกต้องใช้ได้ของเครื่องมือ (validity) และค่าความเชื่อถือได้ (reliability) จนทำให้แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง ก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้จริง การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลช่วงเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2554

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาลงรหัสข้อมูลเพื่อประมวล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW Version 14.0 (Statistical Package for Social Sciences/for Windows Version 14.0) ณ สถาบันคอมพิวเตอร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ใช้วิธีคำนวณค่าต่าง ๆ เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูล เสนออยู่ในรูปตารางประกอบความเรียง เพื่ออธิบายลักษณะประชากรของผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และเนื้อหา วิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยจะใช้สถิติ t test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) หรือ F test ส่วนระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะใช้สถิติ Pearson product-moment correlation ในการทดสอบความสัมพันธ์

สรุป

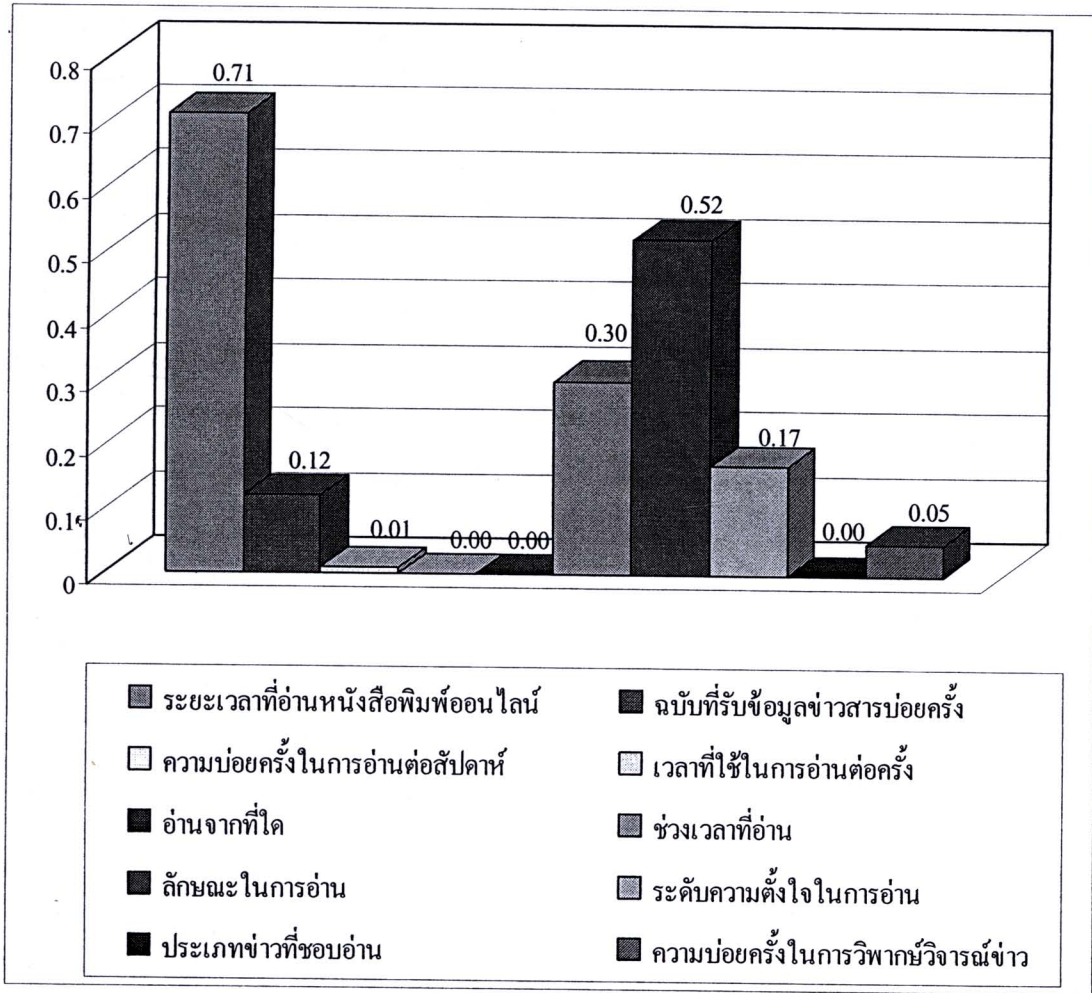
ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรของประชาชนที่ต่างกัน มีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพแตกต่างกัน



ภาพ 3 ลักษณะประชากรของประชาชนที่ต่างกัน มีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพแตกต่างกัน

จากภาพ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างลักษณะประชากรของประชาชนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า เพศและระดับการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะประชากรที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนอายุ อาชีพ และรายได้ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อายุ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิรัชญา เอี่ยมเจริญ (2550) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรม การซื้อหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ ประเภทราย 3 วัน ของผู้ซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะประชากรของประชาชนในการซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจประเภทราย 3 วัน ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ผู้ซื้อมีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด และความถี่ในการซื้อจะซื้อทุกสัปดาห์ ที่ออกวางแผง โดยประเภทหนังสือพิมพ์ที่ซื้อทั้ง 3 ฉบับ มีการซื้ออยู่ในระดับปานกลาง เหตุผลในการซื้อ คือ เพื่อการตัดสินใจในทางธุรกิจ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ลักษณะประชากรมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ ประเภทราย 3 วัน ของผู้ซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน



ภาพ 4 พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน

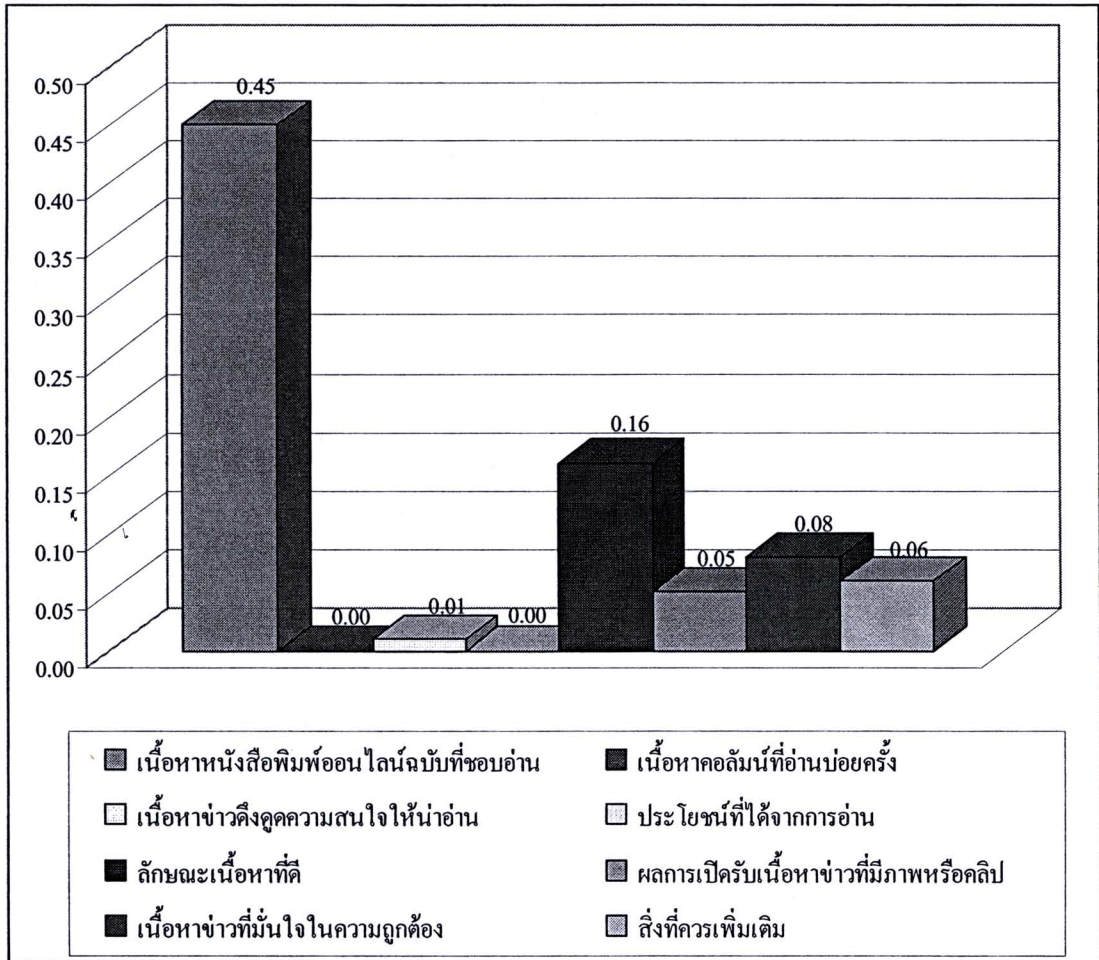
จากภาพ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ระยะเวลาที่อ่าน, จำนวนที่รับข้อมูลข่าวสารบ่อยครั้ง, ช่วงเวลาที่ย่าน, ลักษณะในการอ่าน, ระดับความตั้งใจในการอ่าน, และความบ่อยครั้งในการวิพากษ์วิจารณ์ข่าว ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนความบ่อยครั้งในการอ่านต่อสัปดาห์, เวลาที่ใช้ในการอ่านต่อครั้ง, สถานที่ที่อ่าน และประเภทข่าว

ที่ชอบอ่าน เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความบ่อยครั้งในการอ่านต่อสัปดาห์ เวลาที่ใช้ในการอ่านต่อครั้ง สถานที่ที่อ่าน และประเภทข่าวที่ชอบอ่านต่างกัน มีผลทำให้ การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ว่า พฤติกรรม การเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐาน ด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคม ของตนเอง แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นจะไม่เกี่ยวข้องกับความต้องการทุก ๆ ด้านของมนุษย์ แต่ก็เป็นที่น่าสนใจว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการบางอย่าง เช่น ความต้องการ ข่าวสารข้อมูล หรือการเปิดรับสื่อมวลชนอาจจะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการชดเชย บางสิ่งบางอย่างที่ขาดไปหรือหาไม่ได้ในขณะนั้น

พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการ ของมนุษย์จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม โดยผู้รับสารเลือกใช้สื่อและเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน

สมมติฐานข้อที่ 3 เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับ ข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน

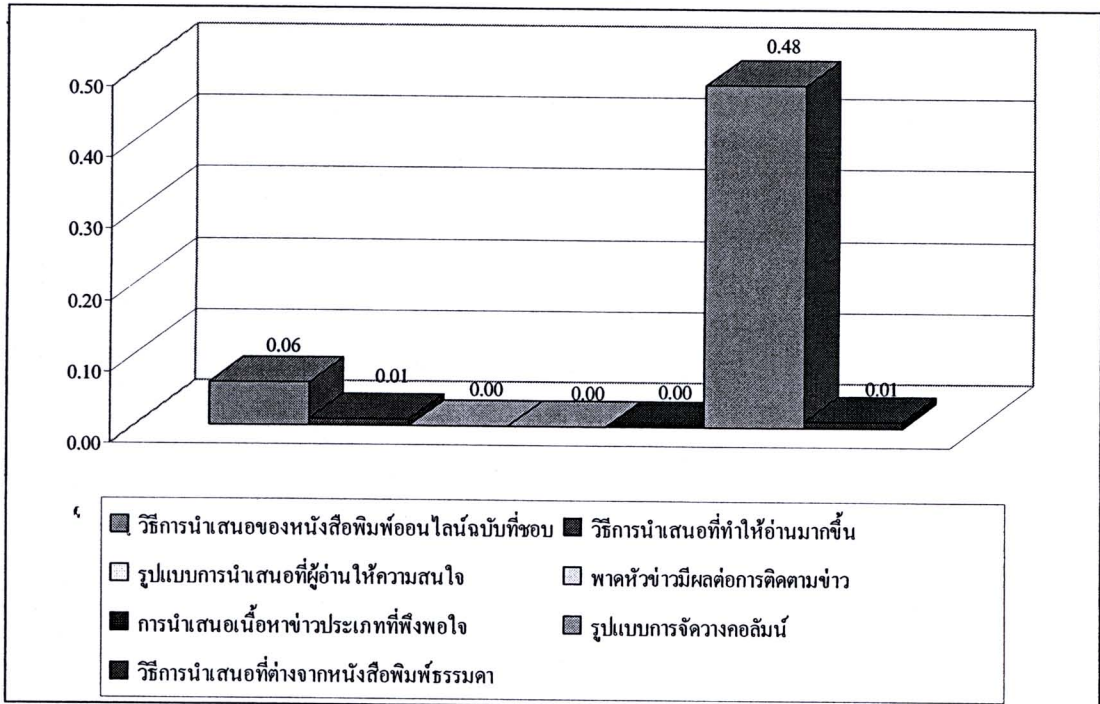


ภาพ 5 เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน

จากภาพ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชอบอ่าน ลักษณะเนื้อหาที่ดี ผลการเปิดรับเนื้อหาข่าวที่มีภาพหรือคลิปวิดีโอประกอบ เนื้อหาข่าวที่ผู้อ่านมั่นใจในความถูกต้อง และเนื้อหาข่าวที่มั่นใจในความถูกต้องจากแหล่งข่าว ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนเนื้อหาคอลัมน์ที่อ่านบ่อยครั้ง เนื้อหาข่าวแบบที่ดึงดูดความสนใจทำให้น่าอ่าน และประโยชน์ที่ได้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นไปตาม

สมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหาคอลัมน์ที่อ่านบ่อยครั้ง เนื้อหาข่าวแบบที่ดึงดูดความสนใจทำให้น่าอ่าน และประโยชน์ที่ได้จากการอ่านต่างกัน มีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jackson (2005) ศึกษาเรื่อง *Search for a Voice of Authority in Newspaper Writing* ที่ศึกษาเกี่ยวกับการค้นหาฐานเสียงในการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์ จากการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพในการเขียนและศิลปะในการเขียนมีความสัมพันธ์อย่างมากกับงานในห้องข่าว การเขียนข่าวที่อ่านเข้าใจง่ายและสามารถชักจูงผู้อ่านให้คล้อยตามได้ช่วยเชื่อมโยงนักหนังสือพิมพ์กับบรรณาธิการข่าวและผู้อ่าน นอกจากการเขียนข่าวให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่านแล้วยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาข่าว และมีผลต่อการเลือกอ่านข่าวหรือการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ด้วย หากการเขียนข่าวหรือบทความมีอิทธิพลหรือปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง นอกเหนือจากความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้อ่านแล้วอาจส่งผลกระทบต่อสังคม เนื่องจากสื่อนำเสนอเนื้อหาที่อาจบิดเบือนหรือเป็นเท็จ

สมมติฐานข้อที่ 4 วิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน



ภาพ 6 วิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน

ที่มา. จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างวิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกันโดยภาพรวมพบว่า วิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชอบ และรูปแบบการจัดวางคอลัมน์ที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ วิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนวิธีการนำเสนอที่ทำให้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น รูปแบบการนำเสนอที่ผู้อ่านให้ความสนใจ พาดหัวข่าวมีผลต่อการติดตามข่าว การนำเสนอเนื้อหาข่าวประเภทที่พึงพอใจ และวิธีการนำเสนอที่ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดา เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ วิธีการนำเสนอที่ทำให้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น รูปแบบการนำเสนอที่ผู้อ่านให้ความสนใจ พาดหัวข่าวมีผลต่อการติดตามข่าว

การนำเสนอเนื้อหาข่าวประเภทที่พึงพอใจ และวิธีการนำเสนอที่ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดาที่ต่างกัน มีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับผลของสื่อสารมวลชนที่มีต่อความคิดเห็นของสาธารณชน จากเรื่องราวเหตุการณ์ที่สื่อเป็นผู้กำหนดและจัดลำดับของเรื่องที่เสนอ ขณะที่ผู้รับสารไม่เพียงแต่เรียนรู้เกี่ยวกับประเด็นและเรื่องราวที่เกิดขึ้นผ่านสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังเรียนรู้ด้วยว่าจะให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาหรือหัวข้อมากน้อยเพียงใดจากการที่สื่อมวลชนได้เน้นเอาไว้

เมื่อเกิดประเด็นปัญหาหรือเหตุการณ์ขึ้นมาในแต่ละวันจะมีหลายประเด็น สื่อมวลชนจะให้ความสนใจในแต่ละประเด็นมากน้อยต่างกัน ประเด็นใดที่สนใจมากก็จะนำเสนอมาก ผลที่ตามมาก็คือ ประชาชนมีการรับรู้ประเด็นนั้นมากด้วย หรือประเด็นใดที่สื่อมวลชนสนใจน้อยและนำเสนอน้อย ประชาชนก็จะสนใจน้อยเช่นกัน ซึ่งทฤษฎีนี้ไม่ได้หมายความว่า สื่อมวลชนจะมีบทบาทในประเด็นที่นำเสนอ เพียงแต่ทำหน้าที่กลั่นกรองแล้วนำเสนอเท่านั้นเอง และผลของการนำเสนอจะมีผลต่อผู้รับสารโดยตรง แต่เป็นผลในระยะยาว และส่งผลในด้านความรู้ ความเข้าใจ หรือความคิดเห็น มิใช่ผลทางด้านทัศนคติหรือพฤติกรรม

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่ควรนำมาสรุป และอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

การวิจัยครั้งนี้พบว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ มีจำนวน 400 คน เลือกโดยการจับฉลาก จำนวน 4 เขต คือ เขตบางนา เขตราชเทวี เขตบางกะปิ และเขตห้วยขวาง ประกอบด้วยเพศชาย จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง

ซึ่งมากกว่าเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอายุ 26-33 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา 18-25 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 อายุ 34-41 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และอายุ 42-50 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ส่วนใหญ่จะมีการในระดับปริญญาตรี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 การศึกษาระดับมัธยมตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจ (motivation theory) ทฤษฎีนี้ได้อธิบายความต้องการของบุคคลที่พยายามแสวงหาวิธีการสนองความต้องการของตนเอง (Maslow, 1970) มนุษย์เราทุกคนต่างพยายามดิ้นรนเพื่อต่อสู้สู่จุดหมาย แต่เนื่องจากการที่มนุษย์มีความแตกต่างกัน ฉะนั้นการที่จะได้รับการตอบสนองถึงขั้นไหนย่อมขึ้นอยู่กับศักยภาพของแต่ละบุคคล และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนภาพร ชวนะศิลป์ (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย ผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่เป็นเพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทยสูงกว่าเพศหญิง และเนื้อหาข่าวที่มีความน่าเชื่อถือสูงมีผลต่อความนิยมของผู้อ่านมากกว่าเนื้อหาข่าวที่มีการเลือกเสนอเฉพาะข่าวสำคัญ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การวิจัยในครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มาเป็นระยะเวลามากกว่า 4 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ระยะเวลาดู 1-2 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และระยะเวลา 3-4 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของไทยรัฐบ่อยครั้งที่สุด เป็นจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมา คือ เคลรินทร์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 เดอะเนชั่น จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และฐานเศรษฐกิจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ เป็นจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมา จะอ่านน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อ่าน 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 อ่านทุกวัน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และอ่าน 5-6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละครั้งประมาณ 10-20 นาที จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา ใช้เวลาในการอ่าน 20-30 นาที จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ใช้เวลาอ่านน้อยกว่า 10 นาที จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และอ่านมากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากที่ทำงาน เป็นจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาอ่านจากที่บ้าน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 อ่านที่สถานศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอ่านที่ร้านบริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงครึ่งวันเช้า 06.01-12.00 น. เป็นจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา คือ อ่านในช่วงตอนค่ำถึงเที่ยงคืน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 อ่านในช่วงครึ่งวันบ่าย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และอ่านในช่วงหลังเที่ยงคืนถึงเช้า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เฉพาะเรื่องที่สนใจ เป็นจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมา คือ อ่านทั้งหมด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อ่านแต่พาดหัวข่าว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 อ่านโดยดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย



จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และอ่านข่าวด่วน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความตั้งใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์พอควร จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมา คือ อ่านแบบผ่าน ๆ ไม่ค่อยตั้งใจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ตั้งใจอ่านมาก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบอ่านข่าวบันเทิง เป็นจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ ข่าวการเมือง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ข่าวเศรษฐกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ข่าวสังคม จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ข่าวกีฬา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และข่าวต่างประเทศ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับข่าวนาน ๆ ครั้ง เป็นจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมา คือ วิพากษ์วิจารณ์เกือบทุกครั้งที่ย่าน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ไม่วิพากษ์วิจารณ์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และวิพากษ์วิจารณ์ทุกครั้งที่ย่าน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ว่า นวัตกรรมเป็นแบบแผนพฤติกรรม หรือสิ่งของใหม่ที่แตกต่างไปจากที่มีอยู่เดิม ของใหม่ในที่นี้ครอบคลุมไปถึงสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า รวมถึงสิ่งที่แบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติ ตามระบบสังคม ประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์วิทยาการใหม่ ๆ และสิ่งที่ไม่เห็นเป็นวัตถุ (Barnett, 1953) ซึ่งบุคคลได้ทำความรู้จักกับนวัตกรรม ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม ไปจนถึงขั้นการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับ และนำนวัตกรรมนั้นไปใช้ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอกของบุคคล (Roger, 1986)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่ว่า บุคคลโดยทั่วไปในสังคมจะใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เป็นเครื่องมือประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของตน รวมทั้งเพื่อประโยชน์อย่างอื่นในการดำรงชีวิตและความต้องการ สื่อจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นมีความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การเปิดรับข่าวสารเป็นกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ผู้รับสารจะมีพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารที่ตนเองสนใจ โดยแต่ละบุคคลจะมีกระบวนการในการเลือกรับ

ข่าวสารจากสื่อแตกต่างกันตามความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล (Klapper, 1960, pp. 19-23)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การวิจัยในครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบอ่านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยรัฐมากที่สุด เป็นจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา คือ เดลินิวส์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 เดอะเนชั่น จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และฐานเศรษฐกิจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านคอลัมน์ข่าวบ่อยครั้งที่สุด เป็นจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ คอลัมน์บันเทิง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 คอลัมน์กีฬา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 คอลัมน์ดวง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และคอลัมน์การศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และพบว่า เนื้อหาข่าวแบบเจาะลึก ตรงประเด็น ดึงดูดความสนใจทำให้น่าอ่านมากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา คือ เนื้อหาที่ตรงกับความสนใจส่วนตัว จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 เนื้อหาข่าวชวนให้ติดตาม จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และเนื้อหาข่าวแปลกใหม่ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดอ่านเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อใช้ประโยชน์ในการ Update ข้อมูลข่าวสารที่ละเอียดและรวดเร็วว่าหนังสือพิมพ์ปกติ จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมา เพื่อความบันเทิง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 เพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจ การค้า การลงทุน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 เพื่อเปรียบเทียบประเด็นข่าวเดียวกันจากหลาย ๆ ฉบับ ยืนยันความถูกต้อง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และเพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลในการวิจัย รายงาน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และพบว่า ลักษณะเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ดีสำหรับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ มีความเป็นกลางไม่ลำเอียง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา คือ นำเสนอในมุมมองที่แตกต่าง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ใช้ภาษาถูกต้องและสุภาพ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และมีเอกลักษณ์ ไม่ลอกเลียนแบบ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และพบว่า เนื้อหาข่าวที่มีภาพหรือคลิปวิดีโอประกอบมีผลทำให้ผู้อ่านมีความสนใจมากขึ้น เป็นจำนวน

155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ ช่วยประหยัดเวลาในการอ่านทำความเข้าใจ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวเร็วขึ้น จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และไม่มีผลใด ๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มั่นใจในความถูกต้องของเนื้อหาข่าวจากประชาชนผู้เห็นเหตุการณ์ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา คือ เนื้อหาข่าวจากคำยืนยันของนักวิชาการ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 เนื้อหาข่าวจากนักข่าว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และเนื้อหาข่าวจากเจ้าของเว็บไซต์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเนื้อหาข่าวที่น่าเสนอในปัจจุบันควรเพิ่มเติมในเรื่องการนำเสนอข่าวที่น่าเชื่อถือ เป็นจำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมา คือ การให้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 บทสัมภาษณ์ตรงประเด็นข่าว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และไม่ต้องเพิ่มเติม คืออยู่แล้ว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สอดคล้องกับทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระข่าวสาร ที่ว่าการกำหนดวาระข่าวสารเป็นบทบาทของสื่อมวลชนในการนำข่าวสารที่เกิดขึ้นจำนวนมากมาจัดให้เป็นระบบก่อนนำเสนอ โดยเลือกเน้นประเด็นปัญหาในการรายงานข่าวให้ผู้รับสารตระหนักถึงสาระสำคัญ สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชน เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งต้องเลือกข่าวสำคัญที่เกิดขึ้นมาเสนอก่อน และจัดวาระข่าวสารเรียงตามความสำคัญเพื่อให้ประชาชนได้ทราบได้กล่าวถึง ได้สนทนา อภิปราย และให้ความสนใจต่อประเด็นข่าวสารที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์นำเสนอ ซึ่งจะเกิดผลทางอ้อม กล่าวคือ ถึงแม้ว่าสื่อจะไม่สามารถทำให้ประชาชนคิดแบบที่สื่อคิดได้ทั้งหมด แต่สื่อก็สามารถทำให้ประชาชนผู้รับสารคิดในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งที่สื่อเสนอได้ (McQuail & Windahl, 1981, pp. 102-106)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การวิจัยในครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบวิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยรัฐ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา คือ เดลินิวส์ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 เดอะเนชั่น จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และฐานเศรษฐกิจ จำนวน 15 คน

คิดเป็นร้อยละ 3.8 ทั้งนี้พบว่า ความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น เป็นจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา คือ อ่านได้ทุกที่ทุกเวลา จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 อ่านทำความเข้าใจง่าย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และพบว่า รูปแบบการนำเสนอที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด คือ มีไอคอนต่าง ๆ บนหน้าจอเพื่อแบ่งหมวดหมู่ข่าว จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมา คือ สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 มีเสียงและภาพเคลื่อนไหวประกอบเนื้อหาข่าว จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และมีรูปภาพและกราฟิกสวยงาม จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และพบว่า พาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีผลต่อการติดตามข่าวของกลุ่มตัวอย่างบ้างในข่าวที่สนใจ เป็นจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา มีผลต่อการติดตามข่าว จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ไม่มีผลใด ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และอื่น ๆ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พึงพอใจกับการนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาเป็นข่าวการเมือง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ข่าวกีฬา จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และข่าวสุขภาพ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และพบว่า รูปแบบการจัดวางโดยการใช้ภาพประกอบที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหา มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เป็นจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา คือ การแบ่งคอลัมน์เป็นหมวดหมู่ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 แบ่งสัดส่วนของเนื้อหาชัดเจน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และการใช้กราฟิกและสีสรรเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าข้อมูลข่าวที่มีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลาและทันต่อสถานการณ์ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดาามากที่สุด เป็นจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือ สืบข้อมูลย้อนหลังได้ จำนวน 71 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.8 การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 การแสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และมีห้องสนทนาในกลุ่มผู้อ่านต่อประเด็นข่าว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ที่ว่า ในยุคสังคมข่าวสาร การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ มีการผสมผสานกันระหว่างเทคโนโลยีโทรคมนาคมและเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น ช่วยลดอุปสรรคในเรื่องของระยะทางและระยะเวลาในการติดต่อสื่อสาร พร้อมทั้งสามารถติดต่อสื่อสารและโต้ตอบระหว่างกันแบบการสื่อสารสองทาง (two way communication) โดยคุณสมบัติของเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ที่มีผลเชื่อมโยงไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงด้านประสิทธิภาพการใช้สื่อของมนุษย์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542, หน้า 223-239) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Johnson and Kaye (2004) ศึกษาเรื่อง “Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Web Logs among Blog Users” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อดั้งเดิมและอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บล็อก (Blog Users) โดยควบคุมตัวแปรทางประชากรและทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้เว็บล็อกเชื่อถือข่าวจากเว็บล็อก (Weblogs) มากกว่าสื่อดั้งเดิมโดยคิดว่าสื่อดั้งเดิมมีความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง ผู้ใช้ประเมินบล็อกในด้านความลึกของข้อมูลมากกว่าความเที่ยงธรรม นั่นคือ ประเมินว่าเว็บล็อกให้ข้อมูลเชิงลึกมากกว่าข้อมูลที่มีความเที่ยงธรรม

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.63 การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะอ่านได้ทุกสถานที่ทุกเวลา เป็นอันดับแรก มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 4.07 รองลงมาคือการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจเป็นอันดับสอง มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.86 และการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะการเชื่อมโยงของข้อมูลข่าวที่ครอบคลุม เป็นอันดับสาม มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.82

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญที่ตัวผู้รับสารมากกว่าตัวข่าวสาร ผู้รับสารจึงมีบทบาทอย่างมากในฐานะผู้กระทำ การที่จะใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อ มากกว่าที่จะเป็นผู้รับ หรือผู้ถูกกระทำจากสื่อเพียงด้านเดียว ความสัมพันธ์ตามแนวคิดนี้จึงไม่ใช่ความสัมพันธ์ที่มีทิศทางจากเนื้อหาข่าวสารไปสู่ผล แต่เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่ว่า ผู้รับสารนำสารไปใช้ประโยชน์ และการใช้ประโยชน์นั้นเป็นตัวแปรแทรกในกระบวนการของผล อย่างไร (Katz et al., 1974, pp. 11-15)

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยต่าง ๆ ผู้วิจัยเห็นควรว่าเพื่อให้เกิดประโยชน์ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป จึงพิจารณาให้ข้อเสนอแนะไว้เป็นแนวทาง ดังนี้

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ควรมีการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ ในการนำเสนอ ปรับปรุงสื่อที่ใช้อยู่ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ และควรให้ความสำคัญต่อการเข้าถึงสื่อของผู้่าน ซึ่งในปัจจุบันมีเครื่องมือและอุปกรณ์พกพาที่รองรับการเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้สะดวก เพื่อให้กลุ่มผู้อ่านได้เข้าถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้มากขึ้น อีกทั้งต้องให้ความสำคัญกับการทำวิจัยค้นคว้าหาข้อมูลใหม่ ๆ เพื่อเตรียมการรองรับกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าของการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ รวมถึงจริยธรรมในการใช้สื่อ ที่ถูกต้องเพราะสื่อมวลชนอย่างหนังสือพิมพ์เป็นองค์ประกอบหลักในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเจาะลึกในเรื่องของรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพื่อพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่กำลังล้ำทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อรองรับกลุ่มผู้อ่านที่ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ล้ำสมัย
2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อจะได้ทราบสาเหตุและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีกลุ่มผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น รวมถึงควรมีการศึกษาถึงจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์ด้วย
3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
4. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเลือกศึกษาในเขตต่างจังหวัดด้วย เพื่อเป็นการขยายขอบเขตทางการวิจัยให้กว้างขวางและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น