

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กลุ่มสารนิเทศ สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2546). สรุปข้อมูลสถิตินิสิตนักศึกษา [Online]. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. [www.mua.go.th/ebook2/bookdetail.php](http://www.mua.go.th/ebook2/bookdetail.php).
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวการศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- กิตติพงศ์ ไทยเจริญ. (2541). การกำหนดนโยบายองค์กรและลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต (WWW) ของสื่อมวลชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ต้องจิตต์ สุวรรณศร. (2543). ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยนุช ประศาสน์กุล. (2544). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสาร รสนิยมและพฤติกรรมการแต่งกายของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พรทิพย์ โล่ห์เลขา. (2538). การรับส่งจดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ: อูษาการพิมพ์.
- พรรณพิมล วัฒนะภราดร. (2542). การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารกีฬาทางสื่อวารสารสันทนาการของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการวารสารสันทนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรเพ็ญ พยัทยากุล. (2541). การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชนี เชนจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ธิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. (2538). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: ชั่วฟ้า.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เรวดี คงสุภาพกุล. (2539). การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์. (2540). ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั่วไปกับการเปิดรับสื่อวารสารสนเทศของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการสื่อสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒินันท์ สุวิมลพันธ์. (2539). การตระหนักรู้ และพฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัทธินันท์ อาภากุล. (2543). การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการ "ถอดรหัส" ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัทธินันท์ ศรัทธา. (2544). การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการสื่อสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิรินุช วิเศษนลินวงษ์. (2543). การสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์และการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: เอ.เอ็น. การพิมพ์.
- สมใจ บุญศิริ. (2538). อินเทอร์เน็ต : นานาสาระแห่งบริการ. กรุงเทพฯ: สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. (2544). รสนิยม : ภาษาไทยยุคบริโภคนิยม. กรุงเทพฯ: โครงการหนังสือเล่ม สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สามารถ อินเทอร์เน็ต จำกัด, บริษัท. (2547). Audio Text [Online]. นนทบุรี: บริษัท สามารถ อินเทอร์เน็ต จำกัด. [www.go1900.com/audio\\_text.php](http://www.go1900.com/audio_text.php).
- สุกัญญา สุตบรรทัด. (2539). รายงานผลการวิจัยสำรวจความรู้ ทักษะ และการยอมรับของประชาชนต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุบรรณ พันธุ์วิสวาส และชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์. (2522). ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สุรัชย์ หวันแก้ว. (2540). การเปลี่ยนแปลงทางสังคมของไทยและแนวโน้มในอนาคต ปัญหาของไทยยุคสังคมแห่งการบริโภค : บริโภคนิยม. กรุงเทพฯ: โครงการ Global Competence. (อัดสำเนา)
- อภิปต์ย์ คลี่สุนทร. (2540). Internet และ Shoolnet กับการเสริมสร้างคุณภาพการศึกษาไทย. กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา)
- อรพินท์ ศักดิ์เยี่ยม. (2537). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, พัทธนี เขยจรรยา และ เมตตา วิวัฒนานุกูล. (2536). เทคโนโลยีสารสนเทศและบทบาทในการพัฒนาสังคมไทย : รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรัญญา ม้าลายทอง. (2539). การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัท ล็อกซเลย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### ภาษาอังกฤษ

- Comstock, George et al. (1978). Television and Human Behavior. New York: Columbia University Press.
- Hoffman, Donna L. and Novak, Thomas P. (1995). Marketing in Hypermedia Computer – Mediated Environments. Conceptual Foundations Project 2000. Owen Graduate School of Management.
- Katz, Elihu and other. (1994). The Use of Mass Communication . Current Perspective on Gratification Research. Beverly Hill: Sage.
- Krikelas, J. (1983). Information-Seeking Behaviour : Patterns and Concepts. Drexel Library Quqrterly 19.
- Toffler, Alvin. (1973). The Third Wave. New York: William Marrow.
- Watson, James. (1998). Media Communication : An Introduction for Theory and Process. London: Macmillian Press.

Webster, Noah. (1957). Webster's New Twentieth Century Dictionary of the English Usage. Cleveland: The Worked Publishing.

ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

### “ลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ”

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการสำรวจลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมในการใช้สื่อ อันเป็นประโยชน์ต่อกรวางแผนสื่อ เพื่อให้ตระหนักถึงการเลือกและเปิดรับสื่อเพื่อการใช้ประโยชน์หรือสนองความต้องการส่วนตัวของนิสิตนักศึกษา โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง ข้อมูลจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้นและจะไม่นำไปเปิดเผยในทางที่อาจกระทบสิทธิส่วนบุคคลได้  
คำแนะนำในการตอบ

- ❖ โปรดตอบคำถามทุกข้อ
- ❖ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ท่านคิดว่าเหมาะสมเพียงข้อเดียว
- ❖ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่กำหนดให้ในตาราง
- ❖ โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง ..... ให้สอดคล้องกับคำถาม และตรงตามความเป็นจริง

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ให้สอดคล้องกับคำถาม และตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. สถาบันการศึกษา

1. มหาวิทยาลัยของรัฐ

2. มหาวิทยาลัยเอกชน

3. ชั้นปีที่ .....

4. ศึกษาอยู่คณะวิชาใด

วิทยาศาสตร์ / วิศวกรรมศาสตร์

แพทยศาสตร์ / เภสัชศาสตร์ / พยาบาลศาสตร์ / เทคนิคการแพทย์ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

พาณิชยศาสตร์ / เศรษฐศาสตร์ / บัญชี / บริหาร และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

นิติศาสตร์ / รัฐศาสตร์ / สังคมศาสตร์ / ศึกษาศาสตร์ / ครุศาสตร์ / มนุษยศาสตร์ /

โบราณคดี / ศิลปศาสตร์ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

( ข้อ 4 มีต่อหน้าถัดไป )

- สถาปัตยกรรมศาสตร์ / มัณฑนศิลป์ / ศิลปกรรมศาสตร์ / จิตรกรรม / ประติมากรรม  
และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง
- นิเทศศาสตร์ / สื่อสารมวลชน และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง
- เกษตรศาสตร์ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง
- อื่น ๆ ระบุ .....

5. รายได้หรือค่าใช้จ่ายที่นักศึกษาได้รับโดยประมาณต่อเดือน

- ต่ำกว่า 3,000 บาท       3,001 – 5,000 บาท       5,001 – 7,500 บาท
- 7,501 – 10,000 บาท       10,001 – 15,000 บาท       15,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 30,000 บาท       มากกว่า 30,000 บาท

6. รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท       10,001 – 20,000 บาท       20,001 – 30,000 บาท
- 30,001 – 50,000 บาท       50,001 – 75,000 บาท       75,001 – 100,000 บาท
- มากกว่า 100,000 บาท



## ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อและข่าวสาร

7. โปรดใส่หมายเลขอันดับ 1, 2 และ 3 ในช่องว่างด้านหน้าของสื่อแต่ละประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, คลื่นสถานีวิทยุ, เว็บไซต์ และบริการออกดีโอเท็กซ์ทางโทรศัพท์ ที่ท่านเปิดรับข่าวสารเป็นประจำ (เรียงลำดับตามความถี่ในการเปิดรับจากมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และรองลงมาอันดับ 2 และ 3)

7.1 หนังสือพิมพ์ (ใส่หมายเลขในช่องว่างด้านหน้าชื่อของหนังสือพิมพ์ที่ท่านอ่านเป็นประจำหรือบ่อยที่สุด เรียงลำดับจาก มากที่สุดเป็นอันดับ 1 และรองลงมาอันดับ 2 และ 3)

..... ไทยรัฐ	..... เดลินิวส์	..... มติชน	..... คม ชัด ลึก
..... ข่าวสด	..... แนวหน้า	..... สยามรัฐ	..... บางกอกโพสต์
..... โพสต์ทูเดย์	..... กรุงเทพธุรกิจ	..... เดอะ เนชั่น	..... ฐานเศรษฐกิจ
..... ผู้จัดการ	..... สยามกีฬา	..... สตาร์ชอคเกอร์	..... สปอร์ตพูล
..... อื่นๆ โปรดระบุ .....			

(7.2) นิตยสาร (ใส่หมายเลขในช่องว่างด้านหน้าชื่อของนิตยสารที่ท่านอ่านเป็นประจำหรือบ่อยที่สุด เรียงลำดับจากมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และรองลงมาอันดับ 2 และ 3)

..... ELLE	..... SEVENTEEN	..... COSMOPOLITAN
..... HER WORLD	..... CLEO	..... แพรว
..... แพรวสุดสัปดาห์	..... พลอยแถมเพชร	..... IMAGE
..... MARIE CLAIRE	..... ดิจัน	..... LIPS
..... MADAME FIGARO	..... STARPICS	..... ENTERTAIN
..... TICK A SEAT	..... ดาราบันเทิง	..... ทิวพูล
..... ดาราภาพยนตร์	..... SPICY	..... LISA
..... สกุลไทย	..... กุลสตรี	..... ขวัญเรือน
..... เพื่อนเดินทาง	..... อสท.	..... FHM
..... GM	..... BOSS	..... ROOM
..... A DAY	..... BRAND AGE	
..... อื่นๆ โปรดระบุ .....		

(7.3) วิทยุ (ใส่หมายเลขในช่องว่างด้านหน้าชื่อของคลื่นสถานีวิทยุที่ท่านฟังเป็นประจำหรือบ่อยที่สุด เรียงลำดับจากมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และรองลงมาอันดับ 2 และ 3)

..... FM 88.0 MHz	..... FM 88.5 MHz	..... FM 89.0 MHz
..... FM 91.5 MHz	..... FM 93.0 MHz	..... FM 93.5 MHz
..... FM 94.0 MHz	..... FM 94.5 MHz	..... FM 95.5 MHz

( ข้อ 7.3 มีต่อหน้าถัดไป)



..... FM 98.0 MHz	..... FM 99.0 MHz	..... FM 99.5 MHz
..... FM 100.0 MHz	..... FM 101.0 MHz	..... FM 102.5 MHz
..... FM 103.5 MHz	..... FM 104.0 MHz	..... FM 104.5 MHz
..... FM 105.0 MHz	..... FM 105.5 MHz	..... FM 106.0 MHz
..... FM 106.5 MHz	..... อื่นๆ โปรดระบุ .....	

- (7.4) โทรทัศน์ (ใส่หมายเลขในช่องว่างด้านหน้าชื่อของสถานีโทรทัศน์ที่ท่านเปิดรับชมเป็นประจำหรือบ่อยที่สุดเรียงลำดับจากมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และรองลงมาอันดับ 2 และ 3)

..... ช่อง 3	..... ช่อง 5	..... ช่อง 7
..... ช่อง 9	..... ช่อง 11	..... ใจทีวี
..... อื่นๆ โปรดระบุ .....		

- (7.5) อินเทอร์เน็ต (ใส่หมายเลขในช่องว่างด้านหน้าชื่อของเว็บไซต์ที่ท่านเข้าไปใช้เป็นประจำหรือบ่อยที่สุดเรียงลำดับจากมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และรองลงมาอันดับ 2 และ 3)

..... www.hotmail.com	..... www.yahoo.com
..... www.google.com	..... www.pantip.com
..... www.kapook.com	..... www.teenee.com
..... www.sanook.com	..... www.keepalbum.com
..... www.fevergame.com	..... www.ragnarok.in.th
..... www.mthai.com	..... www.thaimail.com
..... www.chaiyo.com	..... www.siamsport.co.th
..... www.xgoal.com	..... www.tarad.com
..... www.pramool.com	..... www.amazon.com
..... www.lycos.com	..... www.gettyimage.com
..... www.time.com	..... www.discovery.com
..... อื่นๆ โปรดระบุ .....	

- (7.6) บริการอดิโอเท็กซ์ทางโทรศัพท์ (ใส่หมายเลขในช่องว่างด้านหน้าชื่อของบริการอดิโอเท็กซ์ที่ท่านใช้บริการเป็นประจำหรือบ่อยที่สุดเรียงลำดับจากมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และรองลงมาอันดับ 2 และ 3)

..... บริการโหลดเสียงเพลงเรียกเข้า (Ringtone) ของโทรศัพท์มือถือยี่ห้อต่างๆ เช่น

- enjoy108	หมายเลขโทรศัพท์ 1900-180-155
- Inter Song	หมายเลขโทรศัพท์ 1900-111-189
- RS ringtone	หมายเลขโทรศัพท์ 1900-111-282

\*\*และรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการโหลดเสียงเพลงเรียกเข้า (Ringtone)\*\*

( ข้อ 7.6 มีต่อหน้าถัดไป )

..... บริการโหลดรูปภาพต่างๆ , wallpaper, game, e-card และข้อความของโทรศัพท์มือถือยี่ห้อต่างๆ เช่น

- |                              |                              |
|------------------------------|------------------------------|
| - DJiING                     | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-555-665 |
| - ลูกทุ่งออนไลน์             | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-108-120 |
| - Tigermob JAVA Game Gallery | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-777-892 |
| - LOGO Gallery               | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-555-570 |

**\*\*และรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการโหลดรูปภาพต่างๆ , wallpaper, game, e-card และข้อความ\*\***

..... บริการสายด่วนความรัก หาเพื่อนคุย แลกเปลี่ยนการสนทนากับเพื่อนกลุ่มใหม่ๆ เช่น

- |                       |                              |
|-----------------------|------------------------------|
| - One 2 All Chat Line | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-555-548 |
| - Friends Line        | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-999-182 |
| - เพื่อนกันพันเก้า    | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-111-105 |
| - Love Cafe           | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-777-843 |

**\*\*และรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการสายด่วนความรัก หาเพื่อนคุย แลกเปลี่ยนการสนทนากับเพื่อนกลุ่มใหม่ๆ\*\***

..... บริการทำนายโชคชะตาราศี โหราพยากรณ์ ดูดวง เช่น

- |                         |                              |
|-------------------------|------------------------------|
| - ห้องโหราพยากรณ์ ดูดวง | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-999-193 |
| - ตำหนักพยากรณ์         | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-111-105 |
| - ทาโรต์ 3 นาที         | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-333-125 |

**\*\*และรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการทำนายโชคชะตาราศี โหราพยากรณ์ ดูดวง\*\***

..... บริการเล่นเกมผ่านทางออดิโอเท็กซ์ การลงทะเบียนสำหรับร่วมสนุกในรายการต่างๆ ทางโทรศัพท์และเว็บไซต์ เช่น

- ลงทะเบียนสำหรับสมัครเข้าแข่งขันในรายการเจาะเซฟ ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
- ลงทะเบียนสำหรับสมัครเข้าแข่งขันในรายการเกมเศรษฐีมหาชน ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

**\*\*และรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการเล่นเกมผ่านทางออดิโอเท็กซ์ การลงทะเบียนสำหรับร่วมสนุกในรายการต่างๆ ทางโทรศัพท์และเว็บไซต์\*\***

..... บริการด้านความบันเทิง ได้แก่ เล่าเรื่องสยองขวัญ เรื่องลึกลับ เรื่องขำขัน ตลกไปกษา และอื่นๆ เช่น

- |                            |                              |
|----------------------------|------------------------------|
| - ผจญดินแดนผีสิง           | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-333-296 |
| - เสียงผีสำหรับแกล้งเพื่อน | หมายเลขโทรศัพท์ 1900-555-788 |

**\*\*และรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านความบันเทิง ได้แก่ เล่าเรื่องสยองขวัญ เรื่องลึกลับ เรื่องขำขัน ตลกไปกษา และอื่นๆ\*\***

8. โดยเฉลี่ยท่านใช้สื่อข่าวสารดังกล่าวข้างต้นบ่อยแค่ไหน  
(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านในแต่ละสื่อ)

สื่อที่ใช้หรือเปิดรับ	ความบ่อยในการใช้สื่อข่าวสาร					
	บ่อยมาก / ประจำ	ค่อนข้าง บ่อย	ปานกลาง	นานๆ ครั้ง	น้อยมาก	ไม่เคยเลย
• หนังสือพิมพ์						
• นิตยสาร						
• วิทยุ						
• โทรทัศน์						
• อินเทอร์เน็ต						
• บริการ ฮอตไอเท็กซ์						

- (8.1) โดยเฉลี่ยในแต่ละวันท่านใช้เวลากับสื่อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

สื่อ	เฉลี่ยเวลาในการใช้ต่อวัน					
	มากกว่า 5 ชม. /วัน	3-5 ชม. /วัน	2-3 ชม. /วัน	1-2 ชม. /วัน	30-60 นาที /วัน	น้อยกว่า 30 นาที /วัน
• หนังสือพิมพ์						
• นิตยสาร						
• วิทยุ						
• โทรทัศน์						
• อินเทอร์เน็ต						
• บริการฮอตไอเท็กซ์						

## 9. ท่านมักแสวงหาการพักผ่อนและความบันเทิงต่างๆ ไปจากแหล่งต่อไปนี้บ่อยเพียงใด

ข่าวสารและแหล่งบันเทิง	ระดับความบ่อย					
	บ่อย / ประจำ	ค่อนข้างบ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่เคย
• ดูหนัง						
• ดูคอนเสิร์ต						
• ไปคาราโอเกะ						
• เทียวเรค ฟังเพลงตามคลับ / เล้าจัน / ผับ						
• ดูหนัง ฟังเพลงจากเครื่องเล่นที่บ้าน						
• เล่นเกมคอมพิวเตอร์						
• เล่นอินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์						
• โทรศัพท์คุยกับเพื่อน						
• ซ้อมปิ้ง						
• อ่านการ์ตูน						
• อ่านหนังสือเพื่อเกิดน้ำค						
• อ่านนวนิยาย						

10. ปกติท่านชอบเปิดรับสื่อและรับรู้ข่าวสารหรือบริโภคของต่างประเทศหรือของไทยมากกว่ากันในเรื่องต่างๆ  
ต่อไปนี้

(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่าน โดยเลือกตอบไทย ต่างประเทศ หรือพอๆ กัน  
เพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง)

แหล่งบันเทิง	ไทยมากกว่า	ต่างประเทศ มากกว่า	พอๆ กัน
• ดู / ฟัง / อ่านข่าวสาร ประจำวัน			
• ชอบฟังเพลง			
• ชอบดูหนัง			
• ชอบเข้าเว็บไซต์			
• ชอบดูกีฬา			
• ชอบกินอาหาร			
• ชอบแบรนด์เครื่องแต่งกาย			
• ชอบท่องเที่ยว			
• ชอบอ่านหนังสือ			



### ส่วนที่ 3 เป้าหมาย แนวคิด รสนิยมการใช้สื่อสารสนเทศ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านในแต่ละข้อ

11. ท่านมีเป้าหมายในการใช้สื่อสารสนเทศต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

เป้าหมาย / วัตถุประสงค์การใช้สื่อ	ระดับความสำคัญที่เป็นเป้าหมายในการใช้สื่อ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เลย
• เพื่อติดตามข่าวสารเหตุการณ์รอบตัว						
• เพื่อนำเอาตัวอย่างที่เห็นหรือได้จากสื่อมาเป็นแนวทางในการกำหนดวิถีชีวิตและปฏิบัติตนเองในเรื่องต่างๆ ให้เป็นที่ยอมรับและสามารถดำรงอยู่ในสังคมได้ตามที่ตนเองต้องการ						
• เพื่อความสนุกสนานบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ						
• การเปิดรับสื่อหรือรู้ข่าวสารช่วยให้ตนเองไม่กลายเป็นคนเขยล้าสมัยหรือไม่เป็นที่ยอมรับของคนอื่นๆ						
• เพื่อเติมเต็มให้กับชีวิตในสังคมยุคใหม่ที่ใครๆ เขาก็เปิดรับสื่อกันทั้งนั้น เสมือนหนึ่งเป็นกิจกรรมในชีวิตประจำวันที่ขาดไม่ได้						
• เพื่อแสวงหาความรู้ความคิดเห็นต่างๆ						
• เพื่อเอาข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการศึกษา						
• เพื่อความรอบรู้ที่จะเป็นประโยชน์กับการดำเนินชีวิตในสังคม						

12. ปกติในการเปิดรับสื่อไม่ว่าจากหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารฉบับใด จากวิทยุหรือโทรทัศน์ สถานีหรือรายการใด เว็บไซต์อะไร หรือใช้บริการโทรศัพท์แบบใดก็ตาม ท่านคิดว่าเกิดจากปัจจัยดึงดูดใจด้านใดบ้างที่ให้เข้าไปใช้หรือบริโภค และปัจจัยเหล่านั้นมีผลนำไปสู่การใช้หรือบริโภคมากน้อยแค่ไหน

ปัจจัยจูงใจให้เลือกใช้หรือบริโภคสื่อ	ระดับของปัจจัยจูงใจที่มีผลให้เลือกใช้สื่อต่างๆ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เลย
<b>ปัจจัยจากตัวสื่อ</b>						
● เนื่องจากสื่อที่ใช้นั้นมีเนื้อหาหลากหลาย น่าลองเข้าไปใช้ดู						
● เพราะสื่อ นั้น มี เนื้อหาตอบสนองตรงตามความต้องการของตนได้ดี						
● เพราะสื่อ นั้น มี ลักษณะพิเศษที่โต้ตอบหรือสนทนาซึ่งกันและกันได้ 2 ทาง						
● เพราะสื่อ นั้น ให้ความสะดวกในการใช้งานได้ ทุกที่ทุกเวลา						
● เพราะสื่อ นั้น มี เนื้อหาสาระที่ใช้ประโยชน์ได้โดยตรงกับการดำเนินชีวิตหรือประกอบอาชีพ						
● เนื่องจากสื่อ นั้น ให้ความบันเทิงได้ดีกว่าสื่ออื่น ๆ						
● เพราะการใช้สื่อ นั้น ให้ความเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเองได้เต็มที่						
● เพราะสื่อ นั้น มี ลักษณะผสมผสานให้ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว มีทั้งวิทยุ ซีดี ดีวีดี หนังสือ เพลง และรายการโทรทัศน์ อยู่ด้วยกันในสื่อเดียว						
● เพราะเป็นสื่อที่ให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างจินตนาการได้กว้างขวาง						

(ข้อ 12 มีต่อหน้าถัดไป)

ปัจจัยจูงใจให้เลือกใช้หรือบริโภคสื่อ	ระดับของปัจจัยจูงใจที่มีผลให้เลือกใช้สื่อต่างๆ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เลย
<p><u>ปัจจัยจากตัวสื่อ (ต่อ)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เพราะสื่อ นั้นมีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออื่นๆ</li> <li>● เพราะสื่อ นั้นสดใหม่ รวดเร็ว เป็น Real Time นำเสนอสิ่งที่เกิดขึ้นทันทีทันเวลาที่เป็นจริง</li> <li>● เพราะ สื่อ นั้นมีประโยชน์ หลากหลายให้เลือกใช้</li> <li>● เพราะสื่อ นั้นเหมาะกับคนมีรสนิยม</li> </ul>						
<p><u>ปัจจัยจากการโฆษณา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● มีการโฆษณาเข้ายวณ ชักจูงใจทำให้ น่าสนใจ อยากทดลองใช้สื่อ นั้น</li> <li>● มีการแข่งขันและมีโปรโมชั่น ส่งเสริมการขายในการใช้สื่อ นั้นๆ ทำให้รู้สึกว่าคุณค่า ราคาไม่แพงนัก</li> </ul>						
<p><u>ปัจจัยสังคมรอบด้าน</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เพื่อนๆ ชักชวนหรือแนะนำให้ใช้สื่อ นั้นๆ</li> <li>● ใช้สื่อ เพื่อให้รู้สึกที่ไม่ด้อยกว่าคนอื่น</li> <li>● ใช้สื่อ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของเพื่อนๆ ว่าไม่เชย</li> <li>● ใช้สื่อ เพราะจะได้รู้สึกทันสมัย</li> <li>● ใช้สื่อ เพราะรู้สึกว่าเป็นผู้มีรสนิยม</li> <li>● ใช้สื่อ เพราะใครๆ เขาก็ใช้</li> </ul>						



13. ท่านคิดว่าลักษณะพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารและสื่อต่างๆ ที่เป็นอยู่ของท่านในขณะนี้ ในสายตาของคนทั่วไปเป็นอย่างไร

ลักษณะการบริโภคสื่อและข่าวสารที่เป็นอยู่ในสายตาคนทั่วไป	คิดว่ามีลักษณะในแต่ละด้านมากน้อยแค่ไหนในสายตาคนอื่น ๆ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เลย
• จัดอยู่ในคนที่มีรสนิยมดีในการใช้สื่อคนหนึ่ง						
• เป็นคนที่มีรสนิยมทันสมัยในการใช้สื่อ						
• เป็นคนที่มีความรู้รอบด้านเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อและข่าวสารประจำ						
• เป็นคนใช้สื่อมากจนเหมือนเสพติดสื่อ						
• เป็นที่ยอมรับของคนรอบข้างว่ามีความรอบรู้หรือทันสมัย						
• เป็นผู้นำความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ เสมอ						
• เป็นคนที่ค่อนข้างปิดหูปิดตากับโลกภายนอก						
• เป็นคนสนใจแต่เรื่องบันเทิงเริงรมย์						
• ค่อนข้างสนใจสิ่งที่สร้างจินตนาการในโลกความเป็นจริง						
• เป็นคนค่อนข้างห่างเหินข่าวสารจากสื่อต่างๆ						
• เป็นคนล้าสมัยไม่ทันเหตุการณ์						

## 14. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรสนิยมของตัวเอง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรสนิยม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	กำกวม	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
• รสนิยมเป็นเรื่องของแต่ละคน ไม่จำเป็นต้องแคร้ความรู้สึก คนอื่น					
• รสนิยมบ่งบอกสถานะในสังคม					
• คนไร้รสนิยมมักไม่เป็นที่ ยอมรับในสังคม					
• การใช้สื่อหรือการบริโภค ข่าวสารประเภทใดไม่เกี่ยวกับ การมีรสนิยมหรือไม่มีรสนิยม					
• คนที่ติดตามข่าวสาร ต่างประเทศมักดูเป็นคนมี รสนิยม					
• พวกหมกมุ่นข่าวบันเทิง ส่วนมากเป็นคนระดับล่าง					
• คนที่ใช้คอมพิวเตอร์แสดงว่า เป็นพวกไม่ล้าสมัย					
• ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการ ติดตามข่าวสารเป็นประจำมัก เป็นคนทันสมัย มีระดับ การศึกษา มีสถานภาพทาง สังคม					
• การมีโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพหลากหลาย บ่งบอกถึงฐานะทางสังคม อย่างหนึ่ง					
• ไม่มีเงินไม่เป็นไรแต่อย่าถูก มองว่าไร้รสนิยม					

( ข้อ 14 มีต่อหน้าถัดไป )

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรสนิยม (ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	กำกวม	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
• ตนเองมักมีรสนิยมตามกระแส สื่อและการโฆษณาในสื่อต่างๆ					
• มีสื่ออยู่กับตัวทำให้รู้สึกภูมิใจ เชื่อมั่น แม้มีได้นำมาใช้ก็ตาม					
• การมีสื่อต่างๆ เป็นของตนเอง แม้ไม่ได้ใช้ แต่ทำให้ดูเป็นคน ทันสมัย เป็นที่ยอมรับในสังคม					
• เพื่อนๆ มักเป็นผู้กำหนด รสนิยมของข้าพเจ้า					

🌸🌸🌸🌸 ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ 🌸🌸🌸🌸

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์



นางสาวสิริพงษ์ สุวรรณโกติน เกิดเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2523 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1) สาขาวิชาวรรณกรรมสำหรับเด็ก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เมื่อปีการศึกษา 2544 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (ภาค ปกติ) สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2545