

อิทธิพลของนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ ต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

จรรยาพร ไชงาม^{1*} และ วีรศักดิ์ นาชัยดี¹

¹สาขาวิชานิติศาสตร์(การสื่อสารการตลาดดิจิทัล) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*chanyaapron@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้และทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมต่อนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ และ2)ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวโดยนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าผลการศึกษาพบว่าการรับรู้และทัศนคติต่อนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88) ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดคือ ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย = 3.96) ขณะที่ความน่าดึงดูดใจมีคะแนนต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.67) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88) โดยการรับชมจนจบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.97) กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มติดตามสำนักข่าวเพิ่มขึ้นเมื่อมีการใช้ นักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.91) ประเด็นที่ควรปรับปรุง ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเป็นมนุษย์ในการสื่อสาร และ ความโปร่งใสในการใช้งาน ข้อเสนอแนะคือควรพัฒนาระบบตรวจสอบข้อเท็จจริง เสริมการถ่ายทอดอารมณ์ให้เป็นธรรมชาติ และเปิดเผยการใช้ ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น

คำสำคัญ: นักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ การรับรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร



Influence of AI News Anchors on News Consumption Behavior of Nakhon Pathom Rajabhat University Students.

Chanyapron Haingam^{1*} and Virasak Nachaidee¹

¹Communication Arts (Digital Marketing Communication), Faculty of Management Science, Nakhon Pathom
Rajabhat University

*chanyaapron@gmail.com

Abstract

This research aims to: 1) study the perceptions and attitudes of Nakhon Pathom Rajabhat University students toward artificial intelligence (AI) news anchors, and 2) investigate students' news consumption behavior regarding news presented by AI journalists. This quantitative study utilized a sample of 400 Nakhon Pathom Rajabhat University students selected via stratified random sampling. The research instrument was an online questionnaire. Data were analyzed using percentages, means, and standard deviations.

The findings revealed that the overall perception and attitude toward AI news anchors were at a high level (mean = 3.88). The aspect with the highest rating was the accuracy of information (mean = 3.96), while attractiveness received the lowest score (mean = 3.67). News consumption behavior regarding AI journalists was also at a high level (mean = 3.88), with watching the content until the end yielding the highest average (mean = 3.97). Furthermore, the sample groups tended to follow news agencies more if AI news anchors were utilized (mean = 3.91). Key areas identified for improvement include credibility, human-like communication, and operational transparency. The study recommends developing robust fact-checking systems, enhancing natural emotional expression, and disclosing the use of artificial intelligence to build trust among consumers.

Keywords: AI News Anchors, Perception, Attitude, News Consumption Behavior

1. บทนำ

ในทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนทั่วโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผัน (Disruptive Technology) จากการเข้ามาของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ที่ไม่ได้จำกัดบทบาทเพียงแค่การประมวลผลข้อมูลหลังบ้าน แต่ได้ก้าวเข้ามาสู่บทบาทหน้าจอในฐานะนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ (AI News Anchors) หรือผู้ประกาศข่าวเสมือนจริง (Virtual Presenters) ซึ่งสามารถรายงานข่าวได้ตลอด 24 ชั่วโมงด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่ามนุษย์ (Edwards et al., 2024) สำหรับประเทศไทย สื่อกระแสหลักเริ่มมีการนำร่องใช้นักข่าวปัญญาประดิษฐ์อย่างแพร่หลาย เช่น รายการข่าวทางช่อง 7HD และไทยรัฐทีวี ซึ่งใช้เทคโนโลยีการสังเคราะห์เสียงและใบหน้าเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม อย่างไรก็ตาม สถิติจากรายงาน Digital News Report (2023) ระบุว่า แม้ผู้บริโภคจะมีความตื่นตัวต่อเทคโนโลยี แต่ระดับความเชื่อถือ (Trust) ในข่าวที่ผลิตโดยปัญญาประดิษฐ์ยังคงมีช่องว่างเมื่อเทียบกับข่าวที่รายงานโดยมนุษย์ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Gen Z) ที่มี

ความอ่อนไหวต่อความถูกต้องและความจริงแท้ของเนื้อหา (Authenticity) ประกอบกับกลไกการเลือกเปิดรับสื่อ (Selective Exposure) ของผู้รับสารในปัจจุบันที่มีความเฉพาะเจาะจงและซับซ้อนขึ้นอย่างมาก การเปิดรับสารไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเพราะความแปลกใหม่ของเทคโนโลยี แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยความเร็ว ความกระชับ และรูปแบบการนำเสนอที่ดึงดูดใจผู้ชมให้ติดตามเนื้อหาจนจบโดยไม่เลื่อนผ่าน สภาพปัญหาที่สำคัญคือ การขยายตัวของเทคโนโลยีนี้อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การเลือกรับข่าวสารของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ซึ่งหากขาดการศึกษาที่ชัดเจนจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารภาครัฐและเอกชนในอนาคต

ความจำเป็นในการศึกษาเรื่องนี้มีความสำคัญต่อการปรับตัวของสถาบันอุดมศึกษาและวงการวิชาชีพสื่อ เนื่องจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ถือเป็นตัวแทนของกลุ่มผู้บริโภคข่าวสารรุ่นใหม่ในเขตภูมิภาคที่มีอัตราการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์สูงเป็นลำดับต้นๆ ของประเทศ (กมลวรรณ และคณะ, 2566) ทว่างานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นไปที่ประสิทธิภาพทางเทคนิคของระบบปัญญาประดิษฐ์ หรือการศึกษาในกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวงเป็นหลัก ทำให้ขาดข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception) และทัศนคติ (Attitude) ของนักศึกษาในสถาบันราชภัฏ ซึ่งมีอัตลักษณ์และบริบทการใช้ชีวิตที่เฉพาะตัว อีกทั้งพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลของวัยรุ่นในระดับภูมิภาค มักเผชิญกับการหลั่งไหลของข้อมูลมากเกินไป (Information Overload) ทำให้ระยะเวลาในการจดจ่อและการตัดสินใจคลิกเปิดรับข่าวสารลดลง การมีนวัตกรรมนักข่าวปัญญาประดิษฐ์เข้ามาจึงอาจเป็นทั้งโอกาสในการกระตุ้นความสนใจ หรืออุปสรรคที่เพิ่มอัตราการปฏิเสธการรับชม นอกจากนี้ ยังพบปัญหาความไม่น่าไว้วางใจ (Uncanny Valley) ที่ผู้ชมมักรู้สึกอึดอัดกับลักษณะของปัญญาประดิษฐ์ที่ดูคล้ายมนุษย์มากเกินไปแต่ขาดอารมณ์ความรู้สึก (Jung, 2023) หากผู้ผลิตสื่อไม่เข้าใจทัศนคติเหล่านี้ การนำนักข่าวปัญญาประดิษฐ์มาใช้แทนที่จะเป็นการดึงดูดผู้ชม อาจกลายเป็นการผลัดภาระและลดทอนความตั้งใจในการเปิดรับข่าวสาร (Information Avoidance) ของนักศึกษาลงได้ การวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการประเมินอิทธิพลของเทคโนโลยีต่อมนุษย์ในมิติของนิเทศศาสตร์

เป้าหมายสำคัญของงานวิจัยชิ้นนี้คือการสำรวจภาพสะท้อนที่แท้จริงของการรับรู้และทัศนคติ รวมถึงจำแนกรูปแบบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมที่เปลี่ยนไปตามอิทธิพลของการนำเสนอโดยนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ จุดมุ่งหมายสูงสุดคือการสร้างชุดความรู้ที่จะช่วยแก้ปัญหาคือการสื่อสารที่คลาดเคลื่อนระหว่างเทคโนโลยีกับผู้รับสาร โดยผลการศึกษาจะถูกนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ให้แก่คณะนิเทศศาสตร์และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับจริยธรรมและการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ในอนาคต อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตสื่อมวลชนในการออกแบบนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ให้มีลักษณะที่เหมาะสม เข้าถึงง่าย และได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มเป้าหมายวัยศึกษา อันจะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัลไทยให้มีความยั่งยืนและตอบโจทย์ผู้รับสารในยุคถัดไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 ศึกษาการรับรู้และทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมต่อนักข่าวปัญญาประดิษฐ์
- 2.2 ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวโดยนักข่าวปัญญาประดิษฐ์

3. วิธีวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ปีการศึกษา 2568 -2569 รวมทั้งสิ้น 3,540 คน กลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ตามตารางดังต่อไปนี้



ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวนประชากร	จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง	รวมประมาณ
คณะในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม			
คณะครุศาสตร์	1,054	$400 \times \frac{1054}{12260}$	34
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	3,283	$400 \times \frac{3283}{12260}$	107
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	4,074	$400 \times \frac{4074}{12260}$	133
คณะวิทยาการจัดการ	3,570	$400 \times \frac{3570}{12260}$	117
คณะพยาบาลศาสตร์	279	$400 \times \frac{279}{12260}$	9

3.2 เครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ เช่น เพศ อายุ ชั้นปี

ตอนที่ 2 การรับรู้และทัศนคติต่อนักข่าวปัญญาประดิษฐ์

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมและผลกระทบ

3.3 การหาคุณภาพเครื่องมือ

ความตรงตามเนื้อหา (Validity) นำร่างแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์และเทคโนโลยีสื่อจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (ค่า IOC) โดยต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป และความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.70

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สร้างแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Google Forms) ประสานงานขอความอนุเคราะห์จากสโมสรนักศึกษา หรือเพจประชาสัมพันธ์ของคณะต่างๆ เพื่อเผยแพร่ QR Code แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูล จนกว่าจะครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนนำไปประมวลผล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics): ใช้ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

4. ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ ต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภครายการพฤติกรรมการเปิดรับสารจำนวน 400 คน มีผลการวิจัยโดยแบ่งเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้



1. การรับรู้และทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมต่อนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นการรับรู้และทัศนคติของนักศึกษาต่อนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ ต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

การรับรู้และทัศนคติของนักศึกษาต่อนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ ต่อ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น (N = 400)		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปล ความหมาย
1. ท่านรู้จักหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ มาก่อน	3.88	1.13	มาก
2. ท่านมองว่านักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ สามารถสรุปข่าวให้เข้าใจได้ ง่ายมากขึ้น	3.89	1.15	มาก
3. ท่านรู้สึกว่่านักข่าวปัญญาประดิษฐ์ มีความสมัยและน่าดึงดูดใจ ในการนำเสนอ	3.67	1.05	มาก
4. ท่านเชื่อมั่นในความถูกต้องและความแม่นยำของข้อมูลที่ นำเสนอโดยนักข่าวปัญญาประดิษฐ์	3.96	1.02	มาก
5. ท่านคิดว่านักข่าวปัญญาประดิษฐ์ ขาดอารมณ์ความรู้สึกและ ความเป็นธรรมชาติเมื่อเทียบกับมนุษย์	3.90	1.12	มาก
6. ท่านมองว่านักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ จะเข้ามาแทนที่นักข่าวที่ เป็นมนุษย์ได้ในอนาคต	3.90	1.12	มาก
7. ท่านสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างนักข่าวที่เป็นมนุษย์ กับปัญญาประดิษฐ์ ได้อย่างชัดเจน	3.90	1.11	มาก
8. ท่านคิดว่านักข่าวปัญญาประดิษฐ์ เหมาะกับการนำเสนอข่าว บางประเภทเท่านั้น	3.93	1.15	มาก
9. ท่านเห็นด้วยที่นักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ สามารถนำเสนอข่าวได้ ตลอด 24 ชม.	3.87	1.15	มาก
10. โดยรวมแล้ว ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อนักข่าวปัญญาประดิษฐ์	3.93	1.08	มาก

จากตารางที่ 1 จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ท่านเชื่อมั่นในความถูกต้องและความแม่นยำของข้อมูลที่นำเสนอโดยนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 1.02) รองลงมา คือ ท่านคิดว่านักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ เหมาะกับการนำเสนอข่าวบางประเภทเท่านั้น และโดยรวมแล้ว ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ ($\bar{x} = 3.93$) ขณะที่ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ท่านรู้สึกว่่านักข่าวปัญญาประดิษฐ์ มีความสมัยและน่าดึงดูดใจในการนำเสนอ ($\bar{x} = 3.67$ S.D. = 1.05) ซึ่งยังคงอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามยอมรับประสิทธิภาพของนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ ในเชิงข้อมูลมากกว่าเชิงอารมณ์ความรู้สึก

2. พฤติกรรมการรับข่าวสารของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวโดยนักข่าวปัญญาประดิษฐ์

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากนักข่าวปัญญาประดิษฐ์

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์	ระดับความคิดเห็น (N = 400)		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. ท่านใช้เวลารับชมข่าวที่นำเสนอโดยปัญญาประดิษฐ์ จนจบเนื้อหา โดยไม่เลื่อนผ่าน	3.97	1.18	มาก
2. ท่านมีพฤติกรรมที่เปิดรับข่าวสารจากนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ บ่อย หลายครั้งต่อสัปดาห์	3.88	1.17	มาก
3. ท่านใช้เวลารับชมข่าวจากนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ ในแต่ละครั้งเป็นเวลานาน	3.85	1.18	มาก
4. ท่านชอบสำนักข่าวที่นำเสนอข่าวโดยใช้นักข่าวปัญญาประดิษฐ์ รายงาน	3.86	1.19	มาก
5. ท่านมักจะแชร์หรือส่งต่อข่าวสารที่นำเสนอโดยนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ ไปยังสื่อออนไลน์	3.82	1.10	ปานกลาง
6. ท่านตัดสินใจติดตาม สำนักข่าวเพิ่ม หากมีการนำเทคโนโลยีนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ มาใช้	3.91	1.13	ปานกลาง
7. ท่านเลือกดูข่าวจากนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ เพราะความรวดเร็ว กระชับ	3.88	1.14	มาก

จากตารางที่ 2 จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากนักข่าวปัญญาประดิษฐ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$ = 3.88) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การใช้เวลาชมจนจบเนื้อหาโดยไม่เลื่อนผ่าน ($\bar{X}$ = 3.97) รองลงมาคือ การตัดสินใจติดตามสำนักข่าวเพิ่มหากมีการใช้ปัญญาประดิษฐ์ มาใช้ ($\bar{X}$ = 3.91)

5. สรุปผลการวิจัย

5.1 การรับรู้และทัศนคติ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.3) และศึกษาในสาขาวิชาการจัดการทั่วไป (ร้อยละ 26.3) ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้และทัศนคติต่อนักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ ในระดับ มาก โดยประเด็นที่โดดเด่นที่สุดคือ ความเชื่อมั่นในความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล ในขณะที่ประเด็นเรื่องความน่าดึงดูดใจเป็นธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

5.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นหลัก โดยใช้ทฤษฎีการรับรู้และทัศนคติเป็นตัวขับเคลื่อนพฤติกรรม พบว่าความแปลกใหม่ของเทคโนโลยี (Novelty Effect) มีผลต่อความสนใจในช่วงแรก แต่ความยั่งยืนของการเปิดรับขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือและการยืนยันข้อมูลจากมนุษย์

6. อภิปรายผล

6.1 ความน่าเชื่อถือเทียบกับความเป็นธรรมชาติ

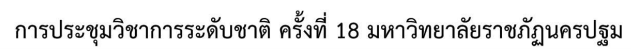
เมื่อนักศึกษาจะเชื่อมั่นในความแม่นยำของปัญญาประดิษฐ์ แต่ยังคงรับรู้ถึงปัญหาความไม่น่าไว้วางใจ (Uncanny Valley) เนื่องจากปัญญาประดิษฐ์ ขาดอารมณ์ความรู้สึก (Empathy) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Warner (2025) ที่ระบุว่า ผู้รับสารให้คะแนนด้านอารมณ์แก่นักข่าวปัญญาประดิษฐ์ ต่ำกว่ามนุษย์อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การที่ปัญญาประดิษฐ์ พยายามเลียนแบบมนุษย์มากเกินไปโดยปราศจากการถ่ายทอดความรู้สึกที่แท้จริง อาจส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกต่อต้าน หรือไม่สบายใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Uncanny Valley ที่อธิบายโดย Belanche et al. (2021) ว่าการออกแบบที่เน้นความสมจริงของมนุษย์มากเกินไปจะส่งผลเชิงลบต่อการยอมรับของผู้ใช้งาน (Audience Receptivity) อย่างไรก็ตาม มิติความน่าเชื่อถือในเชิงข้อมูลยังคงได้รับการยอมรับในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Rui and Yan (2024) ที่ระบุว่าการรายงานข่าวด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยเพิ่มความเที่ยงตรง ความถูกต้องแม่นยำ และความรวดเร็วในการกระจายข่าวสารสู่สาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 อิทธิพลต่อพฤติกรรมผ่านทฤษฎีการรับรู้

ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ว่านักข่าว ปัญญาประดิษฐ์ เป็นสัญลักษณ์ของความล้าสมัยส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติของ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการที่ต้องปรับตัวตามเทคโนโลยี สอดคล้องกับแนวคิดของ พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล (2565) ที่ว่า นวัตกรรมตัวตนเสมือน (Avatar) เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรมการรับสารแบบเรียลไทม์ ปรากฏการณ์นี้สามารถ อธิบายเพิ่มเติมได้ด้วยทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion of Innovations) ซึ่งสอดคล้องกับ Fitria (2024) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมที่เปิดรับและความตั้งใจในการแสวงหาข้อมูลของผู้รับสารรุ่นใหม่มักถูกขับเคลื่อนด้วยการรับรู้ถึงความล้าสมัยและ ความสามารถเชิงเทคโนโลยีของนวัตกรรมนั้นๆ ตลอดจนพฤติกรรมที่เปิดรับชมข่าวจนจบของผู้รับสารยังได้รับอิทธิพลจาก องค์ประกอบภาพและการนำเสนอ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jin et al. (2021) ที่ระบุว่าลักษณะการปรากฏกาย (Physical Presence) และการเคลื่อนไหวที่เป็นธรรมชาติของนักข่าวเสมือนจริง มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการกระตุ้นความน่า ดึงดูดใจเชิงทัศนิกภาพและรักษาการจดจ่อ (Audience Engagement) ของผู้ชมในยุคดิจิทัล

7. เอกสารอ้างอิง (References)

- [1] Belanche, D., Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2021). Understanding user acceptance of anthropomorphic virtual influencers in the uncanny valley. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, Article 102648.
- [2] Dörr, K. N. (2021). *Algorithmic journalism: Current applications and future perspectives*. Routledge.
- [3] Fitria, T. N. (2024). Artificial intelligence in journalism: Redefining news production, anchors, and environmental reporting. *International Journal of Environmental Studies and Green Technologies*, 5(2), 112–128.
- [4] Ngam, C., & Nachdee, V. (2026). Influence of AI news anchors on news consumption behavior of Nakhon Pathom Rajabhat University students [Unpublished manuscript]. Department of Communication Arts (Digital Marketing Communication), Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University.
- [5] Iamsaeng, J., & Worakullattanee, K. (2026). Thailand media landscape 2026: Consumer behavior shapes the new game in the AI and video-first era. Dataxet. <https://www.dataxet.co/media-landscape/2026-th/thailand-media-trends>



- นวัตกรรมการวิจัยสู่สังคมอัจฉริยะและการพัฒนาอย่างยั่งยืน