

## บทที่ 2

### แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility)

ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ซึ่งอริสโตเติล(อ้างถึงใน Bettinghaus,1973) เคยกล่าวถึงความสำคัญนี้ไว้ว่า

“การโน้มน้าวใจจะสำเร็จลงก็ด้วยบุคลิกของผู้พูด คำพูดของเขาจะทำให้เราคิดว่าเขาน่าเชื่อถือและเราจะเชื่อคนดีที่มีความจริงใจมากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ เมื่อผู้ฟังไม่รู้จริงในเรื่องที่ฟัง หรือเมื่อความเห็นถูกแบ่งแยก เมื่อนั้นบุคลิกของผู้พูดจะมีประสิทธิภาพมากที่สุดในการโน้มน้าวใจ”

อริสโตเติล ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้ส่งสารต้องเป็นคนดี มีความจริงใจ จึงจะโน้มน้าวใจให้เป็นผลสำเร็จได้ อย่างไรก็ตามอริสโตเติลก็ไม่ได้มีการศึกษาเรื่องนี้อย่างจริงจัง จนกระทั่งภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ก็ได้มีการศึกษาวิจัยเรื่องความน่าเชื่อถือ ในลักษณะที่เป็นตัวแปรสำคัญของการโน้มน้าวใจ อย่างเป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้น

Hovland และ Weiss (1951) ได้ศึกษาอิทธิพลของแหล่งข้อมูลในการทำหน้าที่ติดต่อชักจูงใจ โดยเปรียบเทียบระหว่างแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและแหล่งข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ เพื่อใช้คำพูดหรือแหล่งข่าวสารอย่างเดียวกันในการชักจูงใจ และดูว่าแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของบุคคลได้มากกว่าแหล่งข้อมูลที่ไม่มีความน่าเชื่อถือได้หรือไม่ ผลปรากฏว่าแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะสามารถชักจูงใจได้ดีกว่าแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ

และ Rogers (1969) ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลสำเร็จในการสื่อสารเพื่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม พบว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมจะเกิดขึ้นในกรณีที่ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูง

ส่วน McCroskey ,Bergoon และ Heston (1974) ยังมีความเห็นคล้ายกันว่า บุคคลใดก็ตามที่มีความน่าเชื่อถือสูงตามสายตาผู้รับสาร ผู้รับสารจะให้ความนับถือและยอมรับคำพูดของบุคคลนั้น

ในขณะที่อริสโตเติลมองว่าความน่าเชื่อถือเกิดจากบุคลิกของผู้ส่งสาร แต่นักวิชาการสมัยใหม่มองว่าความน่าเชื่อถือขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้รับสาร ไม่ใช่บุคลิกของผู้ส่งสารเพียงอย่างเดียว (Bettinghaus,1973)

Hovland,Janis และ Kelly (1953) ได้กล่าวถึง ความน่าเชื่อถือในลักษณะของทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งสาร ซึ่งทัศนคตินี้หมายถึงรวมถึง ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น ความรอบรู้ ความฉลาดและความจริงใจ

Anderson และ Clevenger (1963) ได้เสนอความเห็นว่างาพลักษณะของผู้ส่งสารต้องเกิดจากการรับรู้ของผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มก็ได้ นอกจากนี้ Berlo,Lemert และMert (1970) ยังได้ยืนยันว่างาพลักษณะของผู้ส่งสารเกิดมาจากการรับรู้ของผู้รับสาร ไม่ใช่เกิดมาจากบุคลิกของผู้ส่งสาร

ทั้งนี้สอดคล้องกับ Middlebrook (1976) ที่เสนอว่า ความน่าเชื่อถือ คือ ระดับของความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึกว่างผู้ส่งสารเป็นผู้นำไว้วางใจและมีความสามารถ ซึ่งผลการทดลองในห้องทดลองทางจิตวิทยา พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสารในสายตาของผู้รับสาร

อย่างไรก็ตาม แม่ว่านักวิชาการส่วนใหญ่จะมีความเห็นพ้องกันว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเกิดมาจากการรับรู้ของผู้รับสาร แต่สำหรับเรื่ององค์ประกอบของความน่าเชื่อถือนั้นยังมีความเห็นที่แตกต่างกัน

ในระยะแรกนั้น นักวิชาการหลายคนมองว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ความเชี่ยวชาญ (expertness) และความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) (Hovland, Janis , Kelly ,1953 และ Berlo ,Lemert ,1966)

ต่อมา นักวิจัยหลายคนได้พัฒนามาตรวัดองค์ประกอบความน่าเชื่อถือ โดยให้ผู้รับสาร เป็นผู้ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ซึ่งทำให้พบองค์ประกอบที่แตกต่างกันออกไป Roger (1969) ได้ศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อถือ ประกอบขึ้นจากปัจจัย 3 ประการ คือ ความเชื่อถือได้ (authenticity) ความเป็นกลาง (objectivity) ความกระตือรือร้น (dynamism) และการผ่อนผัน (respite)

Berlo ,Lemert และMertz (1970) ได้ให้ผู้รับสารประเมินองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร โดยใช้วิธีประเมินแบบ semantic diferential scale เขาพบปัจจัย 3 ประการ คือ ความปลอดภัย(safety) ความสามารถ(qualification) และความกระตือรือร้น (dynamism)

ส่วน Markham ( อ้างถึงใน Bettinghaus,1973) ได้วัดความน่าเชื่อถือของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ เขาพบปัจจัย 3 ประการ คือ ความไว้วางใจในเชิงเหตุผล(reliable-logical) การแสดงออก(showmanship) และ ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness)

Singletary (1976) ได้สอบถามนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 90 คน ว่าแหล่งข่าวประเภทใดมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด และยังได้สอบถามนักศึกษาอีก 181 คน เพื่อให้ประเมินชุดคำที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือ จากนั้นเมื่อนำคะแนนไปวิเคราะห์(factor analyzed) เขาพบองค์ประกอบความน่าเชื่อถือ 6 ประการ คือ ความรอบรู้ (knowledgeability) ความน่าดึงดูด (attraction) ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) ความชัดเจน (articulation) ความเป็นศัตรู (hostility) และ ความแน่นอน (stability)

นอกจากนั้น Infante (1980) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเช่นกัน ผลการวิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) ซึ่งวัดได้จาก ซื่อสัตย์ ไว้วางใจ จริงใจ ความเชี่ยวชาญ (expertness) ซึ่งดูจาก ชำนาญ มีคุณวุฒิ และความกระตือรือร้น (dynamism) วัดได้จาก กล้า กระตือรือร้น

ถึงแม้ว่านักวิชาการหลายคนยังมีความเห็นที่แตกต่างกันในเรื่ององค์ประกอบความน่าเชื่อถือ แต่ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากเหตุผลที่ว่า ความน่าเชื่อถือเป็นแนวคิด(concept)ที่มองได้หลายมิติ ขึ้นอยู่กับว่าผู้วิจัยจะวัดในสถานการณ์ หัวข้อ หรือแหล่งสารประเภทใด

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ได้เลือกศึกษาปัจจัยความน่าเชื่อถือ 5 ประการ คือ ความเชี่ยวชาญ ความน่าไว้วางใจ ความกระตือรือร้น ความเป็นกลาง การยอมรับ ทั้งนี้ เนื่องมาจากว่าองค์ประกอบดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้ศึกษาความน่าเชื่อถือของสื่อประเภทต่างๆ ในหลายครั้งที่ผ่านมา หลายครั้งก็ได้รับการยอมรับว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ประการนี้สามารถอธิบายความน่าเชื่อถือของสื่อได้ครอบคลุมทุกแง่มุม ดังนั้น ในการศึกษาความน่าเชื่อถือของสื่อคอมพิวเตอร์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำหลักเกณฑ์ที่เคยใช้ศึกษากับสื่อประเภทต่างๆมาแล้ว มาใช้ศึกษากับสื่อคอมพิวเตอร์ในครั้งนี้ด้วย

### ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชน

จากการทบทวนแนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร จะเห็นได้ว่า ในระยะแรกผู้รับสารจะประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ซึ่งเป็นบุคคล แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อสื่อมวลชนประเภทต่างๆ เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ก็พบว่า ยังคงมีการนำหลักเกณฑ์ประเมินความน่าเชื่อถือของบุคคลมาใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนด้วย

การศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของสื่อประเภทต่างๆ เริ่มต้นอย่างจริงจังเมื่อ 50 ปีที่ผ่านมา จากการศึกษพบว่า สื่อแต่ละประเภทยังมีความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน (GazianoและMcGrath,1986)

Schramm (1945) ได้สอบถามกลุ่มนักศึกษา จำนวน 300 คนว่า พวกเขาไว้วางใจสื่อมวลชน(ในฐานะแหล่งข่าวสาร) ประเภทใดมากที่สุด ระหว่างสื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ ผลปรากฏว่า สื่อวิทยุได้รับความไว้วางใจมากที่สุด

Markham และ Ranck (1959) ได้สุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัย จำนวน 326 คน เพื่อให้ประเมินความถูกต้องและความน่าไว้วางใจต่อสื่อประเภทต่างๆ ปรากฏว่า นักศึกษาประเมินสื่อวิทยุว่ามีความถูกต้องมากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์

จนกระทั่งในช่วงระหว่างปี ค.ศ.1959-1961 การศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือก็เริ่มได้รับความสนใจอย่างจริงจังมากยิ่งขึ้น เมื่อสำนักสำรวจประชามติ Roper ได้สำรวจความน่าเชื่อถือในสื่อต่างๆ ซึ่งผลการสำรวจในครั้งนั้นแสดงว่า คนเริ่มให้ความสนใจกับสื่อโทรทัศน์สูงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อหนังสือพิมพ์

ในการศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของสื่อประเภทต่างๆ หลายครั้งพบว่า สื่อโทรทัศน์ได้รับความน่าเชื่อถือสูงสุด ตามมาด้วยสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์และสื่อวิทยุ (Cushman, Lemert, 1961 และ Baxler, Bitter 1974) ในขณะที่ Raymond S.H. Lee (1978) ได้สอบถามความคิดเห็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยมิสซูรี จากห้องเรียนวิชาต่างๆ จำนวน 17 ห้องรวม 401 คน ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่าง 75% เชื่อถือข่าวโทรทัศน์ และ ข่าวหนังสือพิมพ์ 24%

นอกจากนั้นยังได้มีการศึกษาความน่าเชื่อถือของสื่อในแง่มุมที่สื่อต่างๆ รายงานข่าวเดียวกัน แต่ข่าวในสื่อต่างๆ นั้น กลับขัดแย้งกัน เขาจะเลือกไว้วางใจต่อสื่อประเภทใดมากที่สุด ผลออกมาคล้ายกัน คือผู้ตอบ 52% ให้ความเชื่อถือสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ 25% สื่อวิทยุ 14% และสื่อวิทยุ 9% (Gaziano และ McGrath 1986)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนในหลายครั้ง จะแสดงให้เห็นว่า สื่อแต่ละประเภทมีความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน แต่ก็ไม่ได้มีการอธิบายอย่างชัดเจนว่า อะไรเป็นกลไกที่ทำให้สื่อมีความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน แต่ยังมีงานวิจัยบางชิ้นที่อธิบายถึงกลไกบางประการที่ทำให้สื่อแต่ละประเภทมีความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน

ประการแรก ความน่าเชื่อถือเกิดมาจากองค์กรที่ผลิตสื่อ (organization) Gaziano (1988) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องวิกฤตการณ์ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชน โดยสอบถามจากหน่วยงาน 4 แห่ง คือ American Society of Newspaper Editors (ASNE), Times Mirror, the Ganett Center for Media Studies, The Los Angeles Times สรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์มักมีอคติในการนำเสนอ ทั้งในด้านการเมือง หน่วยงาน บุคคลในข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักข่าวมักเสนอความคิดเห็นส่วนตัวมากกว่าข้อเท็จจริง และ หนังสือพิมพ์มักเสนอข่าวด้านไม่ดีมากเกินไป โดยเฉพาะข่าวประเภทเกินจริงและเร้าอารมณ์ (sensational) ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความไม่เชื่อถือ นอกจากนั้น

องค์กรข่าวมักจะหาประโยชน์จากการรายงานข่าวคนที่ตกเป็นเหยื่อ โดยไม่สนใจความรู้สึกของคนที่เป็นข่าวอีกด้วย(Gaziano,1988)

จากงานวิจัยของ Gaziano จึงแสดงให้เห็นว่า องค์กรผลิตสื่อน่าจะเป็นกลไกหนึ่งที่ได้รับสารใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อ ดังนั้นเมื่อสื่อแต่ละประเภทมีภาพองค์กรผลิตที่ต่างกัน ก็อาจจะทำให้ผู้รับสารประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อแตกต่างกันด้วย

นอกจากนั้น ในการศึกษาเรื่องการนำเสนอเนื้อหาข่าววิทยุในช่วงเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ในเดือนพฤษภาคม ศึกษาเฉพาะกรณีข่าววิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น (ลักษณะ,2536) จะทำให้เราเห็นกลไกดังกล่าวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น แม้ว่าในการศึกษาครั้งนั้นไม่ได้มุ่งศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือของการรายงานข่าว แต่ผลการวิจัยส่วนหนึ่งได้ชี้ให้เห็นว่าความเป็นเจ้าของสื่อหรือองค์กรผลิตจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถืออย่างไร

จากการศึกษาครั้งนั้น พบว่า สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย ภายใต้นโยบายและโครงสร้างขององค์กรในฐานะสื่อของรัฐได้ จึงทำให้สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเสนอข่าวฝ่ายรัฐบาลเพียงด้านเดียว ขณะที่สำนักข่าวไอเอ็นเอ็น ซึ่งเป็นของเอกชนได้เสนอข่าวตามหลักอุดมการณ์วิชาชีพในเรื่องความเที่ยงตรงและสมดุลย์ ดังนั้นหากมีการประเมินความน่าเชื่อถือในช่วงเวลานั้น ความเป็นเจ้าของสื่อหรือองค์กรผลิตน่าจะเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้สื่อจาก 2 หน่วยงานมีความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน

ประการที่สอง ความน่าเชื่อถือเกิดมาจากความใกล้ชิดของแหล่งสาร (proximate source) Reeves และ Nass (1996) ได้อธิบายถึงกลไกดังกล่าวไว้ว่า ผู้รับสารมักจะประเมินความน่าเชื่อถือจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมากที่สุดหรือสิ่งที่เรามองเห็นได้ ดังนั้น ในสื่อแต่ละประเภทที่มีรูปร่าง(modalities) ที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะด้านภาพ(picture)และ ตัวหนังสือ(words) จึงทำให้ระยะห่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่เท่ากัน และเมื่อผู้รับสารต้องประเมินความน่าเชื่อถือ จึงต้องเลือกประเมินจากสิ่งที่ต่างกันด้วย กรณีดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายกับการประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ได้ดังนี้

สื่อหนังสือพิมพ์นั้น เนื่องจากผู้อ่านไม่สามารถมองเห็นภาพของผู้ส่งสาร หรือแม้แต่ข่าวส่วนใหญ่ก็ไม่มีชื่อของผู้ทำข่าว ผู้อ่านจึงรู้สึกห่างไกลจากผู้ส่งสาร ดังนั้นผู้อ่านต้องเลือกประเมินความน่าเชื่อถือผ่านองค์ของผู้ผลิต เพราะเป็นสิ่งที่ผู้รับสารรับรู้ได้ชัดเจนมากที่สุด ส่วนสื่อโทรทัศน์นั้น แม้ว่าผู้ชมจะไม่รู้จักบุคคล ซึ่งทำข่าวหรือเขียนข่าวนั้น แต่ผู้ชมก็ยังมองเห็นภาพของผู้ประกาศข่าวได้ ซึ่งนับว่าเป็นผู้ส่งสารที่ใกล้ชิดผู้ชมที่สุด ดังนั้นผู้ชมจึงเลือกประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อโทรทัศน์ผ่านผู้ประกาศข่าว

จากผลการศึกษาที่กล่าวมาแล้ว จึงอาจกล่าวได้ว่า องค์การผลิตสื่อและความใกล้ชิดของแหล่งสาร เป็นกลไกสำคัญ 2 ประการ ที่ทำให้ผู้รับสารประเมินความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม กลไกดังกล่าวอาจจะใช้อธิบายอยู่ในวงจำกัดกับสื่อเดิม ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์เท่านั้น แต่สำหรับสื่อคอมพิวเตอร์ ซึ่งเริ่มเข้ามามีบทบาททางด้านสื่อสารมวลชน น่าจะมีกลไกสร้างความน่าเชื่อถือที่แตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ กล่าวคือ คอมพิวเตอร์น่าจะมีคุณลักษณะบางอย่างที่อยู่ในการรับรู้(perception)ของคน และการรับรู้ดังกล่าวน่าจะเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อคอมพิวเตอร์แตกต่างจากสื่ออื่น ๆ

### ลักษณะของคอมพิวเตอร์ที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นักวิชาการหลายคนได้ศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ ซึ่งพบว่า หลายคนจะมองคอมพิวเตอร์แตกต่างกันออกไป เช่น มองคอมพิวเตอร์เป็นผู้ช่วย(guide) เป็นสมองที่ชาญฉลาด(complicated artificial intelligence) หรือเป็นหนังสือพิมพ์ยุคใหม่(sophisticated) (ReevesและNass,1996) แต่อย่างไรก็ตาม มุมมองทั้งหมดนี้ส่วนหนึ่งก็มาจากลักษณะบางอย่างของคอมพิวเตอร์ที่ทุกคนเห็นพ้องกัน คือ ความเก่งหรือความฉลาด ซึ่งในเรื่องที่เกี่ยวกับคุณสมบัติของคอมพิวเตอร์นั้น วัชรารักษ์ สุริยาภิวัฒน์ (2536,อ้างถึงใน เต็มศักดิ์ เศรษฐวัชรานิช,2539) ได้กล่าวไว้ค่อนข้างชัดเจน ดังนี้

“คอมพิวเตอร์ คือ เครื่องมือทันสมัยที่พัฒนาโดยมนุษย์ เพื่อช่วยงานของมนุษย์ ซึ่งมักเป็นงานที่มี ขั้นตอนซ้ำๆ มีปริมาณมากหรือมีลักษณะซับซ้อนยุ่งยาก และต้องใช้แรงงานคนจำนวนมาก เมื่อนำคอมพิวเตอร์มาจัดการงาน ลักษณะดังกล่าวก็สามารถทำให้งานเสร็จได้รวดเร็ว มีผลลัพธ์ถูกต้องน่าเชื่อถือ”

นอกจากนั้น วิศวกรยังได้จำแนกลักษณะสำคัญของคอมพิวเตอร์ไว้ 4 ประการ คือ

1. ทำงานด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และอัตโนมัติ คอมพิวเตอร์มีวงจรรีเลย์อิเล็กทรอนิกส์ทำหน้าที่เก็บตัวเลข ข้อมูล คำสั่งหรือโปรแกรม
2. มีหน่วยความจำขนาดใหญ่ เพื่อเก็บข้อมูลและโปรแกรมคำสั่งไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ เมื่อส่งโปรแกรมคำสั่งเข้าสู่เครื่อง เครื่องจะสามารถปฏิบัติงานเองตั้งแต่คำสั่งแรกจนถึงคำสั่งสุดท้ายของโปรแกรม โดยไม่ต้องอาศัยมนุษย์เข้าช่วยในระหว่างปฏิบัติงาน
3. ให้ผลลัพธ์ถูกต้องน่าเชื่อถือ ถ้าป้อนโปรแกรมคำสั่งและข้อมูลถูกต้อง ผลลัพธ์ที่ได้จากการประมวลผลย่อมถูกต้องเสมอ ไม่ว่าจะมีความซับซ้อนหรืองานมากเพียงใด ทั้งนี้เพราะว่าคอมพิวเตอร์ไม่รู้สึกเหนื่อยหรือเบื่อทำงาน
4. มีความเร็วสูงในการประมวลผล คอมพิวเตอร์สามารถทำงานประมวลผลข้อมูลปริมาณมากให้เสร็จภายในระยะเวลาอันสั้น และให้ผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว ซึ่งความเร็วนี้ไม่สามารถวัดได้ทันด้วยหน่วยวินาที

จากลักษณะของคอมพิวเตอร์ข้างต้น ทำให้เราเห็นลักษณะบางอย่างที่ชัดเจนของคอมพิวเตอร์ คือ ความรวดเร็ว ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้จะทำให้ผู้ใช้(user)รับรู้ร่วมกันว่ามีอยู่ในคอมพิวเตอร์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคอมพิวเตอร์มีภาพลักษณ์ความฉลาดอยู่ในตัวเอง

ต่อมาเมื่อคอมพิวเตอร์ได้รับการพัฒนาให้มีโปรแกรมสติปัญญาเทียม (Artificial Intelligence หรือ AI) ขึ้น ก็อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บางคนรับรู้ว่าคุณสมบัติของคอมพิวเตอร์เป็นเสมือนมนุษย์มากยิ่งขึ้น



โปรแกรม AI เกิดขึ้นมาจากการที่นักวิทยาศาสตร์ต้องการหาทางให้คอมพิวเตอร์สามารถแก้ไขปัญหาคณิตศาสตร์ที่ซับซ้อนได้เหมือนอย่างที่มีมนุษย์ทำได้ และระบบสติปัญญาเทียมนี้ก็ได้นำมาใช้ในการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทั้งหมดและแนวทางการตัดสินใจของผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ซึ่งเรียกว่าระบบผู้เชี่ยวชาญ (expert system) (Sanders,1988) ซึ่งระบบนี้อาจจะทำให้ผู้ใช้รับรู้ว่าคอมพิวเตอร์เป็นเสมือนผู้เชี่ยวชาญด้วยเช่นกัน

นอกจากนั้น ยังมีงานวิจัยบางชิ้นที่ได้สะท้อนให้เห็นคุณลักษณะบางประการของคอมพิวเตอร์ที่อาจจะนำไปอธิบายความน่าเชื่อถือได้ Gavriel Salomon (1990) ได้ศึกษาเรื่อง Cognitive Effects With and Of Computer Technology ซึ่งเขาได้พบลักษณะสำคัญ 4 ประการของคอมพิวเตอร์ที่อาจจะส่งผลต่อความคิดของเด็ก คือ

คุณลักษณะแรก การได้มีส่วนร่วม (interactivity) เด็กสามารถสร้างฝันหรือจินตนาการได้ด้วยตัวเอง จากอุปกรณ์ต่างๆที่มีอยู่ในคอมพิวเตอร์ ซึ่งแตกต่างจากสื่ออื่นๆ เช่นรายการโทรทัศน์ ซึ่งเด็กอยู่ในฐานะผู้รับสารเพียงอย่างเดียว

คุณลักษณะที่สอง ความเป็นเพื่อนที่ฉลาด (intelligent guidance) เมื่อเด็กมีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างการทำกิจกรรมต่างๆ นั้น คอมพิวเตอร์สามารถให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลต่างๆเพื่อช่วยแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้ได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าคอมพิวเตอร์อยู่ในฐานะเพื่อนคู่คิดที่ฉลาด ซึ่งไม่อาจหาได้จากสื่ออื่นๆ เช่นหนังสือ

คุณลักษณะที่สาม ความหลากหลายของระบบสัญลักษณ์ (multiplicity of symbol systems) สัญลักษณ์ที่มีอย่างมากมายได้ช่วยเป็นทางเลือกให้กับเด็กแสดงและจัดการข้อมูลได้ในหลายรูปแบบ

คุณลักษณะที่สี่ เป็นหน่วยความจำของผู้ใช้ (supplantation of users' memories) เด็กจะไม่ต้องพะวงกับความจำของตัวเองในระหว่างการทำกิจกรรมนั้น ซึ่งจะช่วยให้เด็กได้พัฒนาความคิดในระดับที่สูงยิ่งขึ้น

จากคุณลักษณะทั้ง 4 ประการจะเห็นได้ว่า บุคลิกของเพื่อนที่ฉลาด น่าจะเป็นคุณลักษณะที่เด่นชัดที่สุดของคอมพิวเตอร์ และอาจจะเป็นส่วนสำคัญที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสื่อคอมพิวเตอร์ได้

ด้วยคุณลักษณะที่ดีของคอมพิวเตอร์ดังกล่าว ทั้งด้านความฉลาดและความเชี่ยวชาญจึงน่าจะทำให้คนรับรู้ว่าคอมพิวเตอร์มีความน่าเชื่อถือด้วย ทั้งนี้ Leon Festinger (1957) ได้อธิบายให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดและความเชื่อไว้ว่า หากบุคคลใดมีความคิดหรือความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว หากมีข้อมูลใหม่ที่มาขัดแย้งกับความคิดหรือความเชื่อเดิมแล้ว บุคคลนั้นก็就会产生ความเครียดและจะพยายามขจัดหรือปรับสภาพจิตใจของตนเองให้พ้นจากความเครียดอันเกิดจากความไม่สอดคล้องนั้น

จากมุมมองของทฤษฎีดังกล่าว อาจจะนำมาอธิบายกรณีสื่อคอมพิวเตอร์กับกลไกสร้างความน่าเชื่อถือได้ดังนี้ เมื่อคนมองคอมพิวเตอร์ในลักษณะที่ดี จากการใช้คอมพิวเตอร์มีลักษณะการใช้ที่เป็นอรรถประโยชน์มากกว่า กล่าวคือ นอกจากคอมพิวเตอร์จะถูกนำไปใช้เป็นช่องทางสื่อสารแล้ว คอมพิวเตอร์ยังถูกนำไปใช้ในด้านอื่นๆ ด้วย เช่น การคำนวณตัวเลข การใช้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม อุตสาหกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ตัดสินใจในเรื่องสำคัญทางการแพทย์ หรือ แม้แต่การเล่นเกมส์ได้ตอบกับมนุษย์ ด้วยคุณลักษณะที่ดีด้านอื่นๆ ที่กล่าวมาแล้ว เมื่อคอมพิวเตอร์ทำหน้าที่ทางด้านสื่อสารมวลชน บุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะเชื่อว่าคอมพิวเตอร์มีความน่าเชื่อถือด้วย ทั้งนี้เป็นเพราะว่าคนจะไม่ยอมรับข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกับความคิดหรือความเชื่อเดิม เพราะจะเกิดความไม่สบายใจ และหาทางขจัดความไม่สอดคล้องนั้นออกไป

ด้วยมุมมองทฤษฎีความไม่สอดคล้องทางปัญญา ทำให้เราอาจแบ่งกลุ่มคนที่มองคอมพิวเตอร์ได้เป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่มองคอมพิวเตอร์ด้านบวกและด้านลบ ในด้านบวกนั้น หมายความว่า บุคคลมองคอมพิวเตอร์ในด้านดี เช่น คอมพิวเตอร์มีความถูกต้องเที่ยงตรง สะดวกรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากกว่ามนุษย์ ดังนั้น การรับรู้คุณลักษณะที่ดีดังกล่าวก็น่าจะส่งผลต่อมาให้สื่อคอมพิวเตอร์มีความน่าเชื่อถือด้วย

ส่วนด้านลบหรือการมองคอมพิวเตอร์ในด้านลบ หมายความว่า คนกลุ่มนี้จะมองคอมพิวเตอร์ในด้านที่ไม่ดี เช่น คอมพิวเตอร์อาจจะมีความผิดพลาด ไม่มีความรู้สึกหรืออาจจะเข้ามาบีบคั้นแทนที่มนุษย์ จนอาจจะทำลายความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ได้ ดังนั้นการรับรู้คอมพิวเตอร์ในด้านลบนั้นน่าจะส่งผลให้สื่อคอมพิวเตอร์ไม่น่าเชื่อถือตามไปด้วย

อย่างไรก็ตาม นอกจากการรับรู้ลักษณะของคอมพิวเตอร์ในด้านบวกหรือด้านลบอาจจะเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งในการสร้างความน่าเชื่อถือของสื่อคอมพิวเตอร์แล้ว ยังมีการรับรู้อีกลักษณะหนึ่งที่อาจจะส่งผลต่อการรับรู้ความน่าเชื่อถือของสื่อคอมพิวเตอร์ อันเกิดจากคุณลักษณะของคอมพิวเตอร์นั้น เนื่องจากคอมพิวเตอร์เป็นเทคโนโลยีประเภทหนึ่งที่มีความฉลาด และสามารถทำงานด้านการตัดสินใจได้ในระดับใกล้เคียงกับมนุษย์ จึงอาจทำให้มีกลุ่มคนที่มองคอมพิวเตอร์เป็นผู้กระทำ(actor) และกลุ่มคนที่มองคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ(tool)

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ต่อคอมพิวเตอร์ในลักษณะดังกล่าวจะค่อนข้างมีน้อย แต่งานวิจัยเท่าที่พบก็สามารถสนับสนุนแนวคิดที่ว่า มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ต่อคอมพิวเตอร์ในฐานะมนุษย์หรือผู้กระทำ(actor)

Byron Reeves และ Clifford Nass (1996) ได้ศึกษาเรื่อง มนุษย์ปฏิบัติต่อคอมพิวเตอร์อย่างไร เขาได้นำวิธีการศึกษาทางจิตวิทยาในเรื่องปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ (human-human interaction) มาประยุกต์เข้ากับการศึกษาครั้งนี้ โดยเปลี่ยนมาศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ (human-computer interaction) ผลการศึกษาพบว่า มนุษย์ปฏิบัติต่อคอมพิวเตอร์เป็นเหมือนคนจริงๆ

Reeves และ Nass ได้นำกฎเกณฑ์ที่มนุษย์ปฏิบัติต่อกันในหลายข้อมาทดสอบว่าหากเปลี่ยนเป็นคอมพิวเตอร์แล้ว มนุษย์ยังใช้กฎเกณฑ์เหล่านี้มาใช้ด้วยหรือไม่ ซึ่งกฎเกณฑ์ข้อหนึ่งที่ทำให้เห็นภาพชัดเจนว่า มนุษย์มองคอมพิวเตอร์เป็นมนุษย์และปฏิบัติต่อคอมพิวเตอร์เป็นเสมือนมนุษย์คนหนึ่ง คือ กฎความสุภาพ(politeness)

ปกติ มนุษย์จะมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันด้วยกฎเกณฑ์ทางสังคมต่างๆ มากมาย เช่น ความสุภาพต่อกัน ซึ่งนักจิตวิทยาได้ศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ต่อมนุษย์ ผลการศึกษาหลายครั้ง

พบว่า คนมักมีคุณภาพต่อคู่สนทนา เช่น หากคุณกำลังสนทนากับ นาย ก และเขาถามคุณว่าเขาเป็นคนอย่างไร คุณก็มีแนวโน้มที่จะตอบคำถามไปในทางบวก แต่ในขณะเดียวกันหากเป็น นาย ข มาถามว่า นาย ก เป็นคนอย่างไร คุณมักจะตอบคำถามตามความเป็นจริงมากกว่า ซึ่งอาจจะเป็นคำตอบในทางบวกหรือทางลบก็ได้

ทั้งนี้ นักจิตวิทยา อธิบายไว้ว่า เพราะเป็นมารยาททางสังคม ทำให้คุณต้องมีความสุภาพต่อคู่สนทนา ซึ่ง Reeves และ Nass ได้นำทฤษฎีนี้มาศึกษาพร้อมกับสื่อคอมพิวเตอร์ ว่ามนุษย์จะมีความสุภาพต่อคอมพิวเตอร์หรือไม่

เขาได้ใช้วิธีศึกษาเชิงทดลอง โดยให้กลุ่มทดลองอ่านข้อมูลสถิติเกี่ยวกับชาวอเมริกันจำนวน 12 เรื่องต่าง ๆ จากคอมพิวเตอร์ เมื่อคอมพิวเตอร์แสดงข้อมูลสถิติแต่ละเรื่องจบลง คอมพิวเตอร์จะถามผู้ร่วมทดลองว่า คุณเคยรู้ข้อมูลนี้มาก่อนหรือไม่ คำตอบจะมี 3 ระดับ คือ รู้แล้ว รู้บ้างและรู้น้อยมาก ผู้ร่วมทดลองจะต้องคลิกคำตอบลงไป ก่อนหน้านั้น ผู้วิจัยได้บอกกลุ่มทดลองว่าคอมพิวเตอร์จะเพิ่มเติมข้อมูลให้ตามระดับความรู้ของผู้ร่วมทดลอง

เมื่อคอมพิวเตอร์แสดงข้อมูลสถิติ ครบทั้ง 12 เรื่องแล้ว คอมพิวเตอร์จะทดสอบกลุ่มทดลอง หลังจากนั้นก็เฉลยคำตอบและก่อนการทดลองจะสิ้นสุดลง คอมพิวเตอร์จะชมเชยตัวเองว่าสามารถทำหน้าที่ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

ในช่วงนี้เองที่ Reeves และ Nass ต้องการจะดูว่าผู้ร่วมทดลองจะมีความสุภาพต่อคอมพิวเตอร์หรือไม่ กล่าวคือ เมื่อการทดลองเสร็จสิ้นลง เขาได้แบ่งกลุ่มทดลองเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกจะยังคงประจำอยู่ที่คอมพิวเตอร์เครื่องเดิม ส่วนอีกกลุ่มจะย้ายไปที่คอมพิวเตอร์เครื่องใหม่ หลังจากนั้นคอมพิวเตอร์จะให้ผู้ร่วมทดลองประเมินบุคลิกของคอมพิวเตอร์ โดยกลุ่มแรกจะต้องประเมินผ่านเครื่องเดิม ส่วนกลุ่มที่สองจะประเมินคอมพิวเตอร์ผ่านเครื่องใหม่ (กรณีนี้คล้ายๆ กับสถานการณ์ว่า นาย ก ถามคุณว่า เขาเป็นคนอย่างไร กับสถานการณ์ นาย ข ถามคุณว่า นาย ก เป็นคนอย่างไร)

ผลปรากฏว่า ผู้ร่วมทดลองกลุ่มแรกประเมินบุคลิกของคอมพิวเตอร์ไปในทางบวกมากกว่า ผู้ร่วมการทดลองกลุ่มที่สองอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง กลุ่มทดลองที่ 1

คอมพิวเตอร์เป็นเหมือนบุคคลที่ 2 ซึ่งผู้ร่วมการทดลองต้องมีความสุภาพมากกว่า ส่วนกลุ่มทดลองที่ 2 คอมพิวเตอร์เป็นเหมือนบุคคลที่ 3 ทำให้ผู้ร่วมทดลองมีแนวโน้มจะแสดงความคิดเห็นตามความเป็นจริงมากกว่ากลุ่มแรก

Reeves และNass ชี้ให้เห็นว่า ความแตกต่างนี้เกิดขึ้นเพราะว่า คนมองคอมพิวเตอร์เป็นเสมือนมนุษย์(actor) ดังนั้นผู้ใช้จึงปฏิบัติต่อคอมพิวเตอร์เสมือนคนหนึ่งด้วย เพราะหากผู้ใช้มองคอมพิวเตอร์เป็นเพียงเครื่องมือ ก็ไม่จำเป็นต้องมีความสุภาพต่อคอมพิวเตอร์

นอกจากนั้นเขายังได้ศึกษาว่า ขณะที่คนทำงานร่วมกับคอมพิวเตอร์ คนจะรู้สึกที่กำลังทำงานร่วมกับโปรแกรมเมอร์หรือไม่ Reeves และ Nass ได้ศึกษา โดยแบ่งกลุ่มทดลองเป็น 2 กลุ่ม ซึ่งเขาได้บอกกลุ่มทดลองที่ 1 ว่า พวกเขาจะต้องทำงานกับโปรแกรมเมอร์ และหลังจากนั้นโปรแกรมเมอร์จะเป็นผู้ประเมินความสามารถของผู้ร่วมการทดลองต่อไป ส่วนกลุ่มการทดลองที่ 2 ทั้ง Reeves และ Nass ได้บอกกลุ่มทดลองว่าเขาจะต้องทำงานร่วมกับคอมพิวเตอร์ตามปกติ(กลุ่มนี้จะแตกต่างจากกลุ่มทดลองที่ 1 เพราะไม่ได้ถูกสร้างเงื่อนไขว่าต้องทำงานกับโปรแกรมเมอร์)

นอกจากนี้กลุ่มทดลองทั้ง 2 กลุ่มยังมีเงื่อนไขที่แตกต่างกันอีก คือ กลุ่มทดลองที่ 1 คอมพิวเตอร์ใช้คำแทนตัวเองว่า "ผม" ( I ) ส่วนกลุ่มทดลองที่ 2 คอมพิวเตอร์ใช้คำแทนตัวเองว่า คอมพิวเตอร์ (this computer)

เมื่อเริ่มการทดลอง ReevesและNass ได้บอกผู้ร่วมการทดลองว่า พวกเขาต้องเรียนบทเรียนจากคอมพิวเตอร์ หลังจากนั้นการเรียนเสร็จสิ้นลง คอมพิวเตอร์จะเป็นผู้ประเมินผลการเรียนของผู้ร่วมการทดลองและผู้ร่วมการทดลองจะต้องกรอกแบบประเมินคุณลักษณะและการตอบสนองทางสังคม (social response) ของคอมพิวเตอร์

ผลปรากฏว่า กลุ่มทดลองทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน กล่าวคือ กลุ่มทดลองที่ไม่ได้ถูกสร้างเงื่อนไขว่า ต้องทำงานร่วมกับโปรแกรมเมอร์คิดว่า คอมพิวเตอร์มีลักษณะเป็นมิตร มีประสิทธิภาพ นำทำงานด้วย มากกว่ากลุ่มทดลองที่ไม่ได้ถูกสร้างเงื่อนไข นอกจากนั้นผู้ร่วมการทดลองที่ไม่ต้องคิดถึงโปรแกรมเมอร์ยังรู้สึกต่อคอมพิวเตอร์ในแง่บวกมากกว่าอีกด้วย

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงชี้ให้เราเห็นว่า เมื่อคนมีปฏิสัมพันธ์กับคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้บางส่วนไม่ได้คิดถึงว่า โปรแกรมคอมพิวเตอร์ก็คือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา แต่มนุษย์จะรู้สึกพอใจที่ทำงานร่วมกับคอมพิวเตอร์ในสถานะที่ทำงานด้วยตัวเองของมนุษย์หรือผู้กระทำ(actor) มากกว่าต้องรู้สึกว่าทำงานร่วมกับผู้สร้างโปรแกรม

ทั้งนี้อาจมีความเป็นไปได้ว่า เราไม่อาจจะบ่งชี้ผู้ส่งสารในสื่อคอมพิวเตอร์ได้อย่างชัดเจน และด้วยคุณลักษณะของคอมพิวเตอร์ที่มีความฉลาด ความสามารถโต้ตอบคำสั่งของผู้ใช้ได้ และสามารถทำงานตัดสินใจในระดับใกล้เคียงกับมนุษย์ ดังนั้น เมื่อคนมีปฏิสัมพันธ์กับคอมพิวเตอร์ บางคนอาจคิดว่า คอมพิวเตอร์สามารถทำงานได้ด้วยตัวเอง และเนื่องจากว่า ในการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร คนมักจะประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ในลักษณะที่เป็นมนุษย์ที่ตัดสินใจได้มากกว่าที่เป็นเครื่องยนต์หรือเครื่องจักร ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงเป็นไปได้ว่า กลไกที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสื่อคอมพิวเตอร์ น่าจะเห็นได้ชัดเจนในกลุ่มคนที่มองคอมพิวเตอร์เป็นผู้กระทำมากกว่ากลุ่มที่มองคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ

จากการทบทวนผลการศึกษาที่ผ่านมา พอจะทำให้เราสรุปกลไกที่สร้างความน่าเชื่อถือของสื่อได้ 4 ประการ คือ องค์การผลิตสื่อ ความใกล้ชิดของแหล่งสาร การรับรู้คอมพิวเตอร์ในแง่บวก/ลบ และการรับรู้คอมพิวเตอร์เป็น actor/tool

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากตัวแปรองค์การผลิตสื่อและความใกล้ชิดของแหล่งสาร เป็นตัวแปรที่มีการศึกษามาก่อนแล้ว และกลไกดังกล่าวอาจจะใช้อธิบายการสร้างความน่าเชื่อถือได้กับสื่อเดิมๆ เช่นสื่อหนังสือพิมพ์เท่านั้น และอาจจะนำมาใช้อธิบายกับการสร้างความน่าเชื่อถือของสื่อคอมพิวเตอร์ไม่ได้ชัดเจนนัก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาตัวแปรการรับรู้คอมพิวเตอร์ในด้านบวก/ลบ และการรับรู้คอมพิวเตอร์เป็น actor/tool เพราะเป็นตัวแปรที่ยังไม่พบว่ามีการศึกษาในแง่มุมมองของความน่าเชื่อถือมาก่อน และตัวแปรดังกล่าวอาจจะเป็นกลไกที่อธิบายกลไกสร้างความน่าเชื่อถือของสื่อคอมพิวเตอร์ได้ชัดเจนกว่ากลไกที่ได้มีการศึกษามาก่อนแล้วกับสื่ออื่นๆ

### สมมติฐานการวิจัย

1. สื่อคอมพิวเตอร์มีความน่าเชื่อถือแตกต่างจากสื่อหนังสือพิมพ์
2. ในกลุ่มคนที่มองคอมพิวเตอร์เป็นบวก จะประเมินความน่าเชื่อถือระหว่างสื่อคอมพิวเตอร์และสื่อหนังสือพิมพ์ แตกต่างกันอย่างมากกว่ากลุ่มที่มองคอมพิวเตอร์เป็นลบ
3. ในกลุ่มคนที่มองคอมพิวเตอร์เป็นผู้กระทำ(actor)จะประเมินความน่าเชื่อถือระหว่างสื่อคอมพิวเตอร์และสื่อหนังสือพิมพ์ แตกต่างกันอย่างมากกว่ากลุ่มที่มองคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ(tool)