

การเปิดรับ การรู้เท่าทัน และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชน
จังหวัดปัตตานี

นางสาวณัฏฐ์ ฐนันท์รัมย์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการบูรณาการการสื่อสาร สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2562

**Exposure to and Impact of Online Media and Media Literacy of Youth in
Pattani Province**

Miss Nat Thananrom



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts in Integrated Communication

School of Communication Arts

Sukhothai Thammathirat Open University

2019

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับ การรู้เท่าทัน และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชน
จังหวัดปัตตานี

ชื่อและนามสกุล นางสาวณัฐฐ์ ฐนนท์รัมย์

แขนงวิชา การบูรณาการการสื่อสาร

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ส้อมชวการ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์

วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2563

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ส้อมชวการ)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา จันทร์คง)

ชื่อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับ การรู้เท่าทัน และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชน จังหวัดปัตตานี
ผู้วิจัย นางสาวณัฏฐ์ ฐนนท์รัมย์ รหัสนักศึกษ 2601500115
ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การบูรณาการการสื่อสาร)
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนัทร ล้อมชวการ (2) รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์
ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับ การรู้เท่าทัน และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีเกี่ยวกับ 1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ 2) การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ 3) ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ 4) เปรียบเทียบความแตกต่างการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีตามลักษณะทางประชากร 5) เปรียบเทียบความแตกต่างการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ และ 6) เปรียบเทียบความแตกต่างการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีตามระดับการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ เยาวชนอายุระหว่าง 15-18 ปี ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 397 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางของทาร์โร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัย พบว่า 1) เยาวชนจังหวัดปัตตานีมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟชบุ๊กมากที่สุด โดยใช้บริการออนไลน์ต่างๆผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ใช้สื่อออนไลน์ที่บ้านหรือที่พักรวมมากที่สุด ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน เฉลี่ยครั้งละ 30 – 60 นาที 2) เยาวชนจังหวัดปัตตานีมีการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์อยู่ในระดับมาก ในประเด็นการเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ได้โดยสามารถเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับตัวเองได้ 3) เยาวชนจังหวัดปัตตานีได้รับผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ด้านการเรียน ด้านครอบครัว ด้านอารมณ์ และด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลางเท่ากันทั้ง 4 ด้าน 4) เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกันมีการใช้สื่อออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 5) เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสื่อออนไลน์ คือความถี่ระยะเวลาและค่าใช้จ่ายที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 6) เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ การเปิดรับ การรู้เท่าทันสื่อ การใช้สื่อออนไลน์ จังหวัดปัตตานี

Thesis title: Exposure to and Impact of Online Media and Media Literacy of Youth in Pattani Province

Researcher: Miss Nat Tananrom; **ID:** 2601500115;

Degree: Master of Communication Arts (Integrated Communication);

Thesis advisors: (1) Dr. Piyachat Lomchavakarn, Associate Professor;
(2) Dr. Kamolrat Intaratat, Associate Professor; **Academic year:** 2019

Abstract

The objective of this research was to investigate youth in Pattani Province in terms of 1) their online media exposure behavior; 2) their online media literacy; and 3) the impacts of their online media use; as well as to analyze and compare 4) differences in online media use based on demographic factors; 5) differences in online media use based on online media exposure behavior; and 6) differences in online media use based on online media literacy level.

This was a quantitative research. The sample population was 397 youth in Pattani Province in the 15-18 age range, chosen through multi-level sampling. The sample size was determined using the Taro Yamane table at 95% confidence. The data collection tool was a questionnaire. Data were statistically analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t test and ANOVA.

The results showed that 1) the online media that the sample in Pattani were exposed to the most was Facebook. They accessed online services most often through mobile phones. They were exposed to online media most often at their homes or residences. Most of them used social media every day, on average for 30-60 minutes each time. 2) The sample had a high level of media literacy, and were able to make use of online media by selecting content that was appropriate for themselves. 3) The sample reported being impacted by using online media in terms of study, family, emotions and society, all to a medium level. 4) Differences in the demographic factors of sex, age, educational level, and household income were associated with differences in online media use to a statistically significant degree ($p < 0.01$). 5) Differences in online media exposure behavior (frequency of use, duration of use, and expenses) were associated with differences in online media use to a statistically significant degree ($p < 0.01$). 6) Differences in online media use were associated with differences in online media literacy to a statistically significant degree ($p < 0.01$).

Keywords: Exposure, Media literacy, Online media usage, Pattani Province

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์ และรองศาสตราจารย์ ดร. ปิยฉัตร ล้อมชวการ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ช่วยเหลือให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นในการศึกษาเป็นอย่างดีมาตลอดเวลาที่ทำการศึกษา ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน ผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบ ที่ช่วยชี้แนะและปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้ดียิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์จันทนา ทองประยูร และ ดร.หัสพร ทองแดง ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ที่ได้ให้คำแนะนำในการสร้างแบบสอบถามจนเสร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณอาจารย์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณค่าตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอบคุณพี่ น้อง เพื่อนร่วมรุ่น เจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือในด้านต่างๆ ด้วยความยินดีและเต็มใจ รวมถึงคอยให้กำลังใจอย่างเสมอมา ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ซึ่งมีส่วนช่วยให้วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงสุดและขอมอบความสำเร็จ คุณค่า และประโยชน์อื่นใดที่ได้จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ แด่ครอบครัวข้าพเจ้า ที่คอยสนับสนุนเป็นกำลังใจที่สำคัญให้กับข้าพเจ้าเสมอมา ขอขอบพระคุณทุกโอกาสที่มีเข้ามาอย่างสุดซึ้ง

ณัฐ ฐนนท์รัมย์

มกราคม 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	7
ขอบเขตการวิจัย	7
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	7
ประโยชน์ที่ความว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่และสื่อออนไลน์	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ	16
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากร	26
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	30
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้สื่อ	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	64
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	64
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล	66
การวิเคราะห์ข้อมูล	67

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	68
ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	68
ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี	70
ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี	74
ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี	76
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน	79
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	92
สรุปการวิจัย	92
อภิปรายผล	101
ข้อเสนอแนะ	108
บรรณานุกรม	109
ภาคผนวก	115
ประวัติผู้วิจัย	122



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	ความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 69
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน จังหวัดปัตตานี..... 71
ตารางที่ 4.3	ความถี่และร้อยละของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน จังหวัดปัตตานี..... 75
ตารางที่ 4.4	ความถี่และร้อยละ จำแนกตามระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน จังหวัดปัตตานี..... 76
ตารางที่ 4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการใช้สื่อสังคม ออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี..... 77
ตารางที่ 4.6	การทดสอบค่าที (T-test) ของลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อ ออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามเพศ..... 80
ตารางที่ 4.7	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อ ออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามอายุ..... 80
ตารางที่ 4.8	การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุและผลกระทบจากการ ใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี..... 81
ตารางที่ 4.9	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อ ออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามระดับการศึกษา..... 81
ตารางที่ 4.10	การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างระดับการศึกษาและผล กระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี..... 82
ตารางที่ 4.11	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อ ออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัว ต่อเดือน..... 83
ตารางที่ 4.12	การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยของครอบครัว ต่อเดือนและผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี..... 83
ตารางที่ 4.13	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการ ใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้บริการสื่อ ออนไลน์..... 84

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์.....	85
ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์.....	85
ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี.....	86
ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์.....	86
ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี.....	87
ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์.....	88
ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี.....	89
ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี.....	90
ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี.....	90

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ภาพที่ 2.1 สมรรถนะของการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล.....	25
ภาพที่ 2.2 แสดงโมเดลการเปิดรับสื่อ.....	37
ภาพที่ 2.3 แสดงช่วงเวลาการแบ่งยุคของสื่อและอิทธิพลและผลกระทบของสื่อ.....	44
ภาพที่ 2.4 แสดงกระบวนการเลือกสรรการรับสาร 3 ชั้น.....	51



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่อินเทอร์เน็ตกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว เป็นที่นิยม และมีผู้เชื่อมต่อใช้งานจำนวนมาก อินเทอร์เน็ตจึงก่อให้เกิดโอกาสและบริการใหม่ๆ มากมาย เช่น การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต พบปะ สนทนา แลกเปลี่ยนข้อมูล เป็นต้น นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่นำเสนอความบันเทิงที่รองรับสื่อมัลติมีเดีย (multimedia) ในรูปแบบต่างๆ จำนวนมหาศาล ทำให้ผู้ใช้งานเข้าถึงสื่อเหล่านั้นได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา อินเทอร์เน็ตยังเป็นพื้นที่เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถประชาสัมพันธ์นำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบที่น่าสนใจ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง แม่นยำ มีการกล่าวว่า “ธุรกิจใดไม่สนใจโลกอินเทอร์เน็ต ธุรกิจนั้นกำลังปฏิเสธอนาคตของตัวเอง” หากรวมเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กับเทคโนโลยีการสื่อสารการ โทรคมนาคมในปัจจุบัน และนำไปใช้งานในทางสร้างสรรค์อินเทอร์เน็ตจะเป็นช่องทางและเป็นประโยชน์อย่างมหาศาลในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านการติดต่อสื่อสาร อินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้งานทั่วโลกสามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างอิสระปราศจากข้อจำกัดใดๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีรูปแบบการให้บริการด้านการติดต่อสื่อสารมากมาย เช่น อีเมล การรับส่งข้อความ การสนทนาออนไลน์เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย เป็นต้น (มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 2562)

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความเร็วในการ ติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลเพิ่มขึ้น ทำให้รองรับการรับส่งข้อมูลที่ หลากหลาย และมีปริมาณมาก สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลสื่อมัลติมีเดียได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว รองรับการสนทนาแบบเวลาจริง (real time) สามารถสนทนาแบบเห็นหน้ากันในขณะนั้น รองรับการประชุมทางไกล (teleconference) เป็นต้น ซึ่งลดข้อจำกัดทางด้านเวลา หรือ ระยะทางได้ การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเครื่องคอมพิวเตอร์เสมอไป ผู้ใช้งานอาจ เข้าถึงการให้บริการต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน เป็นต้น ทำให้ง่ายต่อการใช้งาน มีขนาดเล็กพกพาได้ง่าย และ ยังสามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา เกิดสังคมนวัตกรรมใหม่ขึ้น คือ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (social tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่าง กันในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์ และ โปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generate Content: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง (วัฒน ภูวทิศ, 2559)

ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทย พบว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยนานขึ้นเป็น 10 ชั่วโมง 5 นาที ต่อวันจากปีที่ผ่านมา มีชั่วโมงการใช้งานเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 41 นาทีต่อวัน โดยกลุ่มเจนวาย (Gen Y) และกลุ่มเจนวาย (Z) หรือกลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี ไปจนถึง 37 ปี ครองแชมป์การใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุด โดยมีการใช้งานสูงถึง 10 ชั่วโมง 22 นาที ขณะเดียวกันยังพบว่า กลุ่มเจนเอ็กซ์ (Gen X) หรือเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 8 ชั่วโมงทั้งในวันธรรมดาและวันหยุด โดยความนิยมในการใช้งานส่วนใหญ่ยังเป็นการใช้งานโซเชียลมีเดีย (social Media) อาทิ เฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตราแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) และ พันทิป (Pantip) สูงมากถึง 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน หรือเท่ากับ 1 ใน 3 ของชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละวัน โดยกิจกรรมที่เป็นที่นิยมมีทั้งการทำธุรกรรมทางการเงิน การอ่านหนังสือออนไลน์ จองโรงแรม จองตั๋ว เรียกแท็กซี่ บริการสั่งอาหาร รวมทั้งเรียนออนไลน์ต่างๆ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเข้าสู่สังคมดิจิทัลและทำให้วิถีชีวิตประจำวันของประชาชนเริ่มเปลี่ยนผ่านไปสู่ความเป็นดิจิทัลมากยิ่งขึ้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2561)

ด้วยบทบาทของสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดีย (social Media) ที่ทุกคนสามารถสืบค้นข้อมูล ความรู้หรือสิ่งที่น่าสนใจได้อย่างง่ายดาย ทำให้อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตได้ หากได้รับข้อมูลที่ไม่เป็นจริง การหลอกลวงผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (social Media) หรือบนแพลตฟอร์ม (platform) ต่างๆ ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อจึงต้องนำมาใช้เพื่อการกลั่นกรองข้อมูลและรู้เท่าทันสารสนเทศได้ ดังแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559) ได้มีการกำหนดให้มียุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมเสรีภาพในการสื่อสาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์มุ่งส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายผู้บริโภคให้เข้มแข็งและมุ่งส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ โดยกำหนดแนวทางให้จัดทำแผนงาน โครงการเพื่อพัฒนาความสามารถของประชาชน และได้จัดทำต่อเนื่องในกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562 - 2566) ในยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และการให้บริการที่เพื่อประโยชน์สังคมและสาธารณะ โดยส่งเสริมการสร้างตระหนักรู้ให้ประชาชนสามารถรู้เท่าทันสื่อ และเท่าทันการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2561)

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เป็นความสามารถในการวิเคราะห์ การประเมิน ความคิดสร้างสรรค์ และการมีส่วนร่วมกับสารในรูปแบบต่างๆ (ธีรารักษ์ โภธิสุวรรณ, 2560) สามารถที่จะเลือกและวิเคราะห์สารจากสื่อต่างๆ ซึ่งเป็นความสามารถในการตั้งคำถามได้อย่างเหมาะสมว่ามีอะไรอยู่ในสารนั้น และอะไรอยู่เบื้องหลังในการผลิตสื่อ ด้วยการมีทักษะ “การรู้เท่าทันสื่ออย่างรู้ตัว” มีความสามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ และสามารถตอบโต้กับมันได้อย่างมีสติและรู้ตัว นอกจากนี้ ยังต้องมีทักษะ “การใช้สื่ออย่างตื่นตัว” โดยผู้รับสารต้องมีความสามารถในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม เข้าถึงสื่อที่หลากหลาย ที่สำคัญสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อได้ (แพรวพรรณ อัคระประสา, 2557)

การมีเทคโนโลยีทางการสื่อสารเป็นเรื่องที่ดี แต่ก็เป็นดาบ 2 คม โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่อ่อนไหวด้านความมั่นคง การรับรู้ข่าวสารด้วยการรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องที่สำคัญมาก อาทิ เมื่อเกิดกระแสข่าวความรุนแรง กระแสความแตกแยก ความไม่ไว้วางใจ และความโกรธเกลียดจะเป็นสิ่งที่ฝายความมั่นคงของประเทศไม่อยากจะเกิดขึ้น เนื่องจากเป็นภัยที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงได้ เช่น ข่าวการก่อเหตุความรุนแรงของผู้ก่อความไม่สงบ ที่ประสงค์จะสร้างความแตกแยกให้เกิดขึ้นในสังคม ด้วยการทำร้ายผู้ประชาชนผู้บริสุทธิ์ ผู้นำทางศาสนา เป็นต้น โดยทางฝ่ายรัฐบาลได้รับชี้แจงเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เป็นข้อมูลการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อให้ประชาชนไม่เกิดความตระหนก และเกิดการแตกแยกขึ้นได้ โดยการสื่อสาร การส่งสารนั้นได้ผ่านทุกช่องทางบนโลก โซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะการส่งสารทางแอปพลิเคชันไลน์ (line) ที่มีกลุ่มการสื่อสารเพื่อการรับและส่งข้อมูลระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีการส่งข้อมูลข่าวสารผ่าน สื่อต่างๆ กันอย่างรวดเร็ว การรู้เท่าทันสื่อจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ในการใช้สื่อ เข้าใจว่าสื่อมีบทบาทหน้าที่อย่างไร และสื่อจะช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ได้อย่างไร ในการที่จะมีส่วนร่วมกับการกระบวนการขัดเกลาทางสังคม เพื่อนำไปสู่การสร้างความเป็นประชาธิปไตย และทำให้เกิดความเป็นธรรมในสังคม โดยการมีการกำหนดขอบเขตในสังคมให้เท่าเทียมกันและแต่ละกลุ่มตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ผลิตสื่อและผู้บริโภคสื่อ ควรพิจารณาการสำคัญในการปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ และพัฒนาให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบ ประชาชนจะต้องรู้จักคิดในเชิงวิเคราะห์ และสามารถสื่อสารในเชิงสร้างสรรค์ได้ (อุษา บิ๊กกินส์, 2555)

ในพื้นที่จังหวัดปัตตานี ซึ่งเป็นหนึ่งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย โดยจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติจังหวัดปัตตานี ในปี 2561 มีจำนวนประชากร 709,796 คน และการใช้งานคอมพิวเตอร์ จำนวน 145,585 ราย ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 277,374 ราย ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบใช้ส่วนตัว จำนวน 378,921 ราย และที่ใช้ร่วมกับครอบครัวอีกจำนวน

79,748 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ จังหวัดปัตตานี, 2561) อาจกล่าวได้ว่าการมีการใช้อุปกรณ์เพื่อเชื่อมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก ทั้งนี้การรู้เท่าทันสื่อจึงมีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากปัญหาการใช้งานสื่อสังคมในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์อาจไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้างทั้งด้านความคิด อารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสื่อสังคมออนไลน์ผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจมีทั้งข้อดีและข้อเสีย และไม่สามารถควบคุมได้กรณีที่เผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ผู้สร้างข้อมูลสามารถเปลี่ยนแปลง แก้ไข และสามารถกำหนดเงื่อนไขความรับผิดชอบการควบคุมเนื้อหาสาระได้ ขณะที่การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ผู้เผยแพร่ไม่สามารถเป็นผู้กำหนดขอบเขตความรับผิดชอบได้เอง แต่ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นผู้กำหนดขอบเขตความรับผิดชอบ ผู้ใช้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ซึ่งมีทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ (แสงเดือน ผ่องพูน, 2556)

จะเห็นได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในการรับสื่อ โดยเฉพาะในเยาวชน ที่อยู่ในวัยกำลังเรียนรู้ และมีความสนใจใฝ่รู้ในสิ่งใหม่ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ ผ่านการกลั่นกรองจากสื่อต่างๆ เพื่อการนำไปพัฒนาตนเอง ประเทศชาติและสังคมโลกในทุกด้าน การรู้เท่าทันสื่อหรือการศึกษาสื่อมีความสำคัญที่เป็นการให้อ่านใจแก่พลเมืองในการสร้างและการพัฒนาสมรรถนะ ทักษะ และทักษะที่จำเป็น โดยผู้ที่จะเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบเป็นแรงงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นนักศึกษาที่ประสบความสำเร็จ หรือเป็นผู้บริโภคที่มีความรอบรู้ จำเป็นต้องพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสารสนเทศ ที่มีความพร้อมในระดับการรับรู้ที่หลากหลาย ทั้งความคิด ความรู้สึก ความประพฤติ ที่จะช่วยให้เข้าใจสารที่ได้รับและใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านเทคโนโลยีที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เทอดศักดิ์ ไม้เท้าทอง, 2557)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้มีการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาสื่อออนไลน์ให้เหมาะสมกับเยาวชนจังหวัดปัตตานี และส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์เพื่อลดผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

2.2 เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

2.3 เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

2.4 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

2.5 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

2.6 เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

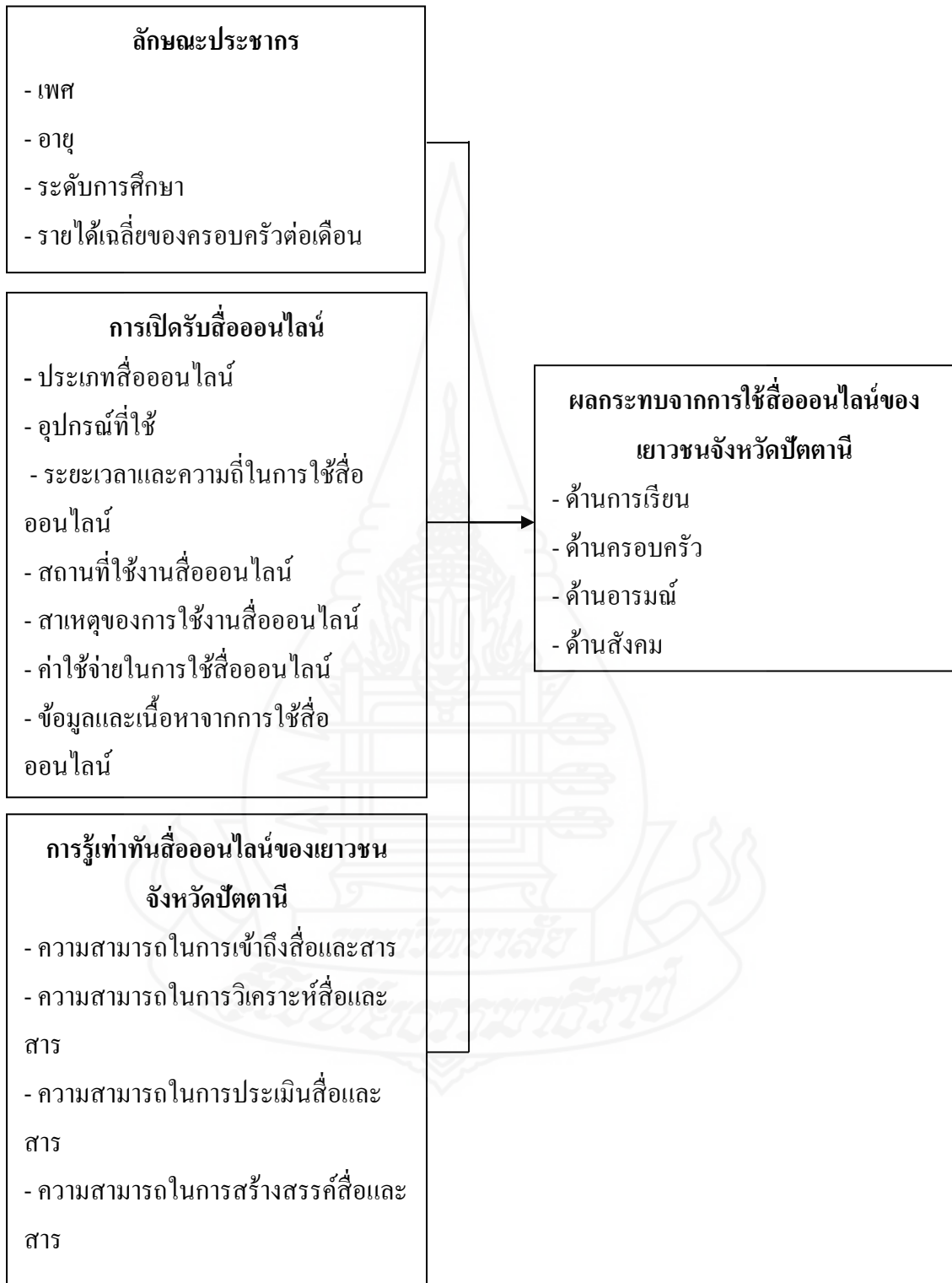
3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดในการศึกษาตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้



ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด

4. สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ได้มีการกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

4.1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

4.2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

4.3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

5. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ จะเป็นการศึกษาเฉพาะเยาวชนในอำเภอเมืองจังหวัดปัตตานี อายุระหว่าง 15-18 ปี ในจังหวัดปัตตานีในระหว่างเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม 2562

6. นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี” ได้มีการกำหนดนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการดังต่อไปนี้

6.1 สื่อออนไลน์ หมายถึง ประเภทสื่อที่เยาวชนจังหวัดปัตตานีใช้ในการสื่อสารระหว่างกันในทุกกิจกรรมของการดำเนินชีวิต ผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ ทวิตเตอร์

6.2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ หมายถึง การเปิดรับสื่อของเยาวชนในเขตอำเภอเมืองปัตตานี อันประกอบด้วย ประเภทสื่อออนไลน์ อุปกรณ์ที่ใช้ ระยะเวลาและความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ สถานที่ใช้งานสื่อออนไลน์ สาเหตุของการใช้งานสื่อออนไลน์ ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อออนไลน์ ข้อมูลและเนื้อหาจากการใช้สื่อออนไลน์

6.3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ หมายถึง ความรู้และทักษะในการวิเคราะห์ พิจารณาสื่อออนไลน์ของเยาวชนในเขตอำเภอเมืองปัตตานี อันประกอบด้วย ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ

และสาร ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อและสาร ความสามารถในการประเมินสื่อและสาร
และความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อและสาร

6.4 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี หมายถึง ผลกระทบ
จากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนในเขตอำเภอเมืองปัตตานี อันประกอบด้วย ด้านการเรียน
ด้านครอบครัว ด้านอารมณ์ และด้านสังคม

6.5 เยาวชนจังหวัดปัตตานี หมายถึง เยาวชนในจังหวัดปัตตานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 15
ถึง 18 ปี ในปี พ.ศ. 2562

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้
สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จะทำให้ได้ประโยชน์ดังต่อไปนี้

7.1 ทำให้ทราบถึงการเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบ
จากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

7.2 เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมให้เยาวชนจังหวัด
ปัตตานีมีการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น

7.3 เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบ
จากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่และสื่อออนไลน์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากร
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้สื่อ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่และสื่อสังคมออนไลน์

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

สื่อใหม่ ตามคำนิยามของ โรเจอร์ (Rogers) (1995, อ้างถึงใน สุรริรักษ์ วงษ์ทิพย์, 2557) หมายถึง เทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมาก ผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง เห็นได้ชัดเจนว่าจากยุคดั้งเดิมมนุษย์สื่อสารตัวต่อตัวโดยใช้คำพูดและการใช้สัญลักษณ์ ต่อมาการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการพัฒนาการทางการสื่อสารมากขึ้น ทำให้เกิดการสื่อสารกันผ่านสื่อมวลชน (Mass Media) มากขึ้น จึงเกิดสื่อมวลชนขึ้นมาหลายประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ในปัจจุบันการสื่อสารได้มุ่งเน้นเฉพาะเจาะจงบุคคลมากขึ้น แต่มีความหลากหลายในเวลาเดียวกัน จึงสามารถเรียกการสื่อสารรูปแบบนี้ว่า สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือที่มักเรียกทับศัพท์กันว่า โซเชียลมีเดีย (social media)

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ของ แมคควอล (McQuail) (2000, อ้างถึงใน สถาพร ลิงหะ, 2556) ได้กล่าวว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่มีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสื่อใหม่มีช่องทางการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันไปตามประเภทการใช้งาน เนื้อหา และบริบท ดังนั้นลักษณะสำคัญของสื่อใหม่มีอยู่ 4 ประการ ได้แก่

1. สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication Media) ได้แก่ โทรศัพท์ (ซึ่งมีลักษณะของความสามารถในการเคลื่อนย้ายมากขึ้น) และอีเมล (ในระยะแรกเป็นการใช้เพื่อการทำงาน แต่ปัจจุบันเป็นการใช้ในเรื่องส่วนตัวมากขึ้น) โดยทั่วไปมักมีเนื้อหาเป็นส่วนตัว ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารอาจสำคัญมากกว่าข้อมูลที่ส่งถึงกัน

2. สื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลิน (Interactive Play Media) ได้แก่ คอมพิวเตอร์และวิดีโอเกม รวมทั้งอุปกรณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) หากเปรียบกับสื่อเก่าแม้ว่าจะมีการสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีคล้ายคลึงกันและอาจถือว่าเป็นทางเลือกในการใช้งานของการใช้สื่อบางอย่าง ข้อแตกต่างที่สำคัญคือความสามารถในการโต้ตอบ (interactivity) และกระบวนการในการใช้ ประโยชน์

3. สื่อเพื่อการค้นหาข้อมูล (Information Search Media) เป็นประเภทที่มีสื่อหลายชนิด แต่อินเทอร์เน็ตและเว็ลด์ไวด์เว็บเป็นตัวอย่งที่เด่นที่สุด โดยจัดเป็นเสมือนห้องสมุดและแหล่งข้อมูลที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของขนาด ความเป็นปัจจุบันและการเข้าถึง อย่างไรก็ตามความหลากหลายของเนื้อหาและแรงจูงใจในการใช้ แสดงให้เห็นถึงลักษณะที่เป็นประโยชน์ที่นอกเหนือไปจากผลของการพัฒนาการทางเทคโนโลยี

4. สื่อเพื่อการมีส่วนร่วม (Collective Participatory Media) สื่อในกลุ่มนี้ประกอบด้วย การใช้อินเทอร์เน็ตในการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิด ประสบการณ์ และสร้างความสัมพันธ์จากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ นอกจากอินเทอร์เน็ตแล้วการประชุมผ่านทางวิดีโอและโทรศัพท์ ก็เกี่ยวข้องกับสื่อประเภทนี้ด้วยเช่นกัน แม้ว่าจะเป็นสื่อที่จำกัดในขอบเขตของการใช้เพื่อจุดประสงค์เรื่องงาน

กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล (2555) กล่าวถึง คุณลักษณะของสื่อใหม่ไว้ดังนี้

1. สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication)
2. สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ (Ease of Access to and Dissemination) เช่น การรวมตัวของผู้รับสารในการแสดงความเห็นต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
3. สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous Learning)
4. สื่อใหม่มีการวางตัวในแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration)
5. สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (Creation of Community)
6. สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย พกพาได้สะดวก (Portability)
7. สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (Convergence)
8. สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติงานรวมกันได้ (Interoperability)

9. สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมาไว้รวมกัน (Aggregation of Content)
10. สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลาย เพิ่มทางเลือก (Variety Choice Long tail)
11. การหวนคืนกลับมาประสานครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Reintegration of Consumer & Producer)
12. สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือทางไซเบอร์ (Social Collectivity & Cyber-Cooperation)
13. การเกิดวัฒนธรรมแบบรีมิคซ์ (Remix Culture)
14. การเปลี่ยนจากผลผลิตมาสู่บริการ (Form Products to Services)
15. สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา (User-based transformation of New Media)

1.2 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารกับสื่อใหม่

สื่อออนไลน์ตามทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact/Effect of media) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงเรื่องของมิติของผลกระทบ (Dimension of impact) กล่าวคือ สื่อส่งผลกระทบโดยตรงและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านความเข้าใจ อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะคิด และด้านการกระทำ และสื่อใหม่ยังส่งผลกระทบต่อด้านการสร้างจินตนาการ เนื่องจากลักษณะของสื่อใหม่ในการสร้างโลกเสมือนและการประกอบสร้างที่หลากหลายด้วยตัวผู้สื่อสาร และผลกระทบต่อด้านการใช้ภาษา การศึกษาสื่อออนไลน์ในบริบทตามทฤษฎีสำหรับสื่อใหม่มีประเด็นที่แตกต่างจากกับใช้กับสื่อดั้งเดิม

คาสเทลล์ (Castells) (2007, อ้างถึงใน สกฤตศรี ศรีสารคาม, 2559) ได้อธิบายว่าการเลือกใช้และเลือกรับสารของสื่อใหม่เป็นการสื่อสารด้วยตัวเอง (Self-communication) มีลักษณะของการเลือกเองตามความต้องการ (self-selectivity) และการผลิตสื่อมีลักษณะเป็นการสร้างสื่อด้วยแต่ละบุคคล (self-generated) การศึกษาสื่อใหม่ต้องให้ความสำคัญกับการรับเนื้อหาและกระบวนการสร้างเนื้อหา แนวคิดเรื่องทฤษฎีผลกระทบจากสื่อที่สร้างด้วยตัวเอง (Self-generated Media Effect) เป็นแนวคิดที่เพิ่มเติมขึ้นมาในส่วนของการศึกษาสื่อใหม่ โดยการสร้างเนื้อหาสื่อของปัจเจกชนมีผลต่อการรับรู้ ความเชื่อ และพฤติกรรมของผู้สร้างเนื้อหาเอง กระบวนการในการผลิตสื่อที่นั่นหล่อหลอมและมีผลต่อความคิดของผู้ผลิตในเรื่องนั้นๆ เช่น การโพสต์เรื่องเกี่ยวกับการเมืองบนสื่อสังคม เป็นการแสดงออกทางการเมืองและทำให้ตัวเองอยู่ในกระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมือง การโพสต์เป็นการกลั่นกรองความคิดความเชื่อของตัวเอง ในขณะที่ผลกระทบจากการที่มีคนปฏิสัมพันธ์ หรือให้ข้อเสนอแนะ (feedback) ต่อเนื้อหาที่ผลิตขึ้น ซึ่งเนื้อหาดังกล่าวไปส่งผลต่อ

ความคิด ความรู้สึก ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้ผลิตสื่อ แนวคิดนี้ใช้ได้กับสื่อมวลชนและสื่อระดับปัจเจกชนคนทั่วไปที่สร้างเนื้อหาลงบนสื่อออนไลน์

ผลการวิจัยของ ฉา (Shah) และคณะ (2005, อ้างถึงใน อาภาพร ปิงมูล, 2560) พบว่าการแสดงออกในลักษณะของพลเมืองผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมต่อประเด็นต่างๆ ได้มากกว่าสื่อดั้งเดิม พฤติกรรมปัจเจกของวัยรุ่นบนสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อความเคารพต่อตนเอง (self-esteem) มากผ่านทาง การปฏิสัมพันธ์และผลตอบรับจากคนอื่นต่อเนื้อหาที่สร้างขึ้นและเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การศึกษาสื่อออนไลน์และการสื่อสารออนไลน์ในมิติของทฤษฎีเรื่องผลกระทบของสื่อเมื่อเป็นสื่อออนไลน์ ต้องศึกษาที่ผู้รับสาร เนื้อหา และกระบวนการ เนื่องจากเนื้อหานั้นจะส่งผลกระทบต่อตัวผู้ผลิตสารเองด้วย ในขณะเดียวกันควรศึกษาในส่วนของผลกระทบของผู้รับสาร (User-generated Content) ตลอดจนการหล่อหลอมความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมผ่านกระบวนการผลิตสารและปฏิสัมพันธ์ต่อสารนั้นบนสื่อออนไลน์

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ เป็นการศึกษาเรื่อง ความต้องการและแรงจูงใจในการสื่อสารซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในสื่อใหม่ เพราะสื่อใหม่เป็นสื่อที่เลือกได้ตามความพึงพอใจ เป็นสื่อที่สร้างเนื้อหาได้เองและส่งผลกระทบต่อการหลอมพฤติกรรม วิธีการใช้สื่อ รูปแบบการใช้ความถี่ การเข้าถึง รูปแบบของการเอาข้อมูลจากสื่อใหม่มาใช้ประโยชน์ในเรื่องต่างๆ ในมุมมองของการวิเคราะห์สื่อใหม่ต้องวิเคราะห์จากทั้ง 2 ทางคือ สื่อทำอะไรให้คนเอาสิ่งที่นำเสนอไปใช้สื่อ และทำอย่างไรในการผลิตสื่อเพื่อประโยชน์ของตัวเอง

ลักษณะสำคัญของสื่อออนไลน์และการสื่อสารออนไลน์ คือ การปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารสองทาง ความรวดเร็ว และข้อมูลที่ไหลพร้อมกันจำนวนมากจากทุกทิศทาง ประเด็นความห่วงใยผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการส่งข้อมูล ข่าวสาร ข้อความ ความคิดความเห็น ผ่านเครือข่ายสื่อสังคมทำให้เกิด “ภาพเสมือนจริง” ที่แยกไม่ออกระหว่างความจริงกับความเท็จ การที่ทุกคนในสังคมมีโอกาที่จะได้รับสารทำให้สามารถส่งสารไปยังมวลชนได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่ผู้รับสารอาจขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องราว หรือประเด็นที่กล่าวถึง แล้วเชื่อหรือส่งต่อข้อความนั้นไปยังบุคคลอื่นๆ โดยขาดจิตสำนึกความรับผิดชอบนับเป็นอันตรายอย่างมากเมื่อเทียบกับโอกาสของผู้คนที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้ เรื่องของสื่อ "ตัวจริง" และ "ตัวปลอม" เข้าไปใช้เครื่องมือเพื่อสื่อสารข้อมูลไปยังสาธารณะมากขึ้น ทำให้เกิดข่าวลือและข่าวที่สร้างความเสียหายให้เกิดขึ้นต่อการรับข้อมูลข่าวสารและความน่าเชื่อถือของข้อมูล และบางกรณีอาจจะลุกลามเป็นกระแสที่ผิดในสังคม ซึ่งการแพร่กระจายของข้อมูลบิดเบือนที่รวดเร็วนี้เป็นปัญหาสำคัญที่ผู้ผลิตสื่อให้ความสำคัญส่งผลให้มีการร่างกรอบจริยธรรมเป็นแนวทางปฏิบัติในการรายงานข่าวผ่านสื่อสังคมและสื่อออนไลน์ อย่างไรก็ตามการกำกับดูแลขององค์กรวิชาชีพสื่อเป็นไปในลักษณะที่สมาชิกสมัครใจใน

การปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนด ดังนั้น การดูแลเรื่องจริยธรรมของสื่อยังมีข้อจำกัดอยู่เช่นกัน (เคลย์ และ เซอร์คีย์ (Clay and Shirky), 2011, อ้างถึงใน สกฤตศรี ศรีสารคาม, 2559)

เทคโนโลยีสื่อออนไลน์และสื่อสังคมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนข่าวที่สำคัญ คือ บทบาทในกระบวนการสื่อข่าวที่เปลี่ยนจากการสื่อสารทางเดียวเป็นการสื่อสารแบบสองทางมากขึ้น การตัดสินใจและกำหนดประเด็นข่าวไม่ได้อยู่ที่กองบรรณาธิการหรือองค์กรสื่อเพียงอย่างเดียว เพราะพลเมือง ภาคประชาชน ผู้รับสารมีบทบาทในการกำหนดทิศทางของข่าวและประเด็นของสังคมเพิ่มมากขึ้น ดังที่เห็นหลายกรณีว่าองค์กรสื่อหิบบกระแสและประเด็นที่คนบนโลกออนไลน์ให้ความสนใจมาต่อยอดประเด็นเป็นข่าวบนสื่อกระแสหลัก นอกจากนั้นพฤติกรรม การรับสารที่เปลี่ยนไป การเลือกในสิ่งที่สนใจ การมีช่องทางในการรับข่าวสารที่เพิ่มขึ้น ทำให้สื่อต้องปรับตัวสู่การเป็นคอนเวอร์เจนต์ (convergent) และพยายามตอบสนองการเข้าถึงข่าวสารในทุกแพลตฟอร์ม (platform) ขณะเดียวกันการปฏิสัมพันธ์ที่ทำได้อย่างรวดเร็วและง่ายผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคมทำให้เกิดกระบวนการร่วมมือกันระหว่างสื่อกับผู้รับสารในกระบวนการสื่อข่าวมากขึ้นในหลายรูปแบบ เช่น การระดมข้อมูล การใช้ข้อมูลข่าวจากสื่อสังคม การมีชุมชนออนไลน์ช่วยตรวจสอบและให้ข้อมูลข่าว เป็นต้น จากการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการสื่อข่าวและการพัฒนาของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ ส่งผลให้เกิดข้อกังวลด้านจริยธรรมการสื่อข่าวผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ทำให้มีการหารือและศึกษาของทั้งวิชาการและวิชาชีพด้านสื่ออย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการปรับตัวที่เหมาะสม (เคลย์และเซอร์คีย์ (Clay and Shirky), 2011, อ้างถึงใน ปรีชาต รัตนบรรณสกุล, 2561)

ประเด็นสำคัญของกรอบจริยธรรมที่นักวิชาการมองว่าต้องมีการตรวจสอบอย่างละเอียดและปรับแนวทางจริยธรรมในการปฏิบัติให้เหมาะสมกับลักษณะของสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ประกอบด้วยประเด็นหลักๆ ดังนี้

1. ประเด็นเรื่องการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือของการรายงานข่าวท่ามกลางข้อมูลที่ไหลอยู่ในวงจข่าวจำนวนมาก ซึ่งประกอบด้วยข้อความที่เป็นความคิดเห็น มีทั้งข้อมูลที่ตรวจสอบได้และยังตรวจสอบไม่ได้ ผู้สื่อข่าวและองค์กรสื่อจะอย่างไรในการรักษาความน่าเชื่อถือในการใช้ข้อมูลและการรายงานข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม

2. ประเด็นเรื่องการตอบสนองความต้องการของผู้อ่านที่เลือกในสิ่งเฉพาะความสนใจ การดึงดูความสนใจของผู้อ่านหรือผู้ชมข่าวและแรงกดดันทางธุรกิจที่สื่อต้องหารายได้เพื่ออยู่รอด นำไปสู่แรงกดดันในการตัดสินใจระหว่างการนำเสนอข่าวที่รักษามาตรฐานของจรรยาบรรณสื่อ กับเรื่องราวที่เป็นกระแส มีอารมณ์ความรู้สึก หรือ “ดราม่า” รวมถึงประเด็นในเรื่องการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์และสื่อสังคมที่มีอยู่ทั่วไปกับหลักของลิขสิทธิ์ และสิทธิส่วนบุคคลในการนำข้อมูล

มาใช้เผยแพร่ต่อสาธารณะ เป็นอีกมิติหนึ่งของการสื่อสารออนไลน์ที่ควรมีการศึกษาเพื่อสร้างการรู้เท่าทันการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารออนไลน์และสื่อออนไลน์

ลักษณะของสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารสองทาง เข้าถึงในวงกว้าง ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องเพราะมีการปฏิสัมพันธ์กับสารและเผยแพร่ต่อได้ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้จำนวนมาก ข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์มีลักษณะแยกชิ้นส่วน หากผู้รับสารไม่เข้าใจและไม่สามารถประกอบรวมได้ อาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดได้ แต่หากผู้รับสารประกอบรวมได้จะมีประโยชน์ในการสื่อสารที่รอบด้าน นอกจากนี้ สื่อออนไลน์ยังเอื้อต่อการสร้างชุมชน ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม โดยเฉพาะการรวมกลุ่มความคิด นำไปสู่การหลอมทัศนคติและพฤติกรรมกลุ่ม สื่อออนไลน์มีความสามารถในการประมวลเนื้อหาจากหลายแห่ง ทำให้บทบาทของผู้รับสาร (User-generated content) มีความสำคัญ โดยสื่อออนไลน์มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือกันทางไซเบอร์ และสื่อออนไลน์ยังทำให้เกิดวัฒนธรรมแบบริมิคซ์ คือ การเลือกเนื้อหามาดัดแปลง ตัดต่อประกอบสร้างใหม่ โดยที่ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหาชิ้นนั้น (ปาริชาติ รัตนบรรณสกุล, 2561)

ดีอูเซ่ (Deuze) (2003, อ้างถึงใน วัฒน ภูวทิศ, 2560) ได้อธิบายว่า การใช้สื่อออนไลน์ต้องเลือกตัดสินใจการใช้สื่อที่แตกต่างให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่จะนำเสนอและมีความเป็นมัลติมีเดีย (multimedia) ต้องคำนึงถึงช่องทางที่จะทำให้มีการโต้ตอบกับผู้รับสาร และมีเครื่องมือให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับข่าวสารในรูปแบบที่ต้องการได้ (interactivity) ต้องคำนึงถึงการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวไปสู่ประเด็นหรือฐานข้อมูลอื่นๆ ผ่าน Hyperlink (hypersexuality) ในขณะที่ สกอลเลอร์ (Skoler) (2009, อ้างถึงใน สกุลศรี ศรีสารคาม, 2559) ได้อธิบายว่า สื่อสังคมเป็นเรื่องของการแบ่งปัน การรับฟังและตอบโต้กับผู้อื่น ซึ่งการแบ่งปันข้อมูลนี้ทำให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ และการรับฟังความเห็นของผู้อื่น การสร้างความสัมพันธ์และการรวบรวมความรู้มาจากแหล่งที่หลากหลาย รวมถึงมาจากประสบการณ์โดยตรงไป ในส่วนของ นิวแมน (Newman) (2009, อ้างถึงใน สกุลศรี ศรีสารคาม, 2559) อธิบายไว้ว่า สื่อสังคมเป็นพลังของการสื่อสารแบบเครือข่ายที่ทำให้คนสามารถแสดงความเห็นและส่งข้อมูลได้อย่างอิสระก้าวข้ามข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิม ลักษณะของการสื่อสารออนไลน์สามารถสร้างบนสนทนา เช่น ให้แสดงความเห็น (comment) หรือเสนอเรื่องของตัวเองให้คนอื่นรับรู้ได้ ทำให้มีการสื่อสารกันอย่างกว้างขวาง บางครั้งนำไปสู่การสนทนาได้ทั้งในระดับตัวต่อคน เป็นกลุ่มเล็ก หรือ ขยายวงไปสู่การสร้างชุมชนออนไลน์ของคนที่ชอบเรื่องเดียวกัน

การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ใกล้เคียงกับสื่อมวลชน เขาสามารถสร้างสื่อได้ด้วยตัวเอง ดังนั้น การเข้าถึงข้อมูล อำนาจในการผลิตสื่อ

ของสื่อมวลชนเป็นข้อได้เปรียบที่น้อยลง คนทั่วไปมีบทบาทมากขึ้น และอาจมีข้อมูลหรือสร้างสื่อที่ดีได้มากกว่าสื่อมวลชนในบางเรื่อง ดังนั้น สื่อต้องมีการปรับตัวเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างสื่อมวลชนกับชุมชนออนไลน์ เป็นส่วนหนึ่งของการสนทนาร่วมกับชุมชนออนไลน์ เช่น การเขียนบล็อก (blog) อัปเดตข้อมูลผ่านทวิตเตอร์ (twitter) สร้างเครือข่ายผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ต่างๆ ทำให้มิติในการเข้าถึงข้อมูลและการมองหาประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่องานสื่อสารมวลชนทำได้กว้างและหลากหลายมากขึ้น (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2559)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ สื่อที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีลักษณะสร้างให้ผู้ใช้เกิดการแลกเปลี่ยนพูดคุยกันระหว่างผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลด้วยตัวเอง แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่น มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยสื่อสังคมมีลักษณะสำคัญ (ปาริชาติ รัตนบรรณสกุล, 2561) ได้แก่

1. การมีส่วนร่วม (Participation) เป็นช่องทางสนับสนุนให้เกิดการให้ข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ผู้สื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นทั้งผู้ส่งสารและรับสารในกระบวนการสื่อสารสองทาง

2. การเปิดกว้าง (Openness) การเปิดพื้นที่ให้มีการแสดงตัวตน ความเห็น ความรู้สึกอย่างเปิดเผยต่อสาธารณะ และเปิดพื้นที่ให้มีการตอบโต้ ปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างกว้างขวาง

3. การสร้างบทสนทนา (Conversation) สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ของการสนทนาและแลกเปลี่ยนเรื่องต่างๆ ระหว่างคนที่อยู่ในเครือข่ายการสื่อสารเดียวกัน การสนทนาจะเกิดขึ้นจากการต้องการข้อมูล ข่าวสาร หรือมีความคิด ความเห็นและความชอบใกล้เคียงกันและต้องการแลกเปลี่ยนกับอีกฝ่าย

4. การรวมตัวเป็นชุมชนออนไลน์ (Community) เป็นการสนทนาเป็นกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง แบ่งปันให้ผู้อื่นทั้งในและนอกเครือข่ายได้รับรู้

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นได้ว่าลักษณะสำคัญของสื่อออนไลน์ คือ ความเร็ว การเป็นเครือข่าย การเชื่อมโยงข้อมูลจำนวนมาก การปฏิสัมพันธ์ และการสร้างพื้นที่การนำเสนอข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อการสื่อสารได้สองทางมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ดังนั้น การศึกษาการสื่อสารบนสื่อออนไลน์เป็นการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางที่มีการใช้งานเพื่อสื่อสาร กระบวนการและรูปแบบของการสื่อสาร เนื้อหาในการสื่อสาร และอิทธิพลของการสื่อสารบนสื่อออนไลน์ที่มีต่อความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมในประเด็นต่างๆ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

2.1 แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ

ซิลเวอร์แบลท และ เอลิเชรี (Silverblatt & Eliceiri) (1997, อ้างถึงใน เขวภา บัวเวช อาจารย์ และ มารีษา สุจิตวนิช, 2558) ได้นิยามว่า ความรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะการคิดแบบวิพากษ์ที่ทำให้ผู้รับสื่อ สามารถแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับผ่านสื่อมวลชน และช่วยให้เกิดการพัฒนาทักษะการวินิจฉัย เนื้อหาของสื่อได้อย่างเป็นอิสระ

พอตเตอร์ (Potter) (2014, อ้างถึงใน เขวภา บัวเวชอาจารย์ และ มารีษา สุจิตวนิช, 2558) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นมุมมองของบุคคลที่ก่อร่างขึ้นจาก 3 ส่วน ได้แก่ โครงสร้างความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ โดยบุคคลผู้รู้เท่าทันสื่อจะใช้โครงสร้างความรู้ของตัวเองในการตีความสาร ซึ่งเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการสร้างความรู้ของผู้รู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ทักษะ 7 ประการ คือ

1. การวิเคราะห์ (analysis)
2. การประเมิน (evaluation)
3. การจำแนกกลุ่ม (grouping)
4. การใช้เหตุผลแบบอุปนัย (induction)
5. การใช้เหตุผลแบบนิรนัย (deduction)
6. การสังเคราะห์ (synthesis)
7. การสรุปสาระสำคัญ (abstracting)

โดยมีโครงสร้างความรู้ที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วยความรู้ใน 5 ด้าน ได้แก่

1. ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ (media effects)
2. เนื้อหาสื่อ (media content)
3. อุตสาหกรรมสื่อ (media industries)
4. โลกแห่งความเป็นจริง (real world)
5. รู้จักตนเอง (the self)

มิติการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่

1. มิติทางด้านการรับรู้ (cognitive dimension) เป็นความสามารถของบุคคลในการเข้าใจตั้งแต่ สัญลักษณ์ที่ง่าย ๆ ไปจนถึงประเด็นที่มีความสลับซับซ้อน

2. มิติทางด้านอารมณ์ (emotional) เป็นความสามารถของบุคคลในการจำแนกสัญลักษณ์ต่างๆ ที่สื่อใช้ในการกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกแต่ละอย่างได้ โดยรู้ว่าผู้ผลิตสื่อนั้นต้องการกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกอะไร รวมถึงการที่ผู้รับสารสามารถใช้สื่อเพื่อปรับอารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ตามความปรารถนา

3. มิติทางด้านสุนทรีย (aesthetic dimension) เป็นความสามารถของบุคคลที่จะเสพความสุข เข้าถึงหรือเห็นคุณค่าที่อยู่ในสารด้วยมุมมองทางศิลปะ ซึ่งเป็นความสามารถที่เกิดจากการเข้าใจทักษะที่ใช้ในการผลิตเนื้อหาของสื่อต่างๆ

4. มิติทางด้านจริยธรรม (moral dimension) เป็นความสามารถของบุคคลที่ล่วงรู้หรือตีความ ค่านิยมที่แฝงอยู่ในสารได้ แม้ว่าความรู้เท่าทันสื่อจะเป็นสิ่งที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่แล้ว กระนั้นความรู้เท่าทันสื่อของแต่ละคนย่อมมีไม่เท่ากัน

ระดับของการรู้เท่าทันสื่อ ตามแนวคิดของ ทอมันและอลิซาเบซ (Thoman and Elizabeth) ที่ซิลเวอร์แบลท (Silverblatt) (1995, อ้างถึงใน เขวภา บัวเวชอาจารย์ และ มาริษา สุจิตวนิช, 2558) ได้จำแนกความรู้เท่าทันสื่อที่ทำให้ประชาชนทุกกลุ่มอายุมีพลังอำนาจทางสื่อ (media empower) ออกเป็น 3 ระดับ ดังต่อไปนี้

1. การเป็นผู้ตระหนักในความสำคัญของการเลือกและจัดสรรเวลาที่ใช้กับสื่อ
2. การเรียนรู้ทักษะการดูอย่างพินิจพิจารณา เรียนรู้ที่จะวิเคราะห์และตั้งคำถามถึงสิ่งที่อยู่ภายในกรอบว่า สื่อถูกสร้างขึ้นอย่างไรและสิ่งไหนที่ไม่ควรเชื่อ ทักษะการดูอย่างพินิจพิจารณานี้สามารถเรียนรู้ได้ดีที่สุดจากชั้นเรียนที่ใช้หลักการตั้งคำถาม การทำกิจกรรมกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการสร้างเนื้อหาสื่อของตนเอง

3. ชั้นการวิเคราะห์สื่อมวลชนในเชิงสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เป็นการสำรวจประเด็น เกี่ยวกับ ใครผลิตสื่อ และวัตถุประสงค์ในการผลิต ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างเวทีทางสังคม เพื่อคัดค้านหรือเรียกร้องให้แก่นโยบายสาธารณะหรือการดำเนินงานขององค์กร

บัคกิงแฮม (Buckingham) (2003, อ้างถึงใน เขวภา บัวเวชอาจารย์ และ มาริษา สุจิตวนิช, 2558) นิยามการรู้เท่าทันสื่อว่า หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง (access) เข้าใจ (understand) และสร้างสรรค์การสื่อสารในบริบทอันหลากหลาย (create communications in a variety contexts) นอกจากนี้ยังกล่าวว่าการมีความสามารถของการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การมีทักษะ 3 ด้าน ได้แก่ การเข้าถึง (access) คือ ความสามารถในการแสวงหาเนื้อหาของสื่อที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับสารเอง การเข้าใจ (understand) และการสร้างสรรค์ (create) นอกจากนี้ยังเห็นว่าความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อควรเป็นสิ่งที่พัฒนามาอย่างสัมพันธ์กับเทคโนโลยีของสื่อใหม่และเทคโนโลยีของสื่อเก่า

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2556) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ทักษะ หรือ ความสามารถในการใช้สื่ออย่างรู้ตัว และใช้สื่ออย่างตื่นตัว โดยขยายความการใช้สื่ออย่างรู้ตัวว่าเป็นความสามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ สามารถโต้ตอบได้อย่างมีสติและรู้ตัว รวมทั้งสามารถตั้งคำถามว่าสื่อผู้สร้างขึ้นได้อย่างไร ส่วนการใช้สื่ออย่างตื่นตัว เป็นการเปลี่ยนจากฝ่ายตั้งรับเป็นฝ่ายรุก โดยการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ รวมถึงสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์

2.2 ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อกำเนิดขึ้นมาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับสื่อต่างๆ เป็นยุคที่สื่อต่างๆ ถูกหลอมรวมเข้าหากัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสื่อสารที่ทำให้ผู้คนไม่ว่าจะอยู่มุมใดของโลกสามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้นั้น ในอีกแง่หนึ่งที่ไม่สามารถปฏิเสธได้คือ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ได้เพิ่มอำนาจให้กับผู้ส่งสาร ซึ่งมักจะเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนขนาดใหญ่มีเงินทุนจำนวนมากที่มีผู้คนเพียงไม่กี่รายที่จะสามารถเข้าถึงกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของสื่อ และขับเคลื่อนไปด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภายใต้สังคมทุนนิยม แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อจึงกำเนิดขึ้นเพื่อสร้างสมดุลแห่งอำนาจ ของระบบการสื่อสารจากที่อำนาจไปกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ส่งสาร ให้ถ่ายเทมาอยู่ในฝั่งผู้รับสารด้วยการปลูกฝังแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ สามารถสรุปประเด็นต่างๆ อันเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจนนำไปสู่การตระหนักถึงความสำคัญของการติดตั้งกลไกการรู้เท่าทันสื่อ นั้น ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2551)

1. สภาพของยุคข้อมูลข่าวสาร ทำให้เนื้อหาข่าวสารในรูปแบบต่างๆ ได้ไหลบ่าเข้าหาผู้รับสารทุกวัย ผู้คนในสมัยปัจจุบันทุกคน ทุกวัย ล้วนแต่มีเครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสารอันนำสมัย อุปกรณ์ไอซีที (ICT – Information and Communication Technology) ติดไว้ข้างกายเพื่อไว้ติดต่อสื่อสารทำงานและอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีที่นำสมัยเหล่านี้สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายหน้าที่ สมาร์ทโฟนทำได้มากกว่าการพูดคุยกันธรรมดาด้วยเสียง แต่มีกล้องที่สามารถถ่ายทอดภาพของคู่สนทนาได้ แชท (chat) ได้ เล่นเกมได้ รวมไปถึงสามารถท่องเว็บไซต์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้ได้ช่วยย่อโลกทั้งใบให้เล็กลงเพียงปลายนิ้วสัมผัส จากสภาพดังกล่าว จึงเป็นสิ่งที่ไม่น่าแปลกใจที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมากกว่า 2,557 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันยังไม่ได้เพียงแค่อาศัยอยู่ในฐานะของผู้บริโภคข้อมูล

ข่าวสาร แต่ยังคงก้าวขึ้นมาเป็นผู้สร้างและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างกระแสข้อมูลปริมาณมหาศาลที่ไหลเวียนบนทางด่วนสารสนเทศ (information superhighway)

2. องค์กรสื่อไม่ว่าจะเป็นวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ยังคงเป็นเป็นองค์กรที่มีมิติทางเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้องกับทั้งสิ้น ยังคงต้องคำนึงถึงต้นทุน กำไร ขาดทุน ไม่ต่างจากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจทั่วไป ภายใต้กลไกตลาด เนื้อหาสารที่ถูกผลิตขึ้นมาจึงเป็นไปเพื่อนำพองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างผลกำไรสูงสุดให้กับองค์กร การมีเม็ดเงินโฆษณาจำนวนมาก การมีเรตติ้งรายการระดับสูง เมื่อวัตถุประสงค์ของการดำเนินขององค์กรสื่อเหล่านี้ให้น้ำหนักเพื่อประโยชน์ธุรกิจเป็นสำคัญ จึงเกิดคำถามตามมาว่า จะเกิดอะไรขึ้นหากประชาชนผู้บริโภคเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน เกิดอาการจับไม่ได้ไล่ไม่ทันกับเนื้อหาข้อมูล ปริมาณมหาศาลที่ลือรุ่มนำเสนอ

จากสภาพดังกล่าวข้างต้น ผู้รับสารที่ต้องเผชิญกับการไหลบ่าของข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่ลือรุ่มนำเสนอมามากด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นกลไกที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ดังที่ พอตเตอร์ (Potter) (2004, อ้างถึงใน เขวภา บัวเวชอาจารย์ และ มารีญา สัจจิตวนิช, 2558) ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารที่มากเกินไป ดังนั้นเราต้องปกป้องตัวของเรา โดยต้องรู้ให้เท่าทันสื่อ เพราะถ้าเราเลือกที่จะไม่เปิดรับสารและสื่อเลย เราก็อาจจะพลาดข้อมูลที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิตของเราได้หรือถ้าเราเปิดรับสารและสื่อที่ไม่มีประโยชน์ต่อตัวของเรา ก็เกิดผลกระทบในทางลบมากกว่าทางบวก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในขณะที่แต่ละสื่อก็มีแรงจูงใจที่แตกต่างกันในการนำเสนอข่าวสาร ถ้าเราไม่รู้เท่าทันสื่อ เราก็จะรับรู้และตีความสารตามวัตถุประสงค์ของสื่อแต่เพียงด้านเดียว โดยเสียประโยชน์ในการรับรู้สื่อจากวัตถุประสงค์ของตัวเอง ผลที่ตามมาจากการไม่รู้เท่าทันสื่อ คือ การที่ผู้รับสารสูญเสียการรับรู้โลกที่เป็นจริง แต่จะรับรู้โลกผ่านสายตาสื่อแต่เพียงอย่างเดียว ย่อมหมายถึง ผู้รับสารกำลังยอมรับทุกอย่างที่สื่อบอก โดยปราศจากการตั้งคำถาม ต่อรอง ต่อต้าน นิยาม การเล่าเรื่องราว การสร้างภาพตัวแทนของสิ่งต่างๆ ผ่านสายตาสื่อ

นอกจากนี้ พอตเตอร์ (Potter) (2004, อ้างถึงใน เขวภา บัวเวชอาจารย์ และ มารีญา สัจจิตวนิช, 2558) ได้กล่าวอีกว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสื่อในยุคปัจจุบันสามารถนำพาผู้รับสารไปสู่สภาวะของการไม่รู้เท่าทันสื่อได้อย่างง่ายดาย อาทิ ในเรื่องความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่นำไปสู่การไหลบ่าของข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่ไหลบ่าเข้าสู่ตัวผู้รับสาร ข่าวสารที่ถูกส่งเข้ามายังผู้รับสารมีทั้งข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพและไม่มีคุณภาพ ปัญหาจึงเกิดขึ้นกับผู้รับสารว่าจะเลือกรับรู้สารอย่างไร และจะติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างไรให้ทันต่อเหตุการณ์ หรือการเปลี่ยนรูปแบบ

และเนื้อหาสื่อในลักษณะที่สั้นลง ผิดเพี้ยน จำแนกประเภท ได้ยากเส้นแบ่งระหว่างเรื่องจริงกับเรื่องที่ตั้งขึ้นพวบลื่อนจนผู้รับสารยากที่จะแยกแยะได้ว่าเรื่องไหนเป็นเรื่องจริง เรื่องไหนเป็นเรื่องแต่งนำผู้รับสารไปสู่สภาวะของการรู้ไม่เท่าทันสื่อ เช่น ในอดีตเราจำแนกรายการข่าวว่าแตกต่างจากรายการบันเทิงได้ง่าย ชัดเจน แต่ปัจจุบันในรายการข่าวก็นำเสนอให้เกิดความบันเทิงใกล้เคียงกับรายการบันเทิง หรือขณะที่เรากำลังดูหนัง ดูละคร เราก็ต้องดูโฆษณาที่แฝงมาในสื่อเหล่านั้นโดยอาจจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม ขึ้นอยู่กับว่าเรารู้เท่าทันสื่อหรือไม่ การรู้ไม่เท่าทันสื่อยังเป็นเหตุให้ผู้รับสารสร้างความหมายที่บกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ ธุรกิจสื่อไม่ได้ต้องการผู้รับสารที่มีความตั้งใจ (attention) ในการรับสื่อ แต่ต้องการผู้รับสารที่เปิดรับสื่อ (exposure) อย่างสม่ำเสมอ เช่น ทุกวัน ทุกเช้า เป็นต้น และผู้รับสารที่ไม่มีความตั้งใจในการรับสื่อ ก็จะนำไปสู่การเปิดรับสื่อที่ไม่วิเคราะห์และประเมินสื่ออย่างถี่ถ้วน

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น การรู้เท่าทันสื่อเป็นกลไกที่ช่วยสร้างสมดุลของอำนาจให้มาอยู่ที่ผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถรู้เท่าทันต่อรอง ต่อต้านความหมายจากสารต่างๆ ที่สื่อเป็นผู้กำหนด ทั้งนี้เพราะไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าสื่อมีอำนาจต่อการรับรู้ (perceptions) ความเชื่อ (beliefs) และทัศนคติ (attitudes) ของผู้รับสารต่อสิ่งต่างๆ การรู้เท่าทันสื่อยังเป็นทักษะที่สำคัญของพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย ที่พลเมืองต้องมีความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) ควบคู่ไปกับการมีความสามารถในการแสดงถึงความคิดเห็น ความเป็นตัวตน (Self - Expression) ซึ่งทักษะทั้งสองนั้นเป็นหัวใจสำคัญในการเรียนรู้เท่าทันสื่อ (โทมัส และ โฉลิ (Thoman & Jolls), 2003, อ้างถึงใน อูราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ และคณะ , 2559) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเยาวชนไทยที่ใช้เวลาจำนวนมากอยู่กับสื่อ ท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสื่อสารที่สื่อสามารถจะเข้าถึงตัวพวกเขาในรูปแบบที่หลากหลาย และภายใต้บริบทของสังคมทุนนิยมที่องค์กรสื่อจำนวนมากไม่น้อยมีเป้าหมายที่การแสวงหากำไรสูงสุด การติดตั้งกลไกการเรียนรู้ การสร้างภูมิคุ้มกันการรู้เท่าทันสื่อสำหรับพวกเขาจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น และยังคงเป็นกลไกที่สร้างการเรียนรู้ให้บังเกิดขึ้นกับเขาตลอดชีวิต

2.3 ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

ในการประชุม The National Leadership Conference on Media Literacy เพื่อที่หาแนวทางให้เข้าใจในหลักการที่ตรงกันเกี่ยวกับคำว่า การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เป็นความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง (access) วิเคราะห์ (analysis) และผลิต (produce) ข้อมูลข่าวสารในหลากหลายรูปแบบเพื่อผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจง ได้มีการให้รายละเอียดความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่าเป็นความสามารถในการวิเคราะห์ (analyze) การเพิ่มพูน (augment) และการมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (influence) ในการรับสื่อเพื่อเป็นพลเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามคำที่กล่าวมานั้นมีความสัมพันธ์

กับทักษะของผู้บริโภค (consumer skills) ผู้ใช้สื่อ (user skills) และผู้ผลิต (producer skills) (อูฟเดอไฮ (Aufderheide), 1992, อ้างถึงใน ฉัตรเมือง เฝ้ามานะเจริญ และคณะ, 2561) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ (analyze) ทักษะในฐานะผู้บริโภคสื่อ (consumer Skills) คือผู้รู้เท่าทันสื่อที่จะสามารถรู้ถึงจุดประสงค์ของเนื้อหาสื่อและตระหนักรู้ถึงปัจจัยต่างๆ ที่กระทบกับจุดประสงค์นั้น รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ชนชาติ และอื่นๆ อีกทั้งรู้ว่าต้องการใช้เนื้อหาอย่างไรและตระหนักรู้ถึงปัจจัยที่เชื่อมโยงกัน เช่น การนำเสนอผ่านสื่อ แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองและแรงจูงใจที่ซ่อนอยู่ของผู้ผลิตเนื้อหาสื่อ และสุดท้ายคือ ผู้รู้เท่าทันสื่อจะสามารถตระหนักรู้ถึงปัจจัยด้านวัฒนธรรมซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการอ่านเนื้อหาของสื่อ

2. การเพิ่มพูน (augment) ทักษะในฐานะผู้ใช้สื่อ (user skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถหาที่มาของแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่เหมาะสมเพื่อการศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อที่สนใจ รวมถึงความสามารถที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (influence) ทักษะในฐานะผู้สามารถผลิตสื่อ (producer skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถเปลี่ยนแปลงผลกระทบหรือความหมายของสารจากสื่อได้อย่างรอบคอบ ตัวอย่างการรายงานข่าวทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผู้ที่รู้เท่าทันสื่อจะสามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมมาสนับสนุนได้ว่าข่าวใดเป็นข่าวที่รายงานให้เกิดผลกระทบเชิงลบเกินจริงหรือไม่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้เรื่องข่าวนั้นๆ

ฮอปส์ (Hobbs) (1996, อ้างถึงใน เขวภา บัวเวชอาจารย์ และ มารีษา สุจิตวนิช, 2558) ได้อธิบายถึงความสามารถการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า

1. ความสามารถในการเข้าถึงสาร (ability to access message) หมายถึง ความสามารถในการถอดรหัสที่เป็นสัญลักษณ์ และสร้างคำศัพท์ รวมทั้งความสามารถในการแสวงหา จัดการ และการเก็บรักษาข้อมูลข่าวสาร เช่น การใช้หนังสือในการหาข้อมูล การเลือกและการใช้อ้างอิงจากแหล่งต่างๆ เป็นต้น อีกทั้งเป็นความสามารถในการใช้เครื่องมือในเทคโนโลยี เช่น วิดีโอ และคอมพิวเตอร์

2. ความสามารถในการวิเคราะห์สาร (ability to analysis message) หมายถึง ทักษะการเข้าใจในการตีความ รวมถึงการกระทำในการจัดประเภท แนวคิดของงาน การกำหนดรูปแบบของงาน โดยอนุมานเกี่ยวกับเหตุและผล การบอกถึงจุดประสงค์และมุมมองของผู้เขียน ความสามารถในการวิเคราะห์สารยังรวมถึงบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ และสุนทรียะที่สารถูกสร้างหรือบริโภค

3. ความสามารถในการประเมินสาร (ability to evaluate message) หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องและคุณค่าของความหมายของสารสำหรับผู้อ่าน รวมถึงการใช้ความรู้ที่มีมาก่อนเพื่อแปลความของงาน เช่น การทำนายผลลัพธ์ที่นอกเหนือจากที่มีอยู่หรือบทสรุป

เชิงตรรกะ การบอกถึงค่านิยมในสาร และชื่นชมในคุณภาพอย่างสุนทรีย์ของงาน ทักษะในการประเมินจะต้องใช้การมองโลก ความรู้ ทักษะคิด และค่านิยมของผู้เรียน

4. ความสามารถในการใช้สารสื่อความหมาย (ability to communicate message) หมายถึง เป็นความสามารถเข้าใจผู้ชมผู้ฟังที่กำลังสื่อสารด้วย ความสามารถในการใช้อย่างมีประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย ความสามารถในการจัดการลำดับขั้นของความคิด และความสามารถในการจับความสนใจผู้รับสาร รวมถึงทักษะในการผลิตสื่อสำหรับการพิมพ์ เช่น การเรียนรู้การเขียนจดหมายและสะกดคำ การใช้ภาษาอย่างถูกต้องหลักไวยากรณ์ รวมถึงการพูด การเรียนรู้การจะตัดต่อหรือแก้ไขงานของผู้อื่น และการผลิตวิดีโอและเสียง

วานและเจิง (Wan and Cheng) (2004, อ้างถึงใน อูราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ และคณะ, 2559) ที่ได้ระบุถึงความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ มี 4 ประการ ได้แก่

1. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (access information) คือ ทักษะในการอ่าน การหาแหล่งที่มา การเลือกและการจัดการข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย เช่น สิ่งพิมพ์ วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต

2. การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร (analyze information) คือ การวิเคราะห์และการสำรวจว่าเนื้อหาสารถูกสร้างอย่างไร การวิเคราะห์นี้ต้องอาศัยทักษะต่างๆ เช่น การใช้ความรู้ที่มีประสิทธิภาพ การตัดสินใจชนิดของผลงาน การอนุมานเหตุและผล การระบุจุดประสงค์ของผู้เขียน การรู้ถึงบริบทด้านสังคม การเมือง ประวัติศาสตร์ ความงามของศิลปะของข้อมูลข่าวสาร

3. การประเมินข้อมูลข่าวสาร (evaluate information) คือ การประเมินเนื้อหาของสารของสื่อโดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรม และประชาธิปไตยของตน รวมถึงทักษะอื่นๆ เช่น การตัดสินใจ ความมีประโยชน์ของสาร การใช้ความรู้ที่มีมาก่อนมาแปลความหมายผลงาน การระบุคุณค่าของสาร และการชื่นชมคุณภาพทางศิลปะของผลงาน

4. การสื่อสารข้อมูลข่าวสาร (communicate information) คือ การแสดงความคิดเห็นหรือการสร้างสารของตนเองโดยใช้เครื่องมือและสื่อต่างๆ ที่มีความหลากหลาย รวมถึงการอ่าน การเขียนการพูด การเข้าใจผู้ชมผู้ฟัง การใช้สัญลักษณ์ในการแสดงความหมายในการติดต่อสื่อสาร การจัดการความคิดต่างๆ และการจับความสนใจของผู้ชมผู้ฟัง ซึ่งจะใช้ทักษะ เช่น การตัดต่อ การทบทวนแก้ไข และการสร้างสารกับเครื่องมือและสื่อที่มีหลากหลาย

ลิวิงสตัน (Livingstone) (2004) ได้อธิบายการรู้เท่าทันสื่อว่า หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง (access) การวิเคราะห์ (analyze) การประเมิน (evaluate) และการสร้างสรรค์เนื้อหาสาร (create Message) ทั้งนี้นิยามการรู้เท่าทันสื่อของ Livingstone จะรวมถึงการรู้เท่าทันสื่อในสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย รายละเอียดของความสามารถในแต่ละด้านตามทรรศนะของ Livingstone มีดังนี้

1. การเข้าถึง (access) การเข้าถึงเป็นนิยามที่ขึ้นอยู่กับกระบวนการทางสังคมที่เป็นพลวัต กล่าวคือนิยามนั้นมีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมในแต่ละยุคสมัย การเข้าถึงซึ่งเป็นขั้นแรกความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อนี้ คือการที่ผู้ใช้อยู่ในสถานะเงื่อนไขที่จะเข้าถึงสื่อต่างๆ เช่น มีการอพยพ อพยพ เพิ่มประสิทธิภาพฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในขั้นนี้ ได้แก่ ความไม่เท่าเทียมกันของประชากรในปัจจุบันต่างๆ เช่น การครอบครองสินทรัพย์ ทุนทางสังคม ทุนทางสัญลักษณ์ ความไม่เท่าเทียมกันในเรื่องความรู้ในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงการสื่อสารและการมีส่วนร่วม

2. การวิเคราะห์ (analysis) ความสามารถในการวิเคราะห์นี้ถือเป็นทักษะที่สำคัญในยุคปัจจุบันที่ผู้คนต้องไปเกี่ยวข้องกับ สัมพันธ์กับทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อภาพและเสียง (audiovisual media) ในสื่อภาพและเสียง ความสามารถในการวิเคราะห์นี้ คือการมีความเข้าใจในองค์กร (agency) ประเภท (categories) เทคโนโลยี (technologies) ภาษา (languages) ภาพตัวแทน (representations) และผู้ชม

3. การประเมิน (evaluate) ใน 2 ขั้นแรกยังไม่ต้องใช้ความรู้ในการตัดสินใจ แต่ในขั้นนี้จะต้องมีการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น และอาจต้องเผชิญกับคำถามเชิงนโยบายที่ยากและจะต้องใช้หลักการต่างๆ ที่เฉพาะเจาะจง หรือทางกฎหมายมาใช้ในการประเมินซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการรู้เท่าทันสื่อเชิงวิเคราะห์ (critical literacy) ทั้งนี้หลักการต่างๆ ที่นำมาใช้ในการตัดสินใจนั้นอาจเป็นหลักการเรื่องความงาม การเมือง อุดมการณ์ และเศรษฐกิจ ทั้งนี้ขอบเขตและจุดประสงค์ในการประเมินนั้นอาจจะมีลักษณะที่ขัดแย้งกันได้ อย่างไรก็ตามการรู้เท่าทันสื่อในทฤษฎีของลิฟวิงสโตนนั้นมุ่งที่จะสนับสนุนความเป็นประชาธิปไตย ความหลากหลาย ต่อต้านกระบวนการคิดวิธีการแบบชนชั้นนำ (anti-elitist approach) ที่มีลักษณะแบบจารีต มีการแบ่งแยกว่าสิ่งไหนดี สิ่งไหนเลว ออกเป็นลำดับขั้น และมีลักษณะอำนาจนิยม และสนับสนุนการให้ข้อมูลและการสื่อสาร

4. การสร้างสรรค์เนื้อหา (content creation) Livingstone มองว่าแม้นิยามของการรู้เท่าทันสื่อในปัจจุบันอาจจะยังไม่รวมความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อมารวมด้วยทั้งหมด แต่ในทฤษฎีของ Livingstone นั้นการที่มนุษย์จะมีความเข้าใจในกฎต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างสรรค์สื่ออย่างมืออาชีพได้นั้น พวกเขาควรมีประสบการณ์ในการผลิตสื่อ นอกจากนี้ด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันยังเปิดโอกาสให้คนธรรมดาทั่วไปได้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสื่อออนไลน์อีกด้วย

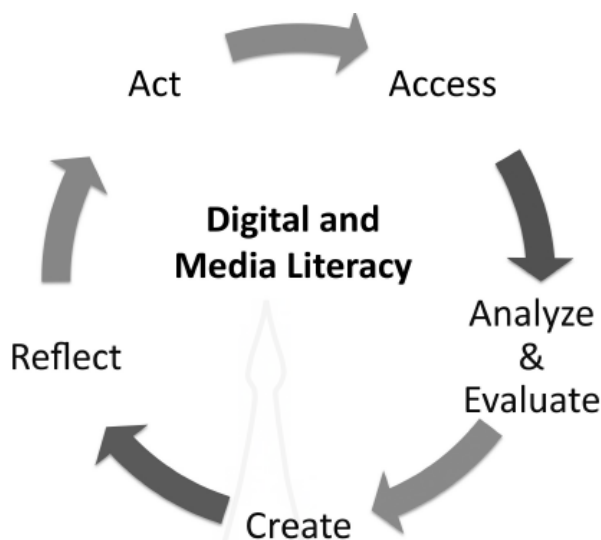
บัคกิงแฮม (Buckingham) (2005, อ้างถึงใน อูราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ และคณะ, 2559) ได้สรุปความสามารถของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่าประกอบด้วยทักษะ 3 ด้าน ซึ่งสามารถสรุปใจความสำคัญ ได้ดังนี้

1. การเข้าถึง (access) หมายถึง ความสามารถในการแสวงหาเนื้อหาของสื่อที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับสารเอง ความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี ความสามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีในการสื่อสารเพื่อค้นหาสารที่ต้องการ

2. การเข้าใจ (understand) หมายถึง ความสามารถในการตีความ (interpret) ประเมินค่า (evaluate) ตระหนักรู้และเข้าใจในภาษาของสื่อ เช่น รู้ว่าอะไรคือภาพตัวแทน (representative) ที่สื่อสร้างขึ้น อะไรคือความจริง (reality) การรู้กลวิธีในการชักจูงใจในโฆษณา การมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโลกเพิ่มมากขึ้น การรู้จักควบคุมอารมณ์อันเป็นผลจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสื่อ สามารถตัดสินคุณค่าของสื่ออย่างวิพากษ์เมื่อพบเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม อย่างเนื้อหาสื่อที่เต็มไปด้วยความรุนแรง และความสามารถในการเข้าถึงสุนทรียศาสตร์ของสื่อแต่ละชนิด

3. การสร้างสรรค์ (create) หมายถึง ความสามารถในการใช้เครื่องมือในการสื่อสาร ความสามารถในการผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ตลอดจนสื่อสมัยใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตน ความคิดเห็นของตนเอง ประสบการณ์ในการผลิต ความสามารถในการเข้าถึงและจัดการกับเทคโนโลยี

เมื่อวิวัฒนาการของสื่อและโลกเปลี่ยนแปลง นักวิชาการได้ปรับแนวคิดในเรื่องความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ดังที่ ฮอปส์ (Hobbs) (2010, อ้างถึงใน เขาวภา บัวเวชอาจารย์ และ มารีษา สุจิตวนิช, 2558) ได้กล่าวถึงสมรรถนะของการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลว่า หมายถึงการเข้าถึง (access) การวิเคราะห์และประเมิน (analyze and evaluate) การสร้างสรรค์ (create) การสะท้อนกลับ (reflect) และการกระทำ (act)



ภาพที่ 2.1 สมรรถนะของการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล

ที่มา : ฮอปส์ (Hobbs) (2010, อ้างถึงใน เขวภา บัวเวชอาจารย์ และ มาริษา สุจิตวนิช, 2558)

จากภาพสมรรถนะของการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลของ ฮอปส์ (Hobbs) (2010, อ้างถึงใน เขวภา บัวเวชอาจารย์ และ มาริษา สุจิตวนิช, 2558) สามารถขยายความในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การเข้าถึง (access) หมายถึง การค้นหาและใช้สื่อและเทคโนโลยีอย่างมีทักษะ และใช้ข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมและสำคัญกับผู้อื่น
2. การวิเคราะห์และประเมิน (analyze and evaluate) คือ การเข้าใจเนื้อหาสาระและการใช้ความคิดวิพากษ์เพื่อวิเคราะห์ถึงคุณภาพของสาร ความสัจย์จริง ความน่าเชื่อถือ และความคิดเห็น ขณะที่พิจารณาถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นหรือผลที่ตามมาของเนื้อหาสาระ
3. การสร้างสรรค์ (create) คือ การประกอบหรือการสร้างขึ้น ในที่นี้หมายถึงการสร้างสรรค์เนื้อหา และความมั่นใจในการแสดงออกทางความคิดของตน โดยที่ตระหนักถึงจุดประสงค์ ผู้ชม ผู้ฟัง และเทคนิคในการประกอบสร้าง
4. การสะท้อนกลับ (reflect) คือ การนำมาประยุกต์ใช้อย่างมีความรับผิดชอบทางสังคมและมีจริยธรรมเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์และประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งหมายรวมถึงการประพฤติและการปฏิบัติ
5. การกระทำ (act) คือ การทำงานส่วนตนและส่วนรวมเพื่อแบ่งปันความรู้และแก้ปัญหาในระดับครอบครัว การทำงาน ชุมชน รวมถึงการมีส่วนร่วมในฐานะสมาชิกของชุมชนท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศชาติ

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าการเรียนรู้เท่าทันสื่อ มีองค์ประกอบที่สำคัญเรียงตามลำดับได้ ดังนี้

1. ความสามารถในการเข้าถึงสื่อและสาร คือ ความสามารถในการแสวงหาแหล่งที่มา การเลือกและการจัดการ การคัดกรอง การถอดรหัสของข้อมูลข่าวสารในสื่อประเภทต่างๆ รวมถึงความสามารถในการใช้สื่อและเทคโนโลยีต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต

2. ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อและสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจสื่อและเนื้อหาสาร สามารถตีความ จัดประเภท กำหนดรูปแบบของงาน โดยใช้การวิเคราะห์และอนุมานเหตุและผล ซึ่งอาศัยพื้นฐานความรู้เดิม ประสบการณ์ และการตัดสินใจเกี่ยวกับสื่อและเนื้อหาสาร รวมถึงความสามารถในการบอกจุดประสงค์ของผู้ผลิตสื่อได้

3. ความสามารถในการประเมินสื่อและสาร คือ ความสามารถในการตัดสินคุณค่าและความมีประโยชน์ของสารต่อผู้รับสาร โดยใช้การประเมินสื่อและสารยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมในตนเอง และยังอาศัยพื้นฐานความรู้เดิมที่มีมาแปลความหมายของสาร รวมถึงการระบุค่านิยมและคุณค่าของสาร และชื่นชมคุณภาพของงานในเชิงสุนทรียะทางศิลปะ

4. ความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อและสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจและตระหนักรู้ถึงความสนใจของผู้รับสาร โดยสามารถสร้างสารที่เป็นรูปแบบของตนเองจากเครื่องมือและสื่อที่หลากหลาย โดยใช้การจัดลำดับขั้นของความคิด การใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสาร และใช้ทักษะการผลิตสื่อ เช่น การทบทวนแก้ไข การพิมพ์ การผลิตและตัดต่อวิทยุ โทรทัศน์ การพูด เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากร

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537) ได้ให้ความหมายของ ประชากรศาสตร์ ไว้ว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้นๆ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติและสถานภาพทางสังคม

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ได้กล่าวถึงแนวคิดด้านประชากรว่าเป็นทฤษฎีที่ใช้หลักของความเป็นเหตุเป็นผล นั่นคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งตรงกับทฤษฎีกลุ่ม (Social Categories Theory) ของ Defleur and Bell-Rokeach ที่ได้อธิบาย

ไว้ว่า พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล หรือลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่มๆ ได้ คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อนและได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์กรประกอบ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อ การวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่นๆ ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. อายุ (Age) หมายถึง อายุของกลุ่มของผู้บริโภคซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคสินค้าหรือ บริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ ประโยชน์จากด้านอายุเพื่อเป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ของส่วนตลาดได้ ทำการค้นคว้าหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุ ส่วนนั้นๆ

2. เพศ (Sex) หมายถึง ตัวแปรทางที่เป็นส่วนในการแบ่งส่วนการตลาดเช่นกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบครอบ เพราะว่าในยุคปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภคไปจากเมื่อก่อน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจาก การที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) หมายถึง ลักษณะของครอบครัวนับว่าเป็นเป้าหมาย ที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยของผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใด สินค้าหนึ่งรวมถึงยังใส่ใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่ เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัวเพื่อที่จะช่วยทำให้พัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) หมายถึง ตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปแล้วนักการตลาดจะสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ สูง แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญของการ

แบ่งส่วน การตลาดโดยยึดถือเกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าแท้ที่จริง แล้วอาจใช้เกณฑ์ รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้เช่นกัน แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นิยมใช้แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงเกณฑ์ รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาด เพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ ซึ่งให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรกับการรับสาร

ประมะ สตะเวทิน (2546) ได้อธิบายไว้ว่า คุณลักษณะเฉพาะของคนที่แตกต่างกันในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหา หรือปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีความน้อย เราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมากเราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้ เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น

กิติมา สุรสนธิ (2541) ได้อธิบายว่า คุณสมบัติเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. เพศ (Sex) หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพในเรื่อง

ต่างๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝน หรือเรียกคนที่มิประสบการณื้น้อยกว่าเป็นว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ส่วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิดความเชื่อลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้นประสบการณื์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน คนทุกๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญ และบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกล่าให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียน โดยการสอดแทรกความรู้สึนึกคิดของตัวเองให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (social and economic status) อันได้แก่ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน ภูมิลำเนา พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณื์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

5. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร ทั้งทางด้านทัศนคติ และพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต

ปัจจัยทางด้านประชากรนั้นยังมีลักษณะอื่นๆ อีก ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจกับการสื่อสารได้ โดยอยู่ภายใต้แนวคิดที่ว่าถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกัน ความคิดและการกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของประชากรด้านอื่นๆ ได้

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

4.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และเรื่องราวต่างๆ จากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารโดยวิธีการใดวิธีการหนึ่งในสภาพแวดล้อมหนึ่งๆ จนเกิดการเรียนรู้อย่างมีความหมายในสิ่งที่ถ่ายทอดร่วมกันและตอบสนองต่อกัน ได้ตรงตามเจตนาของทั้งสองฝ่าย ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารขององค์กรการสื่อสาร องค์ประกอบที่สำคัญ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร (ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2560)

องค์ประกอบหลักทางการสื่อสาร หมายถึง องค์ประกอบที่มีความจำเป็นและจะขาดเสียมิได้ในกระบวนการสื่อสาร หากองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งขาดไป ก็จะทำให้การสื่อสารไม่สามารถเกิดขึ้นได้

องค์ประกอบหลักทางการสื่อสาร (ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2560) ได้แก่

4.1.1 ผู้ส่งสาร (Sender) หมายถึง บุคคลผู้ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารโดยผ่านช่องทางติดต่อหรือสื่อใดๆ ก็ตามไปยังผู้รับสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะบอกกล่าว ถ่ายทอด หรือแลกเปลี่ยนสารสนเทศ เพื่อความเข้าใจร่วมกัน ผู้ส่งสารเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสาร โดยทำหน้าที่เข้ารหัส (Encoding) โดยการแปลสารหรือเนื้อหาในรูปวัจนภาษา อวัจนภาษา ผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ เพื่อให้สารไปถึงผู้รับสาร

4.1.2 สาร (Message) หมายถึง เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ ที่อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความรู้ ความคิด ความรู้สึก ฯลฯ ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปให้ผู้อื่นได้รับ และเกิดการตอบสนอง สารประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ประการ คือ

1) รหัสของสาร ได้แก่ ภาพ สัญลักษณ์ หรือสัญญาณต่างๆ ที่มนุษย์ใช้แสดงออกแทนความคิด หรือความรู้สึกต่างๆ ดังนั้นสารจึงจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

- (1) รหัสของสารที่เป็นด้วยคำ (วัจนภาษา) ได้แก่ ภาษาพูด และภาษาเขียน
- (2) รหัสของสารที่ไม่เป็นด้วยคำ (อวัจนภาษา) ได้แก่ กิริยาท่าทาง สัญลักษณ์ และสัญญาณต่างๆ

2) เนื้อหาของสาร ได้แก่ มวลความคิด และประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกัน เนื้อหาของสารจะแฝงไปกับรหัสของสาร เมื่อผู้รับสารสามารถถอดรหัสดังสารได้ ก็แสดงว่าเข้าใจเนื้อหาของสารนั้นแล้ว แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

(1) เนื้อหาของสารที่เป็นข้อเท็จจริง เป็นองค์ความรู้ หลักเกณฑ์ หรือข้อสรุปที่ผ่านการพิจารณาแล้ว มีเหตุผลยอมรับได้ว่าเป็นความจริง สามารถอ้างอิงได้

(2) เนื้อหาของสารที่เป็นข้อคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดเห็นของผู้ส่งสาร โดยอาจจะเป็นจริงหรือไม่เป็นจริงก็ได้

3) การจัดสาร ได้แก่ การนำเนื้อหาของสารมาเรียบเรียงอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการด้วยการเลือกใช้รหัสของสารที่เหมาะสม เช่น การเลือกใช้คำ การให้ท่าทางประกอบ การจัดลำดับความ การอธิบาย เป็นต้น สารที่ได้รับการจัดอย่างดี จะทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการ

4.1.3 สื่อและช่องทาง (Channel) หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวกลางทำให้สารเคลื่อนตัวออกไปจากผู้ส่งสาร มีทั้งสื่อที่อยู่ตามธรรมชาติ เช่น อากาศ คลื่นแสง คลื่นเสียงและสื่อที่มนุษย์ทำขึ้นหรือผลิตขึ้น เช่น โทรศัพท์ หนังสือ นิตยสาร แลบบันทึกเสียง โดยสารจะถูกถ่ายทอดเข้าสู่ระบบการรับรู้ของมนุษย์ เช่น อวัยวะหรือประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ ซึ่งก็เป็นช่องทางของผู้ส่งสารผ่านช่องทางของสารไปสู่ผู้รับสาร

4.1.4 ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชนที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร เป็น องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร ผู้รับสารเมื่อรับสารแล้วจะ ตีความสารและอาจมีปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) ไปยังผู้ส่งสาร ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสื่อสาร ถ้าขาดผู้รับสารก็ปราศจากการสื่อสาร ผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับทั้งผู้ส่งสารสารและสื่อ ผู้รับสารมีความสำคัญกับทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารไม่สามารถที่จะขาดผู้รับสารไปได้เลย และผู้รับสารเองก็มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับผู้ส่งสาร สารและสื่อ โดยไม่สามารถแยกออกจากกันได้

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ แคลปเปอร์ (Klapper) (1960, อ้างใน จุมพน อยู่สิน, 2554) กระบวนการกาเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Expose) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางกาสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่านก็ชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็นความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิม

ที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนมักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะคิด ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้น แต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากนี้จะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจความต้องการ ทักษะคิด ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วยหรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตน ข่าวสารที่ตนเองเลือกจดจำ ไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนความรู้สึกรักใคร่ ทักษะคิดค่านิยมหรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิม ให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สุพิมพรรณ เม็งขาว (2554) ได้กล่าวว่าการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดข่าวสารด้วย

อัลคิน (Alkin) (1973, อ้างใน ทิม ดิงสมชัยศิลป์, 2553) ได้กล่าวไว้ว่า “บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากจะมีหูตาคว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยหันต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่รับข่าวสารน้อย”

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ อัลคิน (Atkin) (1973, อ้างใน ปรัชญา ภูวสิน, 2549) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตาคว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยทัน เหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียง บางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจาก

ช่องทางต่างๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร

การศึกษาการเปิดรับสื่อของผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อ จะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์ จากสื่อมวลชนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน แคลปเปอร์ (Klapper) (1960, อ้างใน ปรัชญา ภูวสิน, 2549) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็นความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติค่านิยม

หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้นเพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่ทำให้ไม่สบายใจ

จากทฤษฎีดังกล่าว การเปิดรับข่าวสารนั้น มีโอกาสเข้าถึงการรับรู้ของผู้เปิดรับได้ไม่ง่าย เพราะต้องผ่านกระบวนการเลือกหลายขั้นตอน ในขณะนี้มีการข่าวสารต่างๆ มากมายให้ผู้เปิดรับได้เลือก ดูเลือกฟัง เลือกสนใจ เลือกจำ จึงต้องพยายามข่าวสารให้มีจุดเด่นออกมา เพื่อให้สามารถผ่านการเลือกแต่ละขั้นตอนของผู้เปิดรับได้สิ่งที่จะช่วยให้ผ่านการเลือกจนเข้าไปถึงการรับรู้ของผู้บริโภคได้ ไรท์ (Wright) (2003, อ้างใน วิไลพร จิตต์จุฬานนท์, 2543) โดยส่วนใหญ่คนเรามีแนวโน้มในการเลือกรับสารที่มีต่อเนื้อหาสอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่ตนมีอยู่และจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสารที่ได้รับสอดคล้องกับประสบการณ์เดิม หรือความคิดเห็นเดิมที่มีอยู่ในขณะเดียวกันก็จะหลีกเลี่ยงเนื้อหาสารที่มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความสนใจของตน

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล ฮันท์และรูเบน (Hunt and Ruben) (1993, อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้แสดงทัศนะถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก เปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการ ระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติคือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็น ความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือก ตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสารเลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้น บางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้หมายถึง สถานที่บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารสิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสาร อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้น เราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

นอกจากนี้ ชแรมม์ (Schramm) (1954, อ้างใน ปริชญา ภูวสิน, 2549) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล ดังนี้

1. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหา เพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
3. ภูมิหลังที่ต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

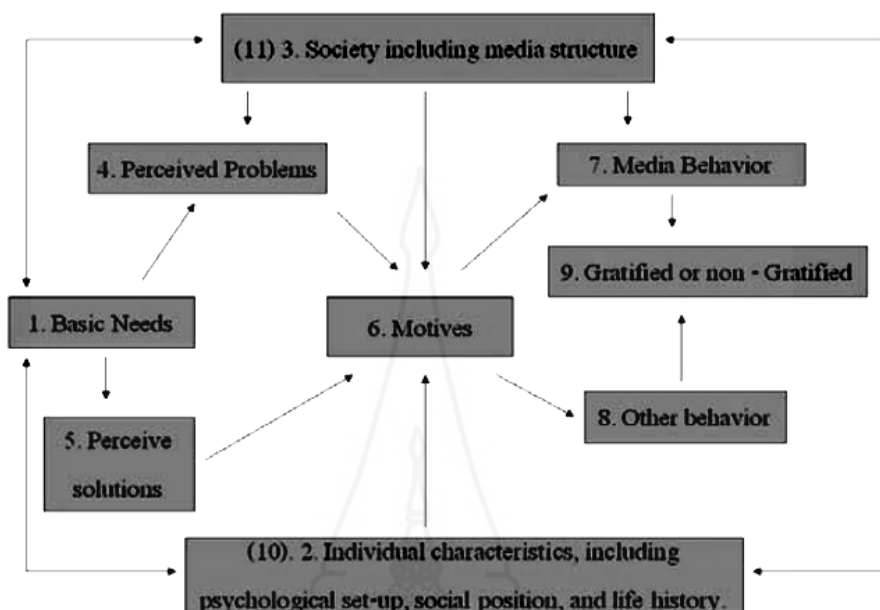
8. ทักษณคดีจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสาร ที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็น สื่อโทรทัศน์ สื่อโบชัวร์ และศูนย์บริการตอบรับทางโทรศัพท์แต่ทั้งนี้ บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมี มากเกินกว่าที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละคน ก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละ บุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

นอกจากนี้ ดันแคน (Duncan) (2002, อ้างใน สุขณะ เทศคณา, 2551) ยังได้นำเสนอ โมเดลที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้แก่การเปิดรับสื่อ Exposure, ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหา Knowledge, การยอมรับ Acceptance, ความพึงใจ Preference, ความเชื่อมั่น Conviction และการจดจำ Retention หลังจากนั้นจะนำไปสู่ Action หรือพฤติกรรมการซื้อในท้ายที่สุด



Visualized Paradigm for Uses and Gratifications Research



ภาพที่ 2.2 แสดงโมเดลการเปิดรับสื่อ

ที่มา: ชูษณะ เตชคณา (2551)

จากภาพข้างต้นสามารถอธิบายการใช้สื่อและการได้รับความพึงพอใจจากการใช้สื่อได้ดังนี้

1. มนุษย์เราทุกคนมีความต้องการพื้นฐาน (Basic Needs) ของชีวิตกันทุกคน เราต้องการอาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย การจับจ่าย การระบายความต้องการทางเพศ ความมั่นคง ความปลอดภัย ความเป็นที่รักของคนอื่น ความเป็นส่วนหนึ่งของสังคมความเป็นคนมีชื่อเสียง ความภูมิใจในตนเอง ความสมหวัง ฯลฯ ซึ่งความต้องการนี้ เป็นทั้งต้นเหตุและเป็นทั้งผลลัพธ์ของลักษณะส่วนตัวของมนุษย์

2. ลักษณะส่วนตัวของมนุษย์ (Characteristics) ซึ่งประกอบไปด้วยสภาพจิตใจ (Psychological Set-up) ฐานะทางสังคม (Social Position) และความเป็นมาของชีวิต (Life History) นอกจากความต้องการพื้นฐานต่างๆ ของมนุษย์แล้ว จะมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะส่วนตัวของมนุษย์แล้ว ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ยังมีความเกี่ยวข้องกับสังคม

3. สังคม (Society) รวมทั้งโครงสร้างของสื่อ (Media Structure) ในสังคมนั้น หมายความว่า ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์มีส่วนกำหนดลักษณะของสังคม และใน

ขณะเดียวกันการที่มนุษย์จะต้องการอะไรนั้น ก็มีต้นเหตุมาจากวัฒนธรรมและค่านิยมของสังคม เรื่องราวเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์เป็นตัวกำหนดโครงสร้างของสื่อมวลชน ในขณะเดียวกัน สื่อมวลชนก็เป็นต้นเหตุซึ่งนำความต้องการของมนุษย์เมื่อมนุษย์มีความต้องการและยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการ ได้มนุษย์ก็จะมองเห็นปัญหาของชีวิต

4. มองเห็นปัญหาของชีวิต (Perceived Problems) คือ มองเห็นว่าสภาพที่แท้จริงของตนเองในปัจจุบันนั้นด้อยกว่าสภาพในอุดมคติของตน สิ่งที่เป็นอยู่ไม่ดีเท่าสิ่งที่อยากให้เป็น เมื่อเป็นเช่นนี้มนุษย์ก็ต้องมองหาหนทางแก้ปัญหาที่พอจะเป็นไปได้

5. มองหาหนทางแก้ปัญหาที่พอจะเป็นไปได้ (Perceived Solutions) ซึ่งจะทำให้มนุษย์เกิดแรงจูงใจ

6. มนุษย์เกิดแรงจูงใจ (Motives) ในการหาหนทางในการแก้ปัญหา ซึ่งในการหาหนทางในการแก้ปัญหานั้น มนุษย์อาจจะมีพฤติกรรมในการใช้สื่อสารมวลชน

7. มีพฤติกรรมในการใช้สื่อสารมวลชน (Media Behavior) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะใช้เป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหา หรืออาจจะมีพฤติกรรมอื่น

8. มีพฤติกรรมอื่น (Other Behavior) เช่น การพูดคุยกับคนอื่น เพื่อให้ได้คำแนะนำ ซึ่งในการใช้สื่อสารมวลชนก็ตีการใช้การกระทำอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนก็ตีมนุษย์อาจจะได้รับความพึงพอใจ

9. ได้รับความพึงพอใจ (Gratified) หรือไม่ได้รับความพึงพอใจ (Non-gratified) เพราะในสื่อมวลชนอาจจะมีข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการหาหนทางแก้ปัญหาชีวิตได้ แต่บางครั้งก็อาจจะไม่ได้จากการที่มนุษย์ได้รับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจจากการใช้สื่อที่ดีหรือการไม่ใช้สื่อที่ดีความรู้สึกดังกล่าวนี้มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะของมนุษย์

10. คุณลักษณะของมนุษย์หมายถึง การที่มนุษย์เป็นคนเช่นไรจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้สื่อของมนุษย์ในขณะเดียวกัน การที่มนุษย์รู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการใช้สื่อก็อาจจะมีผลที่ทำให้คุณลักษณะของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่น ความรู้สึกที่มีต่อสื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนั้นแล้ว ความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการใช้สื่อของมนุษย์นั้น ยังมีความสัมพันธ์กับสังคม รวมทั้งโครงสร้างของการสื่อสารมวลชนในสังคม

11. สังคมรวมทั้งโครงสร้างของการสื่อสารมวลชนในสังคม (Society, Including Media Structure) หมายถึง การที่คนเรารู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการใช้สื่อเขาอาจจะมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปส่งผลทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไป เขาอาจจะแสดงมีการวิพากษ์วิจารณ์สื่อ จนทำให้สื่อเปลี่ยนแปลงไป ในขณะเดียวกันการที่มนุษย์จะรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการใช้สื่อ นั้น ก็มีสาเหตุมาจากค่านิยมหรือนิยมที่เป็นวัฒนธรรมในสังคม ตลอดจนโครงสร้างของสื่อมวลชนในสังคมนั้น เช่น คนไทย

อาจจะชอบละครมากกว่าข่าว ในขณะที่คนอเมริกันอาจจะชอบข่าวมากกว่าละคร หรือสื่อมวลชนที่มีความเป็นกลางอาจจะตอบสนองความต้องการในการตัดสินใจลงคะแนนเลือกตั้งได้มากกว่าสื่อมวลชนที่ขาดความเป็นกลาง ทำให้คนที่กำลังแสวงหาข้อมูลที่จะช่วยในการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งรู้สึกว่าจะไม่ได้รับความพึงพอใจในการใช้สื่อช่วยตัดสินใจ

จากคำอธิบายพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อของสาธารณชน เราจะเห็นได้ว่ามนุษย์นั้นมีความต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารจากการสื่อสารมวลชนเพื่อประโยชน์บางอย่าง และหากมนุษย์ได้ประโยชน์ดังกล่าว มนุษย์ก็จะมี ความพึงพอใจ ซึ่งมีการแบ่งความพึงพอใจ (Gratifications) ของมนุษย์ที่ได้รับจากการใช้สื่อดังต่อไปนี้ว่า (ชัชชนะ เตะชฌนา, 2551)

1. สามารถติดตามความเป็นไปของสังคมได้ทันเวลา (Surveillance or Keeping Up with the World) ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็น และการลดความไม่แน่นอนต่างๆ สามารถติดตามความเคลื่อนไหวในสังคม ได้รับรู้ความเป็นไปและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคมได้ทันเวลา ถ้าสื่อต่างๆ นำเสนอข่าวถูกต้อง รวดเร็ว ครบถ้วน ตามที่มนุษย์ต้องการอยากรู้ความพึงพอใจในการใช้สื่อของมนุษย์ก็จะเกิดขึ้นได้ แต่หากข่าวในสื่อไม่ครบถ้วน ถ้าซ้ำ ไม่ทันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมนุษย์ก็รู้สึกว่าจะไม่ได้รับความพึงพอใจในการใช้สื่อ

2. เอาไว้ใช้ในการสนทนากับผู้อื่นที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Anticipated Communication) มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่จะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กันด้วยการสื่อสาร และมนุษย์จะเรียนรู้จากการกำหนดวาระของสื่อมวลชนว่าในแต่ละช่วงเวลานั้นสังคมกำลังให้ความสนใจเรื่องอะไรเวลาที่พบปะกับคนอื่นในสังคมจะต้องมีข้อมูลเรื่องอะไรสำหรับสนทนากัน เช่น ภาพยนตร์ดังที่สังคมกล่าวขวัญถึง ผลการแข่งขันกีฬานานาชาติที่นักกีฬาของเราเข้าแข่งขันด้วย ข่าวอาชญากรรมที่สะเทือนขวัญ อุบัติภัยที่ร้ายแรงส่งผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนดัง การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เป็นต้น มนุษย์จำนวนมากให้ความสนใจข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ข้างต้น เพราะต้องการข้อมูลไว้สนทนาอย่างสนุกสนาน ทันสมัย และเป็นที่ยอมรับของคนอื่น

3. ความตื่นเต้น (Excitement) การชมข่าวกีฬา การติดตามข่าวการเลือกตั้ง การชมภาพยนตร์ประเภทนักสืบ ภาพยนตร์ผีหรือภาพยนตร์ที่มีการต่อสู้การติดตามกรณีพิพาททางการเมืองเป็นตัวอย่างของข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารมวลชนที่มนุษย์แสวงหาเพื่อให้ได้รับความตื่นเต้น ถ้าหากมนุษย์คาดหวังที่จะได้รับความรู้สึกดังกล่าวในการใช้สื่อ และเมื่อใช้สื่อก็รู้สึกตื่นเต้นตามที่ได้คาดหวังไว้ มนุษย์ก็จะรู้สึกว่าคุณเองได้รับความพึงพอใจจากการใช้สื่อแต่หากการถ่ายทอดสด การแข่งขันกีฬาที่ไม่สู้ดีแล้วไม่รู้สึกตื่นเต้น ติดตามข่าวการเลือกตั้งที่มั่นใจในผลการเลือกตั้งแบบไม่มีลุ้นก็จะไม่รู้สึกตื่นเต้น มนุษย์ก็จะรู้สึกว่าจะไม่ได้รับความพึงพอใจในการใช้สื่อ

4. ตอกย้ำความเชื่อ ทศนคติและความคิดเห็นของตน (Reinforcement) เวลาที่เราซื้อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งไปแล้ว เราจะชอบดูโฆษณาสินค้าดังกล่าว เพราะการที่ข้อความโฆษณาพูดถึงความดีของสินค้าดังกล่าว เราจะรู้สึกที่เราเลือกสินค้าได้ถูกต้อง เวลาเราไม่ชอบนักการเมืองคนใดคนหนึ่ง เราจะดูรายการโทรทัศน์ที่วิพากษ์วิจารณ์นักการเมืองคนนั้น เราจะฟังรายการวิทยุที่มีคน โทรศัพท์เข้ามาตำหนิการทำงานหรือพฤติกรรมของนักการเมืองคนนั้น การที่สื่อมวลชนเสนอข้อมูลข่าวสารได้ตรงกับความเชื่อ ความคิดเห็น และทัศนคติของเราๆ จะรู้สึกมั่นใจในตนเองมากขึ้น เราจะรู้สึกได้รับความพึงพอใจในการใช้สื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มความมั่นใจให้แก่เรา แต่หากข่าวสารในสื่อต่างๆ มีความขัดแย้งกับความเชื่อ ความคิดเห็น และทัศนคติของเราๆ ก็จะรู้สึกว่าไม่ได้รับความพึงพอใจในการใช้สื่อเช่น ในกรณีที่เราไม่ชอบนักการเมืองบางคน แต่หาข่าวที่ตำหนิหรือวิพากษ์วิจารณ์ นักการเมืองคนนั้น ไม่พบในสื่อต่างๆ มีแต่ข่าวชมที่ตรงกันข้ามกับความเชื่อ และความคิดเห็นของเราๆ ก็จะรู้สึกว่าไม่ได้รับความพึงพอใจในการใช้สื่อ

5. แสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติตน (Action Guidance) ในบางเวลาเราจะต้องตัดสินใจ เลือกบางสิ่งบางอย่าง เราก็จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารในสื่อต่างๆ ที่จะช่วยทำให้สามารถตัดสินใจได้ในบางครั้งมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เราจะต้องมีการปรับตัว เราก็จะแสวงหาข้อมูลในสื่อต่างๆ เพื่อที่จะหาคำแนะนำในการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ในบางเวลาเราต้องการที่จะซื้อสินค้าและต้องเลือกระหว่างสินค้ายี่ห้อต่างๆ ที่เป็นคู่แข่งกัน เราก็จะดูโฆษณาหรือข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้า เหล่านั้น ในสื่อต่างๆ เพื่อใช้ข้อมูลดังกล่าวเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจเลือก ถ้าหากยามใดที่เราต้องการข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ มากำหนดแนวทางของการใช้ชีวิตหรือการทำงาน แล้วเราสามารถหาข้อมูลที่จำเป็นในสื่อต่างๆ ได้เพียงพอที่จะตัดสินใจได้อย่างถูกต้องด้วยความมั่นใจ เราก็จะรู้สึกว่าเราได้รับความพึงพอใจจากการใช้สื่อ แต่หากเราไม่ได้ข้อมูลจากสื่อมากพอที่จะตัดสินใจ หรือไม่สามารถกำหนดพฤติกรรมของตนได้เราก็จะรู้สึกว่าเราไม่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้สื่อ เราก็ต้องแสวงหา ข้อมูลจากทางอื่นที่ไม่ใช่สื่อมวลชน

6. ความบันเทิง (Entertainment) สำหรับความพึงพอใจด้านการได้รับความบันเทิงนั้น เป็นความคาดหวังของคนคนหนึ่ง ฟังเพลง อ่านการ์ตูน อ่านนวนิยาย อ่านเรื่องสั้น ดูละคร ฯลฯ เพราะสื่อมวลชนในแขนงต่างๆ ที่กล่าวมาเป็นกลุ่มที่มีไว้เพื่อให้ความบันเทิงแก่มนุษย์อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งเราก็ไม่ได้สนุกตามที่เราคาดหวังไว้เราก็จะรู้สึกว่า การใช้สื่อดังกล่าวนั้นไม่ได้ให้ความพึงพอใจแก่เรา แต่หากเราได้รู้สึกสนุกสนานจากการใช้สื่อต่างๆ ตามที่เราคาดหวังไว้เราก็จะรู้สึกว่า เราได้รับความพึงพอใจจากการใช้สื่อ

การที่มนุษย์มีความคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจด้านใดด้านหนึ่งในการใช้สื่อ ก็ทำให้เห็นได้ว่ามนุษย์รู้จักใช้สื่อมวลชนให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต ทำให้การบริโภคสื่อของมนุษย์เป็นไปด้วยความตั้งใจ และมีเป้าหมายมนุษย์ไม่ใช่ว่าเหยื่อของสื่อมวลชน แต่มนุษย์เป็นผู้ใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นผู้รับใช้ของมนุษย์ที่บริโภคสื่อเป็นการอธิบายเรื่องราวของสื่อสารมวลชนที่พยายามจะปฏิเสธอิทธิพลของสื่อมวลชน และให้ความสำคัญแก่มนุษย์ผู้เลือกใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตน

อย่างไรก็ตามหากจะนำเอาทฤษฎีทางด้านอิทธิพลของสื่อ (Effect Theory) และทฤษฎีทางด้านหน้าที่ของสื่อสารมวลชน (Media Function Theory) มาผสมผสานกัน เราก็จะเห็นได้ว่า มนุษย์ที่เป็นผู้บริโภคสื่อ และสื่อต่างๆ ที่ต้องการชี้นำมนุษย์ในสังคมนั้น มีความสัมพันธ์กันอาศัยซึ่งกันและกัน สื่อมวลชนก็ต้องอาศัยผู้บริโภคสื่อ และผู้บริโภคสื่อก็ต้องอาศัยสื่อมวลชน ทำให้เกิดอีก ทฤษฎีอีกหนึ่งที่น่าจะเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มทฤษฎีว่าด้วยการสื่อในชีวิตประจำวันของมนุษย์กับการพึ่งพาสื่อมวลชนของมนุษย์

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้สื่อ

5.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อมวลชน

ในการทำงานของสื่อมวลชน อาจก่อให้เกิดผลกระทบที่สื่อตั้งเป้าหมาย (Intended Consequence) หรือไม่ได้ตั้งใจ (Unintended Consequence) 4 ระดับดังนี้ (อุบลรัตน์ ศิริยุสศักดิ์, 2547)

1. ระดับปัจเจกบุคคล ผลกระทบที่เกิดกับปัจเจกบุคคลได้แก่ ด้านความนึกคิด เช่น ความรู้ และความคิดเห็น ด้านความรู้สึก เช่น ทศนคติ ซึ่งหมายถึงความรู้สึกชอบไม่ชอบสิ่งหนึ่ง และด้านพฤติกรรม เช่น การที่เด็กและเยาวชนรับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป จนทำให้ขาดการติดต่อกับบุคคลและโลกภายนอกและอาจนำไปสู่การถูกสื่อครอบงำโดยง่าย

2. ระดับกลุ่มหรือองค์กร เช่น คนตรีและรายการบันเทิงต่างๆ มีอิทธิพลต่อการสร้างวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเด็กและวัยรุ่น หรือการโฆษณาโทรศัพท์มือถือทำให้คนรุ่นใหม่ในวัยทำงานติดโทรศัพท์ และนิยมสื่อสารกันด้วยภาษาภาพสัมผัสกับถ้อยคำสั้น

3. ระดับสถาบันสังคม เช่น การเสนอข่าวในเชิงลบเกี่ยวกับพระสงฆ์น้อยๆ ทำให้สถาบันศาสนาได้รับผลกระทบจนอาจนำไปสู่การปฏิรูปสถาบันสงฆ์

4. ระดับสังคมวัฒนธรรม เช่น การจัดงานประกวดนางงาม และการเสนอเป็นข่าวใหญ่อย่างต่อเนื่อง เป็นการตอกย้ำค่านิยมเกี่ยวกับผู้หญิงในเรื่องความสวยงามภายนอก ผู้หญิงเป็น

สินค้า ทางเพศ เท่ากับเป็นการสนับสนุนให้ข้าราชการสังคมชายเป็นใหญ่ค่านิยมการมีเมียน้อย การเที่ยว โสเภณี ไปจนถึงการใช้ความรุนแรงในครอบครัว

นอกจากนี้ ยังมีข้อสังเกตเกี่ยวกับผลกระทบทั้ง 4 ระดับว่า ผลกระทบที่เกิดจากผลกระทบ ต่อเนื่องจากระดับหนึ่ง ไปสู่อีกระดับหนึ่งด้วยเสมอ เนื่องจากผลในระดับย่อยจะมีการ สะสมไปสู่ผล ในระดับใหญ่ และในวงกว้างเมื่อระยะเวลาผ่านไปนานๆ เช่น การเสนอข่าวสาร เกี่ยวกับการทุจริต คอร์รัปชันในวงราชการบ่อยๆ สังคมจะสะสมความรู้เกี่ยวกับกระบวนการคอร์รัปชัน และนำไปสู่การตรวจสอบหน่วยราชการมากขึ้น ตลอดจนสนับสนุนกระบวนการปฏิรูปการเมือง เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สื่อทำให้เกิดผลกระทบได้หลายประการ คือ

- เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามประสงค์ได้
- เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ไม่พึงประสงค์ก็ได้
- เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อยในแง่รูปแบบหรือระดับความเข้มข้น
- เอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์
- หนุนเสริม สิ่งที่มีที่เป็นอยู่แล้ว (ในกรณีนี้ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง)
- ป้องกันการเปลี่ยนแปลง

5.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อออนไลน์

อิทธิพลและผลกระทบของสื่อในหนังสือรู้เท่าทันสื่อว่า สื่อมวลชนเป็นสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ได้อย่างเสรี พื้นที่ของสื่อจึงถูกเปิดกับบุคคลทุกคนชั้น ในขณะที่สื่อได้ทำหน้าที่ของตนเองในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ทั้งรูปแบบของการเสาะแสวงหามาด้วยตนเอง การผลิต การสร้างสรรค์เพื่อให้ผู้รับสารแต่ละกลุ่ม ได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วนตรงไปตรงมา ยิ่งในปัจจุบัน จะเห็นว่าสื่อมีอิทธิพลอย่างสำคัญในการสร้างค่านิยม การกำหนดประเด็นทางสังคม ซึ่งเนื้อหาสาระที่ถูกสื่อนำมาเสนอนั้นมีทั้งสิ่งที่เป็นข่าวสารที่สร้างสรรค์สังคม และในทางตรงกันข้ามคือการทำลายวัฒนธรรม ค่านิยมที่ดีงาม การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนจึงต้องมีความระมัดระวังและมีการกลั่นกรองข้อมูลก่อนการนำเสนอ ไปสู่สาธารณะซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดจากสามัญสำนึกของสื่อมวลชนเองการสื่อสารกับสังคมมนุษย์มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อการดำรงอยู่ การจัดกลุ่มกรอบความคิดหรือทฤษฎีการสื่อสารกับสังคมที่สามารถนำมาอธิบายการสื่อสารกับสังคม โดยทั่วไปแล้วมักจะกล่าวถึงประเด็นดังต่อไปนี้

1. ผู้รับสาร เป็นการศึกษาที่เน้นตัวผู้รับสาร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารสังคม ทั้งนี้เพราะผู้รับสารเป็นเป้าหมายสำหรับการสื่อสาร หากขาดการตอบสนองจากผู้รับสารแล้ว การสื่อสารสังคมก็ไร้ความหมายอย่างสิ้นเชิง รูปแบบการศึกษาตัวผู้รับสาร เช่น ความแตกต่างของ

ปัจเจกชน เป็นแบบแผนที่อธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่า มีความแตกต่างกันประการใด อันเนื่องมาจากความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา สภาพภายใน (จิตใจ) ของบุคคลที่ต่างกัน ทำให้กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์นั้นแตกต่างกันไป ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติของบุคคลที่ทำให้มีความชื่นชอบ หรือการกระทำของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน โดยมีรากฐานของความเชื่อที่ว่า โครงสร้างบุคลิกภาพของบุคคลมีผลต่อกระบวนการเลือกสรรสารสนเทศ ซึ่งก่อให้เกิดทัศนคติของบุคคลหนึ่งๆ ที่แตกต่างจากบุคคลอื่น

2. ผลกระทบของการสื่อสาร ผลกระทบที่เป็นผลมาจากการสื่อสารมีทั้งผลในด้านส่งเสริมสนับสนุนพฤติกรรมและตอกย้ำความคิดเห็น ทั้งทางบวกและทางลบ อาจเกิดขึ้นได้จาก 4 ลักษณะ คือ

2.1 แรงเสริม (reinforce) หมายถึง การสื่อสารสังคมที่ช่วยตอกย้ำพฤติกรรมหรือนิสัยของผู้รับสารให้มั่นคงขึ้นกว่าเดิม

2.2 แรงกระตุ้น (activate) หมายถึง การสื่อสารสังคมช่วยทำให้ผู้รับสารเกิดมานะที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือมีพฤติกรรมตามความคาดหวัง หรือความจำเป็นของตนหรือของสังคม

2.3 แรงสร้างสรรค์ (create) เป็นการสร้างพฤติกรรมต่อผู้รับสาร ในแนวทางใหม่ โดยไม่สนใจกับเงื่อนไขของสังคมและวัฒนธรรมเดิม

2.4 แรงเปลี่ยน (convert) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารแบบเดิม ไปสู่รูปแบบใหม่

อย่างไรก็ตาม นักวิชาการหลายคนเชื่อว่า แรงเปลี่ยนจากการสื่อสารสังคมนั้น เพียงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพียงชั่วคราวมากกว่าการเปลี่ยนแปลงที่ถาวร ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารสังคมจะทำให้มนุษย์พัฒนาเปลี่ยนแปลง วิถีชีวิตต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง โดยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากรูปแบบหนึ่งไปยังอีกรูปแบบหนึ่งอยู่เสมอ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก 4 ลักษณะ สามารถให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับสังคมใน 2 ทางได้แก่

1. ผลกระทบเชิงปฏิบัติสังคม (anti-social) เป็นผลกระทบที่ส่งผลในเชิงลบต่อสังคมเป็นการมองโลกในแง่ร้ายที่เห็นว่า การสื่อสารสังคมและสื่อมวลชนมีส่วนสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมของบุคคลทั่วไปเลวลง เช่น การก่อความรุนแรง การข่มขืน หรือการละเมิดสังคม ทั้งนี้เนื่องจากการนำเสนอของสื่อสังคมหรือสื่อมวลชนในรูปแบบของความรุนแรง กามราคะ หรือความชั่วร้าย เป็นต้น

2. ผลกระทบเชิงเสริมสังคม (pro-social) เป็นผลกระทบที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม ซึ่งตรงข้ามกับผลลัพธ์ในแบบแรก โดยการมองว่าสื่อสังคมและสื่อมวลชนให้ประโยชน์มิใช่ให้แต่ความเลวร้ายอย่างเดียวเสมอไปและเห็นว่าในภาพรวมแล้ว สื่อสังคมและสื่อมวลชนให้คุณค่า

มากกว่าให้โทษ เช่น การทำให้ผู้รับสารเกิดทักษะในด้านข่าวสารให้ความบันเทิงคลายเครียดและการให้ความรู้ด้านต่างๆ ในการปรับใช้กับสังคม

พัฒนาการของแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของสื่อบทบาทและอิทธิพลของสื่อในบริบทต่างประเทศ การวิจัยทางด้านอิทธิพลและผลกระทบของสื่อในต่างประเทศ พบว่าสามารถแบ่งช่วงเวลาของอิทธิพลและผลกระทบของสื่อได้เป็น 5 ยุค ดังภาพที่ 2.2

ช่วงระยะเวลา	มุมมองหลักเรื่องผลกระทบของสื่อ	ข้อมูลสนับสนุนและข้อโต้แย้งสำคัญ
ยุคที่ 1 ยุคที่สื่อมีพลังอำนาจ (พ.ศ. 2463-2473)	ทฤษฎีเข็มทิศ	สื่อถูกนำมาใช้เพื่อการโฆษณาชวนเชื่อในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 อย่างได้ผล
ยุคที่ 2 ยุคอำนาจสื่อถูกท้าทาย (พ.ศ.2483-2493)	ทฤษฎีเข็มทิศ ทฤษฎีการเลือกรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำ	ผลงานวิจัยหลายชิ้นยืนยัน ข้อมูลตรงกันว่าสื่อภาพยนตร์ไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อความก้าวร้าวรุนแรงของเด็กและเยาวชน
ยุคที่ 3 ยุคสื่อกลับมามีอิทธิพล (พ.ศ.2493-2503)	ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda setting) ทฤษฎีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Socialization theory) ปฏิเสธทฤษฎีการเลือกรับ เลือกรับรู้และเลือกจดจำ	สื่อโทรทัศน์เริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคม ผลการศึกษาพบว่าสื่อเป็นผู้กำหนดบริบทและประเด็นของการสื่อสารในสังคมซึ่งมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม
ยุคที่ 4 ยุคสื่อมีอิทธิพลและผลกระทบในวงกว้าง (พ.ศ. 2513-2523)	ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda setting) ทฤษฎีการปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมความเชื่อของสื่อ (Cultivation theory)	การเพิ่มจำนวนของสื่อโทรทัศน์อย่างรวดเร็ว ผลการวิจัยระบุว่าสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติพฤติกรรมก้าวร้าวและพฤติกรรมความรุนแรง
ยุคที่ 5 ยุคพลังผู้รับสื่อในบริบทใหม่ ของอำนาจสื่อมวลชน (2523-2533)	ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้รับสาร (Cultural study) ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร (Reception theory) บัญชีทางด้านความแตกต่างระหว่างภูมิหลังและความต้องการของบุคคลมีผลต่อการตีความและผลกระทบของสื่อ	สื่อของอเมริกันมีบทบาทอย่างกว้างขวางและผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างทางวัฒนธรรมก็มีการตอบสนองต่อสื่อที่แตกต่างกัน
ยุคปัจจุบัน ยุคแห่งการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยีการผลิตสื่อดิจิทัล	รายงานสถานการณ์โซเชียลมีเดีย ไตรมาส 3 ปี 2554 (บ.เนชั่น, 2554)	คนอเมริกันมากกว่าร้อยละ 80 มีการโซเชียลเน็ตเวิร์ก และเว็บบล็อก และมีแนวโน้มการใช้เวลาด้านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ภาพที่ 2.3 แสดงช่วงเวลาการแบ่งยุคของสื่อและอิทธิพลและผลกระทบของสื่อ
ที่มา : อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547)

5.3 บทบาทและอิทธิพลของสื่อในบริบทสังคมไทย

การทำตามบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนอันจะก่อให้เกิดผลได้ทั้งในทางที่เป็นด้านบวกและด้านลบ อาจเกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจของสื่อก็ตาม สามารถแบ่งผลกระทบดังกล่าวได้เป็น 4 ระดับ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547) ดังนี้

1. ระดับปัจเจก ผลกระทบในระดับนี้ได้แก่ ด้านความรู้ (knowledge) และความเห็น (opinion) ด้านความรู้สึก (affection) และด้านพฤติกรรม (behavior) เช่นกรณีที่ได้เปิดรับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป (heavy use of mass media) จนทำให้เกิดปัญหาการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ ที่อาจนำไปสู่การถูกรบกวนได้โดยง่าย

2. ระดับกลุ่มองค์กร ผลกระทบในระดับนี้ได้แก่ การนำเสนอรายการประเภทดนตรีและบันเทิงมีอิทธิพลต่อการสร้างกลุ่มย่อยของเด็กและเยาวชน การโฆษณาโทรศัพท์มือถือทำให้คนรุ่นใหม่ติดโทรศัพท์ มือถือที่เรียกว่าสมาร์ตโฟนมีการเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือ อยู่เสมอเมื่อมีรุ่นใหม่ ๆ เข้ามา

3. ระดับสถาบันทางสังคม ผลกระทบในระดับนี้ได้แก่ การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันพระสงฆ์ในทางลบบ่อยๆ ย่อมจะนำไปสู่การเสื่อมศรัทธาที่มีต่อสถาบันทางศาสนา ซึ่งนำไปสู่การปฏิรูปสถาบันนั้นๆ เป็นต้น

4. ระดับสังคมและวัฒนธรรม ผลกระทบในระดับนี้ได้แก่การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการประกวดแข่งขันเป็นนางงาม ศิลปิน ดารา นักร้อง สิ่งเหล่านี้เป็นการตอกย้ำค่านิยมของความต้องการเด่น ดัง และตอกย้ำค่านิยมเรื่องรูปเป็นทรัพย์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยมในวัยรุ่นในเรื่องการบริโภคแบบฟุ่มเฟือย

นอกจากนี้การนำเสนอข่าวสารต่างๆ ของสื่อมวลชนยังอาจก่อให้เกิดผลกระทบในหลายๆ ระดับในขณะเดียวกัน ซึ่งเราอาจสรุปเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อมวลชนในภาพรวมได้ ดังนี้

1. เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามความประสงค์ได้
2. เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ไม่พึงประสงค์ได้
3. เอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในทางที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ได้
4. ช่วยหนุนเสริมสิ่งที่มีหรือเป็นอยู่ให้มีอยู่หรือคงอยู่ต่อไป

3.2.2 อิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเพศและความรุนแรง

การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของสื่อนี้ โดยทั่วไปมักขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม ปรัชญาการณ และเงื่อนไขทางสังคมในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ย่อมจะส่งผลกระทบต่อการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติและความเชื่อในเรื่องอิทธิพลและผลกระทบของสื่อจึงไม่มีความสัมพันธ์ในลักษณะเส้นตรง

เนื่องจากมีปัจจัยอื่นมาแทรกอยู่ด้วยเสมอ ทั้งนี้ความรุนแรงที่ปรากฏในสื่อมวลชนต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์นั้นส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้รับสารทั้งในแง่บวกและในแง่ลบ มีผลทั้งในด้านการเลียนแบบและการเรียนรู้ ซึ่งผลกระทบจะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับ ลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมตลอดจนเงื่อนไขทางสภาพแวดล้อม และประสบการณ์ของบุคคลนั้นๆ ด้วย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสื่อแบ่งออกได้เป็นทฤษฎีการกระตุ้น และกลุ่มทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงในสื่อ ซึ่งประกอบด้วย ทฤษฎีการผ่อนคลาย ทฤษฎีการกระตุ้น ทฤษฎีการเรียนรู้ โดยการสังเกตทฤษฎีแรงเสริมและทฤษฎีการปลุกฝัง โดยแต่ละทฤษฎีมีรายละเอียดประเด็นที่ควรพิจารณาคำคัญ 4 ทฤษฎี (บิทเทอร์ (Bitter), 1999, อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547) ดังนี้

1. ทฤษฎีการปลดปล่อยความคับข้องใจ ทฤษฎีนี้เห็นว่า รายการโทรทัศน์หรือสื่อที่นำเสนอเนื้อหาความรุนแรงจะสามารถช่วยผ่อนคลายความคับข้องใจของปัจเจกบุคคลจากภาระต่างๆ ในชีวิตประจำวัน และช่วยให้ความรู้สึกเก็บกดหรือความรุนแรงทางอารมณ์ภายในจิตใจมีโอกาสดูดปลดปล่อยผ่านรายการหรือเนื้อหาที่มีความรุนแรงในสื่อ อย่างไรก็ตามทฤษฎีนี้ไม่ได้รับการสนับสนุนมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีอื่นๆ แม้ว่าผลการวิจัยบางเรื่องจะสนับสนุนแนวทฤษฎีนี้อยู่บ้างก็ตาม

2. ทฤษฎีสัญญาณความก้าวร้าว ทฤษฎีนี้เห็นว่า การรับสื่อที่มีความรุนแรงจะเพิ่มระดับความตื่นเต้น และจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเชื่อมโยงกับพฤติกรรมอื่นๆ ที่ปัจเจกบุคคลได้เรียนรู้มาแล้ว ซึ่งกระบวนการเช่นนี้สามารถนำไปสู่การกระทำที่ใช้ความรุนแรงได้ในสถานการณ์จริงเมื่อบุคคลต้องเผชิญหน้ากับเรื่องที่กระทบจิตใจหรือต้องตัดสินใจแก้ปัญหา

3. ทฤษฎีแรงเสริม ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานที่ใกล้เคียงกับแนวทางของทฤษฎีสัญญาณความก้าวร้าว ผู้เสนอทฤษฎีเชื่อว่าผลกระทบของสื่อที่มีเนื้อหารุนแรงคือการไปสนับสนุนทัศนคติและพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วในตัวผู้รับสาร ไม่ได้ไปสร้างให้เกิดความรุนแรงขึ้นมาใหม่ในบุคคลแต่อย่างใดทฤษฎีนี้แบ่งออกเป็น 2 จำพวกคือ กลุ่มที่มีแนวโน้มจะแสดงความก้าวร้าวรุนแรงหรือพวกที่มีความก้าวร้าวรุนแรงในตัวเองกับพวกที่ไม่มีความก้าวร้าวรุนแรง ในกลุ่มแรก เมื่อรับเนื้อหาที่มีลักษณะก้าวร้าวรุนแรงก็จะมองเห็นเป็นเรื่องปกติในชีวิตจริงที่สอดคล้องกับแนวโน้มของคนกลุ่มนั้น ในขณะที่กลุ่มที่ไม่มีความก้าวร้าวรุนแรงในตัวจะมองรายการที่มีเนื้อหาก้าวร้าวรุนแรงเป็นเพียงแค่ความบันเทิงอย่างหนึ่ง โดยไม่มีผลกระทบ

4. ทฤษฎีการเรียนรู้จากการสังเกตการณ์ ทฤษฎีนี้เห็นว่าปัจเจกบุคคลสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ความรุนแรงที่ได้จากการรับสื่อที่มีเนื้อหามีความรุนแรงแฝงอยู่ ซึ่งทฤษฎีนี้อาจจะนำไปประยุกต์กับเด็กเล็กมากกว่าวัยอื่นๆ กล่าวคือ หากพ่อแม่ปล่อยให้เด็กดูโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาคความรุนแรงมากๆ ในช่วงที่เด็กอายุ 2-3 ขวบ การเรียนรู้ในวัยนี้จะเป็นพื้นฐานที่

สะสมในตัวเด็ก หากได้รับการเสริมแรงจากสื่อที่มีเนื้อหารุนแรงต่อไปในบางช่วงของอนาคต ก็มีโอกาสดังกล่าวซึ่งพฤติกรรมที่ใช้ความก้าวร้าวรุนแรงออกมาได้

5.4 อิทธิพลและผลกระทบของสื่อ

นักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ สังคมวิทยาและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนหลายองค์กรได้ทำการศึกษา วิจัยและศึกษาผลกระทบของสื่อ โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนเป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีความอ่อนไหวต่อการเลียนแบบจากสื่อในทุกมิติ เนื่องจากในวัยนี้เป็นช่วงของการเรียนรู้ด้านการดำเนินชีวิต ซึ่งการพัฒนาเด็กและเยาวชนให้เติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะและความสามารถในการปรับตัวเป็นพลเมืองที่ดีในสังคมเริ่มมาจากสถาบันครอบครัว และสถาบันการศึกษาเป็นลำดับถัดมา จากนั้นสถาบันสื่อมวลชนจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการเรียนรู้เรื่องราว เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคม สื่อมวลชนกลายมาเป็นแหล่งเรียนรู้แหล่งใหม่ที่สามารถกระตุ้นการรับรู้และดึงดูดความสนใจจากเด็กและเยาวชนได้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้เกิดสื่อขึ้นมากมาย โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างไร้ขีดจำกัด ในขณะที่สื่อดั้งเดิมได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ก็พัฒนารูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจมากขึ้น โดยเนื้อหา มักจะเน้นไปทางด้านเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก ทั้งในรูปแบบละคร เกมโชว์ มิวสิควิดีโอ แฟชั่น โฆษณาขายสินค้าและบริการ ทั้งนี้ผลการศึกษาเรื่องผลกระทบของสื่อที่มีต่อเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่มักเป็นผลกระทบในทางลบ

มาลาภรณ์ วิชัย (2557) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง สื่อกับผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของเด็กและเยาวชน พบว่า การเปิดรับสื่อด้านการโฆษณาสินค้าส่งผลให้เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมทานอาหารประเภทอาหารจานด่วน ซึ่งอาหารเหล่านั้นไม่มีคุณค่าทางอาหาร ส่งผลต่อภาวะการเกิดโรคอ้วน มีค่านิยมการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย เนื่องจากการรับข่าวสารการโฆษณาสินค้าจากสื่ออินเทอร์เน็ต การรับเอาค่านิยมหุ่นผอมเพรียวมาจากพวกคิลปิน ดาราและนางแบบ พฤติกรรมทางเพศ มักจะเกิดจากการเลียนแบบสื่อ โดยเฉพาะจากโทรทัศน์ เนื่องจากสื่อดังกล่าวนี้เป็นตัวแบบสำคัญของการแสดงออกทางเพศของเด็ก เช่น การมีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียนการแต่งกาย การวางตัวกับเพศตรงข้าม การแสดงกิริยาที่ไม่เหมาะสม ค่านิยมที่ไม่เหมาะสมซึ่งติดมาจากตัวละครในโทรทัศน์ ความรุนแรง ผลการศึกษาพบว่าเด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมเลียนแบบจากการต่อสู้ในเกม ความรุนแรงที่นำเสนอผ่านเกมออนไลน์และเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม มีพฤติกรรมด้านบุคลิกภาพที่เสื่อมลง เช่น มีมนุษยสัมพันธ์ต่ำ มีโลกส่วนตัวสูง พฤติกรรมการยับยั้งชั่งใจต่อเรื่องต่างๆ ที่มากระทบลดลง

ในทางวิชาการการสื่อสารมวลชน เชื่อว่าสื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (socialization) หมายถึง เด็กสามารถที่จะเรียนรู้สิ่งต่างๆ ที่สื่อมวลชนนำเสนอและการเรียนรู้นี้จะขัดเกลาความเป็นตัวตนของเขานับตั้งแต่เขาเริ่มจำความได้จนถึงวัยผู้ใหญ่ และผลจากการเรียนรู้ นั้น จะปรากฏออกมาเป็นบุคลิกภาพของเขา ซึ่งอาจเรียกกระบวนการนี้ว่าเป็นการปลูกฝังก็ได้ สื่อมวลชนสามารถแสดงบทบาทหน้าที่ที่เป็นเสมือนห้องเรียนขนาดใหญ่ที่สามารถเป็นตัวถ่ายทอดอุดมการณ์ความนึกคิดแก่คนในสังคม แต่ทั้งนี้ เนื้อหาที่ปรากฏทางสื่อสะท้อนสิ่งที่เป็นการสร้างการเรียนรู้ทางบวกและทางลบ เช่น สื่อละครทางโทรทัศน์ที่เป็นละครสำหรับครอบครัวก็เป็นทางเลือกในการเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีสำหรับเด็ก ทั้งนี้ เนื้อหาส่วนใหญ่ นอกจากจะปลูกฝังแนวคิดสันติภาพ เสรีภาพแล้ว ยังสามารถเสริมสร้างจินตนาการที่ดีให้กับเด็กได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ใช่ว่าการทำหน้าที่ของสื่อสำหรับเด็กจะมีแต่เรื่องน่าชื่นชมเสมอไป บ่อยครั้งมากที่มักพบบทความทางหน้าหนังสือพิมพ์ ข่าวสารทางวิทยุโทรทัศน์ หนังสือ ตลอดจนคอลัมน์ในหน้าหนังสือพิมพ์ ตลอดจนสื่อชนิดยสารต่างๆ ได้กล่าวถึงผลเสียของการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กและเยาวชน อาทิ การนำเสนอเนื้อหารุนแรง ภาพหวาดเสียว แบบอย่างของความก้าวร้าว เป็นต้น

สื่อมีอิทธิพลต่อเด็ก สื่อสามารถปลูกฝังแนวคิดเรื่องต่างๆ ทั้งในทางสร้างสรรค์ สังคมการสร้างค่านิยมที่ดี การสร้างตัวแบบการปฏิบัติ แต่ในขณะเดียวกันสื่อก็สามารถปลูกฝังแนวคิดเกี่ยวกับความก้าวร้าวและความรุนแรงด้วยเช่นกัน และลักษณะความก้าวร้าวรุนแรงมีหลายประเภทอาจเป็นความก้าวร้าวรุนแรงเพื่อให้อิทธิพลอำนาจเหนือผู้อื่นทางร่างกาย เช่น การทำร้ายผู้อื่น หรืออาจเป็นความรุนแรงทางเพศก็ได้ ตัวอย่างที่ค่อนข้างชัดเจนคือ ภาพยนตร์การ์ตูนที่เป็นเรื่องเนื้อหาแนวการต่อสู้ล้างผลาญ ตัวละครบางตัวต้องรวบรวมพลังกำลังแห่งความโกรธ ความเกลียดชังจึงจะสามารถมีพลังต่อสู้ได้ เรื่องนี้ถือเป็นเรื่องที่น่ากลัว บ่อยครั้งภาพแห่งการชนฆ่าล้างผลาญถูกนำเสนอ ซึ่งแน่นอนว่า หากเด็กเปิดรับสื่อเหล่านี้จนเกิดความเคยชิน เด็กอาจเกิดความเชื่อว่าพฤติกรรมเหล่านั้นเป็นเรื่องปกติก็ได้ ปรมะ สตะเวทิน (2539) กล่าวถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่สำคัญไว้ ดังนี้

ประการแรก อิทธิพลต่อการซื้อของประชาชน ซึ่งบรรดาผู้โฆษณามีความเชื่อว่าการโฆษณานั้นช่วยให้การขายสินค้าและบริการได้ดีขึ้น แต่ในขณะที่การโฆษณาทางโทรทัศน์และในสื่ออื่นๆ นั้นช่วยให้ประชาชนตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างชาญฉลาดขึ้นหรือไม่ การโฆษณาทำให้ประชาชนสนใจสินค้าที่ไม่มีประโยชน์แต่มีการใช้กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่เกินจริง หรือสินค้าที่ก่อให้เกิดความฟุ่มเฟือยหรือความทะเยอทะยานเกี่ยวกับฐานะทางสังคมของบุคคลหรือไม่

ประการที่สอง อิทธิพลต่อเด็ก วิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีการศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อเด็กมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่าอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กมีดังนี้

1. อาจเพิ่มความตื่นเต้นของเด็กให้ถึงจุดๆหนึ่ง ซึ่งจะ让孩子คิดความตื่นเต้นและไม่ชอบดูรายการที่ไม่ตื่นเต้น
2. อาจสร้างนิสัยรุนแรงและก้าวร้าวแก่เด็กได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าความก้าวร้าวถูกกระตุ้นในเวลาต่อมา
3. อาจทำให้เด็กรู้สึกลำบากในการที่จะอดทนรอในสิ่งที่ปรารถนา
4. เปิดโอกาสมากเกินไปที่จะทำให้เด็กหลีกเลี่ยงจากความกดดันทางสังคม ทำให้เด็กไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
5. ทำให้เด็กเพิ่มแนวโน้มของการพอใจในอำนาจตามแบบของบุคคลผู้มีอำนาจที่ได้ดูจากโทรทัศน์
6. อาจแทรกแซงการปฏิบัติในชีวิตจริงของเด็ก มีการพบว่าโทรทัศน์ทำให้ครอบครัวใกล้ชิดกันแต่กลับส่งผลเสียต่อเวลาในการอ่านหนังสือ การเล่น การพูดคุย การชั่งกิจกรรมงานบ้าน และกิจกรรมอื่นๆ ของเด็กลดลง

ประการที่สาม อิทธิพลต่อรสนิยม สื่อวิทยุและโทรทัศน์ช่วยยกระดับรสนิยมของประชาชนด้วยการนำเสนอศิลปะและดนตรีที่มีรสนิยมดี ซึ่งเป็นที่นิยมชมชอบในหมู่คนชั้นสูงมาสู่รสนิยมในกลุ่มคนทั่วไป ศิลปะต่างๆ เหล่านี้รวมไปถึงสถาปัตยกรรม การตกแต่งบ้าน การแต่งกาย กิริยามารยาท เป็นต้น ขณะเดียวกันได้มีหลักฐานแสดงให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นเนื้อหาสาระประเภทชีวประวัติ ประวัติศาสตร์มากขึ้น สื่อมวลชนทำให้วัฒนธรรมที่แสดงถึงรสนิยมที่ดีให้กลายมาเป็นวัฒนธรรมของมวลชน (mass culture)

ประการที่สี่ อิทธิพลต่อความก้าวร้าวรุนแรง ความรุนแรงทางโทรทัศน์เป็นประเด็นที่มีการพูดถึงกันมานาน การวิจัยทางสื่อมวลชนพบว่า ความรุนแรงทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก้าวร้าว

นอกจากนี้จากการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อใหม่ ซึ่งช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจำนวนสมาชิกของเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล ในขณะที่เทคโนโลยีการสื่อสารได้รับการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง สื่อสังคมออนไลน์กลับส่งอิทธิพลด้านลบต่อชีวิตประจำวันและความสัมพันธ์ของคนในสังคมอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้นจนกลายเป็นประเด็นทางสังคม ที่ทั้งสื่อ ภูมิหาย และประชาชนเองจะต้องให้ความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเหล่านี้ ได้แก่

1. การคุกคามผ่านสื่อออนไลน์ (cyber bullying) คือการคุกคามหรือรังแกกันผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ข่มขู่หรือแบล็คเมล (black mail) การส่งข้อความทางโทรศัพท์ การข่มขู่ทางโทรศัพท์ โปรแกรมออนไลน์ และชัดเจนที่สุดคือการคุกคามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แม้ว่าการคุกคามกันบนโลกออนไลน์จะไม่ใช้การทารุณร่างกายหรือ

มีใครได้รับบาดเจ็บ แต่เป็นการทำร้ายทางอารมณ์ความรู้สึกซึ่งสามารถสร้างบาดแผลที่รุนแรงมาก ในทางจิตวิทยาอันจะส่งผลให้เกิดอาการหวาดระแวง ซึมเศร้า หดหู่ ไปจนถึงการฆ่าตัวตายในที่สุด

2. การโจรกรรมเอกลักษณ์บุคคล (identity theft) ได้กลายเป็นปัญหาใหญ่ทั้งใน สังกมไทยและประเทศอื่นๆ ทั่วโลก และยังเป็นอีกสาเหตุของการเติบโตอันรวดเร็วของจำนวน สมาชิกที่เพิ่มขึ้นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีรายงานจากกรมสถิติออสเตรเลียเมื่อปี 2008 ว่ามี ประชาชนตั้งแต่อายุ 12 ปีขึ้นไป ตกเป็นเหยื่อของการโจรกรรมเอกลักษณ์บุคคลหรือข้อมูลส่วนตัว อื่นๆ รวมกว่า 806,000 คน เช่นเดียวกับที่สื่อมวลชนไทยรายงานข่าวการโจรกรรมเอกลักษณ์บุคคล ที่เพิ่มขึ้นใน 5 ปีที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีทั้งในกรณีของการแอบอ้างตัวตนเพื่อขู่อริทรัพย์สิน ไปจนถึงการล่อลวงไปมีสัมพันธ์เชิงชู้สาว เป็นต้น

3. เครือข่ายสังคมออนไลน์สร้างปัญหาทางความสัมพันธ์ของคนในสังคม ทำให้ คนห่างไกลกันมากขึ้น เพราะวิธีการสื่อสารกับคนรู้จักและคนแปลกหน้าบนอินเทอร์เน็ตทำให้ ความรู้สึกด้านความผูกพัน ความเอื้ออาทร ของคนเปลี่ยนไป มิตรภาพที่เกิดจากความไม่รู้จักตัวตน ที่แท้จริงสังคมออนไลน์เป็นเหมือนการสร้างสังคมแห่งการหลอกลวง ผลกระทบทางลบอีกอย่าง หนึ่งของเครือข่ายสังคมออนไลน์คือความสัมพันธ์ของคนในสังคม แม้จะช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพให้ เรากับคนที่ไม่สนิทให้รู้จักกันแน่นแฟ้นได้ง่ายขึ้น แต่คนเรามากจะมองไม่เห็นว่าการเครือข่ายสังคม ออนไลน์นั้นก็ทำให้เราห่างไกลจากคนที่เราสนิทด้วยมากขึ้น ด้วยความเป็น “เครือข่ายสังคม” จึงทำให้สมาชิกส่วนใหญ่มีความเข้าใจผิดคิดว่าเพียงแค่นี้เป็นสมาชิกในเครือข่ายก็เท่ากับเป็นการเข้า สังคมแล้วจากอิทธิพลและผลกระทบของสื่อดังกล่าวจึงเป็นหน้าที่ที่ผู้เกี่ยวข้องต้องเร่งดำเนินการให้ การศึกษาเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและการรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนการกำกับ ส่งเสริมและสนับสนุน ให้สื่อทุกประเภทหันมาให้ความสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุน ให้เกิดการเรียนรู้แก่เด็กและ เยาวชนในสังคม อีกทั้งเสริมสร้างทางด้านพัฒนาการต่างๆ ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา สังคม และอารมณ์ให้เป็นเยาวชนที่ดีสามารถเป็นกำลังสำคัญของประเทศในอนาคต

กฤษณ์ ท แสน ทวี (2553) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อในงานวิจัย “พฤติกรรมเปิดรับและระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ไว้ว่า การเปิดรับ สื่อ (Media Exposure) ในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) อาจจะแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ รวมถึงความเชื่อ ทศนคติ ที่ไม่เหมือนกัน ในแต่ละบุคคล ซึ่งอ้างถึง พีระ จิระ โสภณ (2559) ที่กล่าวไว้ว่าบุคคลต่างๆ มีพฤติกรรมเปิดรับ ข่าวสารแบบเฉพาะของตนเอง ซึ่งแตกต่างกันด้วยสาเหตุพื้นฐาน ดังนี้

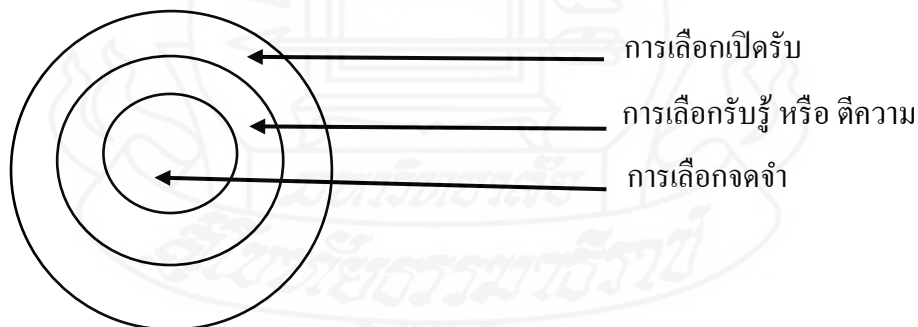
1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องมีการสื่อสาร สิ่งที่ดีที่สุด คือการอยู่กับสื่อ ซึ่งสามารถเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ เนื่องจากสื่อไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคม

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง สื่อมวลชนจึงเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอย มนุษย์แสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ทั้งใช้ให้ความคิดของตนเองบรรลุผล ใช้ข่าวสารที่ได้เสริมบารมีให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความ พยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of reward)

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้น มีส่วนชี้นำ ทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ ซึ่งกระบวนการเปิดรับข่าวสารนั้นประกอบไปด้วย

4.1 การเลือกสรรในการรับสาร กระบวนการเลือกสรร selective process เป็นปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสาร ไปยังผู้รับสาร ซึ่งความสำเร็จของการสื่อสาร ต้องขึ้นอยู่กับผู้รับสารทั้งทางด้านความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน



ภาพที่ 2.4 แสดงกระบวนการเลือกสรรการรับสาร 3 ชั้น

ที่มา: กฤษณ์ท แสนทวิ (2553)

4.1.1 การเลือกเปิดรับเลือกสนใจ (selective exposure/ selective Attention)

หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกัน

หลายแหล่ง โดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเองจำแนกได้ดังนี้

- 1) การแสวงหาข้อมูล (information seeking) คือบุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องต่างๆ ไป
- 2) การเปิดรับข้อมูล (information receptivity) คือบุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้
- 3) การเปิดรับประสบการณ์ (experience receptivity) คือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือผ่อนคลายอารมณ์

4.1.2 การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (selective perception) การรับรู้คือกระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็นเป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วไม่ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอ่านตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อสารมวลชนแตกต่างกันแต่จะตีความหมายเข้าใจเป็นต้น

4.1.3 กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) การเลือกจดจำ คือบุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนของตนเอง ไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยกับความคิดของตนเอง ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

4.2 การแสวงหาข่าวสาร บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน กับการลงทุนลงแรงและพันธะผูกพันที่ตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้นคือต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิง ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนมากนั้นถือว่าเป็นข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงบริโภคนิยม ข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกปัญหาต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยังมีหุมีตากว้างไกลมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมเป็นคนที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

ทั้งนี้ การเปิดรับสื่อ คือความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับอีกด้วยด้วยเหตุผลการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารจากสื่ออื่น นักวิชาการ

หลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกัน คือแรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตน ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อที่นั้นยอมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับสาร ผู้รับสารที่แตกต่างกันมีความสนใจที่จะเลือกเปิดรับ สารแตกต่างกัน อยู่บนพื้นฐานความแตกต่าง 4 ประการคือ

1. บุคคลมีความแตกต่างกัน ในด้านบุคลิกภาพและสถานภาพทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันจึงมีผลให้เลือกรับสารแตกต่างกัน
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้ทางสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ตามสภาพแวดล้อมกัน ก็จะได้รับ การเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่ต่างกันไปด้วย
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันนี้ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยมความเชื่อและบุคลิกภาพแตกต่างกัน

ผู้รับสารมีสิทธิ์ที่จะเลือกเปิดรับสื่อมวลชนตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งเหตุผลในการเลือกเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีข้อแตกต่างกันไป จำแนกได้ดังนี้

1. เพื่อความรู้ (cognition) คือ การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความรู้และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งในสังคมดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักต่างๆ คือข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกสังคม ความรู้ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทางด้านวิชาการหรือความรู้รอบตัวและความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย ได้ (Diversions) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปเช่น การกระตุ้นอารมณ์ (stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจความตื่นเต้น เพื่อลดความน่าเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวันหรือการพักผ่อน (relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่มากเกินไปหรือลดความเร่งเร้าในชีวิตประจำวันให้น้อยลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social utility) หมายถึงความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจเป็นการแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม Pre-Social และความผูกพันต่อผู้อื่นซึ่งอาจแสดงออกได้ ดังนี้

- 3.1 การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation currency) ซึ่งผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด และความเข้าใจต่อคำนิยม

ใหม่ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการ โฆษณา เป็นต้น

3.2 สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Para Social relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้นนั้น คนเรายังกลับมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดได้ถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้นถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนหรือน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร เป็นต้น ที่ประชากรส่วนใดต้องอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์เป็นเพื่อนมากกว่าการคบกันกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

3.3 การผลจากสังคม (withdrawal) มีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือ ในการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเป็นการหลีกเลี่ยงงานประจำที่สร้างความน่าเบื่อหน่ายให้แก่ชีวิต จึงทำให้คนเร่งรีบในการทำงานและเพื่อจะเข้าหาสื่อเพื่อความบันเทิงใจ

จากแนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ สรุปได้ว่ามนุษย์เรานั้นมีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันและจะเปิดรับสารก็ต่อเมื่อต้องการข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ที่ตนเองสนใจและเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พงศ์เทพ แก้วเสถียร (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ศึกษาการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ และศึกษาการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ปีการศึกษา 2556 จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่า กิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตที่ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า นักศึกษาใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลที่ตรงกับความสนใจมากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. ประสพการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า มีประสพการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตนาน 7-9 ปี และสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือหอพัก การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า นักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับเล่นเฟซบุ๊กมากที่สุด การ

รู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่สามารถรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับสูง

กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ การรู้ทันตนเองกับพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมเปิดรับข่าวสาร (information exposure behavior) การรู้ทันสื่อ (media literacy) การรู้ทันตนเอง (self-awareness) ในสื่อสังคมออนไลน์ และศึกษาปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร การรู้ทันสื่อ การรู้ทันตนเองที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็น การวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษานิเทศศาสตร์ชั้นปีที่ 1-4 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน การวิจัยเชิงปริมาณวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอย ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์โดยการสรุปตามประเด็นที่ได้มีการกำหนดไว้ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารทุกวัน มีการใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด และทวิตเตอร์น้อยที่สุด เปิดรับเนื้อหาประเภท ภาพยนตร์และเพลง โดยรูปแบบการใช้งานจะเน้นการสนทนา (chat) การฟังเพลง ดูหนังและชอบแสดงความคิดเห็น (comment) และกดไลค์ (click like) โดยมีเหตุผลในการใช้เพื่อความบันเทิงและมีความคาดหวังเกี่ยวกับความเร็วในการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อด้านพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ในขณะที่ความคิดเห็นด้านการรู้ทันสื่อและการประเมินตนเองด้านการรู้ทันตนเองอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยการรู้ทันสื่อไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่ปัจจัยการรู้ทันตนเองสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ขนิษฐา จิตแสง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีจำนวน 379 ราย ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่พิเศษ และการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3

ท่านพิจารณาและทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.83 ผลการวิจัยพบว่า เพื่อนได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับโปรแกรมใหม่ๆ แก่เยาวชนมากที่สุด (ร้อยละ 19.20) สมาชิกในครอบครัวได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเว็บไซต์ในการสืบค้นมากที่สุด (ร้อยละ 16.80) และโรงเรียนได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่สืบค้นมากที่สุด (ร้อยละ 16.80) ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นพบว่า การให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเพื่อนและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของครอบครัวและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นันทญา โกมลมาลย์ (2561) ได้ศึกษา ความรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของวัยรุ่นไทย เนื่องจากทักษะการรู้เท่าทันสื่อมีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อการพัฒนาทักษะการใช้สื่อ โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนเพื่อให้เกิดพัฒนาและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นสื่อ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพของระดับการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของวัยรุ่นไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นวัยรุ่นไทยอายุ 18-25 ปี ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบทดสอบ จำนวน 400 คน ในการสำรวจประชากร พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี เป็นนักเรียนนิสิตนักศึกษา ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊กมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน เพื่อที่จะพูดคุย/ส่งข้อความคุยกับเพื่อนใน Messenger มากที่สุด รองลงมา เพื่ออัปเดตและแชร์รูปของตนเอง/เพื่อน/แฟน ในขณะที่การให้ความคิดเห็นทางการเมืองจะอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผลการศึกษา พบว่า วัยรุ่นไทยที่มีอายุมากกว่าและระดับการศึกษาสูงกว่าจะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก ในด้านการตระหนักรู้ถึงผลกระทบของเฟซบุ๊ก, ด้านความเข้าใจกระบวนการทำงานของเฟซบุ๊ก, ด้านความเข้าใจเนื้อหาที่สะท้อนให้เห็นมุมมองทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต รวมถึงด้านความเข้าใจด้านศีลธรรมและจริยธรรม มากกว่าวัยรุ่นที่มีอายุน้อยกว่าและระดับการศึกษาน้อยกว่าส่วนในด้านความสนุกสนานและชื่นชมเนื้อหา พบว่ามีความแตกต่างกันในช่วงอายุและเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 21. และ 003. ตามลำดับ โดยวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ มีมุมมองต่อเฟซบุ๊กว่าเป็นพื้นที่สร้างเครือข่ายทางสังคมเพื่อการปฏิสัมพันธ์ใหม่ๆ ทางสังคม มากที่สุดถึงร้อยละ 32.3

ภัททิรา กลิ่นเลขา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย และเพื่อศึกษาผลกระทบการใช้งานสื่อโซเชียลมีเดีย ของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จำนวน 100

คน เก็บข้อมูลในเดือนธันวาคม 2560 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ใช้สื่อโซเชียลในช่วงเวลา 20.01-00.00 น. คิดเป็นร้อยละ 39.00 โดยมีการเข้าใช้งานทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 87.00 ใช้อุปกรณ์คือ สมาร์ทโฟนในการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 74.00 กิจกรรมหลักที่ทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ พูดคุยสนทนากับเพื่อน (Chat) และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้งานมากที่สุด คือ Facebook คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาคือ Line คิดเป็นร้อยละ 45.00 ผลกระทบจากการใช้งานสื่อโซเชียลมีเดียของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การใช้งานสื่อโซเชียลมีเดียมีผลในด้านสุขภาพ คือ มีอาการปวดหลัง เมื่อยข้อมือ และหัวไหล่ ด้านการเรียน คือ มีผลให้นักศึกษาสามารถปรึกษาเรื่องต่างๆ กับอาจารย์ผ่านทางแชท (Chat) และใช้สื่อในการหาความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนในห้องเรียน รวมถึงพัฒนาทักษะในด้านต่างๆ จากการดูคลิปวิดีโอใน Youtube เช่น การทำอาหาร การแต่งหน้าทำผม สำหรับด้านสังคม คือ รู้จักเพื่อนใหม่เพิ่มมากขึ้นจากการแชทออนไลน์ สามารถใช้โทรศัพท์ติดต่อกับเพื่อนหรือญาติที่อยู่ห่างไกลได้สะดวก ประสพการณ์จากสื่อทำให้สามารถเรียนรู้และปรับตัวเข้ากับสังคมและรู้เท่าทันภัยอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นในสังคมทำให้สามารถระมัดระวังตัวเอง และเอาตัวรอดได้ในยามฉุกเฉิน อีกทั้ง สื่อโซเชียลมีเดียก็ทำให้ได้พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงทั้งที่อยู่ใกล้และไกลได้กลับมาเจอกันอีกครั้งอย่างง่าย

สาริศา จันทรอำพร และ มณญ์ แก้วจินดา (2559) ได้ศึกษา ภาพการณ์ปัจจุบันกับการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในสังกัดคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อพัฒนาการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มตามแนวคิดเน้นความจริงในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมปลายโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาผลของการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มตามแนวคิดเน้นความจริงไปพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมปลายโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในสังกัด สช. เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,146 คน ระยะที่ 2 การวิจัยกึ่งทดลอง เพื่อพัฒนาและทดลองการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มกับนักเรียนกลุ่มเป้าหมายโดยใช้การวัดตัวแปรตามก่อนและหลังการทดลอง และเปรียบเทียบผลคะแนนจากแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมโดยการใช้วัดตัวแปรตามหลังการ

ทดลอง การทดลองนี้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 20 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 10 คนและกลุ่มควบคุม 10 คน ให้นักเรียนกลุ่มทดลองเข้าร่วมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มเป็นจำนวน 10 ครั้ง ครั้งละ 90 นาที การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ และวิเคราะห์เปรียบเทียบทางสถิติโดยใช้ (Non Parametric Statistics) Signed test และ (Parametric Statistics) Wilcoxon-Mann-Whitney Test ผลการวิจัยพบว่า 1) ร้อยละ 92.8 ของกลุ่มตัวอย่าง 1,146 คน มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงสื่อชนิดต่างๆ ได้แก่ ไลน์ เฟซบุ๊ก และยูทูป ผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นส่วนใหญ่ เพื่อ จุดประสงค์ในการพูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสาร ซึ่งกันและกัน 2) การให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม โดยเน้นความจริง สามารถพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ดีขึ้นได้ 3) นักเรียนที่เข้าร่วมการปรึกษาแบบกลุ่ม โดยเน้นความจริง มีแนวโน้มที่จะพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ดีกว่านักเรียนกลุ่มควบคุม

ภัทรศินี แสนสำแดง (2557) ได้ศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่น ในจังหวัดสกลนคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่นในจังหวัดสกลนคร และศึกษาผลของการใช้สื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ที่มีต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของวัยรุ่น ในจังหวัดสกลนคร ภายใต้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลองการรู้เท่าทันสื่อ แนวคิดเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด แนวคิดการใช้สื่อกับวิถีชีวิตประจำวันของวัยรุ่น และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่นที่เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการรู้เท่าทันสื่อที่จัดโดยสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ประกอบด้วย นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 5 ของโรงเรียนสกลราชวิทยานุกูล และนักศึกษาระดับอุดมศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร รวมทั้งหมด 160 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) วัยรุ่นในจังหวัดสกลนครมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้ โครงสร้างของความรู้ มีคะแนน เฉลี่ยเท่ากับ 3.87 แรงจูงใจในการตัดสินใจ หรือ จุดยืนส่วนบุคคล มีคะแนนเท่ากับ 3.13 เครื่องมือในการประมวลข้อมูล มีคะแนนเท่ากับ 3.60 และ กระบวนการวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูล มีคะแนนเท่ากับ 3.33 2) การใช้สื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวันของวัยรุ่นทั้ง 3 รูปแบบ การดำเนินชีวิตประจำวันในครอบครัว พบว่า มีการติดต่อกับสมาชิกในครอบครัวผ่าน Social media เช่น Facebook, Instagram รวมทั้งโปรแกรมสนทนาออนไลน์ ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 ในขณะเดียวกัน การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้มีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัวลดลง ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.13 การ

ดำเนินชีวิตประจำวันในการเรียน พบว่า การใช้สื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้ สะดวกสบายในการค้นคว้าหาความรู้เพื่อช่วยในการศึกษา ในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.28, มีการนำสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่มาใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าหาความรู้เพื่อช่วยในการศึกษาในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.98 และการค้นคว้าหาความรู้จากสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้เข้าใจเนื้อหาในบทเรียนมากขึ้น ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.73 การดำเนินชีวิตประจำวันในการใช้เวลาว่างและการใช้สื่อมวลชน พบว่า มีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนผ่าน Social media เช่น Facebook, Instagram รวมทั้งโปรแกรมสนทนาออนไลน์ ในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.26, การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้รู้สึกผ่อนคลายความเครียดได้ในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.09, กิจกรรมยามว่างส่วนใหญ่คือการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.94 และมีเพื่อนใหม่ที่รู้จักผ่านทาง Social media เช่น Facebook, Instagram รวมทั้งโปรแกรมสนทนาออนไลน์ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.7

พิระ จิตร โสภณ และคณะ (2559) ได้วิจัยเรื่อง ความรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัลกับบทบาทในการกำหนดแนวทางการปฏิรูปการสื่อสารในสังคมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อการประมวลแนวคิด องค์ความรู้และการดำเนินการเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและการสื่อสารในประเทศไทย สำนวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับและการใช้สื่อ ระดับการรู้เท่าทันการสื่อสารของกลุ่มตัวอย่าง และศึกษาแนวทางในการส่งเสริมบทบาทความเป็นพลเมืองและการขับเคลื่อนการรู้เท่าทันการสื่อสารเพื่อการปฏิรูปการสื่อสารในสังคมไทย จากการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีสมาร์ตโฟนใช้เป็นของตนเองมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเว็บไซต์ค่อนข้างบ่อย มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้ไลน์มากที่สุด สื่อดั้งเดิมมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกือบทุกวันจนถึงทุกวัน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เพื่อติดตามเหตุการณ์ข่าวสารต่างๆ และเพื่อความบันเทิงผ่อนคลาย ระดับการรู้เท่าทันการสื่อสาร ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุมากกว่ามักมีระดับการรู้เท่าทันมากกว่า

ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะชีวิตที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 413 คน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคือเลือกใช้งานที่บ้าน/หอพัก ระยะเวลาในการใช้งาน 4 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน ช่วงเวลา 16.01 – 22.00 น. โดยใช้งานมากกว่า 6 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ โดยมีจุดประสงค์หลักในการการงานด้านดนตรี ภาพยนตร์ และกีฬา ทักษะชีวิตที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่าย

สังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ด้านความรู้สึก รองลงมาคือด้านการกระทำและด้านความคิด ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านความคิด เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามคณะ พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านความคิด เมื่อจำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านความรู้สึกเมื่อจำแนกตามสถานที่ในการใช้งาน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการใช้งาน พบว่า มีความแตกต่างกัน ในด้านการกระทำ เมื่อจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้งาน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้งาน พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านการกระทำเมื่อจำแนกตามจุดประสงค์หลักในการใช้งานและเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานประจำ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

ชลธิชา จุ้ยนาม (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมและผลการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย เพื่อศึกษาระดับจิตลักษณะ ระดับปัจจัยแวดล้อมและระดับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย เพื่อเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย และเพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก และแนวทางการสนทนากลุ่ม ตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 370 คน ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก 15 คน และสนทนากลุ่ม 8 คน ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้านตนเองเรียนรู้จากเพื่อนมีประสบการณ์การใช้ 1-3 ปี ใช้แต่ละครั้งนาน 1-2 ชั่วโมง ใช้ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ใช้ใน ช่วง 18.00 – 00.00 น. ใช้เพื่อใช้ในการศึกษาและใช้กับเพื่อน ระดับปัจจัยจิตลักษณะในภาพรวมอยู่ในระดับมากปัจจัยแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง และผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับน้อย และนักเรียนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านครอบครัว การเรียน สุขภาพ และสังคมแตกต่างกันจะมีผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยแวดล้อมมีอิทธิพลต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แนวทางการแก้ไข

ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ ด้านการศึกษา โรงเรียนควรมีมาตรการควบคุมเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม ด้านครอบครัว ผู้ปกครอง ควรมีการสร้างกฎกติกาการใช้สื่อออนไลน์ ด้านสุขภาพควรสร้างพฤติกรรมสุขภาพในการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมและด้านสังคม รัฐบาลควรมีนโยบายในการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการใช้สื่อออนไลน์

เสาวภาคย์ แหลมเพชร (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี 2) เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรีจำแนกตาม เพศ และแผนการเรียน ของนักเรียน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 620 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย ผลกระทบที่ศึกษาเป็นผลกระทบทางด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าสถิติได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบแบบทีและการวิเคราะห์ ความแปรปรวน ผลการศึกษา พบว่า 1) พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลายในจังหวัดนนทบุรีพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท Facebook มากเป็น อันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น LINE และ Instagram มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มาก เป็นอันดับหนึ่ง คือ ใช้คุยกับเพื่อนเกี่ยวกับต่างๆ ไป รองลงมาเป็นการใช้เพื่อคุยกับเพื่อนเกี่ยวกับการเรียน และการบ้าน สำหรับการจัดการเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในแต่ละวัน พบว่า นักเรียนใช้ เฉลี่ยวันละ 7.30 ชั่วโมง ผู้ที่ใช้น้อยที่สุดใช้วันละ 45 นาทีส่วนผู้ที่ใช้มากที่สุดใช้วันละ 24 ชั่วโมง ซึ่ง หมายถึงนักเรียนเปิดอุปกรณ์เชื่อมต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ตลอดทั้งวัน นักเรียนมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ย 7.29 ปีผู้ที่ม่ประสบการณ์น้อยที่สุดคือเพิ่งใช้มาเพียง 1 ปี ส่วน ผู้ที่มีประสบการณ์มากที่สุดคือใช้มาเป็นเวลา 10 ปี 2) เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ตอนปลายในจังหวัดนนทบุรีจำแนกตามเพศ และแผนการเรียน พบว่า นักเรียนชายและนักเรียนหญิง ได้รับผลกระทบทางด้านอารมณ์จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้รับผลกระทบทางด้านสังคมจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และได้รับผลกระทบทางด้านการเรียนจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยนักเรียนชายได้รับ ผลกระทบ

ทางด้านอารมณ์ สังคมและการเรียนจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่านักเรียนหญิง

3) นักเรียนที่มีแผนการเรียนแตกต่างกันได้รับผลกระทบทางด้านอารมณ์ จากการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยนักเรียนแผนศิลป์-คณิต ได้รับผลกระทบทางด้านอารมณ์ จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาเป็นนักเรียนแผน ศิลป์ภาษา และนักเรียนแผนวิทย์-คณิต ตามลำดับ แต่นักเรียนที่มีแผนการเรียนแตกต่างกัน ได้รับผลกระทบทางด้านสังคม และผลกระทบทางด้านการเรียนไม่แตกต่างกัน

ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ และสมชาย ไชยโคตร (2558) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนนักศึกษาใน จังหวัดภูเก็ต การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรและพฤติกรรมของนักเรียนนักศึกษาในจังหวัดภูเก็ตที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และศึกษาถึงผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนนักศึกษาในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดภูเก็ต เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา การหาค่า Independent sample t-test สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และการหาความแตกต่าง รายคู่โดยใช้วิธี LSD และ Dunnett's T3 ผลการศึกษาพบว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนนักศึกษาใน จังหวัดภูเก็ตส่งผลกระทบต่อด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านการเรียน และด้านสังคม ตามลำดับ โดยปัจจัยพื้นฐานด้านเพศ สถานศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม ลักษณะที่อยู่อาศัย และรายได้ที่ผู้ปกครองมอบให้ที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่แตกต่างกัน ส่วนนักศึกษาระดับอุดมศึกษานั้น เพศที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อด้านสังคม และด้านการเรียนที่แตกต่างกัน สำหรับผลกระทบจากพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอุดมศึกษา พบว่า การปรับแต่งข้อมูลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อทั้ง 3 ด้านแตกต่างกัน และในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวนชั่วโมงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อด้านสังคม และด้านการเรียนที่แตกต่างกัน ผู้แนะนำให้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน และระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อด้านการเรียนที่แตกต่างกัน ส่วนผลกระทบจากพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาพบว่า ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน และระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อทั้ง 3 ด้านแตกต่างกัน ส่วนสถานที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อด้านการเรียนที่แตกต่างกัน การดูแลให้ความรู้จาก

ผู้ปกครองและการที่เพื่อนมีส่วนร่วมในการใช้งานสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อ ด้านอารมณ์ และด้านสังคมที่แตกต่างกัน

ประวิตร จันอับ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และ ผลกระทบต่อนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดพิษณุโลก การวิจัยในครั้งนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษา ตอนปลาย ในจังหวัดพิษณุโลก 2) ศึกษาผลกระทบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดพิษณุโลก และ 3) ศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาผลกระทบ จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดพิษณุโลก โดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการ สทนทนากลุ่ม โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างเป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด กับนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เครือข่ายทาง สังคมออนไลน์ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ในมิติเชิงบวกและเชิงลบ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลก 2. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายทางสังคม ออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลกก่อให้เกิดผลกระทบจากการ ใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ ดังนี้ 1) ด้านอารมณ์ 2) ด้านการเรียน 3) ด้านสังคม และ 4) ด้านสุขภาพ 3. การสร้างภูมิคุ้มกันจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย คือ 1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล 2) ค่านิยมและวัฒนธรรม 3) นวัตกรรมและเทคโนโลยี และ 4) สภาพแวดล้อม ทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นแนวทางการแก้ปัญหาผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคม ออนไลน์ของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยได้ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ เยาวชน อายุระหว่าง 15-18 ปี ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 48,693 คน (กรมการปกครอง, 2562)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชน อายุระหว่าง 15-18 ปี ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 397 คน ได้มาจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973 อ้างถึงใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากกลุ่มเยาวชน 3 กลุ่ม เพื่อให้เป็นตัวแทนของกลุ่มเยาวชนที่หลากหลายของเยาวชนในจังหวัดปัตตานี คือ 1) กลุ่มโรงเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 161 คน 2) กลุ่มวิทยาลัยอาชีวศึกษา จำนวน 149 คน และ 3) กลุ่มโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม จำนวน 187 คน รวมทั้งสิ้น 397 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยของครอบครัว

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ประเภทสื่อออนไลน์ อุปกรณ์ที่ใช้ ระยะเวลาและความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ สถานที่ใช้งานสื่อ

ออนไลน์ สาเหตุของการใช้งานสื่อออนไลน์ ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อออนไลน์ และข้อมูลและเนื้อหาจากการใช้สื่อออนไลน์

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำนวน 7 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบที่ใช้วัดการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยมากจากงานวิจัยของพงษ์เทพ แก้วเสถียร มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.71 โดยให้คะแนนเท่ากับ 1 สำหรับตัวเลือกที่ถูกต้อง ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะมีคะแนนอยู่ในช่วง 0 – 7 คะแนน แบ่งออกเป็น 3 ระดับ โดยใช้วิธีการแบ่งค่าคะแนนเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับที่แบ่ง}} = \frac{7 - 0}{3} = 2.33$$

ดังนั้น สามารถกำหนดเกณฑ์สำหรับแปลผลคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.67 – 7.00 หมายถึง มีความรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ในระดับสูง

คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 4.66 หมายถึง มีความรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 0.00 – 2.33 หมายถึง มีความรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ในระดับต่ำ

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำนวน 16 ข้อ แบ่ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียน ด้านครอบครัว ด้านอารมณ์ และด้านสังคม ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยมากจากงานวิจัยของ ชลธิชา จุ้ยนาม โดยที่ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มีระดับความคิดเห็น 5	หมายถึง	มากที่สุด
มีระดับความคิดเห็น 4	หมายถึง	มาก
มีระดับความคิดเห็น 3	หมายถึง	ปานกลาง
มีระดับความคิดเห็น 2	หมายถึง	น้อย
มีระดับความคิดเห็น 1	หมายถึง	น้อยที่สุดที่สุด

การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย เบสท์ (Best, 1977) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบและการประเมินเครื่องมือวิจัย

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ รศ. จันทนา ทองประยูร และ ดร.หัสพร ทองแดง ตรวจสอบความถูกต้องด้าน โครงสร้างเนื้อหา ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์และภาษาที่ใช้
2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพรายข้อ (Item Total Correlation) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในแต่ละส่วน โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.746

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

- 3.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยสร้างขึ้นจากกูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) แล้วตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาในแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง
- 3.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก โรงเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 161 คน วิทยาลัยอาชีวศึกษา จำนวน 149 คน และ โรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม จำนวน 187 คน รวมทั้งสิ้น 397 คน
- 3.3 นำแบบสอบถามมาสำรวจความครบถ้วนในเนื้อความที่ตอบแบบสอบถาม แล้วดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เป็นการบรรยายข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายถึงลักษณะส่วนบุคคล

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis) โดยการใช้การทดสอบแบบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน จากเยาวชน อายุระหว่าง 15-18 ปี ในจังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี 2) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี 3) ศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี 4) ศึกษาลักษณะประชากรที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี 5) ศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี และ 6) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 397 คน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของความถี่และร้อยละ มีผลการศึกษาดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากร	จำนวน (397 คน)	ร้อยละ (100.00)
1. เพศ		
ชาย	179	45.10
หญิง	218	54.90
2. อายุ		
15 ปี	86	21.70
16 ปี	99	24.90
17 ปี	109	27.50
18 ปี	103	25.90
3. ระดับการศึกษา		
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	86	21.70
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5	66	16.60
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	96	24.20
ชั้น ปวช.1	43	10.80
ชั้น ปวช.2	60	15.10
ชั้น ปวช.3	46	11.60
4. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	80	20.20
10,001 - 30,000 บาทต่อเดือน	217	54.70
30,001 - 60,000 บาทต่อเดือน	51	12.80
60,001 - 90,000 บาทต่อเดือน	11	2.80
มากกว่า 90,000 บาทต่อเดือน	38	9.60

จากตารางที่ 4.1 สามารถสรุปผลการศึกษาลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานี ได้ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.90 และเพศชาย ร้อยละ 45.10

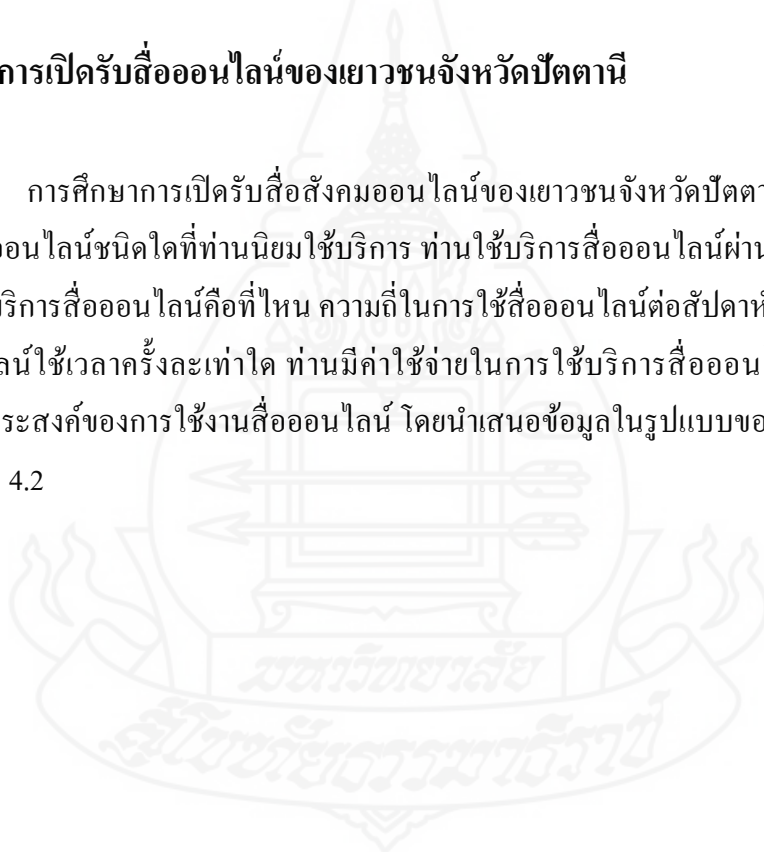
อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี ร้อยละ รองลงมา คือ มีอายุ 18 ปี ร้อยละ 25.90 อายุ 16 ปี ร้อยละ 24.90 และอายุ 15 ปี ร้อยละ 21.70

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 24.20 รองลงมา คือ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 21.70 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ร้อยละ 16.60 ระดับชั้น ปวช.2 ร้อยละ 15.10 ระดับชั้น ปวช.3 ร้อยละ 11.60 และระดับปวช.1 ร้อยละ 10.80

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน เดือนละ 10,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 54.70 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 20.20 เดือนละ 30,001 - 60,000 บาท ร้อยละ 12.80 มากกว่า 90,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 9.60 และเดือนละ 60,001 - 90,000 บาท ร้อยละ 2.80

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

การศึกษาการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ชนิดใดที่ท่านนิยมใช้บริการ ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใด สถานที่ที่ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์คือที่ไหน ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ท่านใช้สื่อออนไลน์ใช้เวลาครั้งละเท่าใด ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์กี่บาทต่อเดือน และวัตถุประสงค์ของการใช้งานสื่อออนไลน์ โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของความถี่และร้อยละ ดังตารางที่ 4.2



ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (393 คน)	ร้อยละ (100.00)
1. สื่อสังคมออนไลน์ชนิดใดที่ท่านนิยมใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เว็บไซต์ ต่างๆ	151	38.00
เฟสบุ๊ก (Facebook)	383	96.50
ไลน์ (Line)	357	89.90
ทวิตเตอร์ (Twitter)	75	18.90
ยูทูป (Youtube)	237	59.70
เว็บบล็อก	37	9.30
กูเกิ้ล (Google)	195	49.10
อินสตราแกรม (Instagram)	238	59.90
วิกิพีเดีย	31	7.80
อีเมล	144	36.30
เกมส์	107	27.00
ห้องแชทต่างๆ	108	27.20
2. ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใด		
คอมพิวเตอร์	11	2.80
โน้ตบุ๊ก	24	6.00
โทรศัพท์เคลื่อนที่	362	91.20
แท็บเล็ต	0	0.00
แล็ปท็อป	0	0.00
3. สถานที่ที่ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์คือที่ไหน		
บ้านหรือหอพัก	356	89.70
สถานศึกษา	41	10.30
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	0	0.00
4. ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ต่อสัปดาห์		
ทุกวัน	369	92.90
สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน	14	3.50

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (393 คน)	ร้อยละ (100.00)
สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน	14	3.50
5. ระยะเวลาที่ท่านใช้สื่อออนไลน์ ใช้เวลาครั้งละเท่าใด		
น้อยกว่า 30 นาที	53	13.40
ครั้งละ 30 – 60 นาที	182	45.80
ครั้งละ 60 – 90 นาที	82	20.70
ครั้งละ 90 – 120 นาที	8	2.00
มากกว่า 120 นาที	72	18.10
6. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์กี่บาทต่อเดือน		
มากกว่า 1,200 บาทต่อเดือน	25	6.30
1,000 – 1,200 บาทต่อเดือน	0	0.00
700 – 999 บาทต่อเดือน	27	6.80
400 – 699 บาทต่อเดือน	177	44.60
100 – 399 บาทต่อเดือน	156	39.30
น้อยกว่า 100 บาทต่อเดือน	12	3.30
7. วัตถุประสงค์ของการใช้งานสื่อออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
โพสต์ข้อความ	276	69.50
โพสต์รูปภาพ	256	64.50
ส่งคลิปภาพ	95	23.90
ดาวน์โหลดข้อมูล	351	88.40
อัปโหลด	197	49.60
กดไลค์	225	56.70
กดแชร์	165	41.60
เขียนคอมเมนต์ (Comment) ต่างๆ	123	31.00
ใช้แอปพลิเคชันต่างๆ	198	49.90
เขียนเว็บบล็อกของตนเอง	26	6.50
ติดต่อรับส่งอีเมล	143	36.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (393 คน)	ร้อยละ (100.00)
ค้นหาข้อมูลจากกูเกิ้ล (Google)	177	44.60
ค้นหาข้อมูลข่าวสารวิกิพีเดีย	56	14.10
พูดคุยแสดงความคิดเห็นในห้องสนทนา	115	29.00
ดูหนังฟังเพลง	243	61.20
เล่นเกมส์	167	42.10
ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการทำงานด้านต่างๆ	150	37.80

จากตารางที่ 4.2 สามารถสรุปผลการศึกษารับสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ได้ดังนี้

สื่อสังคมออนไลน์ชนิดที่ท่านนิยมใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีนิยมใช้เฟสบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด ร้อยละ 96.50 รองลงมาคือไลน์ (Line) ร้อยละ 89.90 อินสตราแกรม (Instagram) ร้อยละ 59.90 ยูทูบ (Youtube) ร้อยละ 59.70 กูเกิ้ล (Google) ร้อยละ 49.10 เว็บไซต์ต่างๆ ร้อยละ 38.00 อีเมล ร้อยละ 36.30 ห้องแชทต่างๆ ร้อยละ 27.20 เกมส์ ร้อยละ 27.00 ทวิตเตอร์ (Twitter) ร้อยละ 18.90 เว็บบล็อก ร้อยละ 9.30 และ วิกิพีเดีย ร้อยละ 7.80

ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีใช้บริการสื่อออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ร้อยละ 91.20 รองลงมาคือ โน้ตบุ๊ก ร้อยละ 6.00 และ คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 2.80

สถานที่ที่ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์คือที่ไหน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้านหรือหอพักมากที่สุด ร้อยละ 89.70 รองลงมาคือ สถานศึกษา ร้อยละ 10.30

ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ต่อสัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันมากที่สุด ร้อยละ 92.90 รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน ร้อยละ 3.50 และ สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน ร้อยละ 3.50

ระยะเวลาที่ท่านใช้สื่อออนไลน์ใช้เวลาครั้งละเท่าใด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีใช้สื่อสังคมออนไลน์ครั้งละ 30 – 60 นาทีมากที่สุด ร้อยละ 45.80 รองลงมาคือ ครั้งละ

60 – 90 นาที ร้อยละ 20.70 มากกว่า 120 นาที ร้อยละ 18.10 น้อยกว่า 30 นาที ร้อยละ 13.40 และครั้งละ 90 – 120 นาที ร้อยละ 2.00

ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ที่บาทต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 400 – 699 บาทต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 44.60 รองลงมาคือ 100 – 399 บาทต่อเดือน ร้อยละ 39.30 700 – 999 บาทต่อเดือน ร้อยละ 6.80 มากกว่า 1,200 บาทต่อเดือน ร้อยละ 6.30 และน้อยกว่า 100 บาทต่อเดือน ร้อยละ 3.30

วัตถุประสงค์ของการใช้งานสื่อออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีมีวัตถุประสงค์ของการใช้งานสื่อออนไลน์ในการดาวน์โหลดข้อมูลมากที่สุด ร้อยละ 88.40 รองลงมาคือ โพสต์ข้อความ ร้อยละ 69.50 โพสต์รูปภาพ ร้อยละ 64.50 ดูหนังฟังเพลง ร้อยละ 61.20 กดไลค์ ร้อยละ 56.70 ใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ร้อยละ 49.90 อัพโหลด ร้อยละ 49.60 ค้นหาข้อมูลจากกูเกิ้ล (Google) ร้อยละ 44.60 เล่นเกมส์ ร้อยละ 42.10 กดแชร์ ร้อยละ 41.60 ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการทำงานด้านต่างๆ ร้อยละ 37.80 ติดต่อรับส่งอีเมล ร้อยละ 36.00 เขียนคอมเมนต์ (Comment) ต่างๆ ร้อยละ 31.00 พுகุยแสดงความคิดเห็นในห้องสนทนา ร้อยละ 29.00 ส่งคลิปภาพ ร้อยละ 23.90 ค้นข้อมูลข่าวสารวิกิพีเดีย ร้อยละ 14.10 และเขียนเว็บบล็อกของตนเอง ร้อยละ 6.50

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีได้ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ 4 องค์ประกอบ คือ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อและสาร ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อและสาร ความสามารถในการประเมินสื่อและสาร และความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อและสาร โดยอยู่ในรูปแบบของการตอบแบบสอบถาม มีตัวเลือก 2 ตัวเลือก คือ ใช่ และ ไม่ใช่ มีข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ความถี่และร้อยละของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สื่อออนไลน์มีเนื้อหาหลายส่วนที่เชื่อถือไม่ได้	284	71.50	113	28.50
2. สื่อออนไลน์มีข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นภัยและอันตรายอยู่มาก	279	70.30	118	29.70
3. สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ชวนเชื่อ หลอกหลวงอยู่มาก	330	83.10	67	16.90
4. สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น เว็บไซต์ลามก อนาจารอยู่มาก	359	90.40	38	9.60
5. สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่กระตุ้นหรือชักนำให้กระทำความผิดได้ เช่น เว็บไซต์การพนัน	347	87.40	50	12.60
6. สื่อออนไลน์ทำให้ข้อมูลส่วนตัวอาจรั่วไหลได้	315	79.30	82	20.70
7. ถ้าจะใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ต้องเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับตัวเอง	397	100.00	0	0.00

จากตารางที่ 4.3 สามารถสรุปผลการศึกษารู้อาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ได้ดังนี้

จากการศึกษารู้อาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีมีความรู้เท่าทันประเด็น ถ้าจะใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ต้องเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับตัวเองมากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น เว็บไซต์ลามก อนาจารอยู่มาก ร้อยละ 90.40 สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่กระตุ้นหรือชักนำให้กระทำความผิดได้ เช่น เว็บไซต์การพนัน ร้อยละ 87.40 สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ชวนเชื่อ หลอกหลวงอยู่มาก ร้อยละ 83.10 สื่อออนไลน์ทำให้ข้อมูลส่วนตัวอาจรั่วไหลได้ ร้อยละ 79.30 สื่อออนไลน์มีเนื้อหาหลายส่วนที่เชื่อถือไม่ได้ ร้อยละ 71.50 และสื่อออนไลน์มีข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นภัยและอันตรายอยู่มาก ร้อยละ 70.30

เมื่อนำคะแนนรวมที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ย แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อย ปานกลาง และมาก ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ความถี่และร้อยละ จำแนกตามระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน
จังหวัดปัตตานี

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อย	36	9.10
ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ปานกลาง	14	3.50
ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มาก	347	87.40
รวม	397	100.0

จากตารางที่ 4.4 สามารถสรุประดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ได้ดังนี้

ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีจำแนกออกเป็น 3 ระดับ พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 87.40 รองลงมาคือ มีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 9.10 และมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 3.50

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

การศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ได้ศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านการเรียน ด้านครอบครัว ด้านอารมณ์ และด้านสังคม โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์
ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์		\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการเรียน				
1.	ท่านไปโรงเรียนสายหรือไม่ไป เนื่องจากใช้สื่อออนไลน์	3.42	1.32	มาก
2.	ท่านใช้สื่อออนไลน์ระหว่างทำการบ้าน	3.43	0.96	มาก
3.	ท่านใช้สื่อออนไลน์ในระหว่างเรียน	3.14	1.13	ปานกลาง
4.	ท่านให้ความสำคัญกับการเรียนน้อยกว่าการใช้สื่อออนไลน์	2.87	0.89	ปานกลาง
รวม		3.21	0.67	ปานกลาง
ด้านครอบครัว				
5.	ท่านละเอียดที่จะช่วยผู้ปกครองทำงานบ้านเพื่อใช้สื่อออนไลน์	3.03	0.95	ปานกลาง
6.	ท่านให้เวลากับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์	3.43	0.97	มาก
7.	ท่านพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์	3.11	0.90	ปานกลาง
8.	ท่านมีข้อถกเถียงกับสมาชิกในครอบครัวเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์	3.24	0.95	ปานกลาง
รวม		3.20	0.69	ปานกลาง
ด้านอารมณ์				
9.	ท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อมีผู้รบกวนขณะที่ใช้สื่อออนไลน์	3.35	1.05	ปานกลาง
10.	ท่านไม่พอใจเมื่อถูกกั่นแกล้งในขณะที่ใช้สื่อออนไลน์	3.37	0.98	ปานกลาง
11.	ท่านรู้สึกหดหู่ กระทบกระวาย เมื่อต้องหยุดใช้สื่อออนไลน์	3.04	0.86	ปานกลาง
12.	ท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อถูกจำกัดเวลาในการใช้สื่อออนไลน์	3.30	0.88	ปานกลาง
รวม		3.27	0.78	ปานกลาง

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์		\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสังคม				
13.	ท่านจดจำอยู่กับการใช้สื่อออนไลน์เพียงลำพัง	3.39	0.85	ปานกลาง
14.	ท่านนัดพบผู้ที่รู้จักการการใช้สื่อออนไลน์	2.94	1.09	ปานกลาง
15.	ท่านให้ความสนิทสนมกับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าเพื่อนที่โรงเรียน	2.79	1.04	ปานกลาง
16.	ท่านให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าคนรอบข้าง	3.21	1.16	ปานกลาง
รวม		3.08	0.69	ปานกลาง
รวม		3.19	0.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 สามารถสรุปผลการศึกษผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และสามารถจำแนกเป็นรายด้านได้ ดังนี้

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านการเรียนอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านไปโรงเรียนสายหรือไม่ไปเนื่องจากใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ท่านใช้สื่อออนไลน์ระหว่างทำการบ้าน มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ท่านใช้สื่อออนไลน์ในระหว่างเรียน มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ท่านให้ความสำคัญกับการเรียนน้อยกว่าการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านครอบครัวอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านละเลยที่จะช่วยผู้ปกครองทำงานบ้านเพื่อใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 มีท่านให้เวลากับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ท่านพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่

ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และท่านมีข้อถกเถียงกับสมาชิกในครอบครัวเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านอารมณ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อมีผู้รบกวนขณะที่ใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ท่านไม่พอใจเมื่อถูกกลั่นแกล้งในขณะที่ใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ท่านรู้สึกหุนหัน กระทบกระชวย เมื่อต้องหยุดใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อถูกจำกัดเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านจดจ่ออยู่กับการใช้สื่อออนไลน์เพียงลำพัง มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ท่านนัดพบผู้ที่รู้จักการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ท่านให้ความสนิทสนมกับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าเพื่อนที่โรงเรียน มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 และท่านให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าคนรอบข้าง มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ใช้การทดสอบแบบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD

ตารางที่ 4.6 การทดสอบค่าที (T-test) ของลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์
ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ชาย	179	3.08	0.435	-4.356**	0.000
หญิง	218	3.29	0.508		

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของ
เยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 มีค่าน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า
เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์
ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามอายุ

อายุ	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	8.874	3	2.958	13.667	0.000
ภายในกลุ่ม	85.060	393	0.216		
รวม	93.934	396			

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชน
จังหวัดปัตตานี จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า เยาวชน
จังหวัดปัตตานีที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.01

จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD ดัง
ตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุและผลกระทบ
จากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

อายุ	15 ปี	16 ปี	17 ปี	18 ปี
15 ปี	-	0.287*	0.389*	0.111
16 ปี		-	0.103	-0.175*
17 ปี			-	-0.278*
18 ปี				-

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ที่มีอายุ 15 ปี มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปี และ 17 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.287 และ 0.389 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 16 ปี มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 18 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.175

ผู้ที่มีอายุ 17 ปี มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 18 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.278

ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์
ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.774	5	0.955	4.187**	0.001
ภายในกลุ่ม	89.160	391	0.228		
รวม	93.934	396			

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า

เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างระดับการศึกษาและผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา 4	มัธยมศึกษา 5	มัธยมศึกษา 6	ปวช.1	ปวช.2	ปวช.3
มัธยมศึกษา 4	-	0.137	0.230*	0.113	0.219*	-0.076
มัธยมศึกษา 5		-	0.093	-0.024	0.082	-0.214*
มัธยมศึกษา 6			-	-0.116	-0.011	-0.306*
ปวช.1				-	0.106	-0.190
ปวช.2					-	-0.296*
ปวช.3						-

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และชั้น ปวช.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.230 และ 0.219 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.214

ผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.306

ผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.2 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.296

ตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของลักษณะประชากรมีผลกระทบ
จากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.285	4	3.071	14.745**	0.000
ภายในกลุ่ม	81.649	392	0.208		
รวม	93.934	396			

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนและผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน (บาท)	ต่ำกว่า 10,000	10,000 – 30,000	30,001 – 60,000	60,001 – 90,000	มากกว่า 90,000
ต่ำกว่า 10,000	-	0.232*	0.127	0.785*	0.561*
10,000 – 30,000		-	-0.105	0.554*	0.330*
30,001 – 60,000			-	-0.658*	0.434*
60,001 – 90,000				-	-0.224
มากกว่า 90,000					-

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท, ผู้ที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.232, 0.785 และ 0.561 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.554 และ 0.330 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 60,000 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท แต่มากกว่าผู้ที่มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.658 และ 0.434 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

ใช้การทดสอบแบบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบ

จากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี
จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์

อุปกรณ์ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.019	2	0.009	0.039	0.962
ภายในกลุ่ม	93.916	394	0.238		
รวม	93.934	396			

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.962 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 หมายความว่า อุปกรณ์ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบ
จากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามสถานที่
ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์

สถานที่ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.274	1	0.274	1.156	0.283
ภายในกลุ่ม	93.660	395	0.237		
รวม	93.934	396			

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์
ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.283 ซึ่งมี
ค่ามากกว่า 0.01 หมายความว่า สถานที่ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีแตกต่างกัน
มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบ
จากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี
จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์

ความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.838	2	1.419	6.137**	0.002
ภายในกลุ่ม	91.096	394	0.231		
รวม	93.934	396			

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์
ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002
ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์
แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD
ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน	สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน
ทุกวัน	-	0.211	0.459*
สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน		-	0.438*
สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน			-

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์ทุกวัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.459

ผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.438

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์

ระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	19.355	4	4.839	25.434**	0.000
ภายในกลุ่ม	74.579	392	0.190		
รวม	93.934	396			

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์	น้อยกว่า 30 นาที	30 – 60 นาที	60 – 90 นาที	90 – 120 นาที	มากกว่า 120 นาที
น้อยกว่า 30 นาที	-	0.336*	0.517*	0.926*	0.031
30 – 60 นาที		-	0.235*	0.589*	-0.304*
60 – 90 นาที			-	0.354*	-0.540*
90 – 120 นาที				-	-0.894*
มากกว่า 120 นาที					-

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์น้อยกว่า 30 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 30 – 60 นาที, ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 60 – 90 นาที และผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.336, 0.517 และ 0.926 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 30 – 60 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 60 – 90 นาที และผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที แต่น้อยกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.235, 0.589 และ -0.304 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 60 – 90 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที แต่น้อยกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.354 และ -0.540 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.894

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	16.040	4	4.010	20.180**	0.000
ภายในกลุ่ม	77.894	392	0.199		
รวม	93.934	396			

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.19 พบว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์	มากกว่า 1,200 บาท	700 – 999 บาท	400 – 699 บาท	100 – 399 บาท	น้อยกว่า 100 บาท
มากกว่า 1,200 บาท	-	1.099*	0.657*	0.646*	0.710*
700 – 999 บาท		-	-0.442*	-0.453*	-0.389*
400 – 699 บาท			-	-0.011	0.053
100 – 399 บาท				-	0.064
น้อยกว่า 100 บาท					-

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 1,200 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 700 – 900 บาท, ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 400 – 699 บาท, ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 100 – 399 บาท และผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์น้อยกว่า 100 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.099, 0.657, 0.646 และ 0.710 ตามลำดับ

ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 700 – 900 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 400 – 699 บาท, ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 100 – 399 บาท และผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์น้อยกว่า 100 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.442, -0.453 และ -0.389 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

ใช้การทดสอบแบบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.614	2	6.307	30.559**	0.000
ภายในกลุ่ม	81.320	394	0.206		
รวม	93.934	396			

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.21 พบว่า การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ระดับการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์	ระดับการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์น้อย	ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์ปานกลาง	ระดับการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์มาก
ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์น้อย	-	0.559*	0.622*
ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์ปานกลาง		-	0.063
ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์มาก			-

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ปานกลางและผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.559 และ 0.622 ตามลำดับ



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ได้มีการสรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี 2) เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี 3) เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี 4) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี 5) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี และ 6) เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ เยาวชน อายุระหว่าง 15-18 ปี ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 48,693 คน (กรมการปกครอง, 2562)

กลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชน อายุระหว่าง 15-18 ปี ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 397 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากกลุ่มเยาวชน 3 กลุ่ม เพื่อให้เป็นตัวแทนของกลุ่มเยาวชนที่หลากหลายของเยาวชนในจังหวัดปัตตานี คือ 1) กลุ่มโรงเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 161 คน 2) กลุ่มวิทยาลัยอาชีวศึกษา จำนวน 149 คน และ 3) กลุ่มโรงเรียนปอเนาะ จำนวน 187 คน รวมทั้งสิ้น 397 คน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาและรายได้เฉลี่ยของครอบครัว

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ประเภทสื่อออนไลน์ อุปกรณ์ที่ใช้ ระยะเวลาและความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ สถานที่ใช้งานสื่อออนไลน์ สาเหตุของการใช้งานสื่อออนไลน์ ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อออนไลน์ และข้อมูลและเนื้อหาจากการใช้สื่อออนไลน์

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำนวน 7 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบที่ใช้วัดการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต โดยให้คะแนนเท่ากับ 1 สำหรับตัวเลือกที่ถูกต้อง ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะมีคะแนนอยู่ในช่วง 0 – 7 คะแนน แบ่งออกเป็น 3 ระดับ

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำนวน 16 ข้อ แบ่ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ ด้านครอบครัว ด้านอารมณ์ และด้านสังคม โดยที่ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ

1.3 การทดสอบและการประเมินเครื่องมือวิจัย

1.3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องด้านโครงสร้างเนื้อหา ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์และภาษาที่ใช้

1.3.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพรายข้อ (Item Total Correlation) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในแต่ละส่วน โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.746

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.4.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์โดยสร้างขึ้นจากกูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) แล้วตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาในแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง

1.4.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 161 คน วิทยาลัยอาชีวศึกษา จำนวน 149 คน และ โรงเรียนปอเนาะ จำนวน 187 คน รวมทั้งสิ้น 397 คน

1.4.3 นำแบบสอบถามมาสำรวจความครบถ้วนในเนื้อความที่ตอบแบบสอบถาม แล้วดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (*Descriptive analysis*) เป็นการบรรยายข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายถึงลักษณะส่วนบุคคล

1.5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (*Inferential analysis*) โดยใช้การทดสอบแบบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD

1.6 ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.90 และเพศชาย ร้อยละ 45.10 อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี ร้อยละ รองลงมา คือ มีอายุ 18 ปี ร้อยละ 25.90 อายุ 16 ปี ร้อยละ 24.90 และอายุ 15 ปี ร้อยละ 21.70

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 24.20 รองลงมา คือ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 21.70 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ร้อยละ 16.60 ระดับชั้น ปวช.2 ร้อยละ 15.10 ระดับชั้น ปวช.3 ร้อยละ 11.60 และระดับปวช.1 ร้อยละ 10.80

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน เดือนละ 10,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 54.70 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 20.20 เดือนละ 30,001 - 60,000 บาท ร้อยละ 12.80 มากกว่า 90,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 9.60 และเดือนละ 60,001 - 90,000 บาท ร้อยละ 2.80

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

สื่อสังคมออนไลน์ชนิดใดที่ท่านนิยมใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีนิยมใช้เฟสบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด ร้อยละ 96.50 รองลงมาคือไลน์ (Line) ร้อยละ 89.90 อินสตราแกรม (Instagram) ร้อยละ 59.90 ยูทูป (Youtube) ร้อยละ 59.70 กูเกิ้ล (Google) ร้อยละ 49.10 เว็บไซต์ต่างๆ ร้อยละ 38.00 อีเมล ร้อยละ 36.30 ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 27.20 เกมส์ ร้อยละ 27.00 ทวิตเตอร์ (twitter) ร้อยละ 18.90 เว็บบล็อก ร้อยละ 9.30 และ วิกีพีเดีย ร้อยละ 7.80

ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีใช้บริการสื่อออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ร้อยละ 91.20 รองลงมาคือ โน้ตบุ๊ก ร้อยละ 6.00 และ คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 2.80

สถานที่ที่ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์คือที่ไหน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้านหรือหอพักมากที่สุด ร้อยละ 89.70 รองลงมาคือ สถานศึกษา ร้อยละ 10.30

ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ต่อสัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันมากที่สุด ร้อยละ 92.90 รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน ร้อยละ 3.50 และ สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน ร้อยละ 3.50

ระยะเวลาที่ท่านใช้สื่อออนไลน์ใช้เวลาครั้งละเท่าใด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีใช้สื่อสังคมออนไลน์ครั้งละ 30 – 60 นาทีมากที่สุด ร้อยละ 45.80 รองลงมาคือ ครั้งละ 60 – 90 นาที ร้อยละ 20.70 มากกว่า 120 นาที ร้อยละ 18.10 น้อยกว่า 30 นาที ร้อยละ 13.40 และ ครั้งละ 90 – 120 นาที ร้อยละ 2.00

ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์กี่บาทต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 400 – 699 บาทต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 44.60 รองลงมาคือ 100 – 399 บาทต่อเดือน ร้อยละ 39.30 700 – 999 บาทต่อเดือน ร้อยละ 6.80 มากกว่า 1,200 บาทต่อเดือน ร้อยละ 6.30 และน้อยกว่า 100 บาทต่อเดือน ร้อยละ 3.30

วัตถุประสงค์ของการใช้งานสื่อออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีมีวัตถุประสงค์ของการใช้งานสื่อออนไลน์ในการดาวน์โหลดข้อมูลมากที่สุด ร้อยละ 88.40 รองลงมาคือ โพสต์ข้อความ ร้อยละ 69.50 โพสต์รูปภาพ ร้อยละ 64.50 ดูหนังฟังเพลง ร้อยละ 61.20 กดไลค์ ร้อยละ 56.70 ใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ร้อยละ 49.90 อัพโหลด ร้อยละ 49.60 ค้นหาข้อมูลจากกูเกิ้ล (Google) ร้อยละ 44.60 เล่นเกมส์ ร้อยละ 42.10 กดแชร์ ร้อยละ 41.60 ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการทำงานด้านต่างๆ ร้อยละ 37.80 ติดต่อรับส่งอีเมล ร้อยละ 36.00 เขียนคอมเมนต์ (Comment) ต่างๆ ร้อยละ 31.00 พுகุยแสดงความคิดเห็นในห้องสนทนา ร้อยละ 29.00 ส่งคลิปภาพ ร้อยละ 23.90 ค้นหาข้อมูลข่าวสารวิกิพีเดีย ร้อยละ 14.10 และเขียนเว็บบล็อกของตนเอง ร้อยละ 6.50

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีมีความรู้เท่าทันประเด็น ถ้าจะใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ต้องเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับตัวเองมากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น เว็บไซต์ลามกอนาจารอยู่มาก ร้อยละ 90.40 สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่กระตุ้นหรือชักนำให้กระทำความผิดได้ เช่น

เว็บไซต์การพนัน ร้อยละ 87.40 สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ชวนเชื่อ หลอกลวงอยู่มาก ร้อยละ 83.10 สื่อออนไลน์ทำให้ข้อมูลส่วนตัวอาจรั่วไหลได้ ร้อยละ 79.30 สื่อออนไลน์มีเนื้อหาหลายส่วนที่เชื่อถือไม่ได้ ร้อยละ 71.50 และสื่อออนไลน์มีข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นภัยและอันตรายอยู่มาก ร้อยละ 70.30

ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีจำแนกออกเป็น 3 ระดับ พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 87.40 รองลงมาคือ มีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 9.10 และมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 3.50

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และสามารถจำแนกเป็นรายด้านได้ ดังนี้

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านการเรียน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านไปโรงเรียนสายหรือไม่ไป เพื่อให้ได้ใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ท่านใช้สื่อออนไลน์ระหว่างทำการบ้าน มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ท่านใช้สื่อออนไลน์ในระหว่างเรียน มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ท่านให้ความสำคัญกับการเรียนน้อยลงเมื่อเทียบกับการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านครอบครัว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านละเลยที่จะช่วยผู้ปกครองทำงานบ้านเพื่อใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 มีท่านให้เวลากับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ท่านพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และท่านมีข้อถกเถียงกับสมาชิกในครอบครัวเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านอารมณ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อมีผู้รบกวนขณะที่ใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ท่านไม่พอใจเมื่อถูกกลั่นแกล้งในขณะที่ใช้สื่อออนไลน์ ผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ท่านรู้สึกหดหู่ กระวนกระวาย เมื่อต้องหยุดใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อถูกจำกัดเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านจัดจ้อยกับการใช้สื่อออนไลน์เพียงลำพัง มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ท่านนัดพบผู้ที่รู้จักการการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ท่านให้ความสนิทสนมกับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าเพื่อนที่โรงเรียน มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 และท่านให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าคนรอบข้าง มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

ลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามเพศ พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามอายุ พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

ผู้ที่มีอายุ 15 ปี มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปี และ 17 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.287 และ 0.389 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 16 ปี มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 18 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.175

ผู้ที่มีอายุ 17 ปี มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 18 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.278

ลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

ผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และชั้น ปวช.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.230 และ 0.219 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.214

ผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.306

ผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.2 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.296

ลักษณะประชากรมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท, ผู้ที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.232, 0.785 และ 0.561 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.554 และ 0.330 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 60,000 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท แต่มากกว่าผู้ที่มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.658 และ 0.434 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ไม่ต่างกัน

การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ พบว่า สถานที่ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ไม่ต่างกัน

การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์ พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

ผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์ทุกวัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.459

ผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.438

การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์น้อยกว่า 30 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 30 – 60 นาที, ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 60 – 90 นาที และผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.336, 0.517 และ 0.926 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 30 – 60 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 60 – 90 นาที และผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที แต่น้อยกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.235, 0.589 และ -0.304 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 60 – 90 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที แต่น้อยกว่าผู้ที่มีระยะเวลา

ที่ใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.354 และ -0.540 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.894

การเปิดรับสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 1,200 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 700 – 900 บาท, ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 400 – 699 บาท, ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 100 – 399 บาท และผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์น้อยกว่า 100บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.099, 0.657, 0.646 และ 0.710 ตามลำดับ

ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 700 – 900 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 400 – 699 บาท, ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 100 – 399 บาท และผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์น้อยกว่า 100บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.442, -0.453 และ -0.389 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อย มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ปานกลางและ ผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.559 และ 0.622 ตามลำดับ

2. อภิปรายผล

ผลที่ได้จากการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี พบประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

2.1 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนจังหวัดปัตตานีนิยมใช้เฟสบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด ร้อยละ 96.50 รองลงมาคือไลน์ (Line) ร้อยละ 89.90 อินสตราแกรม (Instagram) ร้อยละ 59.90 ยูทูป (Youtube) ร้อยละ 59.70 Google ร้อยละ 49.10 เว็บไซต์ต่างๆ ร้อยละ 38.00 อีเมล ร้อยละ 36.30 ห้องแชทต่างๆ ร้อยละ 27.20 เกมส์ ร้อยละ 27.00 ทวิตเตอร์ (Twitter) ร้อยละ 18.90 เว็บบล็อก ร้อยละ 9.30 และ วิกีพีเดีย ร้อยละ 7.80 ใช้บริการสื่อออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ร้อยละ 91.20 รองลงมาคือ โน้ตบุ๊ก ร้อยละ 6.00 และ คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 2.80 ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้านหรือหอพักมากที่สุด ร้อยละ 89.70 รองลงมาคือ สถานศึกษา ร้อยละ 10.30 ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันมากที่สุด ร้อยละ 92.90 รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน ร้อยละ 3.50 และ สัปดาห์ละ 1-2 วัน ร้อยละ 3.50 ใช้สื่อสังคมออนไลน์ครั้งละ 30-60 นาทีมากที่สุด ร้อยละ 45.80 รองลงมาคือ ครั้งละ 60-90 นาที ร้อยละ 20.70 มากกว่า 120 นาที ร้อยละ 18.10 น้อยกว่า 30 นาที ร้อยละ 13.40 และ ครั้งละ 90-120 นาที ร้อยละ 2.00 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 400-699 บาทต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 44.60 รองลงมาคือ 100-399 บาทต่อเดือน ร้อยละ 39.30 700-999 บาทต่อเดือน ร้อยละ 6.80 มากกว่า 1,200 บาทต่อเดือน ร้อยละ 6.30 และน้อยกว่า 100 บาทต่อเดือน ร้อยละ 3.30 มีวัตถุประสงค์ของการใช้งานสื่อออนไลน์ในการดาวน์โหลดข้อมูลมากที่สุด ร้อยละ 88.40 รองลงมาคือ โพสต์ข้อความ ร้อยละ 69.50 โพสต์รูปภาพ ร้อยละ 64.50 ดูหนังฟังเพลง ร้อยละ 61.20 กดไลค์ ร้อยละ 56.70 ใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ร้อยละ 49.90 อพโหลด ร้อยละ 49.60 ค้นหาข้อมูลจากกูเกิ้ล (Google) ร้อยละ 44.60 เล่นเกมส์ ร้อยละ 42.10 กดแชร์ ร้อยละ 41.60 ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการทำงานด้านต่างๆ ร้อยละ 37.80 ติดต่อรับส่งอีเมล ร้อยละ 36.00 เขียนคอมเมนต์ (Comment) ต่างๆ ร้อยละ 31.00 พுகุยแสดงความคิดเห็นในห้องสนทนา ร้อยละ 29.00 ส่งคลิปภาพ ร้อยละ 23.90 ค้นหาข่าวสารวิกิพีเดีย ร้อยละ 14.10 และเขียนเว็บบล็อกของตนเอง ร้อยละ 6.50 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัททิรา กลิ่นเลขา (2560) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์คือ สมาร์ทโฟนในการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 74.00 และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้งานมากที่สุด คือเฟสบุ๊ก (Facebook) คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาคือไลน์ (Line) คิดเป็นร้อยละ 45.00

เฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจาก เป็นสังคมที่รวมกลุ่มคนที่มีความชอบ ความสนใจในสิ่งเดียวกันเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งกลุ่มที่อยู่ในเว็บไซต์เดียวกันหรืออยู่คนละเว็บไซต์ แต่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถสื่อสารส่งต่อหรือแบ่งปันให้กัน ได้จากจุดเริ่มต้นที่คนหนึ่งคนส่งหาเพื่อนอีกคนแล้วมีการส่งต่อกระจายกันออกไปเรื่อยๆ จนกลายเป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ โดยที่คนในสังคมจะคอยอัปเดตแบ่งปันข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน จนทำให้สังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายที่กว้างขวางและเข้มแข็งมาก และเฟสบุ๊ก (Facebook) ก็เป็นสังคมออนไลน์แห่งหนึ่งที่มีคนใช้งานมากที่สุดเว็บไซต์หนึ่งของโลกในการสมัครเข้าใช้งานก็สามารถทำได้ง่าย สามารถจะลงทะเบียนเข้าใช้งานเฟสบุ๊ก (Facebook) และใช้งานโต้ตอบกับกลุ่มคนในสังคมออนไลน์ที่พวกเขารู้จักได้

2.2 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีมีความรู้เท่าทันประเด็น ถ้าจะใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ต้องเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับตัวเองมากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น เว็บไซต์ลามก อนาจารอยู่มาก ร้อยละ 90.40 สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่กระตุ้นหรือชักนำให้กระทำความผิดได้ เช่น เว็บไซต์การพนัน ร้อยละ 87.40 สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ชวนเชื่อ หลอกลวงอยู่มาก ร้อยละ 83.10 สื่อออนไลน์ทำให้ข้อมูลส่วนตัวอาจรั่วไหลได้ ร้อยละ 79.30 สื่อออนไลน์มีเนื้อหาหลายส่วนที่เชื่อถือไม่ได้ ร้อยละ 71.50 และสื่อออนไลน์มีข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นภัยและอันตรายอยู่มาก ร้อยละ 70.30 เยาวชนจังหวัดปัตตานีมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 87.40 รองลงมาคือ มีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 9.10 และมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 3.50 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทร์ศินี แสนสำแดง (2557) ศึกษาเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่น ในจังหวัดสกลนคร พบว่า วัยรุ่นในจังหวัดสกลนครมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้ โครงสร้างของความรู้ มีคะแนน เฉลี่ยเท่ากับ 3.87 แรงจูงใจในการตัดสินใจ หรือจุดยืนส่วนบุคคล มีคะแนนเท่ากับ 3.13 เครื่องมือในการประมวลข้อมูล มีคะแนนเท่ากับ 3.60 และกระบวนการวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูล มีคะแนนเท่ากับ 3.33

เนื่องจากเยาวชนจังหวัดปัตตานีมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อและสาร คือความสามารถในการแสวงหาแหล่งที่มา การเลือกและการจัดการ การคัดกรอง การถอดรหัสของข้อมูลข่าวสารในสื่อประเภทต่างๆ รวมถึงความสามารถในการใช้สื่อและเทคโนโลยีต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิดีโอ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต มีความสามารถในการวิเคราะห์สื่อและสาร คือความสามารถในการเข้าใจสื่อและเนื้อหาสาร สามารถตีความ จัดประเภท กำหนดรูปแบบของงาน

โดยใช้การวิเคราะห์และอนุมานเหตุและผล ซึ่งอาศัยพื้นฐานความรู้เดิม ประสบการณ์ และการตัดสินใจเกี่ยวกับสื่อและเนื้อหาสาร รวมถึงความสามารถในการบอกจุดประสงค์ของผู้ผลิตสื่อได้ มีความสามารถในการประเมินสื่อและสาร คือ ความสามารถในการตัดสินคุณค่าและความมีประโยชน์ของสารต่อผู้รับสาร โดยใช้การประเมินสื่อและสารยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมในตนเอง และยังอาศัยพื้นฐานความรู้เดิมที่มีมาแปลความหมายของสาร รวมถึงการระบุค่านิยมและคุณค่าของสาร และชื่นชมคุณภาพของงานในเชิงสุนทรียะทางศิลปะ และมีความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อและสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจและตระหนักรู้ถึงความสนใจของผู้รับสาร โดยสามารถสร้างสารที่เป็นรูปแบบของตนเองจากเครื่องมือและสื่อที่หลากหลาย โดยใช้การจัดลำดับขั้นของความคิด การใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสาร และใช้ทักษะการผลิตสื่อ เช่น การทบทวนแก้ไข การพิมพ์ การผลิต และตัดต่อวิดีโอ การพูด เป็นต้น จึงทำให้เยาวชนจังหวัดปัตตานีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก

2.3 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

พบว่า ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 สามารถจำแนกเป็นรายด้านได้ ดังนี้ ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านการเรียนอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านไปโรงเรียนสายหรือไม่ไป เพื่อให้ได้ใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ท่านใช้สื่อออนไลน์ระหว่างทำการบ้าน มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ท่านใช้สื่อออนไลน์ในระหว่างเรียน มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ท่านให้ความสำคัญกับการเรียนน้อยลงเมื่อเทียบกับการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านครอบครัวอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านละเลยที่จะช่วยผู้ปกครองทำงานบ้านเพื่อใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 มีท่านให้เวลากับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ท่านพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และท่านมีข้อถกเถียงกับสมาชิกในครอบครัวเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านอารมณ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อมีผู้รบกวนขณะที่ใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ท่านไม่พอใจเมื่อถูกกลั่นแกล้งในขณะที่ใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ท่านรู้สึกหุดหู่ กระวนกระวาย เมื่อต้องหยุดใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อถูกจำกัดเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ท่านจดจ่ออยู่กับการใช้สื่อออนไลน์เพียงลำพัง มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ท่านนัดพบผู้ที่รู้จักการการใช้สื่อออนไลน์ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ท่านให้ความสนทนากับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าเพื่อนที่โรงเรียน มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 และท่านให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าครอบครัว มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ และสมชาย ไชยโคตร (2558) ศึกษาเรื่องผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนนักศึกษาในจังหวัดภูเก็ต พบว่าผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนนักศึกษาในจังหวัดภูเก็ต พบว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นส่งผลกระทบต่อด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านการเรียน และด้านสังคม ตามลำดับ โดยมีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง

จะเห็นได้ว่าผลกระทบด้านสังคมในประเด็นของให้เวลากับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์มีผลกระทบอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้คนห่างไกลกันมากขึ้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2539) เพราะวิธีการสื่อสารกับคนรู้จักและคนแปลกหน้าบนอินเทอร์เน็ตทำให้ความรู้สึกด้านความผูกพัน ความเอื้ออาทร ของคนเปลี่ยนไป มิตรภาพที่เกิดจากความไม่รู้จักตัวคนที่แท้จริงสังคมออนไลน์เป็นเหมือนการสร้างสังคมแห่งการหลอกลวงผลกระทบทางลบอีกอย่างหนึ่งของเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ ความสัมพันธ์ของคนในสังคมแม้จะช่วยสร้างสัมพันธภาพให้เรากับคนที่ไม่สนิทให้รู้จักกันแน่นแฟ้นได้ง่ายขึ้น แต่คนเรามักจะมองไม่เห็นว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นก็ทำให้เราห่างไกลจากคนที่เราสนิทด้วยมากขึ้น ด้วยความเป็น “เครือข่ายสังคม” จึงทำให้สมาชิกส่วนใหญ่มีความเข้าใจผิดคิดว่าเพียงแค่เป็นสมาชิกในเครือข่ายก็เท่ากับเป็นการเข้าสังคม

2.4 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีอายุ 15 ปี มีผลกระทบ

จากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปี และ 17 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีอายุ 16 ปี มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 18 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีอายุ 17 ปี มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 18 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และชั้น ปวช.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.2 มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาชั้น ปวช.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท, ผู้ที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 60,000 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท แต่มากกว่าผู้ที่มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา จุ้ยนาม (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมและผลการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย พบว่า นักเรียนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านครอบครัว การเรียน สุขภาพ และสังคมแตกต่างกันจะมีผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เนื่องจาก พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีความสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งตรงกับทฤษฎีกลุ่ม (Social Categories Theory) ของ Defleur and Bell-Rokeach (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542) ที่ได้อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล หรือ ลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่มๆ ได้ คือ บุคคลที่มีพฤติกรรม

คล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อนและได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน

2.5 การเปิดรับสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานีต่างกัน

พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์ทุกวัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อออนไลน์สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์น้อยกว่า 30 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 30 – 60 นาที, ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 60 – 90 นาที และผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 30 – 60 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 60 – 90 นาที และผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที แต่น้อยกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 60 – 90 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที แต่น้อยกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ 90 – 120 นาที มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 120 นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากนั้นได้ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์มากกว่า 1,200 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 700 – 900 บาท, ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 400 – 699 บาท, ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 100 – 399 บาท และผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์น้อยกว่า 100 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 700 – 900 บาท มีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 400 – 699 บาท, ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์ 100 – 399 บาท และผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์น้อยกว่า 100 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประวิตร จันอับ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ในมิติเชิงบวกและเชิงลบของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลก และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลกก่อให้เกิดผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ ดังนี้

- 1) ด้านอารมณ์
- 2) ด้านการเรียน
- 3) ด้านสังคม และ
- 4) ด้านสุขภาพ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีผลต่อผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เนื่องจากการเปิดรับสื่อ คือ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับอีกด้วย ด้วยเหตุการณ์ที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารจากสื่ออื่น (พีระ จิระ โสภณ, 2559) แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับสื่อต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตน ผู้เปิดรับจะเลือกรับสารจากสื่ออื่นยอมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้เปิดรับและเหตุผลในการเปิดรับ ผู้เปิดรับที่แตกต่างกันมีความสนใจที่จะเลือกเปิดรับสื่อแตกต่างกัน อยู่บนพื้นฐานความแตกต่าง 4 ประการคือ 1) บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสถานภาพทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันจึงมีผลให้เลือกรับสารแตกต่างกัน 2) ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้ทางสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน 3) บุคคลที่อยู่ตามสภาพแวดล้อมกัน ก็จะได้รับ การเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่ต่างกันไปด้วย และ 4) การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันนี้ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยมความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

3.1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า สื่อออนไลน์ชนิดใดที่เยาวชนจังหวัดปัตตานีนิยมใช้บริการมากที่สุด คือ เฟสบุ๊ก (Facebook) ดังนั้น หน่วยงานที่ต้องมีการสื่อสารไปยังเยาวชนจังหวัดปัตตานีจึงควรใช้สื่อเฟสบุ๊ก (Facebook) ในการสื่อสารไปยังเยาวชนเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพของการสื่อสารมากที่สุดเนื่องจากเยาวชนจังหวัดปัตตานีนิยมใช้เฟสบุ๊ก (Facebook) มากถึงร้อยละ 96.50 การเลือกใช้สื่อเฟสบุ๊ก (Facebook) จึงเหมาะสมที่สุดในการสื่อสารกับเยาวชน ซึ่งจะทำการที่ส่งไปครอบคลุมกับผู้รับสารมากที่สุด

3.1.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยมีผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ปานกลางและผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มาก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงเรียนจะต้องมีการส่งเสริมให้เยาวชนมีการรู้เท่าทันสื่อในทุกๆ พื้นที่ เนื่องจากหากเยาวชนมีการรู้ทันสื่อแล้วจะส่งผลให้เยาวชนได้รับผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์น้อยลงไปด้วย

3.1.3 จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ด้านการเรียน โดยส่งผลต่อการไปโรงเรียนสายหรือไม่ไปโรงเรียนและยังมีผลกระทบต่อการทำการบ้านของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ดังนั้น ผู้ปกครองและครูผู้สอนจึงควรมีการให้ความรู้และอบรมสั่งสอนให้เยาวชนรู้จักแบ่งเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ให้เหมาะสมโดยไม่ส่งผลกระทบต่อการเรียนของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ของเยาวชนที่เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

3.2.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นศึกษาเฉพาะเยาวชนจังหวัดปัตตานีเท่านั้น ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาไปยังจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้มีครอบคลุมมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยทางด้านสภาพเศรษฐกิจ สังคม ในแต่ละจังหวัดที่ต่างกันอาจจะส่งผลให้การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ของเยาวชนแตกต่างกันไปด้วย

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2562). *ระบบสถิติทางการทะเบียนจำนวนประชากรแยกอายุ จังหวัดปทุมธานี เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561*. ส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียน สำนักบริหารการทะเบียน สืบค้นจาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php.
- กฤษณ์ทิพย์ แสนทวี. (2553). *พฤติกรรม การเปิดรับและระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร: กรุงเทพฯ.
- กฤษณ์ทิพย์ ประสิทธิ์วิเศษ. (2561). *การรู้เท่าทันสื่อ การรู้ทันตนเองกับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 37, (1) (มกราคม – กุมภาพันธ์). หน้า 200 – 213.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2551). *แนวทางหนึ่งของการศึกษาสื่อบุคคล กรณีศึกษาโครงการร่วมกันปั้นแตงนึ่ง-สื่อสารสุขภาพ*. *การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่อง การสื่อสารชุมชน*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. โครงการเมธีวิจัยอาวุโสฝ่ายวิชาการสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กิติมา สุรสอนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ขนิษฐา จิตแสง. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น*. *INFORMATION อินฟอर्मเมชันมหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 21, (1) (มกราคม – มิถุนายน 2557). หน้า 46 – 60.
- ชลธิชา จุ้ยนาม. (2557). *พฤติกรรมและผลจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ชัชณะ เตชคณา. (2551). *การเสริมสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้าในผู้ประกอบการไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์), มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. กรุงเทพฯ.
- นันทญา โกมลมาลย์. (2561). *ความรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของวัยรุ่นไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.

- ทิม ตั้งสมชัยศิลป์. (2553). *พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- เทอดศักดิ์ ไม้เท้าทอง. (2557). *การรู้เท่าทันสื่อ: ทักษะสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21*. วารสาร *สารสนเทศศาสตร์* มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 32, (3) (กันยายน – ธันวาคม).
- ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ. (2560). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ภาพการพิมพ์.
- _____. (2541). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- _____. (2539). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี*. นนทบุรี: ภาพพิมพ์.
- ปรีชญา ภูวสิน. (2549). *พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อและความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารด้านเส้นทางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2543). *ทฤษฎีขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมใช้กับสังคมไทยได้หรือไม่? ใน เศรษฐศาสตร์การเมืองลูกจีนสู้*. หน้า 54 ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงศ์เทพ แก้วเสถียร. (2557). *รายงานวิจัยเรื่อง การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยหาดใหญ่*. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- พีระ จิร โสภณ และคณะ. (2559). *รายงานผลการวิจัย ความรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัลกับบทบาทในการกำหนดแนวทางการปฏิรูปการสื่อสารในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- แพรวพรรณ อัครประสา. (2557). *แนวคิดและทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ*. ในฐานะวัฒน์ สุขวงศ์, ชมพูนุช นุตาคม, ขนิษฐา ปาล โมกข์ และศศิพร ต่ายคำ (บรรณาธิการ), *รู้เท่าทันสื่อ*. (น. 59-78). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2560). *ผลกระทบจากการใช้สื่อ โซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. สงขลา: สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ภัทร์สินี แสนสำแดง. (2557). *การรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่น ในจังหวัดสกลนคร*. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*. 6, (12) (กรกฎาคม – ธันวาคม).
- ภัสวดี นิตติเกษตรสุนทร. (2560). *ทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 2 แนวคิดหลักด้านการสื่อสาร*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- มาลาภรณ์ วิชัย. (2557). สื่อกับผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยีของเด็กและเยาวชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหิดล. นครปฐม.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: ที. พี. พรินท์.
- วิไลพร จิตต์จุฬานนท์. (2543). การเปิดรับทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย (School NET) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2555). ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- สถาพร สิงหะ. (2556). สื่อใหม่. นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สาริศา จันทระอำพร และ มฤชฎี แก้วจินดา. (2559). ภาพการณ์ปัจจุบันกับการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่น. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 10, (1) (มกราคม – เมษายน).
- สุพิมพ์พรรณ เม็งขาว. (2554). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- สุมน อยู่สิน. (2554). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน. หน่วยที่ 11, หน้าที่ 11-23, นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุริรักษ์ วงษ์ทิพย์. (2557). สื่อใหม่: คุญแจเพื่อการพัฒนาองค์การสมัยใหม่. วารสารบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีมหานครปริทัศน์. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร. 4, (1) หน้า 79-97.
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- สุภาณี แก้วมณี. (2547). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์: กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปทุมธานี.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2556). 100 เรื่องน่ารู้ ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์, กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการ

- กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
 สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2561). ETDA เปิดพฤติกรรมผู้ใช้
 อินเทอร์เน็ตปี 61 คนไทยใช้เน็ตเพิ่ม 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน. สืบค้นจาก
etda.or.th/content/etda-reveals-thailand-internet-user-profile-2018.html
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ จังหวัดปัตตานี. (2561). จำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป จำแนกตามการมี
 การใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จังหวัดปัตตานี พ.ศ.
 2550 – 2559. ปัตตานี: สำนักงานสถิติแห่งชาติ จังหวัดปัตตานี.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุศศักดิ์ (2547). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม.
 (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุษา บิ๊กกินส์. (2555). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ *Media and Information Literacy*. วารสาร
 สุทธิปริทัศน์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. 26,(80 กันยายน – ธันวาคม) หน้า 147 – 162.
- Aufderheide. P.. (1992). *Media Literacy. A Report of the National Leadership. Conference on
 Media Literacy*. Queentown, MD, December 7-9.
- Barlow, Aaron. (2008). *The Blogs, Political Issues, and the Press*. Blogging America: the New
 Public Sphere. Westport, CT: Praeger, 2008. 85-111.
- Best, John W. (1977). *Research in Education*. 3rd ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice
 Hall, Inc.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education : Literacy, Learning, and Contemporary Culture*. UK :
 Polity Press.
- Buckingham, D., Banaji, S., Burn, Andrew, Carr, Diane, Cranmer, Sue, and Willett, Rebekah.
 (2005). *The Media Literacy of Children and Young People: A review of the research
 literature on behalf of Ofcom*. สืบค้นจาก
[http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children .pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children.pdf)
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwells.
- Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society.
International Journal of Communication, 1, 238–266.
- Comm, Joel. (2009). *Twitter Power: How to Dominate Your Market One Tweet at a Time*.
 Hoboken, NJ: Wiley.

- Emily Metzgar and Albert Maruggi. (2008). *Social Media and the 2008 U.S. Presidential*
- Hobbs, R., & Froast, R. (1999). Instructional Practices in Media Literacy Education and Their Impact on Students' Learning. *New Jersey Journal of Communication*, 6(2).pp. 123-148.
- Livingstone , S. (2004). *What is Media Literacy?*. สืบค้น https://www.lmzbw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/livingstone_medialiteracy/livingstone_medialiteracy.pdf.
- Potter, W. J.. (2004). *Theory of media literacy: A Cognitive approach*, California USA: Sage Publications.
- Potter, W. J.. (2014). *Media Literacy*. 7th ed. London : Sage.
- Sali Emruli, Miroslav Baca. (2011). *Internet and political communication - Macedonian case* arXiv:1109.2417 (September).
- Shah, D., Cho, J., Eveland, W., & Kwak, N. (2005). *Information and expression in a digital age: Modeling Internet effects on civic participation*. *Communication Research*, 32, 531–565.
- Shirky, Clay. 2011. *The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change*. *Foreign Affairs* 90.1: 28-41.
- Silverblatt, A. & Eliceiri, E. M. E. (1997). *Dictionary of Media Literacy*. Greenwood.
- Skoler, M. (2019, 4 March). *Why The News Media Became Irrelevant-And How Social Media Can Help*. Nieman Reports (Fall). สืบค้นจาก http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/skoler_files/ContentServer.pdf.
- Thoman, E., & Jolls, T. (2005). Media literacy education : Lessons from the center for media literacy. *Media literacy : Transforming curriculum and teaching*, 104. pp. 180-205.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). *Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem*. *Cyberpsychology & Behavior*, 9, 584–590. doi:10.1089/cpb.2006.9.584.
- Wan , G. & Cheng, H. (2004). *The Media-Savvy: Teaching Media Literacy Skills Grade 2-6*. Illinois: Zephyr Prees.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

แบบสอบถามเรื่อง
การเปิดรับสื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์
ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริง ด้วยตัวของท่านเอง การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นางสาวณัฐฐ์ ฐนนท์รัมย์

นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() 15 ปี

() 16 ปี

() 17 ปี

() 18 ปี

3. ระดับการศึกษา

() ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

() ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

() ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

() ชั้น ปวช.1

() ชั้น ปวช.2

() ชั้น ปวช.3

4. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

() ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

() 10,000 – 30,000 บาทต่อเดือน

() 30,001 – 60,000 บาทต่อเดือน

() 60,001 – 90,000 บาทต่อเดือน

() มากกว่า 90,000 บาทต่อเดือน

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. สื่อสังคมออนไลน์ชนิดใดที่ท่านนิยมใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() เว็บไซต์ต่างๆ

() เฟสบุ๊ก (Facebook)

() ไลน์ (Line)

() ทวิตเตอร์ (Twitter)

() ยูทูบ (Youtube)

() เว็บไซต์อื่น

() กูเกิ้ล (Google)

() อินสตราแกรม (Instagram)

() วิกีพีเดีย

() อีเมล

- () เกมส์ () ห้องแชทต่างๆ
 () อื่นๆ โปรดระบุ.....
2. ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใด
 () คอมพิวเตอร์ () โน้ตบุ๊ก
 () โทรศัพท์มือถือ () แท็บเล็ต
 () แลปท็อป () อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. สถานที่ที่ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์คือที่ไหน
 () บ้านหรือหอพัก () สถานศึกษา
 () ร้านบริการอินเทอร์เน็ต () อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ต่อสัปดาห์
 () ทุกวัน () สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน
 () สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน
5. ระยะเวลาที่ท่านใช้สื่อออนไลน์ ใช้เวลาครั้งละเท่าใด
 () น้อยกว่า 30 นาที () ครั้งละ 30 – 60 นาที
 () ครั้งละ 60 – 90 นาที () ครั้งละ 90 – 120 นาที
 () มากกว่า 120 นาที
6. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสื่อออนไลน์กี่บาทต่อเดือน
 () มากกว่า 1,200 บาทต่อเดือน () 1,000 – 1,200 บาทต่อเดือน
 () 700 – 999 บาทต่อเดือน () 400 – 699 บาทต่อเดือน
 () 100 – 399 บาทต่อเดือน () น้อยกว่า 100 บาทต่อเดือน
7. วัตถุประสงค์ของการใช้งานสื่อออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () โพสต์ข้อความ () โพสต์รูปภาพ
 () ส่งคลิปภาพ () ดาวน์โหลดข้อมูล
 () อัปโหลด () กดไลค์
 () กดแชร์ () เขียนคอมเมนต์ (Comment) ต่างๆ
 () ใช้แอปพลิเคชันต่างๆ () เขียนเว็บบล็อกของตนเอง

- () ติดต่อรับส่งอีเมล () ค้นหาข้อมูลจากกูเกิ้ล (Google)
- () ค้นข้อมูลข่าวสารวิกิพีเดีย () พุดคุยแสดงความคิดเห็นในห้อง
สนทนา
- () ดูหนังฟังเพลง () เล่นเกมส์
- () ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการทำงาน
- () อื่นๆ โปรดระบุ.....
- () ต่างๆ

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด เพียงข้อเดียว

ข้อ	ความรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี	ใช่	ไม่ใช่
1.	สื่อออนไลน์มีเนื้อหาหลายส่วนที่เชื่อถือไม่ได้		
2.	สื่อออนไลน์มีข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นภัยและอันตรายอยู่มาก		
3.	สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ชวนเชื่อ หลอกลวงอยู่มาก		
4.	สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น เว็บไซต์ลามก อนาจารอยู่มาก		
5.	สื่อออนไลน์มีเนื้อหาที่กระตุ้นหรือชักนำให้กระทำความผิดได้ เช่น เว็บไซต์การพนัน		
6.	สื่อออนไลน์ทำให้ข้อมูลส่วนตัวอาจรั่วไหลได้		
7.	ถ้าจะใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ต้องเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับตัวเอง		

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด เพียงข้อเดียว

5	หมายถึง	มากที่สุด	4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง	2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด			

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการเรียน						
1.	ท่านไปโรงเรียนสายหรือไม่ไป เนื่องจากใช้สื่อออนไลน์					
2.	ท่านใช้สื่อออนไลน์ระหว่างทำการบ้าน					
3.	ท่านใช้สื่อออนไลน์ในระหว่างเรียน					
4.	ท่านให้ความสำคัญกับการเรียนน้อยกว่าการใช้สื่อออนไลน์					
ด้านครอบครัว						
5.	ท่านละเอียดที่จะช่วยผู้ปกครองทำงานบ้านเพื่อใช้สื่อออนไลน์					
6.	ท่านให้เวลากับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์					
7.	ท่านพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัวน้อยลงเมื่อใช้สื่อออนไลน์					
8.	ท่านมีข้อถกเถียงกับสมาชิกในครอบครัวเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์					
ด้านอารมณ์						
9.	ท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อมีผู้รบกวนขณะที่ใช้สื่อออนไลน์					
10.	ท่านไม่พอใจเมื่อถูกกลั่นแกล้งในขณะที่ใช้สื่อออนไลน์					
11.	ท่านรู้สึกหดหู่ กระทบกระวาย เมื่อต้องหยุดใช้สื่อออนไลน์					
12.	ท่านรู้สึกหงุดหงิดเมื่อถูกจำกัดเวลาในการใช้สื่อออนไลน์					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	ด้านสังคม					
13.	ท่านจัดอยู่กับการใช้สื่อออนไลน์เพียงลำพัง					
14.	ท่านนัดพบผู้ที่รู้จักการการใช้สื่อออนไลน์					
15.	ท่านให้ความสนิทสนมกับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าเพื่อนที่โรงเรียน					
16.	ท่านให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนในสื่อออนไลน์มากกว่าคนรอบข้าง					



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวณัฐฐ์ ฐนันท์รัมย์
วัน เดือน ปีเกิด	23 มิถุนายน 2523
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดตรัง
ประวัติการศึกษา	ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2545 ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต แขนงวิชาการบูรณาการการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พ.ศ. 2563
สถานที่ทำงาน	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดปัตตานี ปฏิบัติราชการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในภาค 4 ส่วนหน้า อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี
ตำแหน่ง	นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ / ผู้ช่วยหัวหน้าแผนกผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในภาค 4 ส่วนหน้า

