

The Factors Related to The Critical Social - Media Receiving Behavior of Freshman Students at Srinakharinwirot University ¹

Natthakan Komane²
Chanya Leesattrapai³
Vitanya Vanno⁴

Received: 4 July 2016 Accepted: 25 July 2016

Abstract

This research had two purposes. First, it aimed to examine the relationships between Big Five personality, attitudes toward critical media - receiving, family models and the influence of peers affecting critical social-media receiving behavior. Second, this research attempted to predict critical social-media receiving behavior through these factor. The subjects were comprised of three hundred and sixty freshman student in Srinakharinwirot University by Quota Sampling population from eighteen faculties. Questionnaires were used as means of data collection. Then the data were analyzed by Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis through the Enter method. The results of the findings were as follows: 1) Neuroticism had negative correlation with social-media receiving behavior with a statistical significance of .01 level. 2) Extraversion had no relationship with social-media receiving behavior. 3) Openness, Agreeableness, Conscientiousness, attitudes toward critical media - receiving, family models and the influence of peers had positive correlation with social-media receiving behavior with a statistical significance of .01 level. 4) Factors such as a big five personality, attitude toward critical media-receiving, family models and influence of peer could predict critical social-media receiving behavior that could be predictable at fifty six percent with a statistical significance of .001 level and the findings revealed that the four most important variables consisted of attitude toward critical media-receiving ($\beta = .59, p < .001$) Conscientiousness ($\beta = .18, p < .001$) Influence of peer ($\beta = .12, p < .01$) and Neuroticism ($\beta = -.10, p < .05$) respectively.

Keywords: media- receiving behavior, social-media, critical, Big Five personality

¹ Thesis for the Master degree in Developmental Psychology, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University. The research report was funded by The Graduate School, Srinakharinwirot University

² Graduate student, degree in Developmental Psychology, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University.
E-mail: pim_lovely49@hotmail.com

³ Lecturer in Psychology Department, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

⁴ Assistance Professor in Psychology Department, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีวิจารณญาณของนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ¹

ณัฐกาญจน์ กอมณี²

ชญญา ลีศัตรูพ่าย³

วิธัญญา วัฒนโธ⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ และเพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน กลุ่มตัวอย่างคือนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 360 คน ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาจากนิสิตจำนวน 18 คณะ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ได้แก่ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลพบว่า 1) บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 2) บุคลิกภาพด้านการแสดงตัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ 3) บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้ร้อยละ 56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยพบตัวแปรที่มีความสำคัญ 4 ตัวแปร ซึ่งตัวแปรที่มีความสำคัญสูงสุดคือ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ($\beta = .59, p < .001$) รองลงมาคือ บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ ($\beta = .18, p < .001$) อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ($\beta = .12, p < .01$) และ บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ ($\beta = -.10, p < .05$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ สื่อสังคมออนไลน์ วิจารณญาณ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

¹ ปรียญานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² นิสิตปริญญาโท สาขาจิตวิทยาพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อีเมล: pim_lovely49@hotmail.com

³ อาจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ที่มาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน มีหลากหลายช่องทางและรวดเร็วมากขึ้น มีการนำเสนอเรื่องราวหรือแสดงความคิดเห็นกันภายในกลุ่มและแบ่งปันออกไปยังกลุ่มอื่นๆ จนกลายเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ติดต่อสื่อสารกัน เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Line และ Skype เป็นต้น (สุพรรณษา ยวงทอง, 2557:167) จากข้อมูลและสถิติของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2558) พบว่า การใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยสูงขึ้นมากกว่าปี 2557 ซึ่งกลุ่มคนอายุ 15-34 ปี (Generation Y) มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด 54.2 ชั่วโมง/สัปดาห์ (เฉลี่ยวันละเกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน) และผลสำรวจยังพบว่า คนไทยใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา โดยกิจกรรมยอดนิยมอันดับหนึ่งคือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ร้อยละ 82.7

ทั้งนี้ ผลการวิจัยของภาณุวัฒน์ กองราช (2554) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีความเพลิดเพลินในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้เกิดความรู้สึกชอบ และสนุกสนาน รวมถึงเป็นการทำตามกระแสนิยม จึงทำให้อัตราในการใช้เพิ่มมากขึ้นจนเกิดเป็นการติดการใช้งาน และอาจทำให้เกิดความรู้สึกกังวลหรือหมกมุ่นว่าจะต้องเข้าไปใช้งานอีก จนกลายเป็นความหลงใหลผิดปกติ สอดคล้องกับ จารุรินทร์ ปิตานพวงศ์และกันต์ธีร์ อนันตพงศ์ (2557) ศึกษาสุขภาพจิตในนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ใช้เฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กที่มีพฤติกรรมการใช้ในลักษณะอยากเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและขาดความยับยั้งไตร่ตรองในระดับมาก มีโอกาสที่จะมีสุขภาพจิตเป็น 3.9 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ที่มีพฤติกรรมเหล่านั้นในระดับน้อย นอกจากนี้จากข้อมูลของสำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต โพลล์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม (2556) สำรวจความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการหาเพื่อนใหม่ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า พฤติกรรมสูงสุด 5 อันดับแรก คืออยากมีเพื่อนเพื่อแก้เหงา หาคู่/แฟน หาเพื่อนที่ชอบหรือสนใจในเรื่องเดียวกัน และเล่นเกม โดยการหาเพื่อนต่างประเทศที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนเป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 70.57 ซึ่งการหาเพื่อนใหม่ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น พบว่ามักทำให้เกิดปัญหาต่างๆ 5 อันดับสูงสุด ได้แก่ การหนีออกจากบ้าน การล่องละเมิดทางเพศ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินลดน้อยลง การเก็บตัวไม่พบปะผู้คน และผลการเรียนตกต่ำ ตามลำดับ

สถานการณ์ในปัจจุบันที่กล่าวมาข้างต้น การมีพฤติกรรมใช้เวลาอยู่ในโลกออนไลน์มากเกินไป ทำให้เกิดปัญหาขึ้นหลายด้าน เช่น ปัญหาการเรียน ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และด้านสุขภาพร่างกาย (อรรพรรณ วงศ์แก้ว โพธิ์ทอง, 2554) ถึงแม้อินเทอร์เน็ตจะมีประโยชน์มากมายแต่ในทางกลับกันก็มีความเสี่ยงทุกครั้งเมื่อเปิดรับสิ่งที่ไม่เหมาะสม เช่น โฆษณาชวนเชื่อ ข้อความรุนแรง เรื่องเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์ ภาพลามกอนาจาร รวมไปถึงกิจกรรมมอมเมาเยาวชนและสิ่งผิดกฎหมาย ทั้งนี้การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล อาจเกิดขึ้นจากการพูดคุยหรือการแชท (Chat) โดยอาจถูกหลอกให้บอกข้อมูลส่วนตัวซึ่งมีฉาวชึ่งจะนำไปหาผลประโยชน์ หรืออาจถูกชักชวนให้นัดพบกับเพื่อนในสังคมออนไลน์จนอาจเกิดการล่อลวงและเกิดอาชญากรรมตามมา (ศรีดา ตันทะอธิพานิช, 2544)

ดังนั้น การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการเปิดรับและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคปัจจุบันคือ ผู้ใช้ควรสร้างความรู้ มีวัฒนธรรมแบบวิทยาศาสตร์ เรียนรู้เพื่อสร้างภูมิปัญญา ไม่มุ่งเพียงแต่บริโภคเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้อยู่อยู่ภายใต้วัฒนธรรมแห่งปัญญา คือการพัฒนาคนไม่ให้เกิดเป็นทาสและอยู่

เหนือเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ (พระพรหมคุณาภรณ์ ป.อ. ปยุตโต, 2550) ซึ่งการคิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นเครื่องมือสำคัญ ที่ใช้ในการเรียนรู้และดำเนินชีวิตในโลกปัจจุบันยุคข้อมูลข่าวสาร บุคคลที่มีวิจารณญาณจะสามารถวิเคราะห์ได้อย่างมีหลักการและเหตุผล ซึ่งเป็นทักษะที่ดีที่จะช่วยให้ชีวิตดีขึ้นและดำเนินไปในทางที่ถูกต้อง (คันสนีย์ ฉัตรคุปต์และอุษา ชูชาติ, 2545: 50-51)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ เพื่อสามารถนำปัจจัยดังกล่าวมาปรับใช้ในการส่งเสริมพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณแก่เยาวชนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นวัยที่มีการใช้สื่อออนไลน์สูง รวมทั้งเป็นกลุ่มที่อาศัยในเขตพื้นที่สังคมเมือง มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต และสามารถเข้าถึงได้ง่าย

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ 2) เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนของนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การประมวลเอกสาร

การวิจัยนี้ใช้พื้นฐานรูปแบบทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา (Social cognitive learning theory) ของแบนดูรา (1989) แบนดูราได้อธิบายสาเหตุการเกิดพฤติกรรม (Behavior) ของมนุษย์ ว่าเกิดจากสาเหตุหลักสองประการคือ สาเหตุจากตัวบุคคล (Person) และ สาเหตุจากสิ่งแวดล้อมในสังคม (Environment)

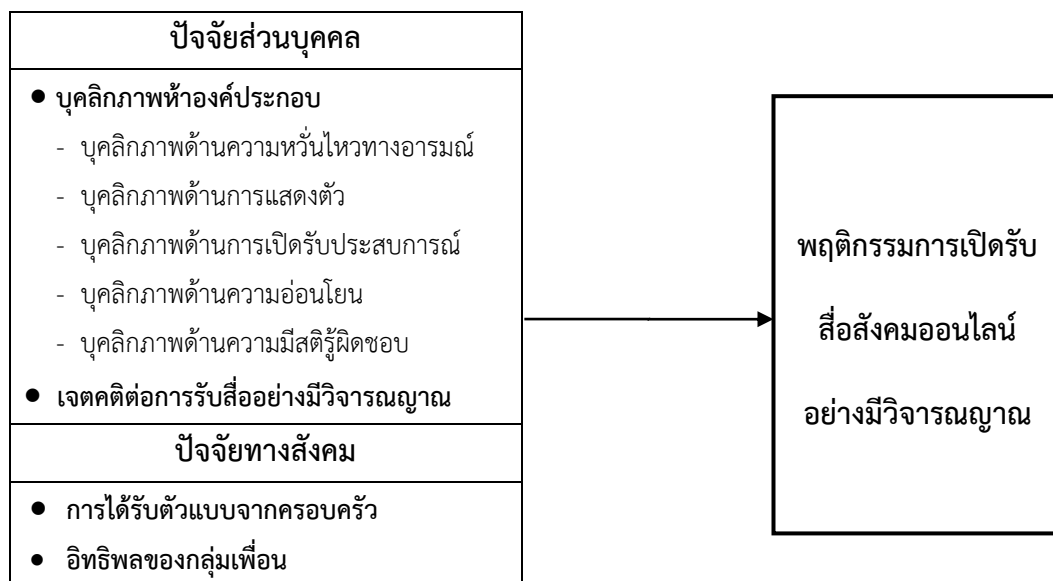
จากการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ พบว่า มีปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องได้แก่ บุคลิกภาพ ซึ่งแนวคิดของ โรเซนเกร็น (Rosengren, 1974) กล่าวว่า บุคลิกภาพและคุณลักษณะส่วนตัวของบุคคล มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2540:23-26) กล่าวว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล เป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน ซึ่งคอस्ताและแมคแคร (วัลภา สบายยิ่ง, 2542 ; อ้างอิงจาก Costa & McCrae, 1992) ได้แบ่งบุคลิกภาพของบุคคลตามโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ที่เรียกว่า **บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ** (Five-Factor Model) เป็นคุณลักษณะสำคัญของบุคลิกภาพที่มีลักษณะแตกต่างกัน 5 แบบประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ (Neuroticism) บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Extraversion) บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน (Agreeableness) และ บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness)

นอกจากนี้ การทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องยังพบว่า **เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ** เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่น่าจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณด้วย เนื่องจากทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อพบว่า การเลือกเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับเจตคติของผู้รับสารตามทฤษฎีความขัดแย้งทางความคิด (Theory of Cognitive Dissonance) โดยเฟสติงเจอร์ (Festinger, 1957) กล่าวว่า บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตน

ส่วนปัจจัยทางสังคมก็ส่งผลหรือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะ **การได้รับตัวแบบจากครอบครัว** เนื่องจากครอบครัวเป็นสถาบันแรกและสถาบันหลักในการถ่ายทอดทางสังคมให้กับเด็ก โดยเฉพาะบิดามารดา เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการอบรมเลี้ยงดูปลูกฝังและขัดเกลาลักษณะนิสัยของเด็ก รวมทั้งเป็นแบบอย่างทั้งลักษณะทางจิตใจ อารมณ์ และพฤติกรรมอันเป็นที่ยอมรับของสังคม ส่งผลให้เด็กมีพฤติกรรมตามที่ได้รับถ่ายทอดจากครอบครัว (อรพินทร์ ชูชมและคณะ, 2549:20) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของปราณี จ้อยรอด (2552) พบว่า นักเรียนที่ได้รับตัวแบบจากครอบครัวมากมีพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณมากกว่านักเรียนที่ได้รับตัวแบบจากครอบครัวน้อย และผลการวิจัยของจินตนา ต้นสุวรรณนนท์และคณะ (2552) พบว่า การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นอกจากนี้จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องยังพบว่า **อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน** เป็นปัจจัยทางสังคมที่น่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ เนื่องจากพัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่นเป็นวัยที่อยู่ในวัยเรียน จึงใช้เวลาส่วนมากอยู่ที่โรงเรียนกับเพื่อนวัยเดียวกัน มีการคบเพื่อนและเข้ากลุ่มเพื่อน จึงส่งผลให้เพื่อนมีอิทธิพลกับเด็กวัยนี้เป็นอย่างมาก (ผจงจิต อินทสุวรรณและคณะ, 2539:9) กลุ่มเพื่อนมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดพฤติกรรมแก่วัยรุ่น เพราะกลุ่มเพื่อนสามารถตอบสนองความต้องการบางอย่าง รวมทั้งมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม โดยการถ่ายทอดทางสังคมจากการแสดงให้เห็นแบบอย่าง (อรพินทร์ ชูชมและคณะ, 2549:22) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) พบว่า พฤติกรรมติดสนทนาออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางลบโดยตรงจากอิทธิพลของเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม รวมทั้งผลวิจัยของฐิติกาญจน์ อัครกุล (2554) พบว่า ความเหมาะสมของกลุ่มเพื่อนในสถานศึกษามีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ผิด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ โดยแบ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ดังกรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลแบบตัดขวาง (Cross sectional study) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คนซึ่งเป็นนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2558 โดยได้มาจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของเครจซีและมอร์แกน (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543 ; อ้างอิงจาก Krejcie & Morgan, 1970) จากประชากรจำนวน 5,417 คน จากนั้นทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาของประชากร (Quota Sampling) จากนิสิตทั้งหมดจำนวน 18 คณะ

วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 6 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนิสิตจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 -5 แบบวัดเกี่ยวกับตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจำนวน 25 ข้อ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณจำนวน 27 ข้อ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวจำนวน 19 ข้อ และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนจำนวน 20 ข้อ ซึ่งเป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยปรับปรุงมาจากปราณี จ้อยรอด (2552) วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) และวันวิสา ศรีระศาสตร์ (2554) โดยเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 6 ระดับ มีลักษณะเป็นข้อความบรรยายที่มีทั้งข้อความทางบวก และข้อความทางลบ ผู้ที่ได้คะแนนสูงจะมีคุณลักษณะของตัวแปรนั้นๆ สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

ตอนที่ 6 แบบวัดเกี่ยวกับตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สามารถวัดได้จากแบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบจำนวน 60 ข้อ โดยใช้วัดบุคลิกภาพทั้งห้าด้าน ด้านละ 12 ข้อ ได้แก่ บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน

และบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ ซึ่งได้รับการพัฒนาขึ้นโดย ขวัญเรือน แสงเงิน(2546) ศุภติ คุวสานนท์ (2546) และนิตยา เมธาพิพัฒน์(2546) ตามแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ Costa & McCrae ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณางค์ มณีสรี คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ผู้ที่ได้คะแนนสูงจะมีคุณลักษณะของบุคลิกภาพด้านนั้นๆ สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

แบบวัดเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา ตอนที่ 2-6 มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นชนิดความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาทั้งฉบับของฉบับที่ใช้จริง มีค่าระหว่าง .72 - .85

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยทำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณาบดีแต่ละคณะ รวมทั้งติดต่อประสานงานกับอาจารย์ประจำคณะและนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลเป็นรายบุคคลกับนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ก่อนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ชี้แจงให้นิสิตทราบถึงจุดมุ่งหมายของการศึกษาและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ผลที่เป็นจริงมากที่สุด เมื่อเสร็จแล้วจึงนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความเรียบร้อย เพื่อทำการคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ และนำมาดำเนินการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ประเภท คือ 1) สถิติวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ศึกษา และ 2) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คนพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ66.67) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ33.33) กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันมากที่สุดคือ ไลน์ (ร้อยละ98.61) รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (ร้อยละ91.94) อินสตาแกรม (ร้อยละ 82.78) ยูทูบ (ร้อยละ80.28) ทวิตเตอร์ (ร้อยละ 51.39) สไกป์ (ร้อยละ6.67) อื่นๆ(ร้อยละ3.89) และบล็อก (ร้อยละ3.33) ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาเฉลี่ยในการออนไลน์ 8 ชั่วโมง 28 นาทีต่อวัน

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.45$, $SD = .54$) รองลงมาคือ บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ ($\bar{x} = 3.43$, $SD = .43$) บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน ($\bar{x} = 3.4$, $SD = .49$) บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว ($\bar{x} = 3.25$, $SD = .56$) และบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ ($\bar{x} = 2.99$, $SD = .57$) ตามลำดับ

ทั้งนี้ยังพบว่าตัวแปรการได้รับตัวแบบจากครอบครัวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.70$, $SD=.62$) รองลงมาคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ($\bar{x} = 4.04$, $SD= .53$) เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมี วิจารณญาณ ($\bar{x} = 4.03$, $SD=.57$) และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ($\bar{x} = 3.65$, $SD=.62$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมกับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมกับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ด้วยสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ สังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณมากที่สุดคือ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ($r = .71$, $p < .01$) รองลงมาคือ บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ ($r = .46$, $p < .01$) บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน ($r = .45$, $p<.01$) บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ ($r = .22$, $p< .01$) และ บุคลิกภาพด้านความห่วงใยทาง อารมณ์ ($r = -.23$, $p < .01$) ตามลำดับ ส่วนตัวแปรปัจจัยทางสังคมที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณมากที่สุดคือ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ($r = .48$, $p < .01$) รองลงมาคือ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว ($r = .44$, $p < .01$)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมเพื่อทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม ออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิธี Enter

ตาราง 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรทำนายกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีวิจารณญาณ

ตัวทำนาย	b	β	SE	p
บุคลิกภาพด้านความห่วงใยทางอารมณ์	-2.21	-.10	.93	.018*
บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว	-1.57	-.07	1.01	.12
บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์	-1.99	-.07	1.29	.12
บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน	-1.33	-.05	1.35	.33
บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ	4.32	.18	1.09	.000 ***
เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ	.51	.59	.05	.000 ***
การได้รับตัวแบบจากครอบครัว	.06	.05	.05	.25
อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน	.12	.12	.05	.009**

$R = .75$ $R^2 = .56$ $F = 55.84$ ($p=.000$) $SE = 8.81$ $R^2_{adj} = .55$

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตาราง 1 พบว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัว แบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่าง

มีวิจารณ์ญาณ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .56 แสดงว่าตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณ์ญาณได้ร้อยละ 56 และมีความคลาดเคลื่อนในการทำนายเท่ากับ 8.81 ทั้งนี้พบตัวแปรที่มีความสำคัญมี 4 ตัวแปร ซึ่งตัวแปรที่มีความสำคัญสูงสุดคือ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณ์ญาณ ($\beta = .59, p < .001$) รองลงมาคือ บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ ($\beta = .18, p < .001$) อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ($\beta = .12, p < .01$) และ บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ ($\beta = -.10, p < .05$) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ : บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ (Neuroticism) มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณ์ญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณ์ญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = -.23, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย สอดคล้องกับผลการวิจัยของวิลเลียมส์ เสรีตระกูล (2556) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์นิยมใช้เฟซบุ๊ก ชอบเขียนรายละเอียดส่วนตัวเพื่อแสดงตัวตนในโลกออนไลน์ รวมทั้งผลการวิจัยของซีดแมน (Seidman, 2012) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์มีการแสดงตัวตนบนเฟซบุ๊กมากอย่างชัดเจน และมีความสัมพันธ์ในการแสดงความคิดเห็นและแบ่งมุมมองของตนเองสูง จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณ์ญาณต่ำ ของบุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ ทั้งด้านเป้าหมายการใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการทางอารมณ์โดยสร้างสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่น การแสดงตัวตนที่แท้จริงอย่างชัดเจนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แสดงให้เห็นถึงขาดการไตร่ตรองและตระหนักถึงผลกระทบทางลบของสื่อที่อาจตามมาได้

สมมติฐานข้อที่ 2 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ : บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Extraversion) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณ์ญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณ์ญาณ ($r = .07$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้ ผลวิจัยของวิลเลียมส์ เสรีตระกูล (2556) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านการแสดงตัวนิยมใช้เฟซบุ๊กเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน และเป็นผู้มีเพื่อนในเฟซบุ๊กมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของซีดแมน (Seidman, 2012) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านการแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพื่อสื่อสารกับผู้อื่นมาก และชอบแสดงตัวตนที่แท้จริงอย่างชัดเจน ผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการใช้สื่อของผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านการแสดงตัว ว่ามีแนวโน้มความต้องการใช้สื่อในทางที่ตอบสนองความต้องการเข้าสู่สังคม และนำเสนอตัวตนผ่านสื่ออย่างตรงไปตรงมา แต่ในบริบทสังคมไทยก็ยังขาดงานวิจัยที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านการแสดงตัวสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างมีวิจารณ์ญาณ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดลลักษณ์ พลเสนา (2556) ศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและพฤติกรรมที่เป็นปัญหาของวัยรุ่นกับการเสพติดอินเทอร์เน็ต เกม ผลวิจัยพบว่า บุคลิกภาพด้านการแสดงตัวไม่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตเกม

สมมติฐานข้อที่ 3 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ : บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ($r = .22, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ จะมีความสนใจชอบความหลากหลาย รวมทั้งอยากลองสิ่งใหม่ๆ มีความคิดเน้นการใช้เหตุผลในมุมกว้าง ยอมรับค่านิยมใหม่ๆ และพร้อมที่จะตรวจสอบสิ่งเหล่านั้น (วัลภา สบายยิ่ง, 2542 ; อ้างอิงจาก Costa & McCrae, 1992) สอดคล้องกับบรรจง อมรชิววัน (2556:20-21) ; อ้างอิงจาก Boss(2010) กล่าวถึง คุณลักษณะของนักคิดอย่างมีวิจารณญาณที่ดีว่า มีความใส่ใจ ใฝ่รู้ต่อสิ่งต่างๆ รอบตัวด้วยความคิดของตนเอง ซึ่งผลการวิจัยของจินตนา ต้นสุวรรณนนท์และคณะ(2552) พบว่า การใฝ่รู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ ผลวิจัยของวิไลลักษณ์ เสรีตระกูล (2556) ยังพบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์นิยมใช้เฟซบุ๊ก เพื่อติดตามอ่านข้อความในโพสต์ของผู้อื่นและช่วยแสดงความคิดเห็น จากผลวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงการเปิดรับสื่อ โดยมีเป้าหมายการเปิดรับที่เหมาะสม โดยพร้อมจะยอมรับสิ่งใหม่ๆ และตรวจสอบสิ่งเหล่านั้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 4 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ : บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน (Agreeableness) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .45, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน (Agreeableness) จะมีความตรงไปตรงมา ยอมตามผู้อื่นในลักษณะอ่อนโยน ตอบสนองต่อการกระทำของผู้อื่นอย่างสุ่ม รวมทั้งมีการถ่อมตน ไม่ชมว่าตนเองเหนือผู้อื่น (วัลภา สบายยิ่ง, 2542 ; อ้างอิงจาก Costa & McCrae, 1992) สอดคล้องกับคันสนีย์ ฉัตรคุปต์และอุษา ชูชาติ (2545:39) ; อ้างอิงจาก ไบเออร์ (Beyer, 1995) กล่าวถึง ลักษณะของผู้ที่คิดอย่างมีวิจารณญาณว่า มีความใจกว้างยอมรับฟังความคิดของผู้อื่น เคารพต่อเหตุผล และยอมเปลี่ยนจุดยืนเมื่อมีเหตุผลที่ดี นอกจากนี้การศึกษาของวังและกริฟฟิน (Wang & Griffin, 2012) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน จะเขียนข้อความแสดงความคิดเห็นลงในกระดานแสดงความคิดเห็น หรือรูปภาพของผู้อื่น ด้วยข้อความในลักษณะแสดงความรู้สึกที่ดีและเป็นมิตร จากแนวคิดงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ของผู้มีบุคลิกภาพด้านความอ่อนโยนสูง ซึ่งมีการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ โดยการหลีกเลี่ยงการใช้อารมณ์ อคติ เมื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นส่วนตัว แต่จะแสดงความรู้สึกที่ดีและแสดงความเป็นมิตรต่อผู้อื่น

สมมติฐานข้อที่ 5 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ:บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ($r = .46, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ผู้ที่มี

บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ เป็นบุคคลที่มีระเบียบวินัย รับผิดชอบในหน้าที่ มีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ และมีความคิดที่สามารถปฏิบัติได้ (วัลภา สบายยิ่ง, 2542 ; อ้างอิงจาก Costa & McCrae, 1992) แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้ที่มีการตระหนักรู้ตนเองผ่านการรู้คิดอย่างมีสติ สามารถรู้เท่าทันตนเองและสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีการควบคุมตนสูง ซึ่งจากผลการวิจัยของจินตนา ต้นสุวรรณนนท์และคณะ (2552) พบว่าการควบคุมตน การรู้เท่าทันสื่อ และการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาวงศ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของวิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) พบว่า พฤติกรรมติดเกมออนไลน์ ได้รับอิทธิพลทางลบจากการควบคุมตน และผลการวิจัยของซีดแมน (Seidman, 2012) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ มีความระมัดระวังในการแสดงตัวตนเมื่อสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ จะมีพฤติกรรม การเปิดรับที่คิดไตร่ตรองก่อนเลือกรับสื่อ มีความตระหนักรู้ในตนเอง รู้เท่าทันและตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ รวมทั้งมีการควบคุมตนต่อเวลาที่ใช้สื่อ

สมมติฐานข้อที่ 6 เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมี วิจารณญาณ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ($r = .71, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนใหญ่มักถูกกำหนดด้วยเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น (จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2547:133) โดยพฤติกรรมที่เกิดจากความสอดคล้องของเจตคติ จะแสดงออกมาได้เมื่อเจตคตินั้นมีความชัดเจนและแข็งแกร่ง ส่วนความไม่สอดคล้องของเจตคติกับพฤติกรรม พฤติกรรมจะถูกแสดงออกมาในลักษณะที่อ่อนและคลุมเครือ (จำรอง เงินดี, 2552:80) สอดคล้องกับผลการวิจัยของพนารัตน์ พรหมมา (2555) พบว่า เจตคติต่อการใช ้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รวมทั้งผลวิจัยของวรวรรณ บุญเดช (2553) พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต มีค่าน้ำหนัก ความสำคัญสัมพันธ์ของตัวแปรส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และผลการวิจัยของดาวนภา เนาวรังสี (2555) พบว่าทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เป็น ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนิสิต

สมมติฐานข้อที่ 7 การได้รับตัวแบบจากครอบครัว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อ สังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าการได้รับตัวแบบจากครอบครัว มีความสัมพันธ์ ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .44, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย วัยรุ่นเป็นวัยที่แสวงหาเอกลักษณ์แห่งตน ดังนั้นจึงพยายาม แสวงหาดนแบบที่ตนเห็นว่าดีหรือเหมาะสมตามความรู้สึกของตนเอง บุคคลในครอบครัวเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิด ดังนั้นโอกาสที่วัยรุ่นจะเลียนแบบจึงมีมาก (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545:62) สอดคล้องกับผลการวิจัย ของปราณี จ้อยรอด (2552) พบว่า นักเรียนที่ได้รับตัวแบบจากครอบครัวมาก มีพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีวิจารณญาณมากกว่านักเรียนที่ได้รับตัวแบบจากครอบครัวน้อย รวมทั้งผลวิจัยของจินตนา ต้นสุวรรณนนท์

และคณะ (2552) พบว่า การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 8 อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ($r = .48, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย สอดคล้องกับแนวคิดของจำรอง เงินดี (2552:84) ได้กล่าวถึงกลุ่มเพื่อนในสถาบันการศึกษาว่า เมื่อเด็กโตขึ้นกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลเพิ่มมากขึ้น โดยจะไว้วางใจต่อการแนะนำตักเตือนกลุ่มเพื่อนจะค่อยๆกลายเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุดในด้านความคิดเห็นและการกระทำ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของวิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) พบว่า พฤติกรรมติดยาเสพติดออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางลบโดยตรงจากอิทธิพลของเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม รวมทั้งจิตวิทยาญจน์ อัครกุล (2554) พบว่า ความเหมาะสมของกลุ่มเพื่อนในสถานศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ผิด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผลวิจัยของดาวณา เนาวรังสี (2555) พบว่า อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนิสิตนักศึกษาเป็นอย่างมาก

สมมติฐานข้อที่ 9 บุคลิกภาพห้วงค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจรรย์ญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ ซึ่งผลการศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรบุคลิกภาพห้วงค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจรรย์ญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณได้ร้อยละ 56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย

จากผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา (Social Cognitive Learning Theory) ของแบนดูรา (Bandura, 1989) แบนดูราได้อธิบายสาเหตุการเกิดพฤติกรรม (Behavior) ของมนุษย์ว่าเกิดจากสาเหตุหลักสองประการคือ สาเหตุจากตัวบุคคล (Person) และ สาเหตุจากสิ่งแวดล้อมในสังคม (Environment) ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพห้วงค์ประกอบ และเจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจรรย์ญาณ ส่วนปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ ได้ร้อยละ 56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเมื่อเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปร พบว่าตัวแปรที่มีความสำคัญอันดับแรกในการทำนายคือ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจรรย์ญาณ ($\beta = .59, p < .001$) สอดคล้องกับผลวิจัยส่วนใหญ่ซึ่งพบว่า เจตคติ (Attitude) เป็นตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรม โดยเป็นตัวทำนายที่สำคัญอันดับแรกๆ และมีความใกล้ชิดกับพฤติกรรมของมนุษย์มาก ซึ่งผลการวิจัยของอุมาวัลย์ จันทะแก้ว (2547) พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นตัวแปรอิสระที่สำคัญสามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทางเพศผ่านสื่อ ($\beta = .35$) ซึ่งเป็นตัวทำนายสำคัญลำดับที่ 1 รวมทั้งผลวิจัยของจุฑาพัฒน์ รัตนติลก ภูเกิด (2547) พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ที่มีประโยชน์ เป็นตัวแปรลำดับแรกที่สามารถ

ทำนายพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ที่มีประโยชน์ ($\beta = .46$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผลวิจัยของ พนารัตน์ พรหมมา (2555) พบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตได้รับอิทธิพลทางตรงจากเจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .509 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ยังพบความสำคัญของตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบบางด้าน ได้แก่ บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ และ บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ ซึ่งตัวแปรที่มีความสำคัญลำดับที่สอง เมื่อเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปร คือบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ ($\beta = .18, p < .001$) อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของคุณลักษณะของผู้ที่มีวิจรรย์ญาณอย่างชัดเจน สะท้อนให้เห็นแนวโน้มการมีพฤติกรรมที่คิดไตร่ตรองก่อนเลือกรับสื่อ มีความตระหนักรู้ในตนเอง รู้เท่าทันและตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ รวมทั้งมีการควบคุมตนเองเวลาที่ใช้สื่อ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกศราพร บำรุงชาติ (2550) พบว่า นักเรียนที่มีการตระหนักรู้ตนเองต่ำ และกลุ่มปานกลาง มีการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาโทรทัศน์ระดับปานกลาง ส่วนนักเรียนที่มีการคิดอย่างมีวิจรรย์ญาณสูง มีการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ปานกลางถึงค่อนข้างสูง นอกจากนี้ผลวิจัยครั้งนี้ยังพบว่าบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญลำดับที่สี่ ซึ่งมีอำนาจทำนายทางลบ ($\beta = -.10, p < .05$) อาจเนื่องมาจากบุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์สูง จะมีความวิตกกังวล ท้อแท้ง่าย อารมณ์แปรปรวน รับมือกับความเครียดอย่างลำบาก ทนต่อสิ่งที่ไม่กระตุ้นได้น้อยและถูกยั่วเย้าได้ง่าย (วัลภา สบายยิ่ง, 2542 ; อ้างอิงจาก Costa & McCrae, 1992) ซึ่งขัดแย้งกับคุณลักษณะของผู้ที่มีวิจรรย์ญาณ โดยผลวิจัยของ ดาวันภา เนาวรังสี (2555) พบว่า ความต้องการคลายเหงา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เพชบุ๊กของนิสิตนักศึกษา ผลวิจัยจึงสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณต่ำของบุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ โดยการเปิดรับสื่อมีเป้าหมายสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการทางอารมณ์

ส่วนบุคลิกภาพด้านการแสดงตัว บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ และบุคลิกภาพด้านความอ่อนโยนไม่พบอำนาจทำนาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปรในการทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากการศึกษาครั้งนี้ บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ ส่วนบุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ และบุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน ค้นพบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ แต่เนื่องด้วยการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในสังคมไทย ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่จะเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ แสดงความสัมพันธ์หรืออำนาจทำนายระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับสื่อสังคมออนไลน์ แต่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเทียบเคียงมิติคุณลักษณะเด่นของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแต่ละด้านที่มีผู้ศึกษาไว้มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงอาจทำให้ผลของการคาดคะเนตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ สอดคล้องสมมติฐานเพียงบางส่วน

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญลำดับที่สาม ($\beta = .12$, $p < .01$) เมื่อเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปร อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้อยู่ในช่วงวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา การรับรู้เกี่ยวกับอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน จึงมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับผลวิจัยของปราณี จ้อยรอด (2552) พบว่าการได้รับตัวแบบจากเพื่อนสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ ($\beta = .15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 รวมทั้งผลวิจัยของฐิติกาญจน์ อัครกุล (2554) พบว่า ความเหมาะสมของกลุ่มเพื่อนในสถานศึกษาเป็นตัวแปรที่สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ผิด ($\beta = -.19$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผลการวิจัยของจินตนา ต้นสุวรรณนันทและคณะ (2552) พบว่า อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน เป็นปัจจัยทางสังคมเพียงตัวเดียวที่สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ($\beta = .19$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

นอกจากนี้ตัวแปรปัจจัยทางสังคมที่ไม่พบอำนาจทำนาย เมื่อเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปรในการทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ คือ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว น่าจะมีสาเหตุมาจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตระดับอุดมศึกษา ซึ่งอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย ทำให้ครอบครัวมีบทบาทน้อยลง แต่กลุ่มเพื่อนจะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตชั้นปีที่หนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในหอพักของมหาวิทยาลัย ทำให้ได้เห็นหรือรับรู้ตัวแบบจากครอบครัวในการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยลง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

1. บิดามารดา หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเลี้ยงดูเด็ก ควรจะพัฒนาหรือส่งเสริมบุคลิกภาพด้านที่ส่งผลทางบวก และแก้ไขเพื่อลดบุคลิกภาพด้านที่ส่งผลทางลบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณแก่บุตรหลานตั้งแต่วัยเด็ก เพราะวัยเด็กเป็นช่วงเริ่มต้นของชีวิต ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของบุคคลเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในปัจจุบัน เป็นยุคที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิต
2. ผู้ปกครองและสมาชิกในครอบครัว ควรให้คำแนะนำดูแลบุตรหลานอย่างใกล้ชิด โดยมีส่วนร่วมในการเลือกรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม รวมทั้งให้แนวทางในการเปิดรับสื่อแก่บุตรหลานเพื่อปลูกฝังเจตคติที่ดีต่อการเปิดรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ทั้งด้านเป้าหมายที่เหมาะสมในการเปิดรับสื่อ ตระหนักถึงผลของกระทบบของสื่อสังคมออนไลน์ โดยหลีกเลี่ยงการใช้อารมณ์ อคติ เมื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นส่วนตัว เลือกเปิดรับเนื้อหาที่เหมาะสมและสร้างสรรค์ รวมทั้งมีการควบคุมตน ใช้เวลาในปริมาณที่พอดีกับสื่อ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อเวลาสำหรับกิจกรรมจำเป็นอื่นๆในชีวิต
3. ควรมีการจัดกิจกรรมสร้างพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของวัยรุ่นในสถาบันการศึกษา โดยเน้นการใช้กิจกรรมกลุ่มเพื่อนในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เช่น การจัดตั้งชมรม

เครือข่าย หรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักเลือกรับสื่อที่เป็นประโยชน์และลดพฤติกรรมการเลือกรับสื่อที่ไม่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบปัจจัยที่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้ร้อยละ 56 การวิจัยครั้งต่อไปอาจเพิ่มตัวแปรทางจิตวิทยาที่สำคัญอื่นๆ อาจทำให้พบอำนาจในการทำนายเพิ่มขึ้น
2. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะในกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นตอนปลาย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายของประชากร ซึ่งจะช่วยให้ทราบความแตกต่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในแต่ละช่วงวัย
3. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในลักษณะของการศึกษาระยะยาว (Longitudinal study) ซึ่งน่าจะช่วยให้ทราบสาเหตุของพฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของบุคคลได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกศราพร บำรุงชาติ. (2550). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 สังกัดกรุงเทพมหานครที่มีระดับการคิดอย่างมีวิจารณญาณและระดับการตระหนักรู้ตนเองแตกต่างกัน. (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2540). แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ขวัญเรือน แสงจีน. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและความตั้งใจทางกายภาพกับสถานภาพทางสังคม. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สาขาจิตวิทยาสังคม.
- จารุรินทร์ ปิตานพวงศ์และกันต์ธีร์ อนันตพงศ์. (2557). สุขภาพจิตในนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ใช้ facebook. *สมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย*. 59(3), 257-266.
- จินตนา ตันสุวรรณนนท์และคณะ. (2552). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม的开รับสื่อด้วยปัญญาของ นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย. สนับสนุนการวิจัยจากกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2547). *ทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม: การวัด การพยากรณ์และการเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- จุฑาพัฒน์ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. (2547). ปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- จำรอง เงินดี. (2552). จิตวิทยาสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- จิตติกาญจน์ อัครกุล. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ผิดของวัยรุ่นตอนกลางในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาสังคมวิทยาประยุกต์.
- ดลลักษณ์ พลเสนา. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและพฤติกรรมที่เป็นปัญหาของวัยรุ่นกับการเสพติดอินเทอร์เน็ตเกม. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, สาขาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา
- ดาวนภา เนาวรังสี. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนิสิตนักศึกษา. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาพัฒนาสังคม.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏ-อุบลราชธานี.
- นิตยา เมธพิพัฒน์. (2546). ความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพและเพศในการตีความหมายสิ่งชี้แนะอารมณ์ที่ไม่ใช้วาจา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บรรจง อมรชีวัน. (2556). การคิดอย่างมีวิจารณญาณ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปราณี จ้อยรอด. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- ผจงจิต อินทสุวรรณ และคณะ. (2539). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการติดยาเสพติดของเยาวชน. รายงานการวิจัยฉบับที่ 55. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พนารัตน์ พรหมมา. (2555). การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. (ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต). (2550). คนไทยสู่ยุคไอที. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: พิมพ์สวย.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาการบริหารเทคโนโลยี.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมวัยรุ่น. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์.

- วรารณ บุญเดช. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1. (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา.
- วันวิสา สรีระศาสตร์. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ทางสังคม และการมีภูมิคุ้มกันทางจิตที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาใน โรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย. (ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการ วิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- วัลภา สบายยิ่ง. (2542). ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมาย การรับรู้ความสามารถของตนเองและบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อ การปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายตรง. (ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง. (2553). ปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมติดอินเทอร์เน็ตของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาช่วงชั้นที่ 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล. (2556). บุคลิกภาพห้วงค์ประกอบกับการใช้เฟซบุ๊ก. *นักบริหาร*, 33(2), 35-39.
- คันสนีย์ ฉัตรคุปต์และอุษา ชูชาติ. (2545). *ฝึกสมองให้คิดอย่างมีวิจารณ์ญาณ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: วัฒนาพานิช.
- ศรีดา ตันทะอธิพานิช. (2544). *ท่องอินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัยและได้ประโยชน์ ข้อคิดสำหรับผู้ปกครองและ เยาวชน*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ด่านสุทธาการพิมพ์.
- ศุภดี คุวานนท์. (2546). *อิทธิพลของบุคลิกภาพ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และอารมณ์ต่อการพยายามควบคุม อารมณ์*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพรรณษา ยวงทอง. (2557). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน).
- สำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม. (2556). *ผลสำรวจความคิดเห็นต่อ พฤติกรรมการหาเพื่อนใหม่ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพฯและ ปริมณฑล*. สืบค้นจาก http://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=TVRNN16YzVPRGd6TkE9PQ
- อรพินทร์ ชูชมและคณะ. (2549). *การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพ ชีวิตของเยาวชนไทย*. รายงานการวิจัยฉบับที่ 104. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.

อรรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง. (2554). การเสพติดอินเทอร์เน็ตของชุมชนชาวออนไลน์. *นักบริหาร*, 31(3), 39-42

อุมาวัลย์ จันทะแก้ว. (2547). อิทธิพลของพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อ
ค่านิยมทางเพศของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.

Bandura, A. (1989). Social cognitive theory. In R. Vasta (Ed.), *Annals of child development*. Vol.6. *Six theories of child development* (pp.1-60). Greenwich, CT: JAI Press.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, C.A.: Stanford University Press.

Seidman, G. (2013). Self- representation on facebook: How personality influences social media use and motivation. *E-Journal of Personality and Individual Differences*, 54, (402-407). Retrieved From <http://www.elsevier.com/locate/paid>.

Rosengren, K. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives* (pp. 269–286). Beverley Hills, CA: Sage.

Wang, Y. & Griffin, M. A. (2012). Big five personality and individual performance: A process view. In Y. Wang & C. H. Wu (Chairs), *Personality at work: Implications for personality assessment in the Chinese context, symposium accepted for presentation at International Association of Chinese Management Research 2012 Conference*, Hong Kong, China.

Translated Thai References (ส่วนที่แปลรายการอ้างอิงภาษาไทย)

Akakul, T. (2000). *Research methodology of Behavioral and Social Science*. Ubonratchathani: Ubonratchathani Rajabhat University.

Amornchewan, B. (2013). *Critical thinking*. (1st edition). Bangkok: Phappim Part., Ltd.

Assatarakul, T. (2011). *Factors related to internet falsification behavior of middle adolescents in Phranakhon Bangkok metropolitan*. (Master's Thesis). Kasetsart University, Applied Sociology.

Bamrungchat, K. (2 0 0 7). *The causal comparative study of media literacy on television advertising of junior high school students under Bangkok metropolis with different levels of critical thinking and self-Awareness*. (Master's Thesis). Srinakharinwirot University, Faculty of Graduate School of Educational Research and Statistics.

Bundeck, W. (2010). *Factors affecting appropriate internet using of third class range students under Bangkok Office of Education Service Area 1*. (Mater's thesis). Srinakharinwirot University, Faculty of Graduate School of Educational Research and Statistics.

Chanthakaew, U. (2 0 0 4). *Behavioral influence in receiving sexual subjects through internet affecting sexual value of teenagers in Bangkok*. (Mater's Thesis) . Srinakharinwirot University, Faculty of Graduate School of Applied Behavior science Research.

Choochom, O. (2006). *The analyze psychosocial factors related to intellectual conscience and quality of life of juvenile*. Research report issue 104. Bangkok: Behavioral science Research institute Srinakharinwirot University.

Electronic Transactions Development Agency (Public Organization) Ministry of Information and Communication Technology. (2 0 1 5). *Thailand internet user profile 2015*. Bangkok: Electronic Transactions Development Agency (Public Organization).

Inthasuwan, P. (1996). *The factors related to drug addict behavior of teenager*. Research report issue55. Bangkok: Behavioral Science Research Institute Srinakharinwirot University.

- Joyrod, P. (2009). *Factors affecting critical internet - consumption behavior of senior high school students in Bangkok*. (Master thesis M.S.). Srinakharinwirot University, Faculty of Graduate School of Applied Behavior science Research.
- Khatkup, S. & Chuchat, U. (2002). *Practice brain to critical thinking*. (2nd edition). Bangkok: Watthanaphanit.
- Khuwasanon, S. (2003). *Effects of personality social interaction and emotion on efforts to control motions*. Bangkok: Chulalongkorn University
- Kittiwat, K. (1997). *Principal of communication behavioral*. Nonthaburi: Sukhothaithammathirat University.
- Kongrach, P. (2011). *The study of teenagers' behaviors in using social networking sites (SNSs) in Thailand: A case study of facebook*. (Master's thesis). Thammasat University, Collage of Innovation of Technology Management.
- Methaphiphat, N. (2003). *Difference among personality and gender of interpret emotion pointer to non speech*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Naowarangsee, D. (2012). *Factors affectiong the undergraduate student' behavior in using www.facebook.com*. (Master of Arts). Kasetsart University, Social Development.
- Ngerndee, J. (2009). *Social psychology*. (1st edition). Bangkok: Odeonstore.
- Phrapromkunaporn, P. (2007). *Thai people to IT era*. (8th edition). Bangkok: Pimsuay.
- Phromma, P. (2012). *A study of relationships between some factors affecting internet using behavior of undergraduate students of Suan Dusit Rajabhat University*. (Master thesis M.Ed.). Srinakharinwirot University, Faculty of Graduate School of Educational Research and Statistics.
- Pitanupong, J. & Anantapong, K. (2014). Mental health of University student facebook users. *Psychiatr Assoc Thailand Journal*, 59(3), 257-266.
- Polsena, D. (2014). *The relationships between the big five personality traits, behavioral problems and internet game addiction of adolescents*. (Master thesis of science). Ramkhamhaeng University, Counseling Psychology.
- Rattanadilok Na Bhuket, J. (2004). *Psychosocial factors related to behavior of watching beneficial television program of secondary school students in Bangkok*. (Master thesis M.S.). Srinakharinwirot University, Faculty of Graduate School of Applied Behavior science Research.
- Sabuyying, W. (1999). *Factors of goal setting self-efficacy and personality affected to performance of distributor*. (Dissertation Ph.D.). Srinakharinwirot University, Faculty of Graduate School of Applied Behavioral science Research.
- Sangjeen, K. (2003). *The relationship of personality and physical attractiveness to social status*. (Master of Arts). Chulalongkorn University, Social psychology.
- Sareerasart, W. (2011). *The relationship among social situations and psychological immunity to internet behavior focusing on safety and usefulness of female students in high schools with and without Internet safety project*. (Master thesis M.S.). Srinakharinwirot University, Faculty of Graduate School of Applied Behavior science Research.
- Sereetrakul, W. (2014). Big five personality and facebook usage. *Executive Journal*, 33(2), 35-39.
- Siam Technology Research Institute poll Siam Technology College. (2013). Poll results opinion to find new friends behavior by social media of adolescent in Bangkok and perimeter. Retrieved from http://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=TVRNNE16YzVPRGd6TkE9PQ
- Sukhothaithammathirat University. (2002). *Adolescent behavior instruction document*. (8th edition). Bangkok: Arumkarnpim.

- Tansuwannond, C. et al. (2009). *Factors related to intellectual media consumption behavior of undergraduate students in Bangkok*. Research report. Support research by Thai Health Promotion Foundation.
- Tanthaathiphanit, S. (2001). *Surf the internet with safe and benefit : Suggestion for parent and youth*. (1st edition). Bangkok: Dansutthakanpim.
- Thongkambunjong, W. (2010). *Causal factors of internet dependency behavior of high school students in Bangkok metropolis*. (Dissertation Ph.D.). Srinakharinwirot University, Faculty of Graduate School of Applied Behavioral science Research.
- Wongkaeophothong, O. (2014). Internet addiction of online community. *Executive Journal*, 31(3), 39-42
- Wongsawasdiwat, J. (2004). *Attitude belief and behavior: Measurement predict and change*. Bangkok: Amarin printing & publishing.
- Yuangthong, S. (2014). *Basic of computer and communication technology*. Bangkok: Provision.