

พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

วันที่รับบทความ: 15 กรกฎาคม 2563 / วันที่แก้ไขบทความ: 19 กันยายน 2563 / วันที่ตอบรับบทความ: 3 พฤศจิกายน 2563

นันธิการ์ จิตริงาม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก จำแนกตามลักษณะประชากร เพื่อเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก จำแนกตามลักษณะประชากร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ เยาวชนที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลโดยตารางแจกแจงความถี่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 19-22 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กเป็นประจำทุกวัน ด้านพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การโพสต์ภาพ การแสดงความคิดเห็น รองลงมา คือการเพิ่มเพื่อน การสนทนาผ่านการแชท และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกม ส่งเพลง ฯลฯ ในส่วนของการรู้เท่าทันสื่อ ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์ข่าวสาร การตรวจสอบข้อมูล และการตีความหมายของสัญลักษณ์ และเนื้อหา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน 2) เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กแตกต่างกัน 3) พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน พบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการสื่อสาร, การรู้เท่าทันสื่อ, เฟซบุ๊ก, เยาวชน

นันธิการ์ จิตริงาม (น.ศ.ม., มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2550; email; nujitr@rpu.ac.th ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของ/ปรับปรุงจากโครงการวิจัย เรื่อง "พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร" ซึ่งได้รับงบประมาณ/ทุนสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

Bangkok Youth's Communication Behaviors on the Social Media Site, Facebook and Their Media Literacy

Received: July 15, 2020 / Received in revised form: September 19, 2020 / Accepted: November 3, 2020

Nuntika Jitreengam

Abstract

The objectives of this research are three-fold 1) to study Bangkok youth's communication behaviors and media literacy on Facebook 2) to compare youth's communication behaviors based on characteristics of population 3) to study Bangkok youths' correlation between communication behaviors on Facebook and their media literacy. This research is a survey study. with 400 Facebook user aged 15-25 years old Those are selected by means of random sampling. Data analysis was done using percentages, averages, T-Test, One-Way ANOVA and Pearson Product Moment Correlation Coefficient in the statistical packages. The research results show that most survey participants were females aged 19-22 years old with a bachelor's degree. In general, the participants used Facebook every day. In terms of their communication behaviors, overall they used Facebook to post pictures, and comment on posts the most often followed by to send someone's friend request, chat, and do some activities of their interest such as playing games and sending music to someone. Regarding, the participants' media literacy, overall, it was rated as high in terms of media accessibility, news analysis, and the interpretation of the symbols and content. The hypothesis testing results are as follow, 1) youth with different characteristics of population did not exhibit different communication behaviors on Facebook. 2) Bangkok youth with different characteristics of population had different levels of media literacy and 3) there was a positive correlation between the youth's media literacy and their communication behaviors. The correlation was statistically significant at 0.05.

Keywords: Communication Behaviors, Media Literacy, Facebook, Youth

Nuntika Jitreengam (M.A, Dhurakij Pundit University, 2008; Email:nujitr@rpu.ac.th) Present is an Assistant professor of Faculty of Communication Arts, Rajapruk University

This article is a part of a research "Bangkok Youth's Communication Behaviors on the Social Media Site, Facebook and Their Media Literacy" funded by Rajapruk University.

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาก้าวหน้าไปมาก ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทั้งสังคมภายในประเทศและระหว่างประเทศของเทคโนโลยี การสื่อสารทำให้คนในสังคมติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กันได้โดยง่ายและสะดวกรวดเร็ว โดยปราศจากข้อจำกัดของเรื่องเวลาและสถานที่ จึงทำให้สังคมโลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ที่เสมือนการเชื่อมโลกไว้อย่างไร้พรมแดน

ในยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ต (Internet) นับว่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น จนกลายเป็นการสื่อสารสมัยใหม่ที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันโดยมีส่วนร่วมช่วยทั้งในเรื่องการศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร ความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้อินเทอร์เน็ตมีความเติบโตและมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นทุกวัน มีการพัฒนาช่องทางใหม่ ๆ บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นมากมาย ดังเช่นเว็บไซต์ในรูปแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networking) ในปัจจุบันมีผู้ใช้งานทั่วโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นหนึ่งในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่มีผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีผู้ใช้งานไม่ต่ำกว่า 400 ล้านคนต่อเดือน และกลายเป็นเว็บไซต์ Social Networking ที่ใหญ่ที่สุดในโลก (พรชัยพล มังกรพิศม์, 2553) สำหรับในประเทศไทยปี พ.ศ. 2561 จากการสำรวจพบว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยคนไทยส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยนานขึ้นถึง 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึง 3 ชั่วโมง 41 นาทีต่อวัน โดย Gen Y ยังคงเป็นแชมป์การใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดที่ 4 สมัย ซึ่งเป็นผลมาจากเป็นช่วงชีวิตที่มีการเปลี่ยนเข้าสู่โลกดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561) และนิยมการใช้เว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ด้วยเพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องมือสื่อสารที่สร้างแค่ความบันเทิงให้กับบุคคลทั่วไป แต่กลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้ มีอัตราจำนวนผู้ใช้งานเติบโตอย่างรวดเร็ว จากการสำรวจของเฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า ผู้ใช้งาน (Active Users) ที่มีจำนวนสูงสุดคือ กลุ่มอายุ 18-24 ปี ทั้งเพศชายและเพศ

หญิง ขณะที่กลุ่มที่ใช้งานเป็นอันดับ 2 คือ กลุ่มอายุ 25-34 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง (สถิติและพฤติกรรมการใช้ social media, 2020) ทั้งนี้ ในกลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นวัยรุ่นมีการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่นมาก เทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างเครือข่ายสังคมออนไลน์แบบเฟซบุ๊ก (Facebook) นั้นมีข้อดีคือ การความสัมพันธ์ทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะแต่การสนทนาซึ่งกันและกันเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ลดช่องว่างทางระยะทางและเวลา เพราะทำให้เราได้พบเพื่อนใหม่รวมถึงพบเพื่อนเก่า ๆ ที่ไม่ได้ติดต่อกันเป็นเวลานาน ทำให้การสื่อสารง่ายและรวดเร็วมากขึ้น โดยไม่ใช่แค่การรู้จักกันในกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น และยังทำให้เกิดการสื่อสารถึงกันครอบคลุมทั่วโลก ซึ่งหากมองในแง่ของความเป็นสื่อสมัยใหม่นั้น เฟซบุ๊ก (Facebook) เปรียบเสมือนการย่อโลกให้เล็กลง การสื่อสารมีความทันสมัย รวดเร็วและมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น และเป็นข้อถกเถียงทางสังคมถึงผลกระทบในปัญหาต่าง ๆ มากมาย เช่น ปัญหาเรื่องสิทธิส่วนบุคคล การละเมิด การทะเลาะวิวาท การใช้คำพูดและการนำรูปที่ไม่เหมาะสมลงในเว็บไซต์ รวมถึงการใส่ข้อมูลในเชิงไม่สร้างสรรค์ ปัญหาเรื่องศาสนา เรื่องเพศ หรือแม้กระทั่งการหลอกลวงต่าง ๆ เป็นต้น (บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ, 2557)

ดังนั้นผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนว่ามีการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพื่อให้เยาวชนมีทักษะการคิดที่ดี สามารถคิดอย่างมีวิจารณญาณ โดยสามารถเข้าใจ วิเคราะห์ ตีความ ประเมินสื่อและสิ่งที่ได้รับจากสื่อ ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคลและสังคมรู้จักเลือกรับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชนและสังคม

คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

2. การรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
3. เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
4. เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
5. พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากร
4. เพื่อเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากร

สมมติฐานการวิจัย

1. เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน
2. เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยเนื้อหาตามตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรต้น : พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของคนเยาวชนประกอบด้วยการเพิ่มเพื่อน โฟสต์ภาพ แสดงความคิดเห็น การสนทนาผ่านการ Chat และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ

ตัวแปรตาม : การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์ข่าวสาร การตรวจสอบข้อมูล และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร

ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้เป็นเยาวชนที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก : อายุระหว่าง 15-25 ปี

ขอบเขตด้านพื้นที่ : การศึกษาวิจัยนี้กำหนดขอบเขตเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมการสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารกับเพื่อน (Friend) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) โดยการเพิ่มเพื่อน โฟสต์ภาพหรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ รวมถึงการสนทนาผ่านการ Chat พร้อมทั้งแสดงความรู้สึกต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกม ส่งเพลง ฯลฯ

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การมีความรู้ความเข้าใจในการเข้าถึงสื่อ มีความสามารถในการวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร สื่อและการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมทำให้สามารถมีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านั้นอย่างฉลาด รอบรู้ รอบคอบเท่าทัน ไม่เกิดผลที่เสียหาย

เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างประวัติส่วนตัวของตนเอง อัปโหลดรูปภาพและวิดีโอ ส่งข้อความ แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร และติดต่อกับเพื่อนในโลกออนไลน์ โดยกำหนดเงื่อนไขผู้ใช้งานจะต้องมีอีเมลที่สามารถใช้งานและเข้าระบบได้

เยาวชน หมายถึง ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ครอบคลุมกลุ่มเยาวชนตามที่ พระราชบัญญัติส่งเสริมและ
ประสานงานเยาวชนแห่งชาติ

การวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาเป็น
แนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสาร (Communication Behavior)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)
3. แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยชิ้นนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยวัดความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ แบบเป็นระบบการวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็น เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ เยาวชนที่ใช้งาน
เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อายุระหว่าง 15-25 ปี และ
อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรทั้งสิ้น
จำนวน 792,779 คน (ข้อมูลจากระบบสถิติทางทะเบียน
ปี 2561 ข้อมูล ณ วันที่ 15 ตุลาคม 2562)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่เยาวชนที่ใช้งาน
เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อายุระหว่าง15-25 ปี
จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ
Taro Yamane (1967) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ
95 และค่าความคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่
เกินร้อยละ 5 หรือ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ให้ได้ขนาดของ
กลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อหา
ข้อมูลในการกำหนดเป็นกรอบแนวความคิดและทดสอบ

สมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ แบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด
ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการ
สื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ
บนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive
Statistics) ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและนำเสนอข้อมูลโดย
ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ของร้อยละ
(Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means) เพื่ออธิบายข้อมูล
เบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential
Statistics) ใช้สถิติการคำนวณค่าความแตกต่างการ
ทดสอบ (T-Test) และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว
(One-way ANOVA) ใช้สถิติคำนวณค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment
Correlation Coefficient)ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ผลสรุปการวิจัย

สรุปผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน
ตามลำดับ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ
อายุ การศึกษา รายได้ และสถานะครอบครัว

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานบนเครือข่ายสังคม
ออนไลน์

ตอนที่ 3 พฤติกรรมสื่อสารบนเครือข่ายสังคม
ออนไลน์ (Facebook) ได้แก่ การเพิ่มเพื่อน

โพสต์ภาพ แสดงความคิดเห็น การสนทนาผ่าน
การ Chat และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกม
ส่งเพลง ฯลฯ

ตอนที่ 4 การรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ การเข้าถึงสื่อ การ
วิเคราะห์ข่าวสาร การตรวจสอบข้อมูล และการ
ตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

5.2 เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

5.3 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.50 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 19-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/ปริญญาโทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.00 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนสูงสุดคืออยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.80 ส่วนใหญ่มีบิดามารดาอยู่ร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 64.80

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ www.Facebook.Com ในแต่ละสัปดาห์ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 89.00 ส่วนใหญ่ใช้บริการ www.Facebook.Com โดยเฉลี่ยในแต่ละวันอยู่ที่ 3 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 41.30

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1) การเพิ่มเพื่อน โดยการสื่อสารบนเฟซบุ๊กโดยการเพิ่มเพื่อน (Add Friend) อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.29

2) โพสต์ภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 โดยรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การสื่อสารโดยการกดถูกใจ (Like) ให้เพื่อนเพื่อเป็นแรงเสริมต่อความสัมพันธ์ของกันและกัน ค่าเฉลี่ย 4.01 สื่อสารโดยการโพสต์ ภาพข้อความ หรือสถานที่ ที่ไปทำกิจกรรมเพื่อให้เพื่อนๆ ทราบ ค่าเฉลี่ย 3.77 และเพื่อนและตัวท่านเข้าใจ

ความรู้สึกซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี เช่นรู้ว่าท่านกำลังโกรธ ไม่สบายใจ หรือไม่พอใจ ค่าเฉลี่ย 3.61

3) แสดงความคิดเห็น ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ ท่านสื่อสารกับเพื่อนโดยการกดแชร์เรื่องที่คิดว่าสนใจให้ทันที เมื่อพบว่ามีความน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 3.79 และท่านใช้เวลาในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ จนเกิดความประทับใจด้วยการโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นใน Timeline ค่าเฉลี่ย 3.55

4) การสนทนาผ่านการ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านสื่อสารกับเพื่อนเพื่อนัดพบทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชื่นชอบ เช่น ดูหนัง ซื้อมีปิ้ง ทานข้าว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 ท่านเริ่มสื่อสารกับเพื่อนด้วยการพูดคุย (chat) ส่งรูปตัวเอง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนท่านสื่อสารโดยการให้เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัวเพื่อให้กำลังใจซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.07

5) การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกม ส่งเพลง ฯลฯ โดยท่านและเพื่อนสื่อสารเพื่อสร้างความคล้อยคลึงของกันและกัน เช่น ส่งเพลง ภาพยนตร์และเกมที่สนใจเหมือนกันให้กับเพื่อน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.71

ตอนที่ 4 การรู้เท่าทันสื่อ

ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1) การเข้าถึงสื่อ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ ท่านอ่านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 3.87 และท่านอ่านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กมากกว่า 1 รอบ ค่าเฉลี่ย 3.69

2) การวิเคราะห์ข่าวสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าท่านสามารถแยกแยะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กได้อย่างถูกต้อง ว่าสิ่งใดจริงสิ่งใดเท็จ ค่าเฉลี่ย 3.90 และท่านมักจะวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กอยู่เสมอดี อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ ส่วนหากรู้ว่าข้อมูลข่าวสารที่คนอื่นแชร์มานั้นไม่ถูกต้อง ท่านจะแก้ไขข้อมูลให้กับกลุ่มสนทนาหรือคู่สนทนาที่อยู่ในระดับปานกลาง 3.43

3) การตรวจสอบข้อมูล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ ท่านจะไม่แชร์หรือโพสต์ภาพ, ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับ หากยังไม่แน่ใจในความถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กท่านจะไม่เชื่อตามทันที ค่าเฉลี่ย 3.75 ท่านมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากแหล่งข่าวอื่น ๆ ค่าเฉลี่ย 3.73 และท่านมักดักเตือนเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด เรื่องการแชร์ภาพ/ข้อมูลต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 3.51

4) การตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ท่านอธิบายได้ว่าเนื้อหาข่าวสารที่สื่อผลิตขึ้นนั้นมีนัยทางธุรกิจการค้าแอบแฝงอยู่ ค่าเฉลี่ย 3.86 และท่านตีความหมาย สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างความหมายผ่านเนื้อหาข่าวสารในเฟซบุ๊กได้ ค่าเฉลี่ย 3.68

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กแตกต่างกัน โดยมีผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่าในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในรายด้านพบความแตกต่างในด้านการเพิ่มเพื่อนโดยเพศชายมีการเพิ่มเพื่อนมากกว่าเพศหญิง ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

2. เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่าเยาวชนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแตกต่างกัน ในภาพรวม ด้านการสนทนาผ่านการ Chat และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกม ส่งเพลง ฯลฯ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง โดยพบว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 19-22 ปี มีพฤติกรรมที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี

3. เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขต

กรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

4. เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ พบความแตกต่างในภาพรวมและรายด้านในด้านการเพิ่มเพื่อน การสนทนาผ่านการ chat และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกม ส่งเพลง ฯลฯ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่าเยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 ต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 และเยาวชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 แตกต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001

5. เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพของครอบครัว ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 2 เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน โดยมีผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่ามีความแตกต่างกันในภาพรวม ด้านการเข้าถึงสื่อ และด้านการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร

2. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบความแตกต่างในภาพรวม และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ในด้านที่พบความแตกต่าง พบว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 15-18 ปี มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างจากเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี และอายุ 19-22 ปี มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขต

กรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

4. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ พบความแตกต่างในด้านการตรวจสอบข้อมูล ส่วนด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบรายคู่ ในด้านที่มีความแตกต่างกัน พบว่าเยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ห่างจากเยาวชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 และมากกว่า 10,001 บาท นอกจากนี้ เยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รู้เท่าทันสื่อแตกต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพของครอบครัว ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน พบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกประเด็นที่จะมานำมาอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นที่เห็นว่ามีผลสำคัญดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่องของการโพสต์ภาพ การแสดงความคิดเห็น และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ ส่วนการเพิ่มเพื่อนและการสนทนาผ่านการ Chat อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสถิติการใช้เฟซบุ๊ก โดยประเทศไทยมีผู้ใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับ 8 ของโลก อยู่ที่ 47 ล้านบัญชี (สถิติและพฤติกรรมการใช้ social media, 2020) สอดคล้องกับผลการวิจัยของพงศ์เทพ แก้วเสถียร (2557) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่า การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับเล่นเฟซบุ๊กในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบุญอยู่ ขอพร

ประเสริฐ (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่ ใช้สนทนา (Chat) กับเพื่อน และใช้เขียนแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนในโอกาสต่าง ๆ การกด Like เอาใจเพื่อน การอัปโหลด (Up Load) ภาพต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน การโพสต์ข้อความเล่าเรื่องต่างๆ การติดตามข่าวประจำวัน การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่าการแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ (Comment) และการสร้างอัลบั้มรูป จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าเฟซบุ๊กเป็นสื่อใหม่ที่ได้รับการนิยมนิยมในประเทศไทยในปัจจุบันโดยเฉพาะในระดับเยาวชนซึ่งมีบทบาทในการเป็นพื้นที่เพื่อการสำรวจหรือค้นหา แสดงออก และทดสอบอัตลักษณ์ของเยาวชนรวมทั้งมีบทบาทสำคัญในการขัดเกลาทางสังคมแก่เยาวชน ดังที่บัคคิงแฮม (Buckingham, 2007) กล่าวว่าสื่อใหม่สร้างความตื่นตาตื่นใจและนำความหวาดกลัวเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อเด็กและเยาวชน

2. การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ทั้งการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์ข่าวสาร การตรวจสอบข้อมูล และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหา ถือเป็นคุณสมบัติของเยาวชนในศตวรรษที่ 21 ที่สามารถเลือกรับ วิเคราะห์ ประเมิน และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถจะควบคุมสื่อได้ เพราะรู้ว่าจะจัดการกับสารต่าง ๆ ที่เข้ามาได้อย่างไร ใช้มุมมองใดในการอ่าน และวิเคราะห์ (Potter, 2008) สอดคล้องกับผลการวิจัยของพงศ์เทพ แก้วเสถียร (2557) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่าการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหาดใหญ่สามารถรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตในระดับสูง อาจเพราะปัจจุบันมีการเสพสื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ และมีหน่วยงาน กลุ่มบุคคลต่าง ๆ เช่น ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ ต่างก็ให้ความสำคัญกับการสอดส่องดูแลเยาวชนอย่างใกล้ชิด ทั้งมีกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นทั้งในทางที่สร้างสรรค์และทางเสื่อมเสียเผยแพร่ให้รับทราบกันโดยทั่วไปล้วนมีส่วนช่วยให้เยาวชนมีจิตสำนึกที่ดีขึ้น มีวิจารณญาณมากเพียงพอที่สามารถตัดสินใจเลือกได้ว่า จะเข้าชมหรือปฏิเสธในการรับสื่อ ดังนั้นการที่เยาวชนรู้เท่าทันสื่อด้วยความมีสติ มีความยับยั้งชั่งใจสามารถแยกแยะได้ว่า

สิ่งใดถูกและสิ่งใดไม่ถูกต้อง ไม่ควรเลียนแบบหรือนำมาเป็นแบบอย่าง ถือว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตในโลกยุคปัจจุบัน

3. เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันโดยเยาวชนที่เป็นเพศชายรู้เท่าทันสื่อ ค่าเฉลี่ย 3.82 มากกว่าเยาวชนที่เป็นเพศหญิง ค่าเฉลี่ย 3.68 นอกจากนี้ยังพบว่าเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ แตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกัน โดยเยาวชนกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่ามีการรู้เท่าทันสื่อที่มากกว่าเยาวชนที่มีอายุมากกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเยาวชนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 15-18 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนจะได้รับการปลูกฝังการรู้เท่าทันสื่อจากโรงเรียน ถือว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะเยาวชนในโลกยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคที่สื่อมีอิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติ และเยาวชนใช้เวลาในแต่ละวันจำนวนมากกับสื่อ จึงทำให้มีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก แตกต่างจากเยาวชนกลุ่มที่มีอายุสูงซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีอิสระในการคิดด้วยตนเองมากกว่า

4. พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนโดยพบว่า มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน สอดคล้องกับงานวิจัยของศตพล เกิดอยู่ (2558) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งพบว่าพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ โดยเป็นความสัมพันธ์กันทางบวก จะเห็นได้ว่ากลุ่มเยาวชนและกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์มีความสนใจสื่อออนไลน์ และมีพฤติกรรมการใช้สื่อที่คล้ายคลึงกัน และส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มมีทัศนคติที่ดี โดยจะเห็นได้จากความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการสื่อสารและการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ฉะนั้นทุกวัยย่อมต้องการติดต่อสื่อสาร ที่มีความรวดเร็ว ฉับไว กว้างทันในและสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งสื่อออนไลน์ได้เข้ามาตอบโจทย์ เพราะสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยไร้ขอบเขตและข้อจำกัดของสถานที่และ

เวลา ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหากใช้อย่างรู้เท่าทันสื่อ ย่อมส่งผลดีต่อการดำเนินงานในชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่ เนื่องจากเข้าถึงง่าย สะดวก และรวดเร็ว เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ เข้าใจ และสามารถใช้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก และมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันแต่เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตามอายุของเยาวชนจะพบว่าเยาวชนกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่ามีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าเยาวชนกลุ่มที่มีอายุมากแต่ก็ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก โดยกลุ่มเยาวชนที่มีอายุ 15-18 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.87 กลุ่มเยาวชนที่มีอายุ 19-22 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.78 และกลุ่มเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.60 อย่างไรก็ตามในกลุ่มเยาวชนที่มีอายุมากโดยเฉพาะในกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 23 – 25 ปี ควรมีการให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้ในการใช้งานเฟซบุ๊ก อยู่เป็นช่วง ๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างความตระหนักรู้หรือให้รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษากับกลุ่มเยาวชนที่มีอายุ 15-25 ปี และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยเรียนเท่านั้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าหากได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องภูมิฐานะ อายุ และอาชีพ เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกหรือศึกษาเชิงเปรียบเทียบ จะสามารถเห็นภาพสถานการณ์ของพฤติกรรมการใช้ และระดับการรู้เท่าทันสื่อในแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้นซึ่งจะก่อให้เกิดผลการศึกษาใหม่ ๆ ที่แตกต่างออกไป

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณซึ่งเป็นกระบวนการที่มีมุมมองตามทฤษฎีที่กำหนดไว้แล้วหรือมีผู้ศึกษาไว้แล้ว และอาจจะทำให้ละเอียดบริบทของประเทศไทยไปบ้าง โดยเฉพาะในเรื่องของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อซึ่งเป็นเรื่องละเอียดอ่อน หากใช้วิธีการเชิงคุณภาพร่วมศึกษาวิจัยด้วยอาจจะได้ทราบพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อที่เป็นไปตามบริบทของประเทศไทยที่ชัดเจนขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.(2561). สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 ตุลาคม 2562. แหล่งที่มา <https://blog.ourgreenfish.com/th/สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต>
- ระบบสถิติทางการทะเบียน.(2561). จำนวนประชากรแยกอายุ. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 ตุลาคม 2562. แหล่งที่มา http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ.(2557). พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกริก.
- พงศ์เทพ แก้วเสถียร.(2557). การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. พัฒนาสังคม คณะศิลปศาสตร์และศึกษาศาสตร์.
- พรขพล มังกรพิศม์. (2553). *Blackberry social network. device master*. Brandage.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์.(2553). รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศตพล เกิดอยู่. (2558). ทศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถิติและพฤติกรรมการใช้ social media ทั่วโลก Q1.(2020). วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มีนาคม 2563. แหล่งที่มา <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020/>
- เสาวภาคย์ แผลมเพชร. (2559). พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 30(93). 116-130.

ภาษาอังกฤษ

- Buckingham, D. (2007). *Youth, identity, and digital media*. Combridge, MA: MIT Press
- Potter J. (ed.) (2008). *Entrepreneurship and Higher Education*. OECD, Paris.
- Yamane,Taro.(1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Third edition. New york : Harper and Row Publication.