



รายงานการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและ
การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

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



โดย

นันทิการ์ จิตรingham

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ชื่องานวิจัย: พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและการรู้เท่าทันสื่อของ
เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้วิจัย: นันธิการ์ จิตเรียงาม

ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก
ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
เปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขต
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากร เพื่อเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคม
ออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากร และเพื่อศึกษา
ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อของ
เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ เยาวชนที่
ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ช่วงอายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่ม
ตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลโดย
ตารางแจกแจงความถี่

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่
ในช่วง 19-22 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กเป็นประจำทุก
วัน ด้านพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การ
โพสต์ภาพ การแสดงความคิดเห็น รองลงมา คือการเพิ่มเพื่อน การสนทนาผ่านการแชท และการทำ
กิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ และด้านการรู้เท่าทันสื่อ ผลการวิเคราะห์การ
รู้เท่าทันสื่อพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์ข่าวสาร การ
ตรวจสอบข้อมูล และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า
1) เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่
แตกต่างกัน 2) เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบน
เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน 3) พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมี
ความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน พบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการสื่อสาร การรู้เท่าทันสื่อ เฟซบุ๊ก เยาวชน

Research Title: Bangkok Youth's Communication Behaviors on the Social Media Site, Facebook and Their Media Literacy
Researcher: Nuntika Jitreengam
Year: 2020

Abstract

The objectives of this research are three-fold 1) to study Bangkok youth's communication behaviors on the social media site called Facebook and to study their media literacy 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. The participants of the research are 400 youths who use Facebook aged 15-25 years old 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, youth with different characteristics of population did not exhibit different communication behaviors on Facebook. 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 .05.

Keywords: communication behaviors, media literacy, Facebook, youth

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความเมตตาของรองศาสตราจารย์อวยพร พานิช และผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนีย์ คำเกิงศักดิ์ ซึ่งกรุณาช่วยเหลือให้คำปรึกษา อีกทั้งช่วยผลักดันให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสทำงานชิ้นนี้ ขอกราบขอบพระคุณยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัวอันเป็นที่รักยิ่งของผู้วิจัย ที่ให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน อีกทั้งเป็นกำลังใจและแรงบันดาลใจที่สำคัญ

ขอขอบคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะนิเทศศาสตร์ ที่ให้ความช่วยเหลือคอยให้คำปรึกษา และเป็นกำลังใจที่ดีให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามทุกท่าน



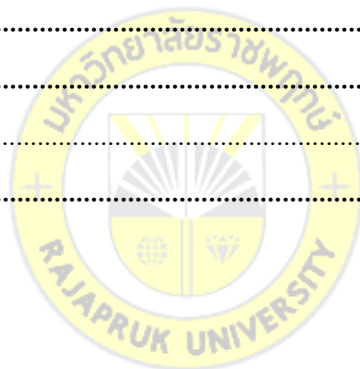
นันธิการ์ จิตรingham
มิถุนายน 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.4 สมมติฐานการวิจัย	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior)	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)	14
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	27
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	27
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	31
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	33
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)	35
ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อ.....	38
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน.....	40
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	54
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	54
5.2 อภิปรายผล	59
5.3 ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม.....	62
ภาคผนวก	65
แบบสอบถาม.....	66
ประวัติผู้วิจัย	71



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	33
4.2 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	33
4.3 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	34
4.4 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	34
4.5 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานะทางครอบครัว	34
4.6 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยในการใช้ บริการ www.facebook.com ในแต่ละสัปดาห์	35
4.7 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ท่านใช้ บริการ www.facebook.com โดยเฉลี่ยในแต่ละวัน	35
4.8 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook)	36
4.9 ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อ	38
4.10 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	40
4.11 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	41
4.12 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ภาพรวม	41
4.13 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านการสนทนาผ่านการ Chat	42
4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่ง เพลง ฯลฯ	42
4.15 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊กของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา	43
4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ภาพรวม.....	44
4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร	44
4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคม ออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการสนทนาผ่าน การ Chat.....	45
4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ	45
4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะ ครอบครัว.....	47
4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ.....	48
4.23 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	48
4.24 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ภาพรวม	49
4.25 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร	49
4.26 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา	50
4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้	50
4.28 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการตรวจสอบข้อมูล	51
4.29 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะครอบครัว	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	53



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	26



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาก้าวหน้าไปมาก ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทั้งสังคมภายในประเทศและระหว่างประเทศของเทคโนโลยีทางการสื่อสารทำให้คนในสังคมติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กันได้โดยง่ายและสะดวกรวดเร็ว โดยปราศจากข้อจำกัดของเรื่องเวลาและสถานที่ จึงทำให้สังคมโลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ที่เสมือนการเชื่อมโลกไว้อย่างไร้พรมแดน

ในยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ต (Internet) นับว่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น จนกลายเป็นการสื่อสารสมัยใหม่ที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันโดยมีส่วนช่วยทั้งในเรื่องการศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร ความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้อินเทอร์เน็ตมีความเติบโตและมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นทุกวัน มีการพัฒนาช่องทางใหม่ ๆ บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นมากมาย ดังเช่นเว็บไซต์ในรูปแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networking) ในปัจจุบันมีผู้ใช้งานทั่วโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นหนึ่งในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่มีผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีผู้ใช้งานไม่ต่ำกว่า 400 ล้านคนต่อเดือน และกลายเป็นเว็บไซต์ Social Networking ที่ใหญ่ที่สุดในโลก (พรระษพล 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 มีอัตราจำนวนผู้ใช้งานเติบโตอย่างรวดเร็วจากการสำรวจของเฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า ผู้ใช้งาน (Active Users) ที่มีจำนวนสูงสุดคือ กลุ่มอายุ 18-25 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ขณะที่กลุ่มที่ใช้งานเป็นอันดับ 2 คือ กลุ่มอายุ 26-34 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง (www.allfacebook.com อ้างในภัทรา เรื่องสวัสดิ์, 2553) ทั้งนี้ ในกลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นวัยรุ่นมีการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่นมาก เทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างเครือข่ายสังคม

ออนไลน์แบบเฟซบุ๊ก (Facebook) นั้นมีข้อดีคือ การความสัมพันธ์ทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะแต่การสนทนาซึ่งกันและกันเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนลดช่องว่างทางระยะทางและเวลา เพราะทำให้เราได้พบเพื่อนใหม่รวมถึงพบเพื่อเก่า ๆ ที่ไม่ได้ติดต่อกันเป็นเวลานาน ทำให้การสื่อสารง่ายและรวดเร็วมากขึ้น โดยไม่ใช่แค่การรู้จักกันในกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น และยังทำให้เกิดการสื่อสารถึงกันครอบคลุมทั่วโลก ซึ่งหากมองในแง่ของความเป็นสื่อสมัยใหม่นั้น เฟซบุ๊ก (Facebook) เปรียบเสมือนการย่อโลกให้เล็กลง การสื่อสารมีความทันสมัยรวดเร็วและมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น และเป็นข้อถกเถียงทางสังคมถึงผลกระทบในปัญหาต่าง ๆ มากมาย เช่น ปัญหาเรื่องสิทธิส่วนบุคคล การละเมิด การทะเลาะวิวาท การใช้คำพูดและการนำรูปที่ไม่เหมาะสมลงในเว็บไซต์ รวมถึงการใส่ข้อมูลในเชิงไม่สร้างสรรค์ ปัญหาเรื่องศาสนา เรื่องเพศ หรือแม้กระทั่งการหลอกลวงต่าง ๆ เป็นต้น (บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ, 2557)

ดังนั้นผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนที่มีการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพื่อให้เยาวชนมีทักษะการคิดที่ดี สามารถคิดอย่างมีวิจารณญาณ โดยสามารถเข้าใจ วิเคราะห์ ตีความ ประเมินสื่อและสิ่งที่ได้รับจากสื่อ ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อ ตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคลและสังคมรู้จักเลือกรับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชนและสังคม

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.2.2 การรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.2.3 เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.2.4 เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.2.5 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.2 เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.3 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากร

1.3.4 เพื่อเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากร

1.3.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

1.4.2 เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

1.4.3 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ระบุขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและการรู้เท่าทันสื่อ ได้กำหนดเป็นตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

ตัวแปรต้น: พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของคนเยาวชน ประกอบด้วย การเพิ่มเพื่อน โพสต์ภาพ แสดงความคิดเห็น การสนทนาผ่านการ Chat และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ

ตัวแปรตาม: การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์ข่าวสาร การตรวจสอบข้อมูล และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นเยาวชนที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อายุระหว่าง 15-25 ปี ทั้งชายและหญิง ซึ่งมีประชากรทั้งสิ้นจำนวน 792,779 คน (ข้อมูลจากระบบสถิติทางการทะเบียนปี 2561 ข้อมูล ณ วันที่ 15 ตุลาคม 2562)

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนมิถุนายน 2562 – เดือนพฤษภาคม 2563 โดยวางแผนแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ.2562 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยนี้กำหนดขอบเขตเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 พฤติกรรมการสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารกับเพื่อน (Friend) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) โดยการเพิ่มเพื่อนโพสต์ภาพหรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ รวมถึงการสนทนาผ่านการ Chat พร้อมทั้งแสดงความรู้สึกต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ

1.6.2 การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การมีความรู้ความเข้าใจในการเข้าถึงสื่อ มีความสามารถในการวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร สื่อ และการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมทำให้สามารถมีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้อย่างฉลาด รอบรู้ รอบคอบเท่าทัน ไม่เกิดผลที่เสียหาย

1.6.3 เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้สามารถสร้างประวัติส่วนตัวของตนเอง อัปโหลดรูปภาพและวิดีโอ ส่งข้อความ แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร และติดต่อกับเพื่อนในโลกออนไลน์ โดยกำหนดเงื่อนไขผู้ใช้จะต้องมีอีเมลที่สามารถใช้งานและเข้าระบบได้

1.6.4 เยาวชน หมายถึง ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารและการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และเป็นแนวทางในการวางแผนทำงานด้านโฆษณาหรือวางแผนการตลาดให้เหมาะกับผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเยาวชน

1.7.2 สามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับหามาตรการป้องกันและส่งเสริมให้เยาวชนสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้อย่างฉลาดและรู้เท่าทันสื่อ

1.7.3 เพื่อนำผลการวิจัยมาบูรณาการกับการเรียนการสอนทางนิเทศศาสตร์ ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบและแนวคิดในการศึกษาดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior)

พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ที่มีลักษณะบ่งบอกว่าเป็นเครื่องสื่อความหมาย โดยอาศัยกระบวนการถ่าย ทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้สึกนึกคิด ทักษะคติ ตลอดจนประสพการณ์ระหว่างกันและกัน เพื่อวัตถุประสงค์หลัก คือ ความเข้าใจร่วมกัน (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2531) ซึ่งมีพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ดังนี้

2.1.1 พฤติกรรมกรรมการสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ กล่าวคือ การแสดงออกซึ่งการติดต่อสื่อความหมายของมนุษย์ในสังคม มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่มีจุดเริ่มต้น และสิ้นสุด อีกทั้งไม่มีขอบเขตอย่างแน่ชัด ผู้ร่วมกระทำการสื่อสารทั้งสองฝ่าย คือฝ่ายผู้ส่งสาร และผู้รับสารต่างสลับเปลี่ยนบทบาทสลับไปมาโดยอัตโนมัติ ต่างฝ่ายต่างแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบ และตอบสนองระหว่างกันและกันจนกระทั่งเกิดความเข้าใจร่วมกันดังนั้น กระบวนการแห่งพฤติกรรมกรรมการสื่อสารจึงเกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นวงจรต่อเนื่องกันไปตลอดเวลาจนบางครั้งเราอาจไม่รู้สึกรู้สีก้าวหรือตระหนักว่าตนเองกำลังทำกิจกรรมด้านการสื่อสารอยู่วงจรของกระบวนการพฤติกรรมกรรมการสื่อสารประกอบด้วยพฤติกรรมกรรมการเข้ารหัส (Encoding behavior) พฤติกรรมกรรมการถ่ายทอดและการรับ (Transmitting and receiving behavior) พฤติกรรมกรรมการถอดรหัส (Decoding behavior) และพฤติกรรมกรรมการตีความหมาย (Interpretive behavior)

2.1.2 พฤติกรรมกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา กระบวนการทางสังคมและกระบวนการทางวัฒนธรรม การกระทำหรือการแสดงออกซึ่งกิจกรรมด้านการติดต่อสัมพันธ์ของมนุษย์ จึงเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนยากแก่การคาดหมายเฉพาะเนื้อหาสาระ

ของสารซึ่งเป็นตัวกระตุ้นเท่านั้น แต่ผู้ร่วมกระทำการสื่อสารจะสร้างหรือกำหนดความหมายไปตามลักษณะปัจจัยด้านจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความทรงจำ ความหวัง ทศนคติ ความกลัว เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีแรงกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล อัน ได้แก่ กรอบแห่งการดำรงชีวิตในสังคม ซึ่งหมายถึง ปทัสถาน จารีตประเพณี จรรยาบรรณ กฎหมาย วัฒนธรรม เป็นต้น ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกตัวบุคคลเหล่านี้ล้วนเป็นตัวกระตุ้น หรือแรงผลักดันให้การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมสื่อสารเป็นไปตามกรอบแห่งการเรียนรู้ การรับรู้ อารมณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม ฯลฯ ทำให้ผลตอบสนอง พฤติกรรมการสื่อสาร เป็นไปตามลักษณะเฉพาะตัวบุคคลหรือเฉพาะกลุ่มสังคม ตัวอย่างเช่น บางคนหรือบางกลุ่มสังคมมีบุคลิกลักษณะพร้อมที่จะเปิดตัวในการติดต่อสื่อสาร ยอมรับข่าวสาร ความรู้ และแนวคิดใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งมีแนวโน้มที่พร้อมจะแพร่กระจายข่าวสาร และถ่ายทอดไปสู่บุคคลอื่น แต่ในทางตรงกันข้าม บางคนหรือบางกลุ่มสังคมอาจจะมีลักษณะเฉื่อยชาต่อการติดต่อสื่อสาร ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดใหม่ ๆ ที่ขัดต่อความเชื่อถือ ค่านิยมที่ยึดมั่นอยู่ดั้งเดิม บางครั้งพฤติกรรมการสื่อสารจึงมีผลตอบสนองไปในทางที่ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้กระทำ การสื่อสารไม่มีกรอบแห่งการอ้างอิงและประสบการณ์ร่วมกัน

2.1.3 พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร หมายถึงว่า กระบวนการสื่อสารมิได้เกิดขึ้นในบรรยากาศที่ว่างเปล่าแต่เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์ หรือสภาพแวดล้อมภายนอกกระบวนการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเมือง เศรษฐกิจ ฯลฯ ดังนั้นพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล จะเกิดขึ้นหรือไม่ ด้วยสาเหตุประการใดและมีผลในลักษณะใดบ้าง ขึ้นอยู่กับปัจจัยและความผันแปรของปัจจัยสภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์ภายนอกกระบวนการสื่อสารด้วยส่วนหนึ่ง ปัจจัยดังกล่าวนี้เช่น ด้านสรีระ เวลา โอกาส ระยะทาง การเงิน ฯลฯ จึงมีส่วนสำคัญยิ่งต่อการส่งเสริมหรือสกัดกั้นต่อการสื่อสาร

2.1.4 พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณและจากการเรียนรู้ทางสังคม กล่าวคือ คนเราทุกคนมีสัญชาตญาณที่ต้องการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการสื่อสารมาโดยกำหนดตามธรรมชาติของมนุษย์ชาติ นับตั้งแต่วินาทีแรกที่ลืมตาดูโลก เด็กทารกส่งเสียงร้องเพื่อเป็นการบอกกล่าวอะไรบางอย่าง เช่น หิว ง่วงนอน ปวดท้อง เป็นต้น ครั้นเมื่อเติบโตขึ้น เด็ก ๆ จะเริ่มเรียนรู้และจดจำแบบอย่างการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการสื่อสารจากแม่บทบางสังคมเริ่มตั้งแต่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิด เช่น บิดามารดา ครูอาจารย์ เพื่อนฝูง เป็นต้น อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า โครงสร้างและส่วนประกอบของระบบสังคม ต่างมีส่วนในการเตรียมและกำหนดรูปแบบแห่งพฤติกรรมการสื่อสาร เพื่อให้สมาชิกในสังคมนั้นได้เรียนรู้และถือเป็นแนวทางปฏิบัติสืบทอดกันไป เช่น การพนมมือไหว้เพื่อแสดงความเคารพ ทักทาย หรือขอบคุณ เป็นต้น

รูปแบบของกระบวนการการเกิดพฤติกรรมสื่อสาร

การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในสังคมเป็นพฤติกรรมทางสังคมซึ่งจำแนกเป็นกระบวนการใน 2 ลักษณะ คือ (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2531)

1. พฤติกรรมการปกปิด (Covert Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสารที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอก เกิดจากกระบวนการภายในตัวบุคคล เกี่ยวข้องกับระดับสติปัญญา จิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ พฤติกรรมการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวนี้ จัดว่าเป็นพฤติกรรมภายใน ซึ่งมีได้แสดงออกมาอย่างเปิดเผยให้สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ในการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับโครงการใหม่ของบริษัท พนักงานผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนต่างนั่งฟังประธานอธิบายด้วยท่าที่ดั่งอกตั้งใจ แต่ไม่มีใครสามารถทราบว่าแต่ละคนกำลังคิดอะไรอยู่ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ตัดสินใจให้ความร่วมมือหรือตั้งใจจะขัดขวางโครงการ เป็นต้น

2. พฤติกรรมการเปิดเผย (Over behavior) หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสารที่สามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอกเกิดจากกระบวนการที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์เหตุการณ์หรือสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม อันเป็นผลที่ทำให้พฤติกรรมการสื่อสารปรากฏออกมาในรูปแบบที่สามารถเห็นได้ เช่น พฤติกรรมการพูด การเขียน การหัวเราะ การแสดงสีหน้าและการแต่งกาย เป็นต้น

รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารใน 2 ลักษณะดังกล่าวนี้ แท้จริงเกิดจากกระบวนการที่มีความต่อเนื่องและสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้ง อีกทั้งไม่มีหลักฐานชี้บ่งอย่างชัดเจนว่าเป็นกระบวนการที่เป็นอิสระจากกัน บางครั้งพฤติกรรม 2 รูปแบบนี้เกิดขึ้นในลักษณะที่สอดคล้องต้องกันแต่ในบางครั้งนี้มีความขัดแย้งกันอยู่ในตัว ดังที่เราพบเห็นกันอยู่เป็นประจำในกรณีที่ปากกับใจของคนเราไม่ตรงกัน เช่น การพูดชมว่า “วันนี้เธอแต่งตัวสวยสดใสดีจริง” แต่ภายในใจของคนพูดนั้นไม่มีใครทราบว่าเขากำลังคิดอะไรอยู่ อาจจะคิดตรงกับคำชม หรืออาจจะคิดในใจว่า “คนอะไรแต่งตัวสีฉูดฉาดไม่เหมาะสมกับสีผิวของตนเองเลย”

รูปแบบของบริบทแห่งพฤติกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมการสื่อสารของคนเราเกิดขึ้นภายใต้บริบท ซึ่งหมายถึงสภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์ที่ระดับความซับซ้อนแตกต่างกัน ทำให้การแสดงออกซึ่งกิจกรรมการติดต่อสื่อความหมายของมนุษย์มีรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามบริบทได้ 3 ลักษณะใหญ่ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการสื่อสารภายในตัวบุคคล หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสารกับตนเองภายใต้สภาพการณ์แห่งกระบวนการคิด การตีความ การจดจำ เกี่ยวกับปรากฏการณ์และสรรพสิ่งต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลรับรู้ แล้วนำไปเชื่อมโยงกับประสบการณ์ที่เดิมสะสมอยู่ภายในสมอง เกิดเป็นกรอบแห่งความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ฯลฯ ในรูปแบบใหม่ หรือการย้ายสิ่งเดิมที่มีอยู่ในกรอบแห่งความคิดให้มั่นคงยิ่งขึ้น พฤติกรรมการสื่อสารโดยทั่วไปจึงเริ่มต้นจากการจัดลำดับความคิดภายในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เพื่อทำการเรียบเรียงออกมาเป็นถ้อยคำในภาษาพูด หรือข้อความในภาษาเขียน ซึ่งต้อง

ผ่านกระบวนการเลือกสรรและจัดสิ่งที่ไม่ต้องการ ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนกำหนดให้พฤติกรรมการสื่อสารภายในตัวบุคคลในด้านระดับสติปัญญา บุคลิกภาพและจิตวิทยาบุคคล พฤติกรรมการสื่อสารภายในตัวบุคคลที่พบเห็นเสมอ เช่น การคิดคำนึงกับตนเอง การพูดรำพึงดัง ๆ กับตนเอง เป็นต้น

2. พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ปกติคนเรามีได้หยุดความคิดไว้กับตนเองเพียงลำพัง สภาพการณ์ทางสังคมมีส่วนผลักดันให้คนเราปรารถนาที่จะกระทำการเปลี่ยนข่าวสารกับคนอื่น ๆ โดยอาศัยเครื่องหมาย สัญญาณหรือสัญลักษณ์ เป็นรหัสในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในรูปแบบของภาษาพูด ภาษาเขียน ซึ่งจัดว่าเป็นวจนสาร แต่ในบางครั้งคนเราอาจติดต่อกันด้วยอวจนสาร เช่น สีหน้า ท่าทาง สีของเสื้อผ้า กลิ่นน้ำหอม ฯลฯ ควบคู่กันไปด้วยสภาพการณ์หรือสภาพแวดล้อมของการสื่อสารระหว่างบุคคลเริ่มต้นจากความสัมพันธ์ของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป จนถึงกลุ่มบุคคล กลุ่มสาธารณชน องค์กรและสถาบันซึ่งปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปทั้งในรูปแบบของการสื่อสารเฉพาะหน้าและการสื่อสารโดยผ่านสื่อชั้นกลาง (ยกเว้นสื่อมวลชน) เช่น การเขียนจดหมายติดต่อกัน การโทรศัพท์ โทรเลข ฯลฯ

3. พฤติกรรมการสื่อสารมวลชน เมื่อสังคมมีลักษณะขยายตัวประกอบกับความเจริญก้าวหน้าด้านวิทยาการและเทคโนโลยี ทำให้รูปแบบการสื่อสารพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป เพื่อความเหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะสภาพการณ์ทางสังคมใหม่ การสื่อสารได้ขยายขอบเขตไปสู่มวลชนจำนวนมาก ทั้งภายในและภายนอกสังคมนั้น โดยผ่านทางช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็วซึ่งเรารู้จักกันดีในนามของสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น สื่อมวลชนดังกล่าวนี้ สามารถนำสารไปสู่มวลชนทุกคนทุกแห่งได้พร้อมกันทันทีหรือเกือบพร้อมกันการแสดงออกซึ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสารทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่สามารถกระทำการโต้ตอบโดยตรงได้ทันที ส่วนใหญ่เป็นการโต้ตอบโดยผ่านสื่อกลางจอห์น เมอร์ริลล์ และราล์ฟ โลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 อ้างถึงใน องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์, 2539) ได้แสดงความเห็นว่าพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและข่าวสารของบุคคลมีแรงผลักดันที่เป็นปัจจัยพื้นฐาน มาจากปัจจัย ดังนี้

3.1. ความเหงา: เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่เชื่อว่า มนุษย์ไม่ชอบที่จะอยู่โดยเดียวตามลำพังต้องการเพื่อต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิดกกังวลหวาดกลัว ไม่อยากถูกเมินเฉยจากสังคม จึงจอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์กันเท่าที่โอกาสอำนวย หากไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

3.2. ความอยากรู้อยากเห็น: เป็นสัญชาตญาณและเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตน สื่อประเภทต่าง ๆ จึงเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร โดยปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่

ใกล้ตัวเองมากที่สุด ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิดหรือการกระทำ ซึ่งมีผลต่อตนเองทั้งทางตรง ทางอ้อม หรือเป็นผลกระทบต่อผู้อื่น

3.3 ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง: โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์มีความเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสดงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ เพื่อให้ข่าวสารที่ได้เสริมบารมี และเพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ความสุขกายสบายใจ ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ ทางการจรรโลงจิตใจหรือแม้แต่ความคิด ก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่น ๆ

3.4 สาเหตุจากตัวสื่อ ซึ่งกระตุ้นชี้นำจนทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวสารนั้น ๆ จากสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนและทำให้เกิดความพึงพอใจ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

จากรูปแบบของกระบวนการการเกิดพฤติกรรมสื่อสารทั้งสองรูปแบบ ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน โดยผู้วิจัยนำแนวคิดพฤติกรรมบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาและการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) คือพฤติกรรมเปิดเผย (Over behavior) เป็นพฤติกรรมสื่อสารที่สามารถสังเกตได้จากภายนอกเกิดจากกระบวนการที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์เหตุการณ์หรือสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม อันเป็นผลที่ทำให้พฤติกรรมสื่อสารปรากฏออกมาในรูปแบบที่สามารถเห็นได้ โดยจะศึกษาประเด็นของ “พฤติกรรมสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

2.2 แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) คือ ความสามารถที่แต่ละบุคคลจะเปิดรับสื่อมีความเข้าใจ และสามารถวิพากษ์ ไตร่ตรอง รู้ว่า ภาพ กราฟิก หรือเสียงที่ถ่ายทอดออกมาผ่านสื่อ เกิดการทำงานร่วมกันอย่างไร และตีความเนื้อหาออกมาได้หลากหลาย ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ เพื่อให้บุคคลนั้น ๆ ไม่ตกอยู่ภายใต้การครอบงำและใช้งานสื่ออย่างเป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันอย่างเท่าทัน โดยหลักการเบื้องต้นของการรู้เท่าทันสื่อ นั้น เริ่มมาจากการเข้าไปมองตัวสื่อ โดยมองว่าเนื้อหาที่สื่อได้สร้างขึ้นไม่ได้สะท้อนความเป็นจริงออกมาทั้งหมด หากแต่ถูกประกอบสร้าง แต่งเติมขึ้นมา เช่น ใช้เทคนิคพิเศษ แสง สี เป็นต้น

อีกทั้งสื่อยังเป็นตัวแทนของการสร้างภาพความเป็นจริง กล่าวคือ เราจะเห็นภาพหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ มากมายที่เกิดขึ้นในโลกจากสื่อ สื่อจะเป็นตัวแทนที่ในการถ่ายทอดภาพ หรือ

เหตุการณ์เหล่านี้ออกมา ซึ่งการถ่ายทอดนี้จะถูกผลิต ตีความ และสรุปออกมาโดยสื่ออื่น ๆ เสมือนเป็นการสร้างภาพความจริงตามที่ต้องการให้เป็น แต่อย่างไรก็ตามในหลักการเบื้องต้นการรู้เท่าทันสื่อนี้ ก็ยังมองว่า แม้ว่าสื่อจะนำเสนอหรือถ่ายทอดสิ่งใดออกมา แต่ก็ยังเชื่อว่าผู้รับสารก็มีภาพหรือทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ อยู่ก่อนแล้ว ฉะนั้นจึงเกิดการต่อรองทางความหมายระหว่างสิ่งที่ตนคิดกับสิ่งที่สื่อคิด จนท้ายที่สุดว่าจะเลือกรับความหมายแบบไหน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคล ที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้สารที่สื่อส่งออกมาอาจมีการแฝงนัยทางธุรกิจการค้า หรืออาจมีอุดมการณ์ค่านิยมบางประการแฝงอยู่ เช่น ค่านิยมในการดำเนินชีวิตบางประการ สังคมที่ชายเป็นใหญ่ เป็นต้น รวมทั้งสื่อยังมีบทบาทมากในทางการเมือง ในการถ่ายทอดอุดมการณ์ทางการเมืองออกมา และสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ เช่น การเสนอข่าวความขัดแย้งทางการเมืองของกลุ่ม สื่อสื่ออุดมการณ์ทางประชาธิปไตย เป็นต้น (อุณาโลม จันทรรัฐมณีกุล, 2549)

ฉะนั้นจากหลักการที่กล่าวมาเป็นการมองสื่อและสารในสื่อ ที่พยายามแฝงนัยยะและให้ความหมายบางประการออกมา ผลิตสร้างจนกลายเป็นค่านิยมหนึ่งในสังคม ดังนั้นสิ่งสำคัญคือประชาชน ผู้รับสาร จำเป็นจะต้องเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน เท่าทันในสื่อแต่ละประเภท เท่าทันในสารที่ส่งมา ไม่ตกเป็นทาสหรือถูกครอบงำโดยง่าย และใช้เหตุผลไตร่ตรองในสารที่เปิดรับ การรู้เท่าทันสื่อจึงจำเป็นและสำคัญมากในปัจจุบันที่มีการไหลของข่าวสารออกไปได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว

ซึ่ง Potter (2008) กล่าวว่า บุคคลที่มีการรู้เท่าทันสื่อดีจะควบคุมสื่อได้มากกว่า เพราะรู้ว่าจะจัดการกับสารต่าง ๆ ที่เข้ามาได้อย่างไร ใช้มุมมองใดในการอ่าน วิเคราะห์ แต่สำหรับคนที่ไม่มีความรู้ในสื่ออย่างดี ทำให้โครงสร้างความรู้ต่ำและไม่เพียงพอในการที่จะแปลความหมายจากสื่อได้อย่างเท่าทัน จึงทำให้ไม่สามารถตีความสารที่สื่อนำเสนอมาได้อย่างหลากหลายและเท่าทัน ซึ่งมีแนวโน้มว่าคนกลุ่มนี้จะยอมรับความหมายที่สื่อนำเสนอมาโดยตรง ซึ่งจากนิยามข้างต้น Potter ได้กำหนดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ 4 ประการ คือ

1. การรู้เท่าทันสื่อมีลักษณะเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Continuum) กล่าวคือ การรู้เท่าทันสื่อ นั้นไม่ใช่ตัวแปรที่เป็นประเภท (Category) หรือเป็นชุดสำเร็จ เช่น หญิงหรือชาย หากแต่เป็นความรู้ที่ไปเป็นอย่างต่อเนื่องและเป็นระดับไปเรื่อย ๆ โดยสามารถปรับปรุงพัฒนาระดับการรู้เท่าทันให้ดีขึ้นได้ไม่มีจุดสิ้นสุด หรือจุดสูงสุด

2. การรู้เข้าใจในสื่อจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา กล่าวคือ เมื่อเรามีการฝึกฝนและพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ตลอด จะช่วยให้ระดับศักยภาพของเราในการเปิดรับเนื้อหาจากสื่อมวลชนนั้นสูงขึ้น ในลักษณะที่ว่า เราจะเริ่มตั้งข้อสงสัยกับสื่อโฆษณาที่เห็น หรือเนื้อข่าวสารที่อ่านมากขึ้น ไม่ได้ยอมรับแต่แรกเหมือนก่อน หรือหากมีการยอมรับในตัวเนื้อหาของสื่อ ก็จะเป็นการยอมรับที่มี

เหตุผลและไตร่ตรองมาแล้ว ซึ่งในการพัฒนาทักษะนี้ จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องอย่างจริงจัง เพื่อให้สามารถรู้เท่าทันและไม่ล้าสมัย

3. การรู้เท่าทันสื่อที่มีลักษณะหลายมิติ (Multidimensional) ประกอบด้วย

มิติด้านการรู้และเข้าใจ (Cognitive Domain) ซึ่งหมายถึง กระบวนการทางสมอง (Mental Process) และการคิด (Thinking) ที่จะสามารถตระหนักรู้ในสิ่งต่าง ๆ ได้ตั้งแต่ระดับง่ายไปถึงระดับที่ซับซ้อนมากขึ้น เช่น รู้ว่ากระบวนการสื่อสารของสื่อแต่ละประเภทเป็นอย่างไร หรือเหตุใดสื่อนี้จึงมีบทบาทและกลายเป็นที่นิยม

มิติด้านอารมณ์ (Emotional Domain) ซึ่งหมายถึง เป็นความรู้สึกต่าง ๆ ที่สามารถเกิดขึ้นได้จากการที่เสพงานจากสื่อ เพราะสื่อสามารถผลิตสร้างอารมณ์ หรือความรู้สึกแทรกลงไปเนื้อหาได้ ฉะนั้นการรู้เท่าทันในที่นี้คือ การเท่าทันในสัญลักษณ์ที่ถูกผู้ผลิตแทรกแฝงมากับสื่อ รู้ในอารมณ์หรือทิศทางของอารมณ์ที่สื่อต้องการพาให้เป็น

มิติด้านสุนทรียะ (Aesthetic Domain) ซึ่งหมายถึง ความรู้ถึงกระบวนการที่สื่อที่ผลิตขึ้นนั้น ผลิตสร้างความหมายขึ้นมาว่าเป็นไปอย่างไร และสามารถที่จะบ่งชี้บอกได้ว่า รูปแบบของนักเขียนผู้ผลิต เป็นอย่างไร มีเอกลักษณ์อย่างไร รวมทั้งสามารถแยกแยะ ตรวจสอบความเป็นศิลปะได้ว่าสิ่งใดเป็นศิลปะแท้ สิ่งใดเป็นศิลปะเทียมที่ถูกผลิตสร้างขึ้น

มิติด้านศีลธรรม (Moral Domain) ซึ่งหมายถึง ความสามารถที่จะเข้าใจค่านิยมหรือคุณค่าที่อยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชน จนสามารถรู้ แยกแยะได้อย่างเด็ดขาดว่า สิ่งใดดี สิ่งใดไม่ดี และสิ่งใดจริง สิ่งใดไม่จริง เป็นการรู้เท่าทันว่าสื่อได้ผลิตหรือสอดแทรกอุดมการณ์บางประการมาหรือไม่ ซึ่งความสามารถในการแยกแยะนี้จะได้มากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับระดับการรู้เท่าทันสื่อที่มีในแต่ละคน ที่จะต้องอาศัยการจัดการ หรือการพัฒนาในการรู้เท่าทันสื่ออยู่ตลอด

4. จุดประสงค์ของการรู้เท่าทันสื่อ คือ มีความสามารถในการตีความสารมากขึ้น เพราะแท้จริงแล้วสารที่สื่อทุกสื่อผลิตขึ้นมา จะต้องอาศัยการตีความทั้งหมด รู้ว่าเหตุใดต้องผลิตสารนี้ ต้องจัดวางสารนี้ หรือต้องใช้คำพูดหรือสื่อความออกแบบนี้ เพราะสื่อแต่ละสื่อ ไม่ว่าจะข่าว โฆษณา ละคร ก็จะมีมุมมองผลที่แตกต่างกันไป การใช้สารในการสื่อความก็ย่อมต่างกัน ฉะนั้นการมีความสามารถในการตีความสารที่ถูกส่งผ่านมาจะช่วยให้อ่านรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น

สำหรับปัจจุบัน ด้วยเทคโนโลยีทางสื่อสารที่พัฒนามากขึ้น ทำให้การติดต่อสื่อสารและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเป็นไปโดยง่าย ทั้งยังส่งผลต่อบทบาทการสื่อสารของแต่ละคน ที่สามารถเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร ฉะนั้นการรู้เท่าทันสื่อในปัจจุบัน จึงไม่ใช่เพียงแค่เป็นการเปิดรับสารอย่างเท่าทัน หากแต่ยังหมายถึงการผลิตและส่งต่อข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าทันด้วย โดยผู้รับสารจะต้องสามารถวิเคราะห์ ตีความ วิพากษ์ในข้อมูลที่ได้รับหรือเปิดรับมา และมีการตรวจสอบดูว่าเป็นข้อเท็จจริงเป็นประโยชน์ควรแก่การส่งต่อไปยังผู้อื่นหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อไม่ให้ตกอยู่ภายใต้การครอบงำของสื่อ หรือเป็น

การช่วยสื่อในการผลิตซ้ำอุดมการณ์บางประการต่อไปเป็นทอด ๆ อันจะเป็นการนำพามาซึ่งผลกระทบต่อบุคคลหรือต่อสังคมโดยรวมได้

ดังนั้น จากการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสาร และการใช้สื่อในปัจจุบัน ทำให้ Livingstone (2004) ได้สรุปองค์ประกอบที่จะเพิ่มทักษะการเท่าทันสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมตั้งแต่สื่อดั้งเดิมจนถึงสื่อใหม่ได้ดังนี้

1. การเข้าถึงสื่อ คือ ความสามารถที่บุคคลจะเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ โดยจะต้องรับรู้และเข้าใจในความหมายได้ ซึ่งถือว่าเป็นจุดแรกที่จะทำให้เกิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

2. การวิเคราะห์ คือ เมื่อแต่ละบุคคลมีการเข้าถึงสื่อได้แล้ว จะต้องสามารถวิเคราะห์สื่อและความหมายที่ถูกประกอบสร้างจากสื่อได้ด้วย สามารถวิเคราะห์และเข้าใจได้ตั้งแต่กระบวนการผลิตสร้าง เทคนิค ภาษา การใส่ความหมาย เป็นต้น

3. การประเมิน คือ เมื่อมีการเข้าถึงสื่อและวิเคราะห์สื่อแล้ว จะต้องมีการประเมินควบคู่ไปเพื่อทำการแยกแยะ และให้คุณค่ากับสิ่งที่เปิดรับว่าดีหรือไม่ดี สามารถนำไปใช้ให้ก่อเกิดเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารอื่น ๆ มากน้อยเพียงใด หรือเกิดคุณค่าต่อจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือต่อสังคมหรือไม่ ซึ่งในการประเมินนั้น นับว่าเป็นส่วนที่ยาก เพราะจะต้องใช้การตัดสินใจที่อาศัยประสบการณ์ ความรู้ และทักษะสูง เพื่อที่จะนำมาเป็นตัวอย่างรับเหตุและผลที่ได้ทำการประเมินไปซึ่งการประเมินในแต่ละสารแต่ละสื่อก็จะใช้แนวทางที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสารและสื่อ นั้น ๆ

4. การสร้างสรรค์เนื้อหา คือ ความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างเท่าทัน เพราะการรู้เท่าทันสื่อ นั้น ไม่ใช่แค่เพียงสามารถเปิดรับสื่อ มีทักษะในการวิเคราะห์และประเมินสื่อ หากแต่ยังจะต้องมีทักษะในการสร้างสรรค์สื่อออกไปอย่างเท่าทันด้วย โดยจะต้องรู้ว่าจะต้องผลิตสารออกไปอย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ ไม่นำมาซึ่งผลกระทบอันที่จะไม่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อสังคมและผู้ที่เปิดรับ นั่นคือ ต้องมีความเข้าใจในธรรมเนียมและจริยธรรมในการผลิตสารและส่งสาร

ฉะนั้นการรู้เท่าทันสื่อจึงจำเป็นและสำคัญมากสำหรับยุคในปัจจุบัน ซึ่งถ้าหากไม่มีการรู้เท่าทันในสื่อทั้งที่เราเปิดรับและส่งต่อ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสาร ภาพ เสียง วิดีโอ เป็นต้น หรือ อาจถูกกลายเป็นเครื่องมือในการผลิตซ้ำอุดมการณ์เหล่านั้นออกไป

จากการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสาร และการใช้สื่อในปัจจุบัน สามารถสรุปองค์ประกอบที่จะเพิ่มทักษะการรู้เท่าทันสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุม ในการศึกษา การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะนำแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ ที่จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์ข่าวสาร การตรวจสอบข้อมูล และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร โดยจะศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊ก (Facebook) คือ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างประวัติส่วนตัวของตนเอง อัปโหลดรูปภาพและวิดีโอ ส่งข้อความ แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร และติดต่อกับเพื่อนในโลกออนไลน์ ซึ่งจุดเริ่มต้นของเฟซบุ๊กเกิดขึ้นเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ได้เปิดตัวเฟซบุ๊กโดยมาร์คเริ่มต้นพัฒนาเฟซบุ๊กในขณะที่เขายังเป็นเพียงนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด แม้ในตอนแรกเฟซบุ๊กจะเปิดให้บริการเฉพาะนักศึกษาฮาร์วาร์ด แต่เพียงแค่วันหนึ่งเดือนหลังจากที่เปิดตัว มาร์คก็ได้ขยายเครือข่ายการให้บริการเฉพาะนักศึกษาฮาร์วาร์ด แต่เพียงแค่วันหนึ่งเดือนหลังจากที่เปิดตัว มาร์คก็ได้ขยายเครือข่ายการให้บริการไปสู่สถาบันการศึกษาแห่งอื่นบ้าง เช่น Stanford, Yale, Columbia รวมไปถึงทุกมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา และในที่สุด ในปี พ.ศ. 2549 เฟซบุ๊กก็ได้เปิดให้บริการเต็มรูปแบบ ด้วยการอนุญาตให้บุคคลทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป และมี Email Address สามารถเข้าไปใช้งานได้โดยเสรี นับเป็นการก้าวเข้าสู่โลกเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเต็มตัว

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊ก

ภาพประจำตัว

การอัปโหลดภาพประจำตัวเข้าไปในเฟซบุ๊ก จะทำให้เพื่อน ๆ จดจำผู้ใช้งานนั้นได้ โดยภาพที่เลือกใช้ควรเป็นภาพของตัวเองผู้ใช้งานนั่นเอง หรือภาพที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของผู้ใช้ เพราะเมื่อทำการค้นหาใครสักคนในเฟซบุ๊ก ระบบจะแสดงผลลัพธ์ที่มีข้อมูลครบทั้งชื่อ รูปภาพ และเครือข่ายที่สังกัดอยู่ ดังนั้นการใส่ภาพประจำตัวเข้าไปจะช่วยให้การค้นหาทำได้ง่ายขึ้น

ข้อมูลส่วนตัว

เป็นอีกส่วนสำคัญที่จะทำให้คนอื่นค้นหาผู้ใช้งานนั้นพบ และทำให้คนอื่นรู้จักตัวตนของผู้ใช้งานได้ในระยะเวลาอันสั้นหลังจากที่ผู้ใช้ตอบรับการขอเป็นเพื่อนของพวกเขาแล้ว ซึ่งข้อมูลส่วนตัวนั้นประกอบไปด้วย เพศ วันเกิด บ้านเกิด สถาบันการศึกษา ประวัติการทำงาน สถานะความสัมพันธ์ ความสนใจ ดนตรีที่ชอบ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับผู้ใช้งานนั้น ๆ โดยผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องกรอกข้อมูลทั้งหมด ข้อมูลบางอย่างผู้ใช้จะเลือกที่จะกรอกหรือไม่กรอกก็ได้

แสดงสถานะ (Status)

การพิมพ์ข้อมูลบอกสถานะ หรือที่เรียกกันว่า สเตตัส (Status) ในเฟซบุ๊ก จะทำให้เพื่อนคนอื่น ๆ รู้ว่าผู้ใช้งานนั้นกำลังคิดหรือสนใจอะไรอยู่ โดยผู้ใช้สามารถแชร์สิ่งเหล่านั้นให้คนอื่นรับรู้ได้หลายรูปแบบ เช่น ความคิดเห็น ลิงก์ ภาพ วิดีโอ เป็นต้น โดยการอัปเดตสถานะของผู้ใช้แต่ละคนจะเข้าไปอยู่ในหน้า News Feed ซึ่งเพื่อน ๆ ในเฟซบุ๊กจะสามารถแสดงความคิดเห็น กดไลก์ (Like-ถูกใจ) หรือแชร์ (Share-แบ่งปัน) สิ่งที่ผู้ใช้งานอัปเดตได้

แสดงความคิดเห็น (Comment)

ก่อนหน้านี้ การแสดงความคิดเห็นในเฟซบุ๊กนั้นเป็นเพียงการพิมพ์ข้อความในรูปแบบตัวอักษรเท่านั้น แต่ในปัจจุบันเฟซบุ๊กได้เพิ่มความสามารถใหม่ที่จะทำให้การแสดงความคิดเห็นหรือ Comment ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ตัวอักษรอีกต่อไป โดยเพิ่มคุณสมบัติให้ผู้ใช้สามารถใส่รูปพร้อมข้อความที่ต้องการลงไปในช่วงแสดงความคิดเห็นได้แล้ว โดยจะมีสัญลักษณ์กล้องถ่ายรูปอยู่ท้ายช่องการแสดงความคิดเห็น ซึ่งแนวคิดนี้ถือเป็นหนึ่งในแนวคิดที่ได้มาจากงานแข่ง Facebook Hackathon

นอกจากนี้ เฟซบุ๊กยังได้ปรับปรุงปุ่ม Like โดยเพิ่มรายละเอียดในการแสดงอารมณ์ได้อย่างหลากหลาย โดยมีทั้งหมด 6 แบบด้วยกัน คือ Like , Love , Haha , Wow , Sad และ Angry

กดไลก์ (Like)

การกดไลก์ เป็นการแสดงออกว่าผู้ใช้ชื่นชอบในโพสต์นั้น ๆ หรือเมื่อผู้ใช้งานพบเห็นโพสต์ใดที่น่าสนใจ แต่ไม่รู้จะแสดงความคิดเห็นอะไร อาจจะกดไลก์เพียงอย่างเดียวก็ได้ เพื่อเป็นการบอกให้ให้เจ้าของโพสต์นั้นรู้กลาย ๆ ว่าตนเองชื่นชอบสิ่งนั้น

อัปโหลดรูปภาพ

โดยธรรมชาติแล้ว คนส่วนใหญ่มักจะเข้าไปดูอัลบั้มภาพก่อนเป็นอันดับแรก ๆ เพื่อจะได้ทำความรู้จักกับเจ้าของเฟซบุ๊กคนนั้นได้ง่ายขึ้น อาจจะเป็นภาพจากการเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ภาพกับคนในครอบครัว ภาพกับเพื่อนร่วมงาน หรือภาพอะไรก็ได้ที่บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชีวิต โดยผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดภาพในเฟซบุ๊กได้หลาย ๆ ภาพในครั้งเดียวกัน ทั้งจากโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ได้โดยตรง นอกจากนี้ยังสามารถแท็ก (Tag) ภาพไปถึงเพื่อนที่อยู่ในภาพที่แชร์อยู่ได้อีก

อัปโหลดวิดีโอ

นอกจากการอัปโหลดรูปถ่ายที่เป็นภาพนิ่งแล้ว ผู้ใช้ยังสามารถอัปโหลดคลิปวิดีโอใน เฟซบุ๊กได้อีกด้วย และสามารถแท็กวิดีโอไปยังเพื่อน ๆ ได้เช่นเดียวกัน

ข้อความ (Messages)

เช่นเดียวกับเครือข่ายสังคมอื่น ๆ คือ เฟซบุ๊ก มี Inbox ซึ่งเป็นระบบส่งข้อความส่วนตัวอยู่ตรงด้านบนของหน้าจอ โดยผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความหาเพื่อนคนใดก็ได้ และนอกจากการส่งข้อความธรรมดา ๆ แล้ว ยังสามารถส่งลิงก์ (Link) ภาพถ่าย วิดีโอ ได้อีกด้วย

Facebook Chat

Facebook Chat คือ เครื่องมือส่งข้อความแบบ Instant Message ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถส่งข้อความพูดคุยกับเพื่อนที่ล็อกอินเข้ามาในเฟซบุ๊กได้ ซึ่งหน้าต่างสำหรับพูดคุยจะอยู่ตรงมุมขวาล่างของหน้าจอ

เพจ (Page) และกลุ่ม (Group)

เฟซบุ๊กเสนอทางเลือกในการสร้าง ค้นหา และเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นสินค้า ผลิตภัณฑ์ บุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ ให้ผู้ใช้งานค้นหา งานอดิเรก ดนตรีที่ชอบ หรือองค์กรที่สนใจ ไม่เพียงแต่จะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้ติดต่อกับผู้คนที่มีความชื่นชอบเหมือน ๆ กันแล้ว ยังเป็นการบอกกล่าวให้คนอื่น ๆ ได้รู้อีกด้วยว่าคุณสนใจอะไรบ้าง

บันทึก (Notes)

Notes บนเฟซบุ๊กช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถแบ่งปันเรื่องราวในชีวิตผ่านบันทึกนี้ ซึ่งอาจใช้บันทึกการเขียนเรื่องราวต่าง ๆ เสมือนกับเป็นบล็อก (Blog) และเพื่อนร่วม Facebook ก็สามารถมาแสดงความคิดเห็นลงในบันทึกได้ด้วยเช่นกัน

News Feed

News Feed เป็นหน้าที่ใช้แสดงเรื่องราวข่าวสารใหม่ ๆ ที่เพื่อน ๆ ป้อนเข้ามาในเฟซบุ๊กไม่ว่าจะเป็นการอัปเดตสถานะ หรือการเผยแพร่ภาพ คลิปวิดีโอ ข่าวต่าง ๆ ฯลฯ News Feed เป็นการผสมผสานกันระหว่าง Top Story และ Recent Story โดยเฟซบุ๊กใช้อัลกอริทึมที่เรียกว่า EdgeRank ในการระบุ Top Story ซึ่งเป็นผลมาจากเพื่อนหรือเพจที่ผู้ใช้เข้าไปมีส่วนร่วมบ่อยที่สุดและประเภทของโพสต์ก็จะคละกัน เช่น สถานะ รูปภาพ วิดีโอ เป็นต้น

วิธีการเข้าสู่หน้านี้ คือ เมื่อผู้ใช้ทำการล็อกอินเข้าสู่เฟซบุ๊กครั้งแรก จะพบกับ Home page (หน้าแรก) หรือผู้ใช้สามารถเข้ามายังหน้านี้ได้โดยการคลิกคำว่า Home บนแถบเครื่องมือ หน้านี้มี ความสำคัญมาก เพราะเปรียบเสมือนแผงควบคุมเฟซบุ๊กของผู้ใช้งานแต่ละคน โดยทุกอย่างที่ทำในเฟซบุ๊กจะปรากฏในหน้านี้ทั้งหมด หรือหากผู้ใช้งานที่ไม่ค่อยมีเวลา ก็สามารถเข้าไปดูการสรุปรวบรวม เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ในหน้านี้ รวมถึงสามารถกดไลก์ แสดงความคิดเห็น ตอบรับคำขอเป็นเพื่อน หรือส่งคำอวยพรวันเกิดให้เพื่อนได้อีกด้วย ซึ่งผลลัพธ์จะแสดงให้เห็นทันทีแบบเรียลไทม์ (Real-time) ทำให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางไปโดยปริยาย

Facebook Live

Facebook Live คือ การผลิตคอนเทนต์วิดีโอแบบถ่ายทอดสด ซึ่งความพิเศษของฟังก์ชันนี้คือ เป็นการผลิตคอนเทนต์แบบเรียลไทม์ และยังเป็น การสื่อสารแบบสองทางอีกด้วย โดยในระหว่างที่มีการถ่ายทอดสดอยู่นั้น ผู้ชมสามารถแสดงความรู้สึกได้แบบเรียลไทม์ ซึ่งมีลักษณะเดียวกับการแสดงความคิดเห็น (Comment) ตามปกติ นอกจากนี้ยังมี Live Reactions เพื่อใช้สำหรับการแสดงอารมณ์ โดยที่ทั้ง Love , Haha , Wow , Sad , และ Angry ซึ่งจะปรากฏทันทีบนวิดีโอระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมคนอื่น รวมถึงเจ้าของวิดีโอ ได้เห็นปฏิกิริยาของผู้ชมโดยรวมไปพร้อม ๆ กัน (Marketingoops.com,2559)

Care หรือ “ปุมห่วงใย” เป็นรูปโอมิจที่กำลังกอดหัวใจอยู่ ซึ่งถือเป็นการอัปเดตครั้งแรกจาก 6 ปุม โลโก้, รัก, หัวเราะ, ว้าว, เศร้าและปุมโกรธ ปุมห่วงใย เหมาะสำหรับการแสดงความห่วงใยแก่ผู้อื่น, ต้องการกอด, ต้องการให้กำลังใจต่อไป โดยเป็นความรู้สึกที่อาจจะไม่ถึงกับการแสดงความรัก แต่ต้องการส่งความห่วงใยให้กับอีกคนหนึ่ง

พฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก

เว็บไซต์ Opify.net (2556) ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก และสรุปพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้งานไว้ทั้งหมด 9 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนักสะกดรอย (The Stalker) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้มีพฤติกรรมที่ชื่นชอบการติดตามและสังเกตความเคลื่อนไหวของเพื่อนหรือผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่คนกลุ่มนี้มีเวลาเฉลี่ยในการใช้งานเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ใช้งานทั่วไปถึง 14 เท่า
2. กลุ่มผู้สูงอายุ (The Baby Boomer) นับว่าเป็นอีกหนึ่งกลุ่มผู้ใช้ที่เริ่มให้ความสนใจและหันมาใช้งานเฟซบุ๊กเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเป็นกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 55-65 ปีขึ้นไป ซึ่งการใช้งานส่วนใหญ่เป็นการติดต่อสื่อสารกับลูกหลาน
3. กลุ่มผู้เล่นหน้าใหม่ (The Newbie) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นที่เพิ่งหัดใช้งานโดยส่วนใหญ่นิยมถ่ายรูปตัวเอง รวมถึงชอบกด Like และ Comment ทุกอย่างอยู่เป็นประจำ ซึ่งจากผลสำรวจพบว่าผู้เล่นหน้าใหม่กลุ่มนี้มีการกด Like สูงถึง 5 แสนครั้งภายในระยะเวลาเพียงแค่ 2 นาที
4. กลุ่มที่รักการโพสต์และการแชร์เป็นชีวิตจิตใจ (The Over-Sharer) ลักษณะของผู้ใช้งานในกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการเช็คอินเป็นชีวิตจิตใจ
5. กลุ่มนักประชาสัมพันธ์ (The Brand Promoter) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานของแบรนด์หรือบริษัทซึ่งมีหน้าที่ในการใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อโปรโมท ประชาสัมพันธ์ และจะแชร์เฉพาะสินค้าขององค์กรเท่านั้น
6. กลุ่มที่กลัวสูญเสียความเป็นส่วนตัว (The Fearful User) พฤติกรรมของผู้ใช้งานกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความลึกลับและไม่ค่อยมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวสู่สาธารณะมากนัก เพราะกลัวว่าอาจจะมีการมีกลุ่มมิชชันแอบนำภาพถ่ายหรือข้อมูลส่วนตัวไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต โดยส่วนใหญ่มักใช้ชื่อสมมติในการใช้งานรวมถึงยังไม่ค่อยตอบรับการขอเป็นเพื่อนจากคนแปลกหน้าอีกด้วย
7. กลุ่มที่ชอบโพสต์และแชร์เพื่อสร้างกระแส (The Curator) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ชอบโพสต์รูปภาพหรือวิดีโอต่าง ๆ ๆ รวมถึงมุขตลกและคำคมที่ได้รับความนิยมเพื่อสร้างกระแสและได้ยอดกดไลค์ โดยการโพสต์ในรูปแบบนี้พบว่าเป็นรูปแบบที่คนส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด

8. กลุ่มนักเล่นเกม (The Gamer) หากพิจารณาจากชื่อกลุ่มแล้วก็ค่อนข้างชัดเจนว่าส่วนใหญ่จะเน้นการใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อการเล่นเกมเท่านั้น ซึ่งบนหน้าโปรไฟล์ของผู้ใช้งานกลุ่มนี้มักมีเพียงแค่อัพเดทคะแนนและสถิติในเกมต่าง ๆ

9. กลุ่มที่มีเฟซบุ๊กไว้เฉย ๆ (The Non-User) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีบัญชีแต่ไม่เคยใช้งานหรือมีส่วนร่วมกิจกรรมอะไรเลย และบางส่วนยังใช้เป็นบัญชีสำหรับสัตว์เลี้ยงอย่าง เช่น สุนัขหรือ แมวอีกด้วย

ข้อดีและข้อเสียของเฟซบุ๊ก

แม้ว่าเฟซบุ๊กจะถูกสร้างขึ้นเพื่อผลลัพธ์ในทางบวก คือ เอื้อประโยชน์ให้คนเราสามารถทำการติดต่อสื่อสารกันได้จากทั่วโลก แต่ในทางกลับกัน เฟซบุ๊กก็อาจเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดอันตรายได้เช่นกัน โดย วริศรา ภาณุวัฒน์ (2557) ได้ทำการวิเคราะห์และสรุปถึงข้อดีและข้อเสียของเฟซบุ๊กไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

ข้อดี

1. เฟซบุ๊ก เป็นการสร้างเครือข่ายและการจุดประกายด้านการศึกษาได้อย่างกว้างขวาง หากผู้ใช้งานนั้นรู้จักใช้ประโยชน์ได้อย่างถูกวิธี
2. ทำให้ไม่พลาดข่าวสาร ความคืบหน้า และเหตุการณ์สำคัญของบุคคลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นญาติพี่น้อง เพื่อน และผู้ที่ใกล้ชิด
3. ผู้ใช้สามารถสร้างเครือข่ายทางสังคม แพนคลับ หรือผู้ที่มีเป้าหมายเหมือนกัน และทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้
4. เฟซบุ๊กเป็นซอฟต์แวร์ที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่มีปัญหาในการปรับตัวทางสังคม ผู้ที่ขาดเพื่อนอยู่อย่างโดดเดี่ยว หรือผู้ที่ไม่สามารถออกไปพบปะผู้คนภายนอกได้ ให้มีเครือข่ายทางสังคม
5. ช่วยสร้างเครือข่ายที่ดี สร้างมิตรและเพื่อนที่รู้จัก สร้างความเห็นอกเห็นใจ และการให้กำลังใจที่ดีแก่ผู้อื่นได้

ข้อเสีย

1. เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นการขยายเครือข่ายทางสังคมในโลกอินเทอร์เน็ต ดังนั้น การเป็นเพื่อนกันในเครือข่ายที่ยังไม่รู้จักกันดีพอ
2. เนื่องจากเพื่อนทุกคนในเครือข่ายสามารถพิมพ์ข้อความต่าง ๆ ลงในเฟซบุ๊กได้ ดังนั้น หากเป็นการโพสต์ข้อความที่เป็นข้อความลับ การใส่ร้ายกัน หรือข้อความที่แฝงไว้ด้วยการยั่วยุตต่าง ๆ อาจทำให้ผู้อ่านที่ไม่มีความรู้เท่าทันสื่อหลงเชื่อ จนเกิดความขัดแย้งและปัญหาต่าง ๆ ตามมาได้
3. การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวทั้งหมดให้กับบุคคลภายนอกที่ยังไม่รู้จักกันดีพอ เช่น การโพสต์รูปภาพครอบครัวหรือลูก อาจเป็นช่องทางให้กับมิจฉาชีพหรือผู้ไม่หวังดีนำมาใช้แสวงหาผลประโยชน์ เช่น การสวมรอย การปลอมแปลง หรือการหลอกลวงต่าง ๆ ได้

4. ในการสร้างความผูกพันและการปรับตัวทางสังคมนั้น เป็นการพบปะกันในโลกของความเป็นจริงมากกว่าในโลกของอินเทอร์เน็ต ดังนั้น ผู้ที่อยู่ในโลกออนไลน์หรือโลกโซเชียลมากเกินไป อาจทำให้มีปัญหาทางจิต ขาดการปรับตัวทางสังคมที่ดีในโลกแห่งความเป็นจริง

5. เฟซบุ๊กอาจเป็นแรงขับให้เกิดการพบปะทางสังคมในโลกแห่งความจริงที่น้อยลงได้ เนื่องจากทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่อยู่ในเครือข่ายตลอดเวลา

6. เฟซบุ๊กอาจเป็นช่องทางในการสร้างสังคมแห่งการนิินทา หรือการยุ่งเรื่องส่วนตัวของผู้อื่นโดยใช่เหตุ

แนวทางในการใช้เฟซบุ๊กให้ปลอดภัย

Dhaliwal,J. (2013) ได้เสนอ 10 แนวทางในการใช้เฟซบุ๊กให้ปลอดภัย ไว้ดังนี้

1. คิดให้ดีเมื่อจะเป็นเพื่อนกับใครในเฟซบุ๊ก (Think about who you add)

ผู้ใช้ควรตระหนักว่า เมื่อตอบรับคำขอเป็นเพื่อนกับใครในเฟซบุ๊กแล้ว นั้นหมายถึงการยินยอมให้เพื่อนใหม่เหล่านั้น สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ใช้ไม่ว่าจะเป็น การโพสต์การแสดงสถานะ รูปภาพ ข้อความ รวมถึงข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ใช้ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้สามารถเลิกเป็นเพื่อนโดยการลบรายชื่อเพื่อนออกเมื่อไรก็ได้เช่นกัน ดังนั้น ในบางครั้งผู้ใช้อาจต้องทบทวนรายชื่อเพื่อนใน เฟซบุ๊กและพิจารณาให้ดีกว่าต้องการให้เพื่อนคนใดบ้างที่สามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ได้

2. ตรวจสอบการตั้งค่า (Check your settings)

เช่น ตรวจสอบการตั้งค่าความปลอดภัยในการแชร์ข้อมูลแบบสาธารณะ ในกรณีมีบุคคลที่ผู้ใช้ไม่ต้องการให้เข้าถึงข้อมูลส่วนตัว ผู้ใช้สามารถเลือกตั้งค่าจำกัดการเข้าถึงข้อมูลได้

3. ถามตัวเองว่า ทำไมถึงใช้เฟซบุ๊ก (Why are you on Facebook?)

ผู้ใช้ตั้งคำถามกับตนเองว่าต้องการใช้เฟซบุ๊กเพื่อจุดประสงค์ใด เช่น เพื่อแชร์รูปภาพต่าง ๆ เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ เพื่อแชร์ลิงค์ข้อมูลต่าง ๆ หรืออัปเดตกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้กระทำ

4. ฉลาดในการตั้งรหัสผ่าน (Be smart about your password)

พยายามไม่ใช้รหัสผ่านเดียวกับบัญชีใช้งานประเภทอื่น ๆ

5. ระวังระวังในการลงชื่อเข้าสู่ระบบ (Be aware of where you sign in from)

ตั้งค่าความปลอดภัยให้เหมาะสม และตรวจสอบให้ดีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการลงชื่อเข้าสู่ระบบนั้น มีการเก็บบันทึกข้อมูลอีเมลและรหัสผ่านของผู้ใช้ไว้ด้วยหรือไม่ และไม่ควรถูกตั้งค่า Remember me

6. ระวังระวังในการโพสต์ในเฟซบุ๊ก (Be careful what you say)

เมื่อผู้ใช้ได้ทำการโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นใดในเฟซบุ๊กแล้ว ควรระลึกไว้เสมอว่าผู้ที่พบเห็นข้อความเหล่านั้นสามารถคัดลอกข้อความเหล่านั้นและนำไปโพสต์ต่อในที่อื่นได้เช่นกัน

7. ระวังการถูกโจรกรรมข้อมูล (Watch out for Phishing Attacks)

เช่น กรณีที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กถูกขโมยสื่ออินและรหัสผ่าน ถูกหลอกหลวงโดยใช้อีเมลปลอมจากเฟซบุ๊ก

8. ดำเนินการอย่างทันทีทันใด (Take immediate action)

เช่น หากเพื่อนในเฟซบุ๊กได้รับสแปม (Spam) ที่ผู้ใช้ไม่ได้เป็นผู้โพสต์ นั้นหมายถึง บัญชีผู้ใช้งานนั้นอาจกำลังมีปัญหา ดังนั้นเพื่อความปลอดภัย ผู้ใช้ควรรีบดำเนินการเปลี่ยนรหัสผ่านทันที

9. ป้องกันการเข้าถึงเข้าข้อมูลในอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ (Protect your mobile device)

โทรศัพท์มือถือในปัจจุบันมีแอปพลิเคชันที่สามารถเชื่อมต่อกับโซเชียลเน็ตเวิร์คได้หลายชนิด เช่น เฟซบุ๊ก ดังนั้น เมื่อไม่ได้ใช้งานแอปพลิเคชันเหล่านี้แล้ว ควรลงชื่อออกจากระบบด้วยทุกครั้ง

10. จับตาดูกิจกรรมที่น่าสงสัย (Monitor suspicious activity)

ระวังกิจกรรมที่น่าสงสัย ทั้งที่ปรากฏบนกระดาน (Wall) ของผู้ใช้ หรือในหน้า News Feed หรือในกล่องข้อความ (Inbox) ไม่ควรคลิกเข้าไปดูลิงค์ที่น่าสงสัย แม้ว่าจะมีข้อความโน้มน้าวใจเพื่อเชิญชวนให้กดเข้าไปดูก็ตาม

จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กค่อนข้างมีความหลากหลาย และมีลักษณะรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันไป เนื่องด้วยปัจจัยหลายอย่างทั้งด้านความชอบส่วนตัว รูปแบบการใช้ชีวิต รวมถึงการใช้งานอื่น ๆ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุลนารี เสือโรจน์ (2556) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธาณะบนเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก ในฐานะสื่อกลางการสื่อสารดังนี้ 1) การสร้างสายสัมพันธ์ กล่าวคือในเฟซบุ๊กทุกคนในระบบถูกเชื่อมร้อยกันด้วยสายสัมพันธ์ที่เรียกว่า “เพื่อน” ซึ่งการสร้างสายสัมพันธ์แบบเพื่อนในเฟซบุ๊กสามารถเกิดขึ้น ขยายตัว และจบลงได้อย่างง่ายดาย 2) การให้ความบันเทิง เฟซบุ๊กมีแอปพลิเคชันที่หลากหลายทำให้ผู้ใช้งานเกิดความสุขสนุกสนานเพลิดเพลินได้ ทั้งการสนทนา เกม การอัปโหลดรูปภาพ คลิปวิดีโอต่าง ๆ ที่เอื้อให้ผู้ใช้เป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร 3) การเป็นแหล่งข้อมูลสาธารณะ เฟซบุ๊กเป็นคลังข้อมูลที่มีความหลากหลาย ทั้งแหล่งข้อมูลในระดับบุคคลที่ข่าวสารมาจากการโพสต์ข้อความของผู้ใช้คนใดคนหนึ่ง และแหล่งข้อมูลสาธารณะในรูปแบบแฟนเพจ 4) เป็นช่องทางการสื่อสารประเด็นอ่อนไหว พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการสื่อสารประเด็นอ่อนไหว 2 ลักษณะ คือ ในประเด็นส่วนตัว ใช้เฟซบุ๊กเป็นพื้นที่ระบายอารมณ์ความรู้สึกหรือความไม่พึงพอใจต่อบุคคลที่มีสถานภาพเหนือกว่าในโลกจริงทั้ง ครู อาจารย์ พ่อแม่ และในประเด็นส่วนรวมพบว่า มีตั้งสถานะวิจารณ์เสียดสีประเด็นการเมือง ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่อาจพูดหรือสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาได้ในโลกจริง

หรือในสื่อกระแสหลัก 5) การสอดส่องดูแลสังคม วิพากษ์วิจารณ์สังคมและรับเรื่องร้องทุกข์ 6) สะท้อนความเป็นตัวตนของบุคคลตามความเป็นจริง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กเป็นพื้นที่สะท้อนความเป็นตัวตนตามความเป็นจริงผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ 7) ประกอบสร้างสิ่งที่อยากเป็น และอยากให้คนอื่นรับรู้ โดยที่กลุ่มตัวอย่างมักสร้างข้อมูลแสดงตัวตนขึ้นมาใหม่ในพื้นที่แสดงประวัติส่วนตัวที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง และไม่สนใจว่าคนอื่นจะเชื่อถือข้อมูลดังกล่าวหรือไม่

สิริเสาวภา ฤกษ์นันทน์ (2556) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารและการเปิดเผยตนเองของผู้ใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารและการเปิดเผยตนเองของผู้ใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้งานและการเปิดเผยตนเองในเว็บไซต์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน สำหรับประชาชนที่มีอายุ และระยะเวลาในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้งานและการเปิดเผยตนเองในเว็บไซต์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก และระยะเวลาในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารและการเปิดเผยตนเองในเว็บไซต์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

พงศ์เทพ แก้วเสถียร (2557) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่า การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับเล่นเฟซบุ๊กในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.52 รองลงมาคือใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.92 ใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับรับส่งอีเมลล์อยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่า นักศึกษาสามารถรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับสูง ร้อยละ 94.20 รองลงมา คือ รู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับปานกลาง ร้อยละ 5.30 และรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60.3 มีอายุระหว่าง 18-19 ปี ร้อยละ 37.4 ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม ระหว่าง 2.51-3.00 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 70.1 ใช้เฟซบุ๊กทุกวัน โดยใช้มากกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง มักใช้เมื่อมีเวลาว่าง และนิยมใช้ผ่านอุปกรณ์มือถือร้อยละ 67.6 ในด้านรูปแบบการใช้พบว่า ใช้สนทนา (Chat) กับเพื่อน และใช้เขียนแสดงความยินดีกับเพื่อนในโอกาสต่าง ๆ อยู่ในระดับบ่อยมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 และ 3.36 ตามลำดับ (จากคะแนนเต็ม 5) ส่วนการกด Like เอาใจเพื่อน การอัปโหลด (Up Load) ภาพต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน การโพสต์ข้อความเล่าเรื่องต่าง ๆ การติดตามข่าวประจำวัน การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนแก่การแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ (Comment) และการสร้างอัลบั้มรูปมีการใช้อยู่

ในระดับบอย ด้านประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุดได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน มีคะแนนเฉลี่ย 4.16 และผลกระทบที่เคยเกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างจากการเล่นเฟซบุ๊กมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การทะเลาะหรือโต้เถียงหรือขัดแย้งกับแฟน/คนรัก การทะเลาะหรือโต้เถียงหรือขัดแย้งกับเพื่อนและผลการเรียนลดลงหรือแย่ลง โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.66 1.59 และ 1.46 ตามลำดับ (จากคะแนนเต็ม 3) ในด้านการเรียนพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.1 เคยได้รับผลกระทบทำให้ผลการเรียนลดลงในระดับเป็นบางครั้งจนถึงบ่อยครั้ง ร้อยละ 36.2 เคยส่งการบ้านไม่ทัน ร้อยละ 28.0 เคยโดนครู/อาจารย์ว่ากล่าวเพราะเล่นเฟซบุ๊กในห้องเรียน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 23.7 เคยได้รับอุบัติเหตุทางร่างกายเช่น การเดินชนกับคนอื่น ๆ หรือหกล้มเพราะมัวแต่เล่นเฟซบุ๊ก

ชนิษฐา จิตแสง (2557) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต และ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนคร ขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีจำนวน 379 ราย ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่พิเศษ และการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ซึ่งได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านพิจารณาและทดสอบ ความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.83 ผลการวิจัยพบว่าเพื่อน ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับโปรแกรมใหม่ ๆ แก่เยาวชนมากที่สุด (ร้อยละ 19.20) สมาชิกในครอบครัวได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเว็บไซต์ ในการสืบค้นมากที่สุด (ร้อยละ 16.80) และโรงเรียนได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่สืบค้นมากที่สุด (ร้อยละ 16.80) ในด้าน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น พบว่าการให้คำแนะนำในการใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตของเพื่อนและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 และการให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของครอบครัวและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถใน การทำความเข้าใจเนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บุหงา ชัยสุวรรณ และพรพรรณ ประจักษ์เนตร (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่นอายุระหว่าง 10-19 ปี พบว่า วัยรุ่นที่ศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาเปิดรับสื่อใหม่ประเภทไลน์และเฟซบุ๊กผ่านสมาร์ตโฟน (Smartphone) มากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงการมีพฤติกรรมแนบนิ่งจากการใช้สื่อใหม่ พบว่านักเรียนใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) อินเทอร์เน็ต และเฟซบุ๊ก ติดต่อกันโดยเฉลี่ยเกือบชั่วโมงครึ่งและใช้ต่อเนื่องโดยไม่ทำอย่างอื่นนานสุดถึงเกือบสองชั่วโมง งานวิจัยใช้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายว่าภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงควรมีกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เท่า

ทันสมัย (Media Literacy) และความคล่องในสื่อ (Digital Fluency) เพื่อจะช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเด็กและเยาวชนมีความสามารถที่จะ กำหนดความรู้ทักษะและทัศนคติที่จำเป็นในการที่จะสามารถใช้ อินเทอร์เน็ตได้อย่างปลอดภัย

ศตพล เกิดอยู่ (2558) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ ทั้งการรับรู้ใน ประโยชน์ ความง่าย และความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ ศึกษาทัศนคติที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทั้งในด้านจำนวนเดือนที่ใช้งาน ระยะเวลาที่ใช้งานต่อ วัน จุดประสงค์หรือแรงจูงใจหลัก และคุณสมบัติที่ใช้งาน ตลอดจนการรู้เท่าทันการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งจากการตั้งสมมติฐาน 4 ข้อ ผลการศึกษาได้ตามดังนี้

1. การรับรู้ในประโยชน์ ความง่าย และความเพลิดเพลินในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยเป็นความสัมพันธ์ ทางบวก

2. ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการ ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทั้งในด้าน จำนวนเดือนที่ใช้งาน ระยะเวลาที่ใช้งานต่อวัน จุดประสงค์ หรือแรงจูงใจหลักในการใช้งาน และคุณสมบัติที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยเป็นความสัมพันธ์ ทางบวก

3. พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทั้งในด้าน จำนวนเดือนที่ใช้งาน จุดประสงค์หรือ แรงจูงใจหลักในการใช้งาน และคุณสมบัติที่ใช้งานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการรู้เท่าทันการ ใช้ออปพลิเคชันไลน์ โดยเป็นความสัมพันธ์กันทางบวก

4. ลักษณะประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ และการศึกษาจะมีการ รู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน

เสาวภาคย์ แผลมเพชร (2559) พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ ของนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท Facebook มาก เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น LINE และ Instagram มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ใช้คุยกับเพื่อนเกี่ยวกับทั่ว ๆ ไป รองลงมาเป็นการใช้เพื่อคุยกับเพื่อน เกี่ยวกับการเรียนและการบ้าน สำหรับการจัดการเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในแต่ละวัน พบว่า นักเรียนใช้เฉลี่ยวันละ 7.30 ชั่วโมง ผู้ที่ใช้บ่อยที่สุดใช้วันละ 45 นาที ส่วนผู้ที่ใช้มากที่สุดใช้วัน ละ 24 ชั่วโมง ซึ่งหมายถึงนักเรียนเปิดอุปกรณ์เชื่อมต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ตลอดทั้งวัน

นักเรียนมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฉลี่ย 7.29 ปี ผู้ที่มีประสบการณ์น้อยที่สุดคือเพิ่งเข้ามาเพียง 1 ปี ส่วนผู้ที่มีประสบการณ์มากที่สุดคือเข้ามาเป็นเวลา 10 ปี

2. เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรีจำแนกตามเพศและแผนการเรียน พบว่า นักเรียนชายและนักเรียนหญิงได้รับผลกระทบทางด้านอารมณ์จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้รับผลกระทบทางด้านสังคมจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 และได้รับผลกระทบทางการเรียนจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยนักเรียนชายได้รับผลกระทบทางด้านอารมณ์ สังคมและการเรียนจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่านักเรียนหญิง

3. นักเรียนที่มีแผนการเรียนแตกต่างกันได้รับผลกระทบทางด้านอารมณ์ จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยนักเรียนแผนศิลป์-คณิตได้รับผลกระทบทางด้านอารมณ์ จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาเป็นนักเรียนแผนศิลป์ภาษา และนักเรียนแผนวิทย์-คณิต ตามลำดับ แต่นักเรียนที่มีแผนการเรียนแตกต่างกันได้รับผลกระทบทางด้านสังคม และผลกระทบทางการเรียนไม่แตกต่างกัน

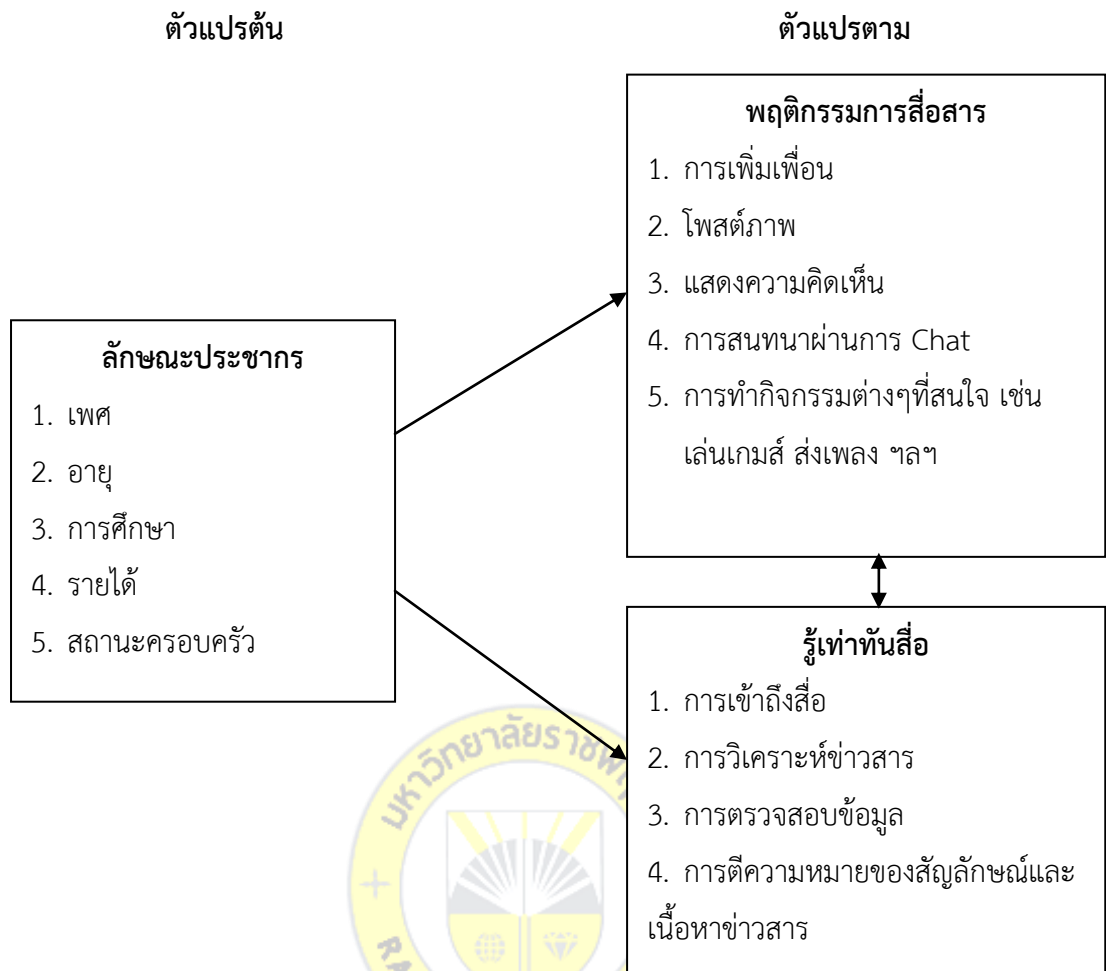
ทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์ (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพื่อเปิดเผยตัวตนของคนยุคเจนเอเรชั่นวาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้และการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) โดยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และใช้ที่บ้านมากที่สุดนอกจากนี้ยังมีพฤติกรรมการสื่อสารกับเพื่อนสนิทเพื่อเป็นแรงเสริมต่อความสัมพันธ์มากกว่าพฤติกรรมการสื่อสารด้วยวิธีการอื่น ๆ การเปิดเผยตนเองบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดเผยตนเองด้วยวิธีการการใส่รายละเอียดข้อมูลของตนเอง (Info) ลงในเฟซบุ๊กมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกัน มีค่าเฉลี่ยในการเปิดเผยตนเองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการเปรียบเทียบเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 17-21 ปี มีค่าเฉลี่ยการเปิดเผยตนเองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากกว่าช่วงอายุ 22-26 ปี 27-31 ปี และ 32-35 ปี สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 22-26 ปี กับ 27-31 ปี และช่วงอายุ 27-31 ปี กับ 32-35 ปี มีการเปิดเผยตนเองไม่แตกต่างกัน

ภาวนีย์ เจนกิตติวรพงศ์ และเป็ทมา สุวรรณภักดี (2561) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า เพศ ระดับการศึกษา บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย ที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน ทั้งยัง

พบว่า การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้อาสาสร้างความเกลียดชัง โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ด้านทัศนคติต่อการใช้อาสาสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้อาสาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก อีกทั้งยังพบว่าวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาและบุคคลที่พิกอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน จากผลการศึกษาดังกล่าวในเบื้องต้น สามารถแสดงให้เห็นว่าเยาวชนไทย อยู่ภายใต้สภาวะความเสี่ยงจากการเปิดรับสื่ออย่างไม่ถูกต้อง นั้นหมายถึง การขาดความสามารถในการเข้าถึงสาร ความสามารถในการวิเคราะห์สาร ความสามารถในการประเมินสาร และความสามารถในการสื่อความหมาย ซึ่งแสดงถึงการขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ จึงทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการบริโภคสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ประกอบกับในปัจจุบันยังไม่มีการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยว่าอยู่ในระดับใด เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการสนับสนุน และสร้างความสำคัญต่อการสร้างการเรียนรู้เท่าทันสื่อภายใต้ระบบการศึกษาของไทยต่อไป

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีการใช้วิธีการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 5 เรื่อง ได้แก่ งานวิจัยของ 1.กุลนารี เสือโรจน์ (2556) 2.สิริเสาวภา ฤกษ์นันท์ (2556) 3. พงศ์เทพ แก้วเสถียร (2557) 4.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ (2557) 5.ชนิษฐา จิตแสง (2557) 6.บุหงา ชัยสุวรรณ และพรพรรณ ประจักษ์เนตร (2558) 7.ศตพล เกิดอยู่ (2558) 8.เสาวภาคย์ แผลมเพชร (2559) 9.ทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์ (2560) 10.ภาวนีย์ เจนกิตติวรพงศ์ และปัทมา สุวรรณภักดี (2561)



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการวัดความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ แบบเป็นระบบวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นเยาวชนที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 15-25 ปี ทั้งชายและหญิง ซึ่งมีประชากรทั้งสิ้นจำนวน 792,779 คน (ข้อมูลจากระบบสถิติทางการทะเบียนปี 2561 ข้อมูล ณ วันที่ 15 ตุลาคม 2562)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่เยาวชนที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1967) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลำดับชั้น (Stratified Sampling) โดยแบ่งตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต ซึ่งแบ่งเป็น 6 กลุ่มเพื่อให้ลักษณะประชากรกระจายตามสัดส่วนและมีความหลากหลายซึ่งประกอบด้วย

กลุ่มรัตนโกสินทร์	กลุ่มบูรพา	กลุ่มศรีนครินทร์	กลุ่มเจ้าพระยา	กลุ่มกรุงธนใต้	กลุ่มกรุงธนเหนือ
1) บางซื่อ	1) ดอนเมือง	1) สะพานสูง	1) ดินแดง	1) บางขุนเทียน	1) บางพลัด
2) ดุสิต	2) หลักสี่	2) มีนบุรี	2) ห้วยขวาง	2) บางบอน	2) คลองตัน
3) พญาไท	3) สายไหม	3) คลองสามวา	3) วัฒนา	3) จอมเทียน	3) บางกอกน้อย
4) ราชเทวี	4) บางเขน	4) หนองจอก	4) คลองเตย	4) ราษฎร์บูรณะ	4) บางกอกใหญ่
5) ปทุมวัน	5) จตุจักร	5) ลาดกระบัง	5) บางนา	5) ทุ่งครุ	5) ภาษีเจริญ
6) พระนคร	6) ลาดพร้าว	6) ประเวศ	6) พระโขนง	6) ธนบุรี	6) หนองแขม
7) ป้อมปราบศัตรูพ่าย	7) บึงกุ่ม	7) สวนหลวง	7) สาทร	7) คลองสาน	7) ทวีวัฒนา
8) สัมพันธวงศ์	8) บางกะปิ	8) คันนายาว	8) บางคอแหลม	8) บางแค	
9) บางรัก	9) วังทองหลาง		9) ยานนาวา		

ที่มา: <http://www.bma.go.th/info/>

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับฉลากเลือกจากเขตพื้นที่ 6 กลุ่มของกรุงเทพมหานครออกมากลุ่มละ 2 เขต ดังนี้

กลุ่มรัตนโกสินทร์	กลุ่มบูรพา	กลุ่มศรีนครินทร์	กลุ่มเจ้าพระยา	กลุ่มกรุงธนใต้	กลุ่มกรุงธนเหนือ
1) ดุสิต	1) หลักสี่	1) สะพานสูง	1) สาทร	1) บางบอน	1) บางกอกน้อย
2) พญาไท	2) วังทองหลาง	2) ประเวศ	2) ห้วยขวาง	2) คลองสาน	2) บางพลัด

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ตามขั้นตอนที่ 2 โดยเก็บข้อมูลเยาวชนที่อาศัยอยู่ในเขตต่าง ๆ เขตละ 34 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายทางประชากร

3.2 เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อหาข้อมูลในการกำหนดเป็นกรอบแนวความคิดและทดสอบสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ แบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

3.3.1.1 ศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ เอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีองค์ความรู้และความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงไปสู่เรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

3.3.1.2 สร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดและตัวแปรที่กำหนดไว้ โดยกำหนดเนื้อหาในแบบสอบถามให้ครอบคลุมเรื่องที่ทำวิจัย โดยมุ่งเน้นให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบข้อเท็จจริงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3.3.1.3 กำหนดองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ของข้อคำถาม โดยสร้างข้อคำถามที่เป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

3.3.1.4 ตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หรือความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) เพื่อตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 โดยข้อคำถามที่มีความสอดคล้อง IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมสามารถนำมาใช้ได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 นำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนจะนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1.5 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบ (Pre-test) หรือทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับประชากรจริง จำนวน 30 ราย แล้วนำผลที่ได้จากแบบสอบถาม มาหาคุณภาพเครื่องมือโดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

3.3.1.6 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามครั้งสุดท้ายและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.3.2 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้น ทำได้โดยการที่ผู้วิจัยนำเอาเครื่องมือดังกล่าว ไปตรวจสอบความเที่ยง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมี 2 ขั้นตอน ดังนี้

3.3.2.1 การตรวจสอบความเที่ยง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูล โดยตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ทำการตรวจสอบโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 โดยข้อคำถามที่มีความ IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมสามารถนำมาใช้ได้ ส่วนคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนจะนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง

3.3.2.2 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความเชื่อถือได้โดยการทดสอบความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซนต์ แล้วจึงนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีคุณสมบัติทางประชากรเหมือนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละขั้นตอน ของแบบสอบถามมีความเหมาะสมหรือไม่ สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำมาตรวจสอบหาความเชื่อถือได้และนำมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม ซึ่งการตรวจสอบความเชื่อถือได้นั้น ผู้วิจัยใช้การคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ หรือ Alpha Coefficient ตามวิธีของ Cronbach โดยใช้เกณฑ์ค่าความเชื่อถือได้ไม่น้อยกว่า 0.70 ซึ่งได้ค่าความเชื่อถือได้ดังนี้ พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เท่ากับ รอผล การรู้เท่าทันสื่อเท่ากับ รอผล ดังนั้นแบบสอบถามที่ได้จึงมีความน่าเชื่อถือได้ดี

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสร็จอย่างสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.4.1 จัดเตรียมแบบสอบถามและกำหนดรหัสหมายเลขแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบการเก็บแบบสอบถาม

3.4.2 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองพร้อมทั้งผู้ช่วยวิจัยจำนวน 400 ชุด โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการทดลองใช้ (Try-Out) กับ จำนวน 30 ชุดและเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยใช้คำถามคัดกรองกับกลุ่มตัวอย่าง “เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กหรือไม่” และให้กลุ่มตัวอย่าง ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

และรอรับแบบสอบถามกลับคืนเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเสร็จสิ้นแล้ว โดยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานศึกษาต่าง ๆ เช่น โรงเรียน สถาบันอาชีวศึกษา และสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.3 ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ทำแบบสอบถาม

3.4.4 รวบรวมแบบสอบถามกลับคืนและตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่จะนำมาประมวลผล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการให้คะแนนเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1. คำถามด้านพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนโดยมีการให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยมาก	=	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดระดับของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้คือ

1.00 - 1.49 มีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับต่ำมาก

1.50 - 2.49 มีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับต่ำ

2.50 - 3.49 มีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับปานกลาง

3.50 - 4.49 มีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับสูง

4.50 - 5.00 มีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับสูงมาก

2. คำถามด้านการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน โดยมีการให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยมาก	=	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดระดับของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้คือ

- 1.00 - 1.49 มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับต่ำมาก
- 1.50 - 2.49 มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับต่ำ
- 2.50 - 3.49 มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับปานกลาง
- 3.50 - 4.49 มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับสูง
- 4.50 - 5.00 มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในระดับสูงมาก

3. เกณฑ์การจัดระดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

มีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตามแบบของ Bartz (1999) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.01 - 0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.21 - 0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.41 - 0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.61 - 0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.81 - 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและนำเสนอข้อมูลโดยตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ของร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

3.6.1.2 ใช้สถิติการคำนวณหาค่าความแตกต่างการทดสอบ (T-Test) และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

3.6.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

เมื่อรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษา “พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และ การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูลและ นำมาเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ สถานะทางครอบครัว โดยผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าจำนวนและค่าร้อยละ

ตารางที่ 4.1 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	166	41.50
หญิง	234	58.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.2 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 18 ปี	37	9.20
19 - 22 ปี	249	62.30
23 - 25 ปี	114	28.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 19-22 ปี รองลงมา 23-25 ปี และอายุ 15-18 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	41	10.20
ปวช./ปวส	27	6.80
ปริญญาตรี/ปริญญาโท	332	83.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/ปริญญาโท รองลงมา มัธยมศึกษา และปวช./ปวส. ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	151	37.80
5,001 – 10,000 บาท	116	29.00
มากกว่า 10,001 บาท	133	33.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนสูงสุดคือ อยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท รองลงมา คือกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 10,001 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานะทางครอบครัว

สถานะทางครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
บิดา - มารดา อยู่ร่วมกัน	259	64.8
บิดา - มารดา หย่าร้าง	71	17.8
บิดา- มารดา ยังไม่ได้หย่าร้าง แต่แยกกันอยู่	37	9.2
บิดา มารดา ถึงแก่กรรม	20	5.0
อื่น ๆ	13	3.2
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบิดามารดาอยู่ร่วมกัน รองลงมา หย่าร้าง กัน ถัดมา ยังไม่ได้หย่าร้างแต่แยกกันอยู่ ถึงแก่กรรม และอื่น ๆ ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

ตารางที่ 4.6 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยในการใช้บริการ www.facebook.com ในแต่ละสัปดาห์

การใช้ www.facebook.com ในแต่ละสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ทุกวัน	356	89.00
5-6 วันต่อสัปดาห์	17	4.20
3-4 วันต่อสัปดาห์	7	1.80
1-2 วันต่อสัปดาห์	8	2.00
ไม่ได้ใช้ทุกวัน	12	3.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บริการ www.facebook.com ในแต่ละสัปดาห์ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน รองลงมา 5-6 วันต่อสัปดาห์ ไม่ได้ใช้ทุกวัน 1-2 วันต่อสัปดาห์ และ 3-4 วันต่อสัปดาห์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ท่านใช้บริการ www.facebook.com โดยเฉลี่ยในแต่ละวัน

ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการ www.facebook.com ต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
3 ชั่วโมงขึ้นไป	165	41.3
มากกว่า 2 ถึง 3 ชั่วโมง	84	21.0
มากกว่า 1 ถึง 2 ชั่วโมง	56	14.0
30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง	66	16.5
น้อยกว่า 30 นาที	29	7.2
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ www.facebook.com โดยเฉลี่ยในแต่ละวันอยู่ที่ 3 ชั่วโมงขึ้นไป รองลงมา มากกว่า 2 ถึง 3 ชั่วโมง 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง มากกว่า 1 ถึง 2 ชั่วโมง และน้อยกว่า 30 นาที ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook)

พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
การเพิ่มเพื่อน			
1. ท่านสื่อสารบนเฟซบุ๊กโดยการเพิ่มเพื่อน (Add Friend)	3.29	1.145	ปานกลาง
รวม	3.29	1.145	ปานกลาง
โพสต์ภาพ			
1. เพื่อนและตัวท่านเข้าใจความรู้สึกซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี เช่นรู้ว่าท่านกำลังโกรธ ไม่สบายใจ หรือไม่พอใจเป็นต้น	3.61	0.995	มาก
2. ท่านสื่อสารโดยการโพสต์ ภาพข้อความ หรือสถานที่ ที่ไปทำกิจกรรมเพื่อให้เพื่อน ๆ ทราบ	3.77	1.064	มาก
3. การสื่อสารโดยการกดถูกใจ (Like) ให้เพื่อน เพื่อเป็นแรงเสริมต่อความสัมพันธ์ของกันและกัน	4.01	0.975	มาก
รวม	3.80	0.812	มาก
แสดงความคิดเห็น			
1. ท่านใช้เวลาในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ๆ จนเกิดความประทับใจด้วยการโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นใน Timeline	3.55	1.039	มาก
2. ท่านสื่อสารกับเพื่อนโดยการกดแชร์เรื่องที่คุณคิดว่าสนใจให้ทันที เมื่อพบว่ามีความน่าสนใจ	3.79	1.082	มาก
รวม	3.67	0.914	มาก
การสนทนาผ่านการ Chat			
1. ท่านเริ่มสื่อสารกับเพื่อนด้วยการพูดคุย (chat) ส่งรูปตัวเอง	3.43	1.193	มาก
2. ท่านสื่อสารโดยการให้เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัว เพื่อให้กำลังใจซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ	3.07	1.227	ปานกลาง
3. ท่านสื่อสารกับเพื่อนเพื่อนัดพบทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชื่นชอบ เช่นดูหนัง ซื้อปิ้ง ทานข้าว	3.70	1.083	มาก
รวม	3.40	0.959	ปานกลาง

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ			
1. ท่านและเพื่อนสื่อสารเพื่อสร้างความคล้อยคลึงของกันและกัน เช่น ส่งเพลง ภาพยนตร์และเกมส์ที่สนใจเหมือนกันให้กับเพื่อน	3.71	1.024	มาก
รวม	3.71	1.024	มาก
รวมทั้งหมด	3.59	.772	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) พบว่า

1) การเพิ่มเพื่อน โดยการสื่อสารบนเฟซบุ๊กโดยการเพิ่มเพื่อน (Add Friend) อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.29

2) โพสต์ภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 โดยรายชื่อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การสื่อสารโดยการกดถูกใจ (Like) ให้เพื่อนเพื่อเป็นแรงเสริมต่อความสัมพันธ์ของกันและกัน สื่อสารโดยการโพสต์ ภาพข้อความ หรือสถานที่ ที่ไปทำกิจกรรมเพื่อให้เพื่อน ๆ ทราบ และเพื่อนและตัวท่านเข้าใจความรู้สึกซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี เช่นรู้ว่าท่านกำลังโกรธ ไม่สบายใจ หรือไม่พอใจ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.01, 3.77 และ 3.61 ตามลำดับ

3) แสดงความคิดเห็น ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ ท่านสื่อสารกับเพื่อนโดยการกดแชร์เรื่องที่คิดว่าสนใจให้ทันที เมื่อพบว่ามีเนื้อหาที่น่าสนใจ และท่านใช้เวลาในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ๆ จนเกิดความประทับใจด้วยการโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นใน Timeline ค่าเฉลี่ย 3.79 และ 3.55 ตามลำดับ

4) การสนทนาผ่านการ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ท่านสื่อสารกับเพื่อนเพื่อนัดพบทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชื่นชอบ เช่นดูหนัง ซื้อป๊ิง ทานข้าว อยู่ในระดับมาก ท่านเริ่มสื่อสารกับเพื่อนด้วยการพูดคุย (chat) ส่งรูปตัวเอง อยู่ในระดับมาก ส่วนท่านสื่อสารโดยการให้เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัวเพื่อให้กำลังใจซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.70, 3.43 และ 3.07

5) การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ โดยท่านและเพื่อนสื่อสารเพื่อสร้างความคล้ายคลึงของกันและกัน เช่น ส่งเพลง ภาพยนตร์และเกมส์ที่สนใจเหมือนกันให้กับเพื่อน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.71

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อ

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
การเข้าถึงสื่อ			
1. ท่านอ่านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กอย่างละเอียด	3.87	.823	มาก
2. ท่านอ่านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กมากกว่า 1 รอบ	3.69	.938	มาก
รวม	3.78	.791	มาก
การวิเคราะห์ข่าวสาร			
1. ท่านมักจะวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กอยู่เสมอดี	3.75	.894	มาก
2. ท่านสามารถแยกแยะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กได้อย่างถูกต้อง ว่าสิ่งใดจริงสิ่งใดเท็จ	3.90	.877	มาก
3. หากรู้ว่าข้อมูลข่าวสารที่คนอื่นแชร์มานั้น ไม่ถูกต้อง ท่านจะแก้ไขข้อมูลให้กับกลุ่ม สนทนาหรือคู่สนทนาทันที	3.43	1.115	ปานกลาง
รวม	3.69	.740	มาก
การตรวจสอบข้อมูล			
1. เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กท่านจะไม่เชื่อตามทันที	3.75	.950	มาก
2. ท่านมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากแหล่งข่าวอื่น ๆ	3.73	.940	มาก
3. ท่านจะไม่แชร์หรือโพสต์ภาพ, ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับ หากยังไม่แน่ใจในความถูกต้อง	3.99	.999	มาก

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อ (ต่อ)

การรู้เท่าทันสื่อ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
4. ท่านมักตกเดือนเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด เรื่องการแชร์ภาพ/ข้อมูลต่าง ๆ	3.51	1.165	มาก
รวม	3.75	.733	มาก
การตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหา			
1. ท่านตีความหมาย สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างความหมายผ่านเนื้อหา ข่าวสารในเฟซบุ๊กได้	3.68	.947	มาก
2. ท่านอธิบายได้ว่าเนื้อหาข่าวสารที่สื่อผลิตขึ้นนั้นมีนัยทางธุรกิจการค้าแอบแฝงอยู่	3.86	1.008	มาก
รวม	3.77	.875	มาก
รวมทั้งหมด	3.74	.654	มาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.74 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

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

2) การวิเคราะห์ข่าวสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าท่านสามารถแยกแยะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กได้อย่างถูกต้อง ว่าสิ่งใดจริงสิ่งใดเท็จ และท่านมักจะวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กอยู่เสมอดี อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 และ 3.75 ตามลำดับ ส่วนหากรู้ว่าข้อมูลข่าวสารที่คนอื่นแชร์มานั้น ไม่ถูกต้อง ท่านจะแก้ไขข้อมูลให้กับกลุ่ม สนทนาหรือคู่สนทนาทันทีอยู่ในระดับปานกลาง 3.43

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

4) การตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ท่านอธิบายได้ว่าเนื้อหาข่าวสารที่สื่อผลิตขึ้นนั้นมีนัย

ทางธุรกิจการค้า แฝงอยู่ และท่านตีความหมาย สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างความหมายผ่านเนื้อหา ข่าวสารในเฟซบุ๊กได้ ค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.68 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

1. เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	เพศ				t	P
	ชาย		หญิง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเพิ่มเพื่อน	3.49	1.190	3.14	1.093	2.972	.003*
2) โฟสต์ภาพ	3.77	0.844	3.81	0.790	-.554	.580
3) แสดงความคิดเห็น	3.66	1.002	3.67	0.848	-.087	.931
4) การสนทนาผ่านการ Chat	3.47	0.981	3.35	0.942	.446	.222
5) การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ	3.83	1.021	3.62	1.021	1.944	.053
รวม	3.63	0.827	3.56	0.731	.958	.339

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบความแตกต่างในด้านการเพิ่มเพื่อนโดยเพศชายมีการเพิ่มเพื่อนมากกว่าเพศหญิง ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการสื่อสารบน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก	อายุ						F	P
	15 - 18 ปี		19 - 22 ปี		23 - 25 ปี			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเพิ่มเพื่อน	3.68	1.156	3.28	1.151	3.17	1.112	2.79	.063
2) โปสต์ภาพ	4.01	0.743	3.79	.820	3.74	.811	1.58	.206
3) แสดงความคิดเห็น	3.91	0.888	3.70	.920	3.52	.893	2.87	.058
4) การสนทนาผ่านการ Chat	3.48	1.035	3.47	.941	3.21	.955	3.19	.042*
5) การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่ง เพลง ฯลฯ	4.03	0.928	3.79	.986	3.42	1.080	7.31	.001*
รวม	3.80	0.799	3.63	.766	3.45	.761	3.62	.028*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบความแตกต่างในภาพรวม ด้านการสนทนาผ่านการ Chat และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ในด้านที่พบความแตกต่างแสดงดังตารางที่ 4.12 - 4.14

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ภาพรวม

อายุ	\bar{X}	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 25 ปี
15 - 18 ปี	3.80	-	.170	.350*
19 - 22 ปี	3.63		-	.180*
23 - 25 ปี	3.45			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ภาพรวม พบว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 19-22 ปี มีพฤติกรรมที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านการสนทนาผ่านการ Chat

อายุ	\bar{X}	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 25 ปี
15 - 18 ปี	3.48	-	.003	.269
19 - 22 ปี	3.47		-	.266*
23 - 25 ปี	3.21			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านการสนทนาผ่านการ Chat พบว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 19-22 ปี มีพฤติกรรมที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ

อายุ	\bar{X}	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 25 ปี
15 - 18 ปี	4.03	-	.236	.606*
19 - 22 ปี	3.79		-	.370
23 - 25 ปี	3.42			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านการสนทนาผ่านการ Chat พบว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 19-22 ปี มีพฤติกรรมที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการสื่อสารบน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก	อายุ						F	P
	มัธยมศึกษา		ปวช/ปวส		ป.ตรี/ป.โท			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเพิ่มเพื่อน	3.59	1.117	3.30	1.137	3.25	1.147	1.60	.203
2) โพสต์ภาพ	4.03	0.741	3.72	0.732	3.77	0.824	2.01	.135
3) แสดงความคิดเห็น	3.93	0.926	3.46	1.055	3.65	0.897	2.39	.093
4) การสนทนาผ่านการ Chat	3.49	0.919	3.60	1.030	3.37	0.958	0.94	.390
5) การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ	3.90	0.860	3.63	0.926	3.69	1.050	0.87	.420
รวม	3.79	0.768	3.58	0.841	3.57	0.766	1.53	.218

จากตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการสื่อสารบน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก	รายได้ต่อเดือน						F	P
	ต่ำกว่า 5,000		5,001 – 10,000		มากกว่า 10,001			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเพิ่มเพื่อน	3.45	1.112	3.34	1.165	3.05	1.134	4.73	.009*
2) โพสต์ภาพ	3.81	0.792	3.87	0.814	3.71	0.832	1.22	.296
3) แสดงความคิดเห็น	3.78	0.895	3.66	0.974	3.55	0.869	2.46	.086
4) การสนทนาผ่านการ Chat	3.50	0.931	3.48	0.961	3.21	0.969	3.78	.024*
5) การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ	3.87	0.982	3.75	1.003	3.48	1.056	5.46	.005*
รวม	3.68	0.739	3.65	0.814	3.44	0.756	3.93	.020*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ พบความแตกต่างในภาพรวม และรายด้านในด้านการเพิ่มเพื่อน การสนทนาผ่านการ chat และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบรายคู่ในด้านที่มีความแตกต่างกัน แสดงดังตาราง 17-20

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ภาพรวม

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 5,000	5,001 – 10,000	มากกว่า 10,001
ต่ำกว่า 5,000	3.68	-	.033	.240*
5,001 – 10,000	3.65		-	.207*
มากกว่า 10,001	3.44			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในภาพรวม พบว่าเยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 ต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 และเยาวชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 แตกต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการเพิ่มเพื่อน

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 5,000	5,001 – 10,000	มากกว่า 10,001
ต่ำกว่า 5,000	3.45	-	.106	.405*
5,001 – 10,000	3.34		-	.300*
มากกว่า 10,001	3.05			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในด้านการเพิ่มเพื่อน พบว่าเยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 มีการเพิ่มเพื่อนที่ต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001

และเยาวชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 มีการเพิ่มเพื่อนที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการสนทนาผ่านการ Chat

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 5,000	5,001 – 10,000	มากกว่า 10,001
ต่ำกว่า 5,000	3.50	-	.013	.283*
5,001 – 10,000	3.48		-	.269*
มากกว่า 10,001	3.21			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในด้านการสนทนาผ่านการ Chat พบว่าเยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 มีการสนทนาผ่านการ Chat ต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 และเยาวชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 มีการสนทนาผ่านการ Chat ที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 5,000	5,001 – 10,000	มากกว่า 10,001
ต่ำกว่า 5,000	3.87	-	.124	.393*
5,001 – 10,000	3.75		-	.269*
มากกว่า 10,001	3.48			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในด้านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง พบว่าเยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 มีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ ต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 และ

เยาวชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 มีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ ที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะครอบครัว

พฤติกรรมการสื่อสารบน เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	ครอบครัว										F	P
	อยู่ร่วมกัน		อย่าร้าง		แยกกันอยู่		ถึงแก่กรรม		อื่น ๆ			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเพิ่มเพื่อน	3.33	1.157	3.15	1.091	3.46	1.216	2.95	1.050	3.15	1.144	1.01	.404
2) โพสต์ภาพ	3.81	0.807	3.88	0.737	3.76	0.811	3.48	1.017	3.72	0.961	0.98	.416
3) แสดงความคิดเห็น	3.69	0.907	3.69	0.868	3.69	0.767	3.33	1.206	3.65	1.197	0.74	.564
4) การสนทนาผ่านการ Chat	3.43	0.928	3.36	1.063	3.47	0.928	2.88	1.078	3.56	0.738	1.70	.150
5) การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ	3.76	1.043	3.79	0.893	3.41	1.117	3.30	1.031	3.62	0.870	1.95	.101
รวม	3.62	0.770	3.60	0.719	3.59	0.743	3.20	0.977	3.59	0.791	1.37	.245

จากตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพของครอบครัว ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

2. เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

การรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	เพศ				t	P
	ชาย		หญิง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเข้าถึงสื่อ	3.89	.842	3.70	.744	2.389	.017*
2) การวิเคราะห์ข่าวสาร	3.76	.784	3.65	.706	1.444	.150
3) การตรวจสอบข้อมูล	3.81	.739	3.70	.726	1.468	.143
4) การตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร	3.88	.912	3.69	.841	2.157	.032*
รวม	3.82	.689	3.68	.623	2.037	.042*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีความแตกต่างกันในภาพรวม ด้านการเข้าถึงสื่อและด้านการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

การรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	อายุ						F	P
	15 - 18 ปี		19 - 22 ปี		23 - 25 ปี			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเข้าถึงสื่อ	3.85	.919	3.83	.754	3.66	.818	1.986	.139
2) การวิเคราะห์ข่าวสาร	3.76	.731	3.74	.720	3.57	.778	2.276	.104
3) การตรวจสอบข้อมูล	3.91	.744	3.78	.697	3.62	.791	2.873	.058
4) การตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร	4.00	.799	3.83	.852	3.55	.912	5.634	.004*
รวม	3.87	.649	3.78	.621	3.60	.705	4.007	.019*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบความแตกต่างในภาพรวม และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ในด้านที่พบความแตกต่างแสดงดังตารางที่ 4.24 -4.25

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ภาพรวม

อายุ	\bar{X}	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 25 ปี
15 - 18 ปี	3.87	-	.091	.275*
19 - 22 ปี	3.78		-	.183*
23 - 25 ปี	3.60			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ภาพรวม พบว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 15-8 ปีมีการรับรู้ที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี และอายุ 19-22 ปี มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร

อายุ	\bar{X}	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 25 ปี
15 - 18 ปี	4.00	-	.170	.281*
19 - 22 ปี	3.83		-	.281*
23 - 25 ปี	3.55			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร พบว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 15-8 ปีมีการรับรู้ที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี และอายุ 19-22 ปี มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ
เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

การรู้เท่าทันสื่อบน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก	อายุ						F	P
	มัธยมศึกษา		ปวช/ปวส		ป.ตรี/ป.โท			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเข้าถึงสื่อ	3.66	.938	3.54	.970	3.82	.752	2.134	.120
2) การวิเคราะห์ข่าวสาร	3.67	.756	3.64	.816	3.70	.734	.099	.906
3) การตรวจสอบข้อมูล	3.73	.710	3.67	.872	3.75	.725	.180	.835
4) การตีความหมายของ สัญลักษณ์และเนื้อหา ข่าวสาร	3.73	.909	3.85	.818	3.76	.877	.164	.849
รวม	3.70	.668	3.67	.763	3.75	.644	.263	.769

จากตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของ
เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

การรู้เท่าทันสื่อบน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก	รายได้ต่อเดือน						F	P
	ต่ำกว่า 5,000		5,001 – 10,000		มากกว่า 10,001			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเข้าถึงสื่อ	3.79	.819	3.79	.824	3.76	.732	.093	.911
2) การวิเคราะห์ข่าวสาร	3.59	.802	3.75	.738	3.76	.657	2.446	.088
3) การตรวจสอบข้อมูล	3.66	.760	3.90	.768	3.71	.650	3.789	.023*
4) การตีความหมายของ สัญลักษณ์และเนื้อหา ข่าวสาร	3.68	.901	3.91	.878	3.73	.831	2.484	.085
รวม	3.67	.705	3.84	.652	3.73	.584	2.306	.101

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ พบความแตกต่างในด้านการตรวจสอบข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ ในด้านที่มีความแตกต่างกัน แสดงดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการตรวจสอบข้อมูล

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 5,000	5,001 – 10,000	มากกว่า 10,001
ต่ำกว่า 5,000	3.66	-	.038*	.046*
5,001 – 10,000	3.90		-	.191*
มากกว่า 10,001	3.71			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าเยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่างจากเยาวชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และมากกว่า 10,001 บาท นอกจากนี้เยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รู้เท่าทันสื่อแตกต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะครอบครัว

การรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่าย สังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	ครอบครัว										F	P
	อยู่ร่วมกัน		อยู่ร้าง		แยกกันอยู่		ถึงแก่กรรม		อื่น ๆ			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1) การเข้าถึงสื่อ	3.78	.766	3.89	.738	3.84	.736	3.63	1.122	3.35	1.028	1.554	.186
2) การวิเคราะห์ข่าวสาร	3.67	.709	3.82	.758	3.73	.745	3.60	1.024	3.49	.765	.916	.455
3) การตรวจสอบข้อมูล	3.74	.711	3.85	.727	3.59	.683	3.83	1.033	3.67	.806	.819	.513
4) การตีความหมายของ สัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร	3.74	.881	3.85	.848	3.76	.940	3.68	.863	4.00	.791	.490	.743
รวม	3.72	.637	3.85	.658	3.71	.642	3.70	.883	3.62	.631	.646	.630

จากตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพของครอบครัว ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

3. พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

พฤติกรรมการสื่อสาร/การรู้เท่าทันสื่อ	ML1	ML2	ML3	ML4	ML5	MLT
B1	.261*	.215*	.211*	.211*	.258*	.261*
B2	.329*	.437*	.401*	.466*	.482*	.329*
B3	.385*	.439*	.382*	.446*	.482*	.385*
B4	.324*	.390*	.350*	.473*	.447*	.324*
B5	.260*	.336*	.301*	.418*	.383*	.260*
BT	.389*	.463*	.418*	.516*	.522*	.389*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ:

B1 คือ การเพิ่มเพื่อน

B2 คือ โปสต์ภาพ

B3 คือ แสดงความคิดเห็น

B4 คือ การสนทนาผ่านการ Chat

B5 คือ การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ

BT คือ รวมพฤติกรรมการสื่อสาร

ML1 คือ การเข้าถึงสื่อ

ML2 คือ การวิเคราะห์ข่าวสาร

ML3 คือ การตรวจสอบข้อมูล

ML4 คือ การตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร

MLT คือ รวมการรู้เท่าทันสื่อ

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคม

ออนไลน์เฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา “พฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยสรุปผล อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะตามลำดับ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Deceptive Statistic) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากร
4. เพื่อเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และสถานะครอบครัว

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) ได้แก่ การเพิ่มเพื่อน โพสต์ภาพ แสดงความคิดเห็น การสนทนาผ่านการ Chat และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ

ตอนที่ 4 การรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์ข่าวสาร การตรวจสอบข้อมูล และการตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน
2. เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 19-22 ปี รองลงมา 23-25 ปี และอายุ 15-18 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/ปริญญาโทมากที่สุด รองลงมา มัธยมศึกษา และปวช/ปวส ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนสูงสุดคือ อยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท รองลงมา คือกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 10,001 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีบิดามารดาอยู่ร่วมกัน รองลงมา หย่าร้างกัน ถัดมา ยังไม่ได้หย่าร้างแต่แยกกันอยู่ถึงแก่กรรม และอื่น ๆ

5.1.2 พฤติกรรมการใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ www.facebook.com ในแต่ละสัปดาห์ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน รองลงมา 5-6 วันต่อสัปดาห์ ไม่ได้ใช้ทุกวัน 1-2 วันต่อสัปดาห์ และ 3-4 วันต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่ใช้บริการ www.facebook.com โดยเฉลี่ยในแต่ละวันอยู่ที่ 3 ชั่วโมงขึ้นไป รองลงมา มากกว่า 2 ถึง 3 ชั่วโมง 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง มากกว่า 1 ถึง 2 ชั่วโมง และน้อยกว่า 30 นาที

5.1.3 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

5.1.3.1 การเพิ่มเพื่อน โดยการสื่อสารบนเฟซบุ๊กโดยการเพิ่มเพื่อน (Add Friend) อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.29

5.1.3.2 โปสต์ภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายชื่อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การสื่อสารโดยการกดถูกใจ (Like) ภาพให้เพื่อน เพื่อเป็นแรงเสริมต่อความสัมพันธ์ของกันและกัน ทั้งนี้การโปสต์ภาพถือว่าเป็นพฤติกรรมการสื่อสารที่เปิดเผย เป็นพฤติกรรมของกลุ่มที่รักการโปสต์ และการแชร์เป็นชีวิตจิตใจ (The Over-Share) เพราะโดยธรรมชาติแล้วคนส่วนใหญ่มักจะเข้าไปดูอัลบั้มภาพก่อนเป็นอันดับแรก ๆ เพื่อจะได้ทำความรู้จักกับเจ้าของเฟซบุ๊กได้ง่ายขึ้น ซึ่งการสื่อสารโดยการโปสต์ ภาพข้อความ หรือสถานที่ ที่ไปทำกิจกรรมเพื่อให้เพื่อน ๆ ทราบนั้น ทั้งเพื่อนและตัวท่านจะสามารถเข้าใจความรู้สึกซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี เช่น รู้ว่าท่านกำลังโกรธ ไม่สบายใจ หรือไม่พอใจ เป็นต้น

5.1.3.3 แสดงความคิดเห็น ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างสื่อสารกับเพื่อนโดยการแสดงความคิดเห็นและการกดแชร์เรื่อง ที่คิดว่าสนใจให้ทันที เมื่อพบว่ามีเนื้อหาที่น่าสนใจ และกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ๆ จนเกิดความประทับใจด้วยการโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นใน Timeline

5.1.3.4 การสนทนาผ่านการ chat ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างสื่อสารกับเพื่อนเพื่อนัดพบทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชื่นชอบ เช่น ดูหนัง ช็อปปิ้ง ทานข้าว อยู่ในระดับมาก เริ่มสื่อสารกับเพื่อนด้วยการพูดคุย (chat) ส่งรูปตัวเอง อยู่ในระดับมาก ส่วนสื่อสารโดยการให้เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัวเพื่อให้กำลังใจซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับปานกลาง โดยสื่อสารผ่านช่องทางข้อความ (Messages) ซึ่งเป็นระบบส่งข้อความส่วนตัวอยู่ตรงด้านบนของหน้าจอ โดยผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความหาเพื่อนคนใดก็ได้ และนอกจากการส่งข้อความธรรมดา ๆ แล้ว ยังสามารถส่งลิงก์ (Link) ภาพถ่าย วิดีโอ ได้อีกด้วย

5.1.3.4 การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ โดยกลุ่มตัวอย่างและเพื่อนสื่อสารเพื่อสร้างความคล้อยคลึงของกันและกัน เช่น ส่งเพลง ภาพยนตร์และเกมส์ที่สนใจเหมือนกันให้กับเพื่อน อยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่าเป็นพฤติกรรมสื่อสารของกลุ่มนักรเล่นเกม (The Gamer) หากพิจารณาจากชื่อกลุ่มแล้วก็ค่อนข้างชัดเจนว่าส่วนใหญ่จะเน้นการใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อการเล่นเกมเท่านั้น ซึ่งบนหน้าโปรไฟล์ของผู้ใช้งานกลุ่มนี้มักมีเพียงแค่การอัปเดตคะแนนและสถิติในการเล่นเกมส์ต่าง ๆ

5.1.4 การรู้เท่าทันสื่อ ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

5.1.4.1 การเข้าถึงสื่อ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างอ่านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กอย่างละเอียด และอ่านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กมากกว่า 1 รอบ ถือได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้เต็มที่ โดยจะต้องรับรู้และเข้าใจในความหมายได้ ซึ่งถือว่าเป็นจุดแรกที่จะทำให้เกิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

5.1.4.2 การวิเคราะห์ข่าวสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถแยกแยะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กได้อย่างถูกต้อง ว่าสิ่งใดจริงสิ่งใดเท็จ และมักจะวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก ส่วนหากรู้ว่าข้อมูลข่าวสารที่คนอื่นแชร์มานั้น ไม่ถูกต้อง กลุ่มตัวอย่างจะแก้ไขข้อมูลให้กับกลุ่มสนทนาหรือคู่สนทนาทันทีอยู่ในระดับปานกลาง จะเห็นได้ว่าเมื่อก่อนกลุ่มตัวอย่างเข้าถึงสื่อได้แล้ว สามารถวิเคราะห์สื่อและความหมายที่ถูกประกอบสร้างจากสื่อได้ด้วย สามารถวิเคราะห์และเข้าใจได้ตั้งแต่กระบวนการผลิตสร้าง เทคนิคภาษา การใส่ความหมาย

5.1.4.3 การตรวจสอบข้อมูล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างไม่แชร์หรือโพสต์ภาพ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับหากยังไม่แน่ใจในความถูกต้อง เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จะไม่เชื่อตามทันที โดยมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากแหล่งข่าวอื่น ๆ และมักตั้งเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด เรื่องการแชร์ภาพ/ข้อมูลต่าง ๆ

5.1.4.4 การตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างสามารถอธิบายและสามารถแยกแยะได้ถึงเนื้อหาข่าวสารที่สื่อผลิตขึ้นนั้นมีนัยทางธุรกิจการค้าแอบแฝงอยู่ และสามารถตีความหมาย สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างความหมายผ่านในเฟซบุ๊กได้

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เยาวชนที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน โดยมีผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในรายด้านพบความแตกต่างในด้านการเพิ่มเพื่อนโดยเพศชายมีการเพิ่มเพื่อนมากกว่าเพศหญิง ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

2. เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเยาวชนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแตกต่างกันในภาพรวม ด้านการสนทนาผ่านการ Chat และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น เล่นเกมส์ ส่งเพลง ฯลฯ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง โดยพบว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 19-22 ปีมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี

3. เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

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

5. เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพของครอบครัว ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 2 เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน โดยมีผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีความแตกต่างกันในภาพรวม ด้านการเข้าถึงสื่อ และด้าน การตีความหมายของสัญลักษณ์และเนื้อหาข่าวสาร

2. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบความแตกต่างในภาพรวม และการตีความหมายของสัญลักษณ์ และเนื้อหาข่าวสาร ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ในด้านที่พบความแตกต่าง พบว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 15-8 ปีมีการรับรู้ที่แตกต่างจากเยาวชนที่มีอายุ 23-25 ปี และอายุ 19-22 ปี มีการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

3. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

4. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ พบความแตกต่างในด้านการตรวจสอบข้อมูล ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ ในด้านที่มีความแตกต่างกัน พบว่าเยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่างจากเยาวชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และมากกว่า 10,001 บาท นอกจากนี้เยาวชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รู้เท่าทันสื่อแตกต่างจากเยาวชนที่มีรายได้มากกว่า 10,001 บาท

5. เปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพของครอบครัว ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชน พบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 อภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกประเด็นที่จะนำมาอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นที่เห็นว่ามีความสำคัญดังต่อไปนี้

5.2.1 พฤติกรรมการใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่องของการโพสต์ภาพ การแสดงความคิดเห็น และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจ ส่วนการเพิ่มเพื่อนและการสนทนาผ่านการ Chat อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสถิติการใช้เฟซบุ๊ก โดยประเทศไทยมีผู้ใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับ 8 ของโลก อยู่ที่ 47 ล้านบัญชี (Narongyod Mahittivanicha, 2563) สอดคล้องกับผลการวิจัยของพงศ์เทพ แก้วเสถียร (2557) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่า การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับเล่นเฟซบุ๊กในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบุญอยู่ ขอพรประเสริฐ (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่ ใช้สนทนา (Chat) กับเพื่อน และใช้เขียนแสดงความยินดีกับเพื่อนในโอกาสต่าง ๆ การกด Like เอาใจเพื่อน การอัปโหลด (Up Load) ภาพต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน การโพสต์ข้อความเล่าเรื่องต่าง ๆ การติดตามข่าวประจำวัน การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่าการแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ (Comment) และการสร้างอัลบั้มรูป จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าเฟซบุ๊กเป็นสื่อใหม่ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยในปัจจุบัน โดยเฉพาะในระดับเยาวชนซึ่งมีบทบาทในการเป็นพื้นที่เพื่อการสำรวจหรือค้นหา แสดงออก และทดสอบอัตลักษณ์ของเยาวชนรวมทั้งมีบทบาทสำคัญในการขัดเกลาทางสังคมแก่เยาวชน ดังที่บัคกิงแฮม (Buckingham, 2007) กล่าวว่าสื่อใหม่สร้างความตื่นตาตื่นใจและนำความหวาดกลัวเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อเด็กและเยาวชน

5.2.2 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 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่าการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่สามารถรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตในระดับสูง

5.2.3 เยาวชนที่มีอายุ และรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน โดยพบว่าเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า และมีรายได้ต่ำกว่ามีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากกว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า

ทั้งนี้ จะเห็นว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่ามีรายได้ที่ต่ำกว่าจึงเป็นกลุ่มเยาวชนกลุ่มเดียวกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เสาวภาคย์ แผลมเพชร (2559) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่านักเรียนระดับมัธยมในเขตจังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด

5.2.4 เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันโดยเยาวชนที่เป็นเพศชายรู้เท่าทันสื่อมากกว่าเยาวชนที่เป็นเพศหญิง อาจเพราะเยาวชนเพศชายมีความสนใจและการเรียนรู้ และพร้อมที่จะเปิดรับสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับ พฤติกรรมการเปิดเผย (Over behavior) ตัวตน นอกจากนี้ยังพบว่าเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ แตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกัน โดยเยาวชนกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่ามีการรู้เท่าทันสื่อที่มากกว่าเยาวชนที่มีอายุมากกว่า ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากเยาวชนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 15-18 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียน จะได้รับการปลูกฝังการรู้เท่าทันสื่อจากโรงเรียน ถือว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะเยาวชนในโลกยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคที่สื่อมีอิทธิพลต่อความคิด ทักษะคิด และเยาวชนใช้เวลาในแต่ละวันจำนวนมากกับสื่อ จึงทำให้มีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก แตกต่างจากเยาวชนกลุ่มที่มีอายุสูงซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีอิสระในการคิดด้วยตนเองมากกว่า

5.2.5 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเยาวชนโดยพบว่า มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน สอดคล้องกับงานวิจัยภาวนีย์ เจนกิตติวพงษ์ และปัทมา สุวรรณภักดี (2561) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทย ในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการรู้เท่าทันสื่อ โดยเป็นความสัมพันธ์กันทางบวก และสอดคล้องกับงานวิจัยของศตพล เกิดอยู่ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะคิด พฤติกรรม และการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งพบว่าพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ โดยเป็นความสัมพันธ์กันทางบวก

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่าเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก และมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกันแต่เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตามอายุของเยาวชนจะพบว่าเยาวชนกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่ามีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าเยาวชนกลุ่มที่มีอายุมากแต่ก็ไม่ได้แตกต่างกัน

มากนัก อย่างไรก็ตามในกลุ่มเยาวชนที่มีอายุมากโดยเฉพาะในกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 23 – 25 ปี ควรมี การให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้ในการใช้งานเฟซบุ๊กอยู่เป็นช่วง ๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างความ ตระหนักรู้หรือให้รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษากับกลุ่มเยาวชนที่มีอายุ 15-25 ปี และ อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยเรียนเท่านั้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าหากได้ศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องภูมิลำเนา อายุ และอาชีพ เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกหรือ ศึกษาเชิงเปรียบเทียบ จะสามารถเห็นภาพสถานะภาพของพฤติกรรมการใช้ และระดับการรู้เท่าทันสื่อ ในแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้นซึ่งจะก่อให้เกิดผลการศึกษาใหม่ ๆ ที่แตกต่างออกไป

5.3.2.2 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณซึ่งเป็นกระบวนการที่ค้นหามี มุมมองตามทฤษฎีที่กำหนดไว้แล้วหรือมีผู้ศึกษาไว้แล้ว และอาจจะทำให้ละเอียดบริบทของประเทศไทย ไปบ้าง โดยเฉพาะในเรื่องของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อซึ่งเป็นเรื่อง ละเอียดอ่อน หากใช้วิธีการเชิงคุณภาพร่วมศึกษาวิจัยด้วยอาจจะได้ทราบพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ และการรู้เท่าทันสื่อที่เป็นไปตามบริบทของประเทศไทยที่ชัดเจนขึ้น



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ชนิษฐา จิตแสง. (2557) .**ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น**. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531) . **พลศาสตร์ของการสื่อสาร**. เอกสารการสอนชุดวิชาพลศาสตร์การสื่อสาร หน่วยที่ 2 (หน้า 23-26) . นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จินดารัตน์ บวรบริหาร. (2548) . **ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียน ชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร**. สาขาวิชาวารสารศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. (2557) . **พฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊ค (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกริก.
- พรชพล มังกรพิศม์. (2553) . **Blackberry social network. device master**. Barndage.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553) . **รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วริศรา ภาณุวัฒน์. (2557) . **Facebook อยู่หรือไป ใครตอบได้**. พิมพ์ลักษณ์ . กรุงเทพฯ .
- วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด. (2551) . **การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน** . กรุงเทพมหานคร . คณะครุศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศตพล เกิดอยู่. (2558) . **ทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์**. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ. (2549) . **การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในยุคโลกาภิวัตน์**. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวภาคย์ แผลมเพชร. (2559) . **พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี**. วารสารสุทธิปริทัศน์. ปีที่ 30 ฉบับที่ 93 หน้า 116-130.

องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. (2539) .พฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขต
กรุงเทพมหานคร .ภาควิชาการประชาสัมพันธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
อรรถพร กงวิไล. (2545) . ความรู้เท่าทันสื่อสื่อมวลชน ในการเปิดรับรายงานผลการสำรวจ
ประชามติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเซนจอห์น.
อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2549) .เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ: แนวคิดทฤษฎีและประสบการณ์การ
รู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ. โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ.นนทบุรี.
เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2540) . การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิเตอเรซีของนักศึกษาในประเทศไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎีบัณฑิต, คณะครุศาสตร์.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Buckingham, D. (2007) . **Youth, identity, and digital media**. Combridge, MA: MIT Press.
Dhaliwal,J. (2013) . **Top 10 Tips To Safe on Facebook**. Retrieved April 10, 2016, from <http://now avg.com/top-10tips-stay-safe-facebook-avg>.
Potter J. (ed.) (2008) .**Entrepreneurship and Higher Education**. OECD, Paris.

เว็บไซต์

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561) . สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี
2561. <https://blog.ourgreenfish.com/th/สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต>. [เข้าถึงข้อมูล ณ วันที่
15 ต.ค. 62].
ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2561) . จำนวนประชากรแยกอายุ. [ระบบออนไลน์].
http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php [เข้าถึงข้อมูล ณ วันที่ 15
ต.ค. 2562].
Marketingoops.com. (2559) . พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทย ปี 2559. [ระบบออนไลน์].
<https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/etda-thai-internet-user-stat-2016/>[เข้าถึงข้อมูล ณ วันที่ 1 ส.ค. 2562].
Narongyod Mahittivanicha. (2563) . สถิติและพฤติกรรมการใช้ social media ทั่วโลก Q1
ปี 2020 [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020/> [เข้าถึงข้อมูล ณ วันที่ 1 มีนาคม 2563].

Opify.net (2556) .เอ็กซ์เรย์พฤติกรรม 9 ประเภทของกลุ่มผู้ใช้งาน Facebook (Infographic)

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา:<http://thumbsup.in.th/2013/08/types-of-facebook-user/>

[เข้าถึงข้อมูล ณ วันที่ 1 ส.ค. 2562].





ภาคผนวก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และการรู้เท่าทันสื่อของ
เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเอกสารประกอบการวิจัย จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
ดังรายละเอียดที่ปรากฏในแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยขอความกรุณาให้ท่านกรอกคำถามตามความเป็น
จริง และขอขอบพระคุณท่านที่ให้ข้อมูลมา ณ ที่นี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) 15 - 18 ปี

2) 19 - 22 ปี

3) 23 - 25 ปี

3. ระดับการศึกษา

1) มัธยมศึกษาตอนต้น

2) มัธยมศึกษาตอนปลาย

3) ปวช/ปวส

4) อุดมศึกษา (มหาวิทยาลัย)

4. รายได้ต่อเดือน

1) ต่ำกว่า 5,000 บาท

2) 5,001 - 10,000 บาท

3) มากกว่า 10,001 บาท

5. สถานะทางครอบครัว

1) บิดา - มารดา อยู่ร่วมกัน

2) บิดา - มารดา หย่าร้าง

3) บิดา- มารดา ยังไม่ได้หย่าร้าง แต่แยกกันอยู่

4) บิดา มารดา ถึงแก่กรรม

5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

2.1 ท่านใช้บริการ www.facebook.com บ่อยครั้งเพียงใดในแต่ละสัปดาห์? (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- 1) ใช้ทุกวัน 2) 5-6วันต่อสัปดาห์
 3) 3-4วันต่อสัปดาห์ 4) 1-2วันต่อสัปดาห์
 5) ไม่ได้ใช้ทุกวัน

2.2 ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการ www.facebook.com โดยเฉลี่ยในแต่ละวัน? (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- 1) 3 ชั่วโมงขึ้นไป 2) มากกว่า 2 ถึง 3 ชั่วโมง
 3) มากกว่า 1 ถึง 2 ชั่วโมง 4) 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง
 5) น้อยกว่า 30 นาที

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook)

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

- (5) หมายถึง บ่อยมาก (4) หมายถึง บ่อย + (3) หมายถึง ปานกลาง
(2) หมายถึง ไม่บ่อย (1) หมายถึง ไม่เคยเลย

พฤติกรรมกรสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) ”	บ่อยมาก (5)	บ่อย (4)	ปานกลาง (3)	ไม่บ่อยนัก (2)	ไม่เคยเลย (1)
1. ท่านสื่อสารบนเฟซบุ๊กโดยการเพิ่มเพื่อน (Add Friend)					
2. ท่านใช้เวลาในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ๆ จนเกิดความประทับใจด้วยการโพสต์ หรือ แสดงความคิดเห็นใน Timeline					
3. ท่านเริ่มสื่อสารกับเพื่อนด้วยการพูดคุย (chat) ส่งรูปตัวเอง					
4. เพื่อนและตัวท่านเข้าใจความรู้สึกซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี เช่นรู้ว่าท่านกำลัง					

พฤติกรรม การสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) ”	บ่อยมาก (5)	บ่อย (4)	ปานกลาง (3)	ไม่บ่อยนัก (2)	ไม่เคยเลย (1)
โกรธ ไม่สบายใจ หรือไม่พอใจเป็นต้น					
5. ท่านและเพื่อนสื่อสารเพื่อสร้างความคล้ายคลึงของกันและกัน เช่น ส่งเพลง ภาพยนตร์และเกมส์ที่สนใจเหมือนกัน ให้กับเพื่อน					
6. ท่านสื่อสารโดยการให้เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัวเพื่อให้กำลังใจซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ					
7. ท่านสื่อสารกับเพื่อนเพื่อนัดพบทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชื่นชอบ เช่น ดูหนัง ช็อปปิ้ง ทานข้าว					
8. ท่านสื่อสารโดยการโพสต์ ภาพ ข้อความ หรือสถานที่ ที่ไปทำกิจกรรม เพื่อให้เพื่อน ๆ ทราบ					
9. การสื่อสารโดยการกดถูกใจ (Like) ให้เพื่อน เพื่อเป็นแรงเสริมต่อความสัมพันธ์ของกันและกัน					
10. ท่านสื่อสารกับเพื่อนโดยการกดแชร์ เรื่องที่คิดว่าสนใจให้ทันที เมื่อพบว่ามีเนื้อหาที่น่าสนใจ					
11. อื่น ๆ					

ตอนที่ 4 การรู้เท่าทันสื่อ

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

- (5) หมายถึง มากที่สุด (4) หมายถึง มาก (3) หมายถึง ปานกลาง
 (2) หมายถึง น้อย (1) หมายถึง น้อยที่สุด

การรู้เท่าทันสื่อ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ท่านอ่านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กอย่างละเอียด					
2. ท่านอ่านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กมากกว่า1รอบ					
3. ท่านมักจะวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กอยู่เสมอดี					
4. เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กท่านจะไม่เชื่อตามทันที					
5. ท่านมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากแหล่งข่าวอื่น ๆ					
6. ท่านสามารถแยกแยะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเฟซบุ๊กได้อย่างถูกต้อง ว่าสิ่งใดจริง สิ่งใดเท็จ					
7. ท่านจะไม่แชร์หรือโพสต์ภาพ, ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ หากยังไม่แน่ใจในความถูกต้อง					
8. หากรู้ว่าข้อมูลข่าวสารที่คนอื่นแชร์มานั้นไม่ถูกต้อง ท่านจะแก้ไขข้อมูลให้กับกลุ่มสนทนาหรือคู่สนทนาทันที					
9. ท่านมักตักเตือนเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด เรื่องการแชร์ภาพ/ข้อมูลต่าง ๆ					
10. ท่านตีความหมาย สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างความหมายผ่านเนื้อหา ข่าวสารในเฟซบุ๊กได้					

การรู้เท่าทันสื่อ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
11. ท่านอธิบายได้ว่าเนื้อหาข่าวสารที่สื่อ ผลิตขึ้นนั้นมีนัยทางธุรกิจการค้าแอบแฝงอยู่					
12.อื่น ๆ					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นันธิการ์ จิตรีงาม
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
วันเดือนปีเกิด 3 เมษายน 2525
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
E-mail: nujitr@rpu.ac.th

วุฒิการศึกษา/ประสบการณ์การทำงาน

วุฒิการศึกษา

- ปี 2550 ระดับปริญญาโท นิเทศศาสตร์ธุรกิจ (นศ.ม.) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- ปี 2547 ระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการโฆษณา (นศ.บ.) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ประสบการณ์การทำงาน

- ปี 2556 – ปัจจุบัน ตำแหน่งอาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- ปี 2552-2556 ตำแหน่งหัวหน้าสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- ปี 2550-2552 ตำแหน่งเลขานุการหลักสูตรนิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- ปี 2547-2550 ตำแหน่งผู้ช่วยนักวิจัย สถาบันวิจัยนโยบายและแผนอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์