

รายงานการศึกษา
(Research Report)

โครงการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น
อายุระหว่าง ๑๐-๑๙ ปี

ภายใต้โครงการพัฒนาคุณภาพการสื่อสารผ่านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนอย่างมีสุขภาวะ

นำเสนอโดย

ผศ.ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ และ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

๒๒ มกราคม ๒๕๕๘

เจ้าของลิขสิทธิ์ (ผู้สนับสนุนทุนวิจัย)
สมาคมวิทยุและสื่อ เพื่อเด็กและเยาวชน (สสตย.)
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

สารบัญ

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑ ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๕
๑.๓ ปัญหาที่วิจัย	๕
๑.๔ นิยามศัพท์	๖
๑.๕ กรอบแนวคิดในการวิจัย	๗
๑.๖ ขอบเขตในการวิจัย	๗
๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๗

บทที่ ๒ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	๘
๒.๒ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	๑๒
๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่	๑๕
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเนิ่ง (Sedentary Behavior)	๑๗
๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๒๐

บทที่ ๓ ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)	๒๓
๓.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๒๓
๓.๒ การสุ่มตัวอย่าง	๒๓
๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๒๔
๓.๔ การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือ	๒๔
๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล	๒๔
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล	๒๔
การสัมภาษณ์เชิงลึก/กลุ่ม (In-Depth/Group Interview)	๒๕
๓.๗ ผู้เข้าร่วมและการคัดเลือก	๒๕
๓.๘ ขั้นตอนการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก	๒๕

บทที่ ๔ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ	๒๖
๔.๑ ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	๒๖
๔.๒ พฤติกรรมการเปิดรับ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น	๓๐
๔.๓ พฤติกรรมเน่บิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น	๔๕
๔.๔ การทดสอบสมมติฐาน นักเรียนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับ พฤติกรรมการเน่บิ่ง ที่แตกต่างกัน	๔๙
๔.๕ การทดสอบสมมติฐาน นักเรียนมีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน (ใช้มาก-ใช้ปานกลาง-ใช้น้อย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับ พฤติกรรมการเน่บิ่ง และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกัน	๕๙

บทที่ ๕ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก	๗๑
๕.๑ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ในกลุ่มนักเรียนระดับประถมศึกษา	๗๑
๕.๒ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ในกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา	๗๔

บทที่ ๖ สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	๘๑
๖.๑ การนำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณ	๘๑
๖.๒ การนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	๘๖
๖.๓ การอภิปรายผลการวิจัย	๘๗
๖.๔ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	๘๘

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตอนที่ ๑ ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	๒๘
ตารางที่ ๑.๑ แสดงจำนวนและร้อยละเพศ	๒๘
ตารางที่ ๑.๒ แสดงจำนวนและร้อยละอายุ	๒๘
ตารางที่ ๑.๓ แสดงจำนวนและร้อยละระดับชั้น	๒๘
ตารางที่ ๑.๔ แสดงจำนวนและร้อยละค่าขนมต่อวัน	๒๘
ตารางที่ ๑.๕ แสดงจำนวนและร้อยละค่าขนมต่อสัปดาห์	๓๐
ตารางที่ ๑.๖ แสดงจำนวนและร้อยละค่าขนมต่อเดือน	๓๐
ตารางที่ ๑.๗ แสดงจำนวนและร้อยละขอค่าขนมเพิ่ม	๓๑
ตารางที่ ๑.๘ แสดงจำนวนและร้อยละระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆ	๓๑
ตอนที่ ๒ พฤติกรรมการเปิดรับ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น	๓๒
ตารางที่ ๒.๑ แสดงภาพรวมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท	๓๒
ตารางที่ ๒.๒ แสดงช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม วันจันทร์-ศุกร์	๓๓
ตารางที่ ๒.๓ แสดงช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม วันเสาร์ – อาทิตย์	๓๔
ตารางที่ ๒.๔ แสดงช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ วันจันทร์-ศุกร์	๓๕
ตารางที่ ๒.๕ แสดงช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ วันเสาร์ – อาทิตย์	๓๖
ตารางที่ ๒.๖ แสดงระดับการใช้สื่อใหม่ และระยะเวลาการใช้สื่อใหม่	๓๗
ตารางที่ ๒.๗ แสดงระดับของแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ เช่น เว็บ เฟซบุ๊ก ไลน์	๓๘
ตารางที่ ๒.๘ แสดงพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่	๓๘
ตารางที่ ๒.๙ แสดงข้อมูลที่เปิดเผยในสื่อใหม่	๔๑
ตารางที่ ๒.๑๐ แสดงหน้าเพจส่วนตัวจำกัดผู้เข้าถึงProfile	๔๒
ตารางที่ ๒.๑๑ แสดงจำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่ (ไลน์)	๔๒
ตารางที่ ๒.๑๒ แสดงจำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่ (ไลน์)	๔๓
ตารางที่ ๒.๑๓ แสดงจำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่ (อื่นๆ)	๔๓
ตารางที่ ๒.๑๔ แสดงเพื่อนที่แชทออนไลน์และรู้จักในโลกแห่งความเป็นจริง	๔๔
ตารางที่ ๒.๑๕ แสดงการร้องขอเป็นเพื่อนจากคนที่เคยรู้จัก	๔๔

ตารางที่ ๒.๑๖ แสดงการร้องขอเป็นเพื่อนจากคนที่ไม่เคยรู้จักหรือคนแปลกหน้า	๔๔
ตารางที่ ๒.๑๗ แสดงเหตุผลในการรับคนแปลกหน้าเป็นเพื่อน	๔๔
ตารางที่ ๒.๑๘ แสดงจำนวนติดตามเพจอื่นๆ ที่กด Like เฉลี่ย	๔๕
ตารางที่ ๒.๑๙ แสดงประเภทของเพจ	๔๕
ตารางที่ ๒.๒๐ แสดงการกดรีปไลน์สินค้าต่างๆ เพื่อรับสติ๊กเกอร์	๔๖
ตารางที่ ๒.๒๑ แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อใหม่ต่อเดือน	๔๖

ตอนที่ ๓ พฤติกรรมนิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น	๔๗
ตารางที่ ๓.๑ แสดงการทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่มตัวอย่างที่นำไปสู่พฤติกรรมนิ่ง	๔๗
ตารางที่ ๓.๒ แสดงช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมนิ่ง วันจันทร์-ศุกร์	๔๘
ตารางที่ ๓.๓ แสดงช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมนิ่ง วันเสาร์ - อาทิตย์	๔๙

ตอนที่ ๔ การทดสอบสมมติฐาน นักเรียนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน	๕๑
(ประถม - ม ต้น - ม ปลาย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับ พฤติกรรมการนิ่ง ที่แตกต่างกัน	
ตารางที่ ๔.๑ แสดงการเปิดรับสื่อใหม่	๕๑
ตารางที่ ๔.๒ แสดงกิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่	๕๒
ตารางที่ ๔.๓ แสดงแรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่	๕๖
ตารางที่ ๔.๔ แสดงพฤติกรรมการนิ่ง	๕๘

ตอนที่ ๕ การทดสอบสมมติฐาน นักเรียนมีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน	๖๑
(ใช้มาก-ใช้ปานกลาง-ใช้น้อย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับ พฤติกรรมการนิ่ง และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกัน	
ตารางที่ ๕.๑ แสดงการเปิดรับ การใช้สื่อใหม่	๖๑
ตารางที่ ๕.๒ แสดงพฤติกรรมที่ใช้สื่อใหม่	๖๓
ตารางที่ ๕.๓ แสดงแรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่	๖๗
ตารางที่ ๕.๔ แสดงกิจกรรมพฤติกรรมนิ่ง	๖๙

บทที่ ๑

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ตลอดจนพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกันในแต่ละยุคแต่ละสมัย ล้วนส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในแต่ละสมัยด้วย กล่าวคือ ผู้คนที่เจริญเติบโตภายใต้สภาพแวดล้อมอย่างหนึ่ง ก็จะได้รับ การปลูกฝังความคิด ความเชื่อ และค่านิยม ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นพฤติกรรมในรูปแบบหนึ่ง แตกต่างกันไปในแต่ละยุคของสังคม ซึ่งกระบวนการนี้เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) อันส่งผลทำให้คนรุ่นหนึ่งของสังคมมีคุณลักษณะที่แตกต่างออกไปจากคนอีกรุ่นหนึ่งอย่างชัดเจน

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ การสื่อสารนับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนจากในอดีตซึ่งเป็นสังคมที่ผู้คนสามารถดำรงชีวิตอยู่ด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงไม่กี่ชนิด เป็นยุคที่การสื่อสารระหว่างกันเป็นไปอย่างเรียบง่าย แต่สังคมในยุคปัจจุบันกลับมีการเปลี่ยนแปลงไปมากมาย สื่อก็ถูกพัฒนาให้เกิดช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม เกิดการติดต่อ สื่อสารในลักษณะที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น จนเรียกสื่อที่ได้รับการพัฒนาสรรค์สร้างขึ้นใหม่ในยุคปัจจุบันนี้ว่า สื่อใหม่ (New media) (Shimkp, ๒๐๐๗; Wertime & Fenwick, ๒๐๐๘)

สื่อรูปแบบใหม่นี้เอง ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้คนได้อย่างก้าวกระโดด เนื่องจากความรวดเร็วของการขยายตัวของสื่อมาสู่ผู้คนในสังคม ดังจะเห็นได้จากการที่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตใช้เวลาเพียง ๘ ปีในการเข้าถึงประชากรไทยจำนวนร้อยละ ๑๐ ส่วนเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือก็ใช้เวลาเพียง ๑๐ ปีในการเข้าถึงประชากรไทย ขณะที่เทคโนโลยีอื่นๆ อย่างวิทยุ โทรทัศน์ และโทรศัพท์ ต้องใช้เวลามากถึง ๒๕ ปี ๒๙ ปี และ ๕๒ ปี ตามลำดับ กว่า จะเข้าถึงประชากรไทยจำนวนร้อยละ ๑๐ ได้

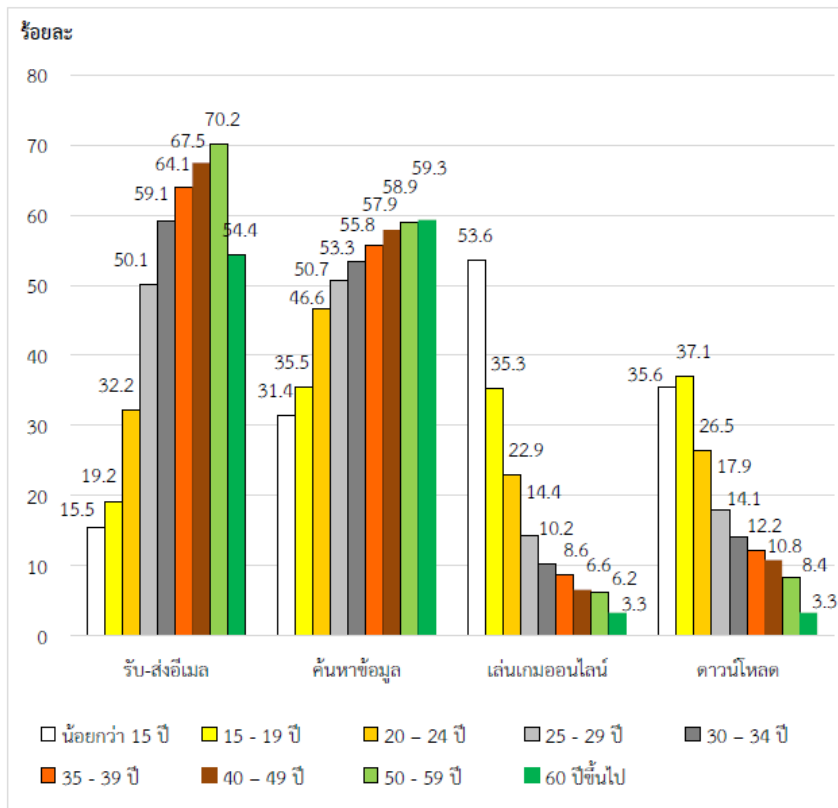


ที่มา : "Thailand communication is changing fast!," Retrieved January 27, 2012, from http://www.impaqinteractive.com/why_online.html

แผนภาพที่ ๑.๑ จำนวนปีที่นวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารชนิดต่างๆใช้ในการเข้าถึงประชากรไทยจำนวนร้อยละ ๑๐

ทั้งนี้ เนคเทค ได้ทำการเปรียบเทียบข้อมูลรายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในระยะเวลา ๑๒ ปี พบว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันในระยะเวลาที่นานขึ้น ในปี ๒๕๔๔ มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า ๒๐ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๗ เท่านั้น และได้เพิ่มเป็นร้อยละ ๓๘.๙ ในปี ๒๕๕๖ ในทำนองเดียวกัน ในปี ๒๕๔๔ มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า ๑๐ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๖ แต่ในปี ๒๕๕๖ พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า ๑๐ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เหลือเพียงแค่ ๓๕.๗ ทำให้ในภาพรวม พบว่า ภายในระยะเวลา ๑๒ ปี นับตั้งแต่ปี ๒๕๔๔ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๗๖.๓ ระยะเวลาที่นานขึ้นนี้ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะมีการพัฒนา ในด้านอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่นอกจากจะใช้อินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะแล้ว ผู้ใช้มีแนวโน้มหันมาใช้อุปกรณ์ที่สามารถพกพาไปได้ทุกสถานที่มากขึ้น ทั้งสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตพีซี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), ๒๕๕๖)

ประเด็นที่น่าสนใจ ในรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี ๒๕๕๖ โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ยังพบว่า กลุ่มนักเรียน หรือผู้มีอายุน้อยกว่า ๑๕ ปี และกลุ่มผู้สูงอายุ ใช้แท็บเล็ตพีซีในการเข้าถึง อินเทอร์เน็ตในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอายุอื่น โดยกิจกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ตที่กำลังเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น ได้แก่ การใช้งานโซเชียลมีเดีย กระนั้นกลุ่มผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุจะเน้นการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการรับ-ส่งอีเมล และการค้นหาข้อมูลมากกว่ากลุ่มเด็กและเยาวชน ในขณะที่กลุ่มเด็กจะเน้นการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการเล่นเกมออนไลน์ และการดาวน์โหลดมากกว่ากลุ่มผู้ใหญ่ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นสิ่งที่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนจะต้องตระหนักถึงและหาแนวทางเพื่อสนับสนุนให้กลุ่มเด็กและเยาวชนเลือกใช้ อินเทอร์เน็ตในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับการพัฒนาตนเองมากขึ้น ดังแผนภาพที่ ๑.๒ พฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ตจำแนกตามกลุ่มอายุ อีกทั้ง เมื่อพิจารณาถึงช่วงเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุต่างๆ พบว่า กลุ่มระดับวัยเรียนชั้นประถมและมัธยมศึกษาตอนต้น ช่วงอายุน้อยกว่า ๑๕ ปี ใช้อินเทอร์เน็ตสูงในช่วงเวลา หลังเลิกเรียนถึงหัวค่ำ (เวลา ๑๖.๐๑-๒๐.๐๐ น.) คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๒, กลุ่มระดับวัยเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ถึงมหาวิทยาลัย ช่วงอายุ ๑๕-๑๙ ปี และ ๒๐-๒๔ ปี ใช้อินเทอร์เน็ตสูงในช่วงเวลากลางคืน (เวลา ๒๐.๐๑-๒๔.๐๐ น.) คิดเป็นร้อยละ ๔๗.๐ และ ๕๔.๕ ตามลำดับ ดังแสดงในแผนภาพที่ ๑๓ จากผลการสำรวจสะท้อนให้เห็นว่า เกือบครึ่งของกลุ่มเด็กและเยาวชนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้ช่วงเวลากลางคืนหลังเลิกเรียนสำหรับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งที่ผู้ปกครองควรให้ความสนใจว่าบุตรหลานใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรมใดบ้าง เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมหรือไม่ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), ๒๕๕๖)



หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แผนภาพที่ ๑.๒ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามกลุ่มอายุ จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), ๒๕๕๖

ในช่วง พ.ศ. ๒๕๕๐ ประเทศไทยได้มีการประกาศใช้นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ ระดับชาติด้านการพัฒนาเด็กตามแนวทาง “โลกที่เหมาะสมสำหรับเด็ก” (พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๙) ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเด็กที่มีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปีลงมา ที่สืบเนื่องมาจากการประชุมสมัชชาสหประชาชาติสมัยพิเศษ (United Nations General Assembly Special Session on Children : UNGASS) ว่าด้วยเรื่องโลกที่เหมาะสมสำหรับเด็ก (A World Fit for Children) กำหนดให้ประเทศสมาชิกจัดทำแผนพัฒนาเด็กตามแนวทาง “โลกที่เหมาะสมสำหรับเด็ก” ทั้งนี้ ในนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติด้านการพัฒนาเด็กตามแนวทาง “โลกที่เหมาะสมสำหรับเด็ก” (พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๙) ของประเทศไทย ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ ๑๑ ด้านสำคัญเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการ และมีประเด็นที่พึงสนใจคือ ประการที่ ๘. ด้านสื่อมวลชนกับเด็ก ส่งเสริมสื่อมวลชนให้มีความรู้ ความเข้าใจและไม่ละเมิดสิทธิเด็ก เด็กได้เข้าถึงสื่อสร้างสรรค์ และประการที่ ๙. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก ส่งเสริมให้เด็กทุกคนมีส่วนร่วมตามวัยในการเรียนรู้และการตัดสินใจในทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตน พัฒนาการรวมกลุ่มและองค์กรเด็ก

นอกจากนี้ ในปี ๒๕๕๐ รัฐบาลได้ประกาศวาระเพื่อเด็กและเยาวชน ปี ๒๕๕๐ เพื่อกระตุ้นการดำเนินงานด้านเด็กและเยาวชนในแต่ละช่วงปีขึ้นอีก โดยมีเรื่องสำคัญ ๕ เรื่องคือ ๑) สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก

เยาวชนและครอบครัว ๒) กิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน ๓) สถานรับเลี้ยง ศูนย์พัฒนาเด็ก และโรงเรียนอนุบาลที่มีคุณภาพ ๔) จังหวัดนำอยู่สำหรับเด็กและเยาวชน และ ๕) กฎหมายครอบครัวผลที่ได้จากการประกาศวาระเด็กและเยาวชนดังกล่าว ในระดับจังหวัดจึงมีแผนยุทธศาสตร์จังหวัดนำอยู่สำหรับเด็กและเยาวชน พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๓

ในแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ ซึ่งดำเนินการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๐ คณะกรรมการส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ จึงให้ผนวกรวมสาระของนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติด้านการพัฒนาเด็กตามแนวทาง “โลกที่เหมาะสมสำหรับเด็ก” (พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๙) และแผนยุทธศาสตร์จังหวัดนำอยู่สำหรับเด็กและเยาวชน เพื่อให้มีความเป็นเอกภาพของการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้งในระดับชาติ และเชื่อมต่อไปถึงระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีพลัง และเกิดการบูรณาการในการติดตามประเมินผลแผนอย่างเป็นระบบต่อไป

ท่ามกลางความกังวลจากฝ่ายต่างๆถึงผลกระทบของสื่อใหม่ที่มีต่อเด็กและเยาวชนนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจที่นำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของเด็กอย่างเพียงพอ กระนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ พบว่า การสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ และสื่อสังคมต่างๆนั้น พบว่าการวิจัยส่วนมากจะให้ความสนใจศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะในระดับเยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาเท่านั้น (เช่น กุลนารี เลือโรจน์ (๒๕๕๖) เกศรา ชั่งขวลิต (๒๕๔๔) เสกสรร สายลีลิต (๒๕๕๖) คັນสนีย์ เลี้ยงพานิชย์ คັນสนีย์ เลี้ยงพานิชย์ (๒๐๑๒) กานดา รุมนะพงศา สายแก้ว และคณะ (๒๕๕๓) มลพรรณ อาภาเวท, สาวิตรี ชีวะสารณ์ และชาญ เดชอัครวง (๒๕๕๔) ณัฐริรา พุทธิโอวาท (๒๕๔๖) ฤดีพร ผ่องสุภาพ (๒๕๕๑)) หรือในการวิจัยส่วนที่ศึกษาในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษา มักจะได้รับความสนใจศึกษากลุ่มเด็กและเยาวชนในภาพรวม คือ เป็นพฤติกรรมในภาพรวมของเด็กที่อายุต่ำกว่า ๑๕ ปีทั้งหมด เป็นต้น (เช่น งานวิจัยของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), ๒๕๕๖) ซึ่งไม่จำแนกเปรียบเทียบพฤติกรรมที่แตกต่างระหว่างช่วงอายุในกลุ่มดังกล่าวโดยละเอียด ทั้งๆที่แต่ละกลุ่มย่อมจะมีพัฒนาการที่แตกต่างกันออกไปในละเอียด

เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เพียงพอต่อความเข้าใจในพฤติกรรมการเรียนรู้ของเด็กที่มีความละเอียดอ่อนแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงวัย ในงานวิจัยเรื่องนี้ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของบทบาทสื่อในฐานะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ตามกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็ก จึงต้องการมุ่งศึกษาพฤติกรรมในการใช้สื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วน พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคมของ กลุ่มเด็ก ซึ่งหมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปีบริบูรณ์ (แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) และแบ่งเป็น ๓ ช่วงตามระดับของกระบวนการเรียนรู้ทางการศึกษา ได้แก่ ระดับประถมศึกษาตอนปลาย (ป. ๔-๖) มัธยมศึกษาตอนต้น (ม. ๑-๓) และ มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.๔-๖)

ผลของงานวิจัยที่ได้รับจะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของ แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ ที่กำหนดให้มีมาตรการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อเด็กและเยาวชน ด้วยการส่งเสริมพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และบทบาทสื่อมวลชนในการพัฒนาเด็กและเยาวชน เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต และให้เป็นพื้นที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยผลิตและเผยแพร่สาระสร้างสรรค์ต่าง ๆ อาทิ การส่งเสริมสุขภาพจิต การสืบสานวัฒนธรรม กิจกรรมสร้างสรรค์ของเด็กและเยาวชน ฯลฯ รวมทั้งให้เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

อีกทั้งยังเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อทางหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาเด็กและเยาวชนต่างๆ จะได้ใช้ประกอบการทบทวนบทบาทของตนเองในการดำเนินการให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ หรือพฤติกรรมของเด็กที่เกิดขึ้น ในยุคปัจจุบัน และสามารถให้คำแนะนำต่างๆออกไปสู่สังคม ในการพัฒนากระบวนการการเรียนรู้ของเด็กต่างๆที่เหมาะสม อาทิ การจัดการสื่อ และการรู้เท่าทันสื่อ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมเน่นิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่มีต่อเปิดรับ แรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และพฤติกรรมเน่นิ่ง
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปริมาณการใช้สื่อใหม่ที่มีการเปิดรับ แรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และพฤติกรรมเน่นิ่ง (Sedentary Behavior)

ปัญหานำวิจัย

1. การเปิดรับ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น เป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมเน่นิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น เป็นอย่างไร
3. ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่มีต่อเปิดรับ แรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และพฤติกรรมเน่นิ่งเป็นอย่างไร
4. ความแตกต่างระหว่างปริมาณการใช้สื่อใหม่ที่มีการเปิดรับ แรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และพฤติกรรมเน่นิ่ง (Sedentary Behavior) เป็นอย่างไร

นิยามศัพท์

วัยรุ่น หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุระหว่าง ๑๐-๑๙ ปีบริบูรณ์¹

เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง คอมพิวเตอร์เทคโนโลยี (Computer Technology) ได้แก่ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบขนาดตั้งโต๊ะ (Computer PC) และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบขนาดสมุดบันทึก (Notebook Computer) และโมบายเทคโนโลยี (Mobile Technology) ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน (Smartphone) และแท็บเล็ต (Tablet)

สื่อใหม่ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคม (เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์)

ปริมาณการใช้สื่อหมายถึงปริมาณที่แตกต่างกัน (มาก - ปานกลาง - น้อย) แบ่งดังนี้

การใช้สื่อใหม่ในปริมาณมาก คือ ใช้สื่อใหม่ทุกประเภทรวมกัน มากกว่า ๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

การใช้สื่อใหม่ในปริมาณปานกลาง คือ ใช้สื่อใหม่ทุกประเภทรวมกัน ระหว่าง ๑๘-๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

การใช้สื่อใหม่ในปริมาณน้อย คือ ใช้สื่อใหม่ทุกประเภทรวมกัน ระหว่าง ๐-๑๗ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

ระดับการศึกษา หมายถึงระดับชั้นประถม มัธยมต้น มัธยมปลาย

การเปิดรับสื่อใหม่ หมายถึง ประเภทของสื่อ ความถี่ ช่วงเวลา และระยะเวลาการใช้สื่อใหม่

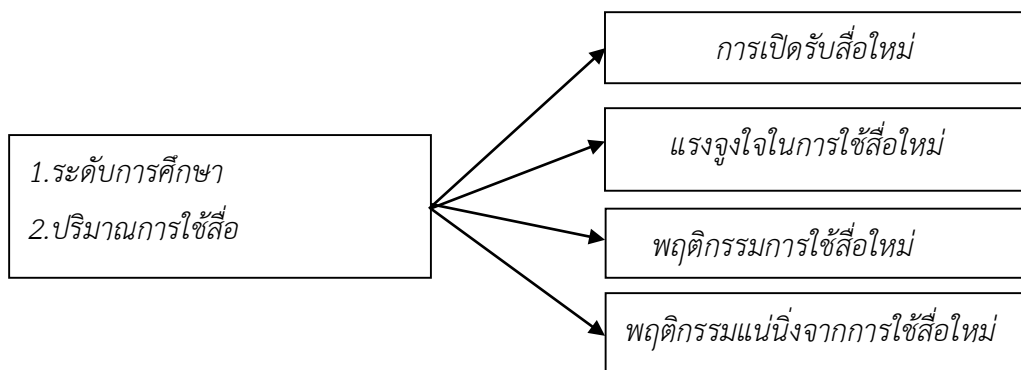
แรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ หมายถึง ระดับของสิ่งที่เป็นแรงกระตุ้นหรือสาเหตุในการใช้สื่อใหม่

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ หมายถึง การที่ผู้ใช้สื่อใหม่ มีการกระทำ หรือกิจกรรมใดๆผ่านสื่อใหม่

พฤติกรรมเน่ิงจากการใช้สื่อใหม่ หมายถึง จำนวนเวลาที่นั่ง ยืน เอนกายเพื่อใช้สื่อใหม่ ซึ่งเป็นการเผาผลาญพลังงานที่ไม่ใช่การออกกำลังกาย

¹ ช่วงอายุอ้างอิงจาก สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระเบียบวิธี (Mix-methods) โดยศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ และการวิจัยสัมภาษณ์เจาะลึก โดยทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง ๓ กลุ่มคือ นักเรียนประถมปลาย มัธยมต้น และมัธยมปลาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มนี้ อยู่ในช่วงวัยแรกรุ่น (๑๐-๑๓ ปี), วัยรุ่นตอนกลาง (๑๐-๑๖ ปี) และวัยรุ่นตอนปลาย (๑๗-๑๙ ปี) ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจคือความต้องการเป็นอิสระ ความต้องการแยกตัวจากพ่อแม่ การมีความคิดเป็นของตนเอง อยากรู้ อยากเห็น อยากลอง อยากมีโอกาสทดลองสิ่งใหม่ ต้องการหาประสบการณ์แปลก ตื่นเต้นท้าทายกับการที่กระทำผิดต่อกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของทางบ้านและกฎของสังคม (สุริยเดว ทรีปาตี, มปป.) ซึ่งเป็นวัยที่เสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่อย่างไม่ถูกต้องได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านวิชาการ โดยเฉพาะในบริษัทที่เกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ของวัยรุ่นผ่านสื่อใหม่
3. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่องค์กรด้านเด็กและเยาวชนในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางการใช้สื่อใหม่ ในการพัฒนาเด็ก

บทที่ ๒

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- ๑ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
- ๒ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- ๓ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่
- ๔ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเน่นิ่ง (Sedentary Behavior)
- ๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

การทบทวนวรรณกรรมเรื่องแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อพัฒนาแนวตัวแปรและแนวคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสาร จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การเปิดรับสื่อ หมายถึง การเปิดรับข่าวสารต่างๆ จากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยBecker (๑๙๘๓) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อไว้ดังนี้

๑. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ บุคคลจะแสวงหาความรู้เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

๒. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนสนใจอยากรู้

๓. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ทั้งนี้ แรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อ เกิดจากพื้นฐาน ๔ ประการ (Merrill & Lowenstein, ๑๙๗๑) คือ

๑. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสงสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ และบางครั้งบางคนพอใจจะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลเพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

๒. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัวก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวออกไป

๓. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อ ประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตน โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward)

๔. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

Merrill & Lowenstein (๑๙๗๑) ได้อธิบาย พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ว่าหมายถึง ความบ่อยครั้ง ความต่อเนื่องในการรับชมรูปแบบ เนื้อหาของข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ และการพูดคุยกับสื่อบุคคล ผู้รับสารแต่ละคนต่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันไป

นอกจากนี้ McLeod & O'Keefe (๑๙๗๒ อ้างใน ประภาพรณ ลิมสุขศิริ, ๒๕๔๓, หน้า ๑๘) กล่าวว่า ตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน ๒ อย่าง คือ

๑. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ

๒. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน โดยกล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Medium)

ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ทาง จิตวิทยาและมักไม่ ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นและเพื่อแก้ปัญหา ความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการ วัดตัวแปรการเปิดรับสื่อ โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะ อย่างเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าว ที่เนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์ ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อมวลชนนั้น หมายถึง ความบ่อยครั้ง หรือความถี่ในการเปิดรับ ระยะเวลา ความต่อเนื่อง ช่วงเวลา รวมไปถึง จำนวนสื่อมวลชนหรือช่องทางที่ใช้ในการ เปิดรับข่าวสารด้วย

- ความถี่ (Frequency) หมายถึง ความบ่อยหรือจำนวนครั้งที่ได้เคยเห็นโฆษณา
- ความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง การติดตามเรื่องราวเนื้อหาโฆษณาผ่านสื่อ
- ความชอบ (Likability) หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นในการชมโฆษณา โดยวัดจาก ความชอบในด้าน เนื้อเรื่องของโฆษณา และความชอบในด้านความคิดสร้างสรรค์ของโฆษณา
- ช่วงเวลาที่รับชม (Time to Watch) หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้ชมรับชมข่าวสารโฆษณาช่องทางในการรับชม (Channel to Watch) หมายถึง จำนวนสื่อมวลชนหรือช่องทางประชาชนใช้เปิดรับข่าวสารเพื่อให้ตนเอง มีความรู้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

- บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชม (An Influential) หมายถึง บุคคลที่มีส่วนในการชักจูงให้เกิดความชอบหรือไม่ชอบ ในสื่อโฆษณา นั้น ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร

สำหรับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น Todd Hunt and Brent d. Ruben, (๑๙๙๓:๖๕ อ้างถึงในประมะ สตะเวทิน, ๒๕๔๑: ๑๒๒-๑๒๔) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการ ระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

ทัศนคติ และค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง(Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้ สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจและจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัย การรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (๒๕๓๑: ๒๓-๒๖) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกักันคือ

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การจูงใจ

ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของข่าวสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ Wilbur Schramm (๑๙๗๓:๑๒๑-๑๒๒) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

๑. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่ต่างกักัน
๒. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
๓. ภูมิหลังที่ต่างกักันทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกักัน
๔. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
๕. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้ พฤติกรรมการเปิดรับสารต่างกักัน
๖. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทักษะคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
๗. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
๘. ทักษะคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

๒ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ในส่วนนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เพื่อพัฒนาตัวแปรและแนวคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจัดอยู่ในกลุ่มที่มีทัศนะแบบจิตวิทยาการสื่อสารที่มุ่งประเมินผู้รับสารว่าใช้สื่ออย่างไร หรือวัตถุประสงค์และการทำงานของสื่อทำหน้าที่สนับสนุนผู้รับสารเชิงรุกได้อย่างไร (Rubin, ๒๐๐๙)

องค์ประกอบของทฤษฎี

องค์ประกอบหลักของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ได้แก่ จิตวิทยา (Psychological) สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) ความต้องการ (Needs) แรงจูงใจในการสื่อสาร (Motives to Communication) สื่อ (Media) ทัศนคติและความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ (Attitude and Expectation about the media) รูปแบบการใช้สื่อ (Functional Alternatives to Using the Media) พฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behaviour) และผลของพฤติกรรม (Consequences of Our Behaviour)

ในปี ๑๙๗๔ Katz, Blumler และ Gurevitch (๑๙๗๔) กำหนดกรอบวัตถุประสงค์หลักของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ ๓ ข้อคือ

- (1) เพื่ออธิบายว่าบุคคลใช้สื่ออย่างไรเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง
- (2) เพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจของพฤติกรรมการใช้สื่อ
- (3) เพื่อจำแนกหน้าที่และผลจากความต้องการแรงจูงใจและพฤติกรรม

สมมติฐานหลักของทฤษฎี

Rubin (๒๐๐๙) นำเสนอมุมมองร่วมสมัยของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีรากฐานจากสมมติฐาน ๕ ข้อ ดังนี้

๑. พฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behaviour) คือ การเลือกและการใช้สื่อเป็นเป้าหมายวัตถุประสงค์และแรงจูงใจหลัก และบุคคลเป็นผู้เลือกสื่อและสารอย่างมีส่วนร่วม

๒. ผู้ชม (Audience) เป็นผู้มีส่วนร่วมในการเลือกและใช้เครื่องมือสื่อสาร เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ

๓. ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา (Social and Psychological Factors) ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล การแบ่งกลุ่มทางสังคม การปฏิสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสาร เป็นตัวกำหนดและก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรมสำหรับตัวกำหนดความคาดหวังต่อสื่อและเนื้อหาของสื่อ ได้แก่ ความมีใจโน้มเอียง (Predisposition) สภาพแวดล้อม (Environment) และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Interaction)

๔. สื่อมีหลายชนิดและมีหน้าที่หลากหลาย ดังนั้นจึงมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตอบสนองความต้องการ แรงจูงใจ และแรงปรารถนาขึ้นอยู่กับสถานะแวดล้อมทางจิตวิทยาและสังคมของบุคคล

๕. บุคคลเป็นผู้ที่มีอิทธิพลเหนือสื่อแต่บุคคลก็มิได้เป็นผู้ริเริ่มในการเลือกใช้สื่อเสมอไป บางครั้งบุคคลมีความเชื่อและขึ้นอยู่กับสื่อ เนื่องจากสื่อส่งผลกระทบต่อลักษณะของบุคคล สังคม การเมือง วัฒนธรรมและโครงสร้างทางเศรษฐกิจ

Palmgreen, Wenner, and Rosengren กำหนดสมมติฐาน ๘ ข้อ ของทฤษฎีดังนี้

๑. ผู้ชม (Audience) เป็นผู้รับสารเชิงรุก

๒. ดังนั้น การใช้สื่อคือเป้าหมายโดยตรง

๓. และผู้ชมมีความพึงพอใจต่อแหล่งข่าวสารที่แตกต่างกัน

๔. ผู้ชมจำนวนมากเริ่มต้นเชื่อมโยงความต้องการของตนเองกับสื่อต่าง ๆ ที่เป็นตัวเลือก

๕. การบริโภคสื่อจะเติมเต็มความต้องการต่าง ๆ ของผู้ชมได้

๖. เนื้อหาสื่อเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำนายรูปแบบความพึงพอใจของผู้ชมได้อย่างถูกต้อง

๗. เพราะคุณลักษณะของสื่อเป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจในเวลาที่แตกต่างกัน

๘. ความพึงพอใจเกิดจากการเปิดรับเนื้อหาของสื่อและสถานการณ์ทางสังคมที่กำลังเปิดรับเนื้อหาสื่อ

โดยสรุปแก่นแนวคิดหลักของสมมติฐานนี้คือ (๑) ผู้ชมเป็นผู้รับสารเชิงรุก (๒) เป้าหมายหลักคือต้องการค้นหาข่าวสาร เลือกข่าวสาร และให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อที่ก่อให้เกิด (๓) ความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้ชม (DeFleur, ๒๐๑๐)

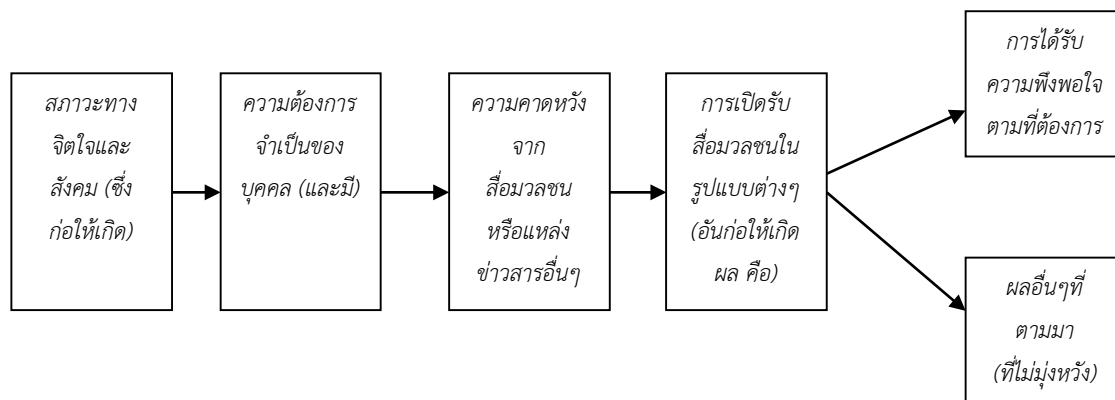
การศึกษาความต้องการ (Needs) และความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของมนุษย์ (Human Motivation) จึงมีความสำคัญและทฤษฎีที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจมากที่สุดคือทฤษฎีความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ของนักจิตวิทยา Maslow เพราะความต้องการชั้นต่าง ๆ ของมนุษย์ (Hierarchy of needs) เป็นตัวบ่งบอกลักษณะและนิสัยของมนุษย์ โดยเริ่มตั้งแต่ความต้องการขั้นต่ำสุด คือน้ำและอาหาร ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการได้รับการยกย่องไปจนถึงความต้องการขั้นสูงสุดคือ ความต้องการที่แท้จริง ทฤษฎีของ Maslow เน้นว่า ความต้องการในระดับต่าง ๆ เป็นตัวกำหนดแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น ความสนใจสื่อมวลชน และความต้องการสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่เติมเต็มความต้องการและความพึงพอใจของผู้ชม นักนิเทศศาสตร์ใช้แนวคิดนี้เพื่อทำความเข้าใจว่าทำไมบุคคลมีความชอบและการให้ความสำคัญเลือกรับข่าวสารและสนใจเนื้อหาของสื่อมวลชนอย่างเฉพาะเจาะจง โดยศึกษาบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันเพื่อที่จะจำแนกความต้องการที่แตกต่างกันของบุคคลที่นำไปสู่การเลือกและใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจในด้านต่างๆ ได้แก่ จินตนาการ (Fantasy) ความบันเทิง (Diversion) ความตื่นเต้น (Excitement) การผ่อนคลาย (Relaxation) การเฝ้าระวัง (Surveillance) การตรวจสอบความสอดคล้อง (Consistency) การลดความเครียด (Tension-Reduction) การป้องกันตัวเอง (Ego-Defense) (DeFleur, ๒๐๑๐)

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการใช้สื่อ

McQuail, Blumer และ Brown (๑๙๗๒ อ้างถึงใน McQuail, ๑๙๙๗) ความพึงพอใจจากการใช้สื่อวิทยุ และโทรทัศน์สามารถจำแนกได้ดังนี้

๑. Diversion: การหลีกหนีจากปัญหาและความจำเจและการปลดปล่อยทางอารมณ์
๒. Personal Relationship: ความเป็นเพื่อนและอรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หรือความต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
๓. Personal Identity: การอ้างอิงตนเอง (Self-Reference) การสำรวจความเป็นจริงที่เกิดขึ้น และคุณค่าการเสริมแรง (Value Reinforcement) คือ ผลของการแสดงพฤติกรรม ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่คุณต้องการให้เกิดขึ้นหรือไม่ต้องการให้เกิดขึ้น
๔. Surveillance: การค้นหาข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ

นอกจากนี้ Katz et al. (๑๙๗๔) สรุปแบบแผนของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจว่าเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ (๑) สภาพแวดล้อมทางสังคมและสภาพจิตใจที่มีผลต่อ (๒) ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ (๓) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (๔) สื่อและที่มาของสาร ซึ่งการคาดคะเนนี้นำไปสู่ (๕) ความแตกต่างในการใช้สื่อและพฤติกรรมการเปิดรับของแต่ละบุคคล ยังให้เกิด (๖) ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อและ (๗) ผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้เกิดจากการใช้สื่อก็จะต่างกันไปด้วย อธิบายด้วยแบบจำลองนี้



กระบวนการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ (Uses and Gratification Model)

แบบจำลองอธิบายสถานะของสังคมและจิตใจที่ต่างกัน ทำให้ผู้ใช้สื่อมีความต้องการที่แตกต่างกัน และความต้องการใช้สื่อที่แตกต่างกันทำให้บุคคลคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะตอบสนองความพึงพอใจแตกต่างกัน ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของผู้บริโภคที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกัน ขึ้นสุดท้ายเมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและพฤติกรรมการใช้สื่อที่ต่างกัน ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อก็จะแตกต่างกันด้วย

๓ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

ในส่วนนี้นำเสนอการทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่เพื่อใช้กำหนดค่านิยมศัพท์ตลอดจนการพัฒนาแบบสอบถามในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่และข้อคำถามในส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพ

ระบบเว็บเป็นสื่อที่ผู้บริโภคให้การยอมรับ (Adoption) อย่างรวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆ เป็นประวัตินิยาม โดยใช้เวลาเพียง ๗ ปีในสหรัฐอเมริกา ขณะที่โทรศัพท์ต้องใช้เวลาราว ๓๕ ปี โทรทัศน์ใช้เวลา ๒๖ ปี วิทยุใช้เวลา ๒๒ ปี และโทรศัพท์มือถือใช้เวลา ๑๓ ปี วิวัฒนาการของสารสนเทศเปลี่ยนแปลงการสื่อสารให้กลายเป็นส่วนสำคัญของธุรกิจและชีวิตประจำวันของมนุษย์ และวิวัฒนาการของสารสนเทศยังคงดำเนินต่อไป มีความชาญฉลาดขึ้นไปเรื่อยๆ และสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยได้กล่าวถึงวิวัฒนาการของระบบเว็บไว้ว่ามีวิวัฒนาการแบ่งออกได้เป็น ๓ ยุค (Verizon, ๒๐๑๐) ได้แก่

๑. ยุค Web ๑.๐ ถือเป็นเว็บในยุคแรกเริ่ม มีลักษณะคล้ายห้องสมุดขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเอกสารต่างๆ เข้าด้วยกัน เป็นลักษณะเว็บแบบรวมศูนย์ โดยเจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้ออกแบบและสร้างเนื้อหาทั้งหมด ผู้บริโภคสามารถอ่านหรือดูข้อมูลต่างๆ ได้เท่านั้น

เป็นยุคที่เว็บสามารถอ่านได้เพียงอย่างเดียว (Read-only web) ระบบในยุคแรกเริ่มถูกสร้างขึ้นเป็นข้อมูลสารสนเทศที่เผยแพร่ลงในเว็บไซต์ที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลจาก เว็บเบราว์เซอร์ (Web browser) และค้นหาผ่านระบบเสิร์ชเอนจิน (Search engine)

๒. ยุค Web ๒.๐ คือ ยุคเว็บเพื่อการอ่านและเขียน (Read-write web) หรือยุคเว็บสังคม (Social web) ที่เอื้อให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจและมีส่วนร่วมในการสร้างและเผยแพร่เนื้อหา ผู้ใช้สามารถแบ่งปันความคิดกับผู้อื่นผ่านบล็อก (Blogs) วิกิ (Wikis) และ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Sites) และเชื่อมโยงข้อมูลที่เผยแพร่กับชุมชนออนไลน์และตอบสนองเนื้อหาที่เผยแพร่โดยผู้ใช้อื่นๆ ยุคนี้เป็นพัฒนาการของระบบเว็บตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. ๒๐๐๗ เป็นต้นมา ระบบเว็บนี้ผู้บริโภคสามารถสร้างชุมชน (Community) และสร้างเนื้อหาของตน (Consumer-created content) บนระบบเว็บไซต์ได้ ระบบนี้ก่อให้เกิดรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และการร่วมมือกัน (Collaborative) ที่หลากหลาย เป็นระบบที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในสังคมเพื่อน (Peer's social interaction) จึงทำให้เกิดการรวมกลุ่มระหว่างกันมากยิ่งขึ้น โดยยุค Web ๒.๐ นี้ ยังถูกเรียกด้วยชื่ออื่นๆ อีก อาทิ เว็บสมองกล (Wisdom web) เว็บที่ยึดบุคคลเป็นศูนย์กลาง (People-centric web) เว็บแห่งการมีส่วนร่วม (Participative web) และเว็บเพื่อการอ่านและเขียน (Read/write web) เป็นต้น (Murugesan, ๒๐๐๗) นอกจากนี้ Lietsala และ Sirkkunen (๒๐๐๘) ยังได้กล่าวถึงสื่อสำคัญที่ถูกขับเคลื่อนในยุค Web ๒.๐ นี้ก็คือ สื่อสังคม (Social media) ซึ่งมีลักษณะสำคัญ ๕ ข้อ ได้แก่

- ๑) เป็นพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนเนื้อหา
- ๒) เนื้อหาที่ผู้เข้าร่วมนำมาแลกเปลี่ยนนั้น ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่สร้างขึ้นเอง
- ๓) ทำงานอยู่บนพื้นฐานของการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Social interaction)
- ๔) เนื้อหาทั้งหมดจะมี URL สำหรับเชื่อมต่อภายนอกเครือข่าย (External network)

๕) หน้าเว็บไซต์ของสมาชิกแต่ละคนจะมีหน้าประวัติส่วนตัวโดยย่อของสมาชิก และสามารถเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บไซต์ของสมาชิกผู้อื่น เชื่อมโยงไปยังเนื้อหา รูปแบบ และการใช้งานส่วนอื่นๆ (Applications) ได้อีกด้วย

Web ๒.๐ เพิ่มขึ้นค่าให้กับข้อมูลที่เผยแพร่ ตัวอย่างเช่น คำสั่งการจัดลำดับหน้าของกูเกิล (Google's PageRank) ซึ่งคำนวณจำนวนของผู้ใช้ที่เชื่อมต่อไปยังหน้าเว็บหนึ่งๆ เพื่อตัดสินความสำคัญของหน้าเว็บเพจเพื่อจัดลำดับผลลัพธ์การค้นหา Web ๒.๐ กลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิตมนุษย์ ธุรกิจ ลูกค้า และองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนใช้พลังอำนาจของเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารในการเผยแพร่และมีส่วนร่วมในการประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาโมเดลทางธุรกิจสำหรับภายในและภายนอกองค์กร อย่างไรก็ตามข้อมูลที่อยู่ในในยุค Web ๒.๐ ไม่มีโครงสร้างและสามารถใช้ได้อย่างจำกัด เนื่องจาก Web ๒.๐ ถูกจำกัดด้วยขนาดของข้อมูลที่มากเกินไปและไม่สามารถเชื่อมข้อมูลที่มาจากแหล่งที่แตกต่างกันหรือมีรูปแบบที่แตกต่างกันได้ (Verizon, ๒๐๑๐)

๓. ยุค Web ๓.๐ เป็นระบบเว็บที่จะพัฒนาต่อไปในอนาคต โดยจะยึดผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง (User-centric) มากขึ้นกว่ายุค Web ๒.๐ โดยจะมีระบบประมวลผลอัจฉริยะ (Smart agents) คอยทำงานแทนมนุษย์ตลอดเวลา แม้ในเวลาที่ไม่ได้เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตก็ตาม ระบบนี้จะช่วยแก้ปัญหาโครงสร้างและการทำงานของ Web ๒.๐ ที่ไม่สามารถเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลและระบบที่จะทำให้สามารถใช้เว็บได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Verizon, ๒๐๑๐)

อินเทอร์เน็ต (Internet)

ถือเป็นสื่อใหม่ที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ ๒๑ ต่อปี นับตั้งแต่ปี ค.ศ. ๒๐๐๖ ถึง ๒๐๑๑ และมีการใช้โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ในอินเทอร์เน็ตมากกว่าแปดหมื่นล้านเหรียญสหรัฐในปี ค.ศ. ๒๐๑๑ โดยในปัจจุบันมีผู้ใช้งานมากถึง ๒,๐๙๕,๐๐๖,๐๐๕ คนทั่วโลก (Internet world stats, ๒๐๑๑)

นอกจากนี้ Wertime และ Fenwick (๒๐๐๘) ยังกล่าวว่า การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันก็มีรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ไม่ได้มีเพียงเฉพาะดิสเพลย์แอด (Display ads) แบนเนอร์ (Banners) หรือ ปุ่มกด (Buttons) อย่างในยุคแรกๆ เท่านั้น แต่ได้พัฒนาไปสู่ยุคการใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล (Search engine) ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ด้วย โดยโปรแกรมที่เป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ได้แก่ Google, Yahoo!, Live search, Microsoft เป็นต้น

อินเทอร์เน็ตถือได้ว่าเป็นสื่อที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดแนวโน้มการพัฒนาสื่ออินเทอร์เน็ตในบางประการ เช่น การที่สื่อวิดีโอจะครอบงำสื่ออื่นๆ มากขึ้นในสื่ออินเทอร์เน็ต (Video predominant) โปรแกรมสืบค้นข้อมูลต่างๆ จะสามารถทำงานได้อย่างหลากหลายมากยิ่งขึ้น (Search diversifies further) เน้นการปรับเปลี่ยนให้ตรงกับลักษณะเฉพาะตัวของผู้ใช้ (Personalization become the norm) เป็นต้น

อีเมล (E-mail)

อีเมลคือระบบการส่งข้อมูลต่างๆ ระหว่างกัน ช่วยในการลดต้นทุนการใช้จ่ายหมายทางตรงแบบดั้งเดิม (Traditional direct mail) และยังช่วยในเรื่องการจัดการความสัมพันธ์กับผู้บริโภคได้ง่ายยิ่งขึ้นด้วย ซึ่งรูปแบบการส่งอีเมลในปัจจุบันนั้น นอกจากจะมีการส่งอีเมลข่าวสาร ยังมีการส่งนิตยสารอีเมลหรือที่เรียกว่าอีซีน (E-zines: E-mail magazine) ซึ่งเป็นการแจกนิตยสารออนไลน์ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้สามารถอ่านเนื้อหาได้ฟรีด้วย

แต่การใช้สื่ออีเมลนี้มีข้อเสียคือ มักทำให้เกิดสแปม (Spam) หรืออีเมลขยะ ซึ่งสองในสามของอีเมลเพื่อการตลาดมักถูกจัดเป็นสแปม เพราะฉะนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาดังกล่าวนี้ นักการตลาดควรขอความยินยอมจากผู้บริโภคก่อนที่จะส่งอีเมล ถ้าผู้บริโภคอนุญาตหรือเลือกที่จะเข้าร่วมการรับอีเมล (Opt-in emailing) ก็จะทำให้อีเมลนั้นไม่ถูกจัดแยกเป็นสแปมอีกต่อไป

สื่อเคลื่อนที่ (Mobile platforms)

สื่อเคลื่อนที่หรือโทรศัพท์มือถือ (Mobile phone) มีจุดเด่นคือความสะดวกในการพกพา ทำให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ดังเช่นการศึกษาของ Tsang, Ho และ Liang (๒๐๐๔) ได้อธิบายไว้ว่า โทรศัพท์มือถือถือกัน เป็นสื่อที่มีความเป็นส่วนบุคคลสูงมาก เป็นสื่อที่อนุญาตให้บุคคลเข้าถึงได้ทุกที่และทุกเวลา โดยสื่อเคลื่อนที่หรือโทรศัพท์มือถือถือกัน มีความสามารถในการทำงาน (Functions) ที่หลากหลาย ตัวอย่างเช่น

- บริการส่งข้อความสั้น (Short message service: SMS)
- บริการส่งข้อความมัลติมีเดีย (Multimedia message service: MMS)
- เกม (Games)
- ถ่ายภาพนิ่ง (Still-image camera)
- ถ่ายภาพเคลื่อนไหว (Mobile video)
- ระบบเสียงสเตอริโอและพื้นที่เก็บเพลง (Stereo sound and music storage)
- ระบบสร้างสัญญาณเชื่อมต่อหรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ส่วนบุคคล (Bluetooth)
- ระบบรายงานตำแหน่งที่อยู่ของผู้ใช้งานอัตโนมัติ (Global positioning standard: GPS)

สื่อสังคม (Social media site)

สื่อสังคมเป็นสื่อรูปแบบใหม่ ที่เกิดจากรูปแบบการติดต่อสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คนในสังคม จนเกิดเป็นรูปแบบยุคดิจิทัล (Digital platform) ซึ่งพฤติกรรมสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ การเปลี่ยนจากการติดต่อสื่อสารด้วยโทรศัพท์บ้านมาเป็นบรอดแบนด์หรือโทรศัพท์มือถือ (Connecting) การแสดงตัวตนที่เปลี่ยนแปลงไป (Self expression) การค้นหาข้อมูล (Knowledge) การเปิดรับและการแชร์ความบันเทิง (Entertainment) และการแชร์รูปให้แก่ผู้อื่น (Photo)

สื่อสังคม (Social media) หรือเครือข่ายสังคม (Social network) นี้ บ้างก็ถูกเรียกว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Online social media) ซึ่งหมายถึง สื่อดิจิทัลซึ่งเป็นเครื่องมือทางสังคม ที่ช่วยทั้งการติดต่อสื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ การแบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูล ภาพ หรือเสียงระหว่างกัน

การแบ่งประเภทของสื่อสังคมหรือเครือข่ายสังคม สามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

๑. Blog เช่น Exteen, Bloggang, Wordpress, Blogger เป็นต้น
๒. Social network เช่น Facebook, Hi๕ เป็นต้น
๓. Micro blogging หรือ Microsharing เช่น Twitter เป็นต้น
๔. Online video เช่น YouTube เป็นต้น
๕. Photo sharing เช่น Flickr เป็นต้น
๖. Wikis เช่น Wikipedia เป็นต้น
๗. Widgets เช่น Coke bubbles, Animal planet killer clips เป็นต้น
๘. Virtual worlds เช่น Second life เป็นต้น
๙. Bookmarking หรือ Tagging เช่น Diggs, Delicious (ชื่อเดิมคือ del.icio.us) เป็นต้น
๑๐. Crowdsourcing หรือ Voting เช่น Dell idea storm, My Starbucks idea เป็นต้น
๑๑. Podcasting เช่น Wiggly podcast เป็นต้น
๑๒. Reviews หรือ Opinions เช่น Epinion, Mouthshut, Yahoo! answer เป็นต้น
๑๓. Social commerce เช่น Groupon, Livingsocial เป็นต้น

โดยสื่อสังคมที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศไทย ได้แก่ Facebook, Hi๕, YouTube, Twitter และ Exteen โดยเฉพาะ Facebook นั้น ปี พ.ศ. ๒๕๕๔ มีจำนวนผู้ใช้ในประเทศไทยมากถึง ๑๑,๖๙๘,๒๒๐ บัญชี ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด (BrandAge essential: Social network the digital engagement, ๒๐๑๑)

งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาสื่อรูปแบบใหม่ (New media) ออกเป็น ๖ ประเภทย่อย ตามการแบ่งประเภทของ Wertime และ Fenwick (๒๐๐๘) รวมถึง Shimp (๒๐๐๗) โดยเลือกสื่อรูปแบบใหม่ที่มีผู้ใช้งานอย่างแพร่หลายในประเทศไทยตามการศึกษาของภัทรภร เสนไกรกุล (๒๕๕๑) ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต (หมายถึง เว็บไซต์ โดยทั่วไป) สื่อสังคม อีเมล โปรแกรมสืบค้นข้อมูล โปรแกรมสนทนา และโทรศัพท์มือถือ

Dewdney และ Ride (๒๐๐๖) กล่าวว่า สื่อรูปแบบใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากแนวคิดของวัฒนธรรมร่วมสมัย (Contemporary culture concept) และบริบทแวดล้อม (Context) ของการนำสื่อมาใช้ ดังนั้น สื่อรูปแบบใหม่จึงมีโอกาสที่จะเปลี่ยนเป็นสื่อเก่าได้เมื่อมีสื่อสำคัญที่ใหม่กว่าเข้ามาแทนที่ ทั้งนี้ หากเป็นสื่อที่พัฒนาการขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่จะเรียกว่า สื่อดิจิทัล (Digital media) แต่ทั้งสื่อรูปแบบใหม่และสื่อดิจิทัล ต่างก็มีคุณสมบัติหลักร่วมกันนั่นก็คือ ความใหม่ (Newness) ดังนั้น นักวิชาการส่วนใหญ่จึงใช้คำทั้งสองในความหมายเดียวกัน

๔ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเนั่ง (Sedentary Behavior)

การทบทวนวรรณกรรมในส่วนนี้เพื่อพัฒนาตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมเนั่ง ปัจจุบันสังคมโลกกำลังตื่นตัวกับการเพิ่มของการแสดงพฤติกรรมเนั่งในเยาวชนและวัยรุ่น พฤติกรรมเนั่งกลายเป็นประเด็นสำคัญในงานวิจัยและการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับโรคอ้วน (Parker & Vinson, ๒๐๑๓) งานวิจัยเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมเนั่งส่วนใหญ่จะมีคำถามเกี่ยวกับการดูโทรทัศน์ การใช้คอมพิวเตอร์ การขับรถ และมุ่งศึกษาที่เด็กและเยาวชน (Ogden, ๒๐๑๒)

นิยามพฤติกรรมเนั่ง (Sedentary Behavior)

พฤติกรรมเนั่ง (Sedentary Behavior) มีรากศัพท์มาจากคำกริยาในภาษาลาติน “Sedere” หมายถึง “การนั่ง” (Smith & Biddle, ๒๐๐๘) Soos et al. (๒๐๑๒) ให้คำนิยามพฤติกรรมเนั่งไว้แบบเดียวกันว่า หมายถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนั่ง

พฤติกรรมเนั่งหมายถึง การเผาผลาญพลังงานด้วยกิจกรรมที่ไม่ใช้การออกกำลังกาย (Non-exercise activity thermogenesis-NEAT) เช่น การนั่ง การยืน การเอนตัว การเคลื่อนไหวในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การเดินและการทำงานบ้าน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์

เครือข่ายงานวิจัยด้านพฤติกรรมเนั่งให้คำนิยามคำนี้ไว้ว่า คือ พฤติกรรมต่างๆ ในขณะที่นั่งหรือเอนกายที่กระทำในช่วงตื่นนอนที่ใช้พลังงานน้อยกว่า ๑.๕ Mets (หน่วยบอกจำนวนเท่าของการใช้พลังงานในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง) (Sedentary Behaviour Research Network, ๒๐๑๒. ๕๔๐)

ลักษณะของพฤติกรรมเนั่ง

Smith and Biddle (๒๐๐๘) อธิบายลักษณะ ๕ ประการ ของพฤติกรรมเนั่ง ว่าประกอบด้วย ๑. ความถี่ (Frequency) ๒. ความรุนแรง (Intensity) ๓. ระยะเวลา (Duration) ๔. ชนิด (Type) และ ๕. ขอบเขต (Domain) ซึ่งอธิบายรายละเอียดดังนี้

๑. ความถี่ (Frequency) หมายถึง จำนวนเวลาที่ใช้ในกิจกรรมการเคลื่อนไหวร่างกาย เช่น นั่งครั้งต่อสัปดาห์หรือต่อเดือนหรือต่อปี

๒. ความรุนแรง (Intensity) หมายถึงปริมาณการตอบสนองของสรีระต่อพฤติกรรมทางกายส่วนใหญ่ใช้วิธีการวัดจากปริมาณแคลอรี

๓. ช่วงเวลา (Duration) หมายถึง ระยะเวลาซึ่งส่วนใหญ่ใช้จำนวนนาที่ ที่แสดงพฤติกรรม

๔. ชนิด (Type) หมายถึง สิ่งที่ระบบสรีระร่างกายใช้ เช่น การออกกำลังกาย หรือพฤติกรรม เช่น การเดิน การกระโดดและการวิ่ง

๕. ขอบเขต (Domain) หมายถึงบริบทหรือสถานที่ที่แสดงพฤติกรรม เช่น โรงเรียน บ้าน บริบทมีประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจวัตถุประสงค์หรือความตั้งใจเบื้องหลังกิจกรรม

แนวทางในการลดพฤติกรรมเน่บ่ง

ปัจจุบันมีรายงานที่ตีพิมพ์เกี่ยวกับแนวทางในการปฏิบัติพฤติกรรมเน่บ่งสำหรับเยาวชนเพียงจำนวนน้อย อย่างไรก็ตามนักวิชาการส่วนใหญ่มีทัศนะที่ตรงกันว่า เด็กและเยาวชนที่ศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาควรจะมีหลีกเลี่ยงการแสดงพฤติกรรมเน่บ่งด้วยระยะเวลายาวนานในช่วงเวลากลางวัน แต่เป็นการยากที่จะทราบได้ว่าในช่วงเวลาที่ยาวนานนั้น นักเรียนแสดงพฤติกรรมอะไรบ้าง เช่น การสนทนากับเพื่อนหรือการทำกรบ้าน ปัจจุบันมีเพียงประเทศออสเตรเลียและแคนาดาที่ตีพิมพ์แนวทางในการใช้เวลาของเด็กและเยาวชน โดยรัฐบาลออสเตรเลียแนะนำให้เด็กและเยาวชนใช้เวลากับสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับการบันเทิง เช่น คอมพิวเตอร์ เกมล์ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ ไม่เกิน ๒ ชั่วโมงในช่วงเวลากลางวัน ในขณะที่ประเทศแคนาดาตีพิมพ์แนวทางในการลดพฤติกรรมเน่บ่ง โดยให้คำแนะนำว่า เด็กควรลดการใช้เวลาอยู่หน้าจอโทรทัศน์ เล่นเกมล์คอมพิวเตอร์และการใช้อินเทอร์เน็ตอีก ๓๐ นาทีต่อวัน นอกจากนี้ American Academy of Pediatric (AAP) แนะนำวิธีการใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ของเยาวชน โดยผู้ปกครองควรกำหนดให้บุตรหลานของตนเองดูโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงได้ไม่เกินวันละ ๒ ชั่วโมง และกระตุ้นให้ทำกิจกรรมอื่นๆ เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางสมอง เช่น การพูด การเล่น การร้องเพลงและการอ่านหนังสือ (Smith & Biddle, ๒๐๐๘)

๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุลนารี เลือโรจน์ (๒๕๕๖) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กเพื่อตอบสนองความต้องการ ๗ ด้าน คือ (๑) การสร้างสัมพันธ์กับเพื่อนที่เน้นเชิงปริมาณมากกว่าคุณภาพคือ ต้องการจำนวนเพื่อนใน Friend list มากเพราะปรารถนาการยอมรับ (๒) การให้ความบันเทิง เช่น การรวมตัวของเพื่อน การเล่นเกมล์ และแชร์รูปภาพ (๓) การเป็นแหล่งข้อมูลสาธารณะ เช่น การเฟ้นแฟนเพจที่ตนเองสนใจเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร (๔) การเป็นช่องทางการสื่อสารประเด็นอ่อนไหวเรื่องส่วนตัวเพื่อแสดงอารมณ์และความสนใจด้านความรักและเรื่องส่วนรวมเพื่อแสดงความคิดเห็นการเมืองและอื่นๆ (๕) การสอดส่องดูแลสังคม วิพากษ์วิจารณ์สังคมและรับเรื่องร้องทุกข์เพื่อเป็นข้อมูลข่าวสารเตือนภัยในสังคม (๖) สะท้อนความเป็นตัวตนของบุคคลตามความเป็นจริง เช่น การ check in เพื่อแสดงสถานที่ที่ไปและกิจกรรมที่ตนเองทำ และ (๗) ประกอบสร้างสิ่งที่ยากเป็นและอยากให้คนอื่นรับรู้ เช่น ใช้ข้อความอธิบายความเป็นตัวตน ที่อยู่และการศึกษาที่สมมติขึ้นตามความสนใจและความใฝ่ฝันของตนเอง นอกจากนี้ กุลนารี เลือโรจน์ เน้นว่า การสื่อสารประเด็นสาธารณะผ่านเฟซบุ๊กแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่นเพราะเอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วม ทำให้เลือกเนื้อหาที่ต้องการเปิดรับได้ด้วยตนเองในขณะเดียวกันก็สามารถจูงใจให้คนอื่นเข้าร่วม

ได้ด้วย ดังนั้นพฤติกรรมผู้ใช้เฟซบุ๊กสะท้อนความเป็นสาธารณะเพราะสามารถสร้างและตอบสนองต่อประเด็นสาธารณะได้ด้วยตนเอง

เกศรา ชั่งชวลิต (๒๕๔๔) พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารมากที่สุด และรับรู้ประโยชน์และพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ช่วยให้ผู้เรียนเลือกข้อมูลข่าวสารที่สนใจได้อย่างอิสระ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ช่วยให้ติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ได้โดยไม่ต้องเดินทางและทำให้เกิดความยืดหยุ่นด้านเวลาที่จะทบทวนบทเรียนเวลาใดก็ได้

เสกสรร สายลีสด (๒๕๕๖) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษานิเทศศาสตร์ มหาลัทธิราชภัฏอุดรธานี พบว่านักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโน้ตบุ๊กและโทรศัพท์มือถือมากที่สุด แต่ละครั้งใช้เวลาออนไลน์มากที่สุดประมาณ ๒-๕ ชั่วโมง เพื่อเข้าเฟซบุ๊กและยูทูปมากที่สุด เพื่อการสนทนาและค้นคว้าข้อมูลและความรู้เพื่อประกอบการเรียน นักศึกษามีความพึงพอใจต่อกิจกรรมเฟซบุ๊กบทเรียนมากเพราะสามารถติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ได้ง่าย

ศันสนีย์ เลี้ยงพานิชย์ (๒๐๑๒) ศึกษาผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจจากการใช้เว็บเครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาชั้นปีที่ ๓ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ จำนวน ๓๐ คน พบว่านักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าก่อนเรียนเพราะว่าได้ทำกิจกรรมและเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มเพื่อนและอาจารย์ผ่านเว็บเครือข่ายสังคม นักศึกษาพึงพอใจมากที่สุดและกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ด้วยการค้นคว้าด้วยตนเองผ่านเครือข่ายสังคมเช่น Blog, Slideshare, Youtube และ Video box

กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว และคณะ (๒๕๕๓) ศึกษาการใช้ทวิตเตอร์เพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนการสอน พบว่า นักศึกษามีความพอใจมากที่สุดในการใช้ทวิตเตอร์พูดคุยกับเพื่อนและติดตามข่าวสาร สามารถสร้างเครือข่ายสังคมที่มีความสนใจร่วมกัน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วในทุกที่ทุกเวลา สิ่งสำคัญที่สุดคือผู้สอนได้รับฟังปัญหาของนักศึกษาอย่างยั่งยืนเพราะนักศึกษากล้าที่จะแสดงความคิดเห็นมากกว่าในชั้นเรียนจริง

มลพรรณ อภาเวท, สาวิตรี ชิวะสารณ์ และชาญ เดชอัครวง (๒๕๕๔) วิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อายุเฉลี่ย ๑๗ ปี พบว่า ประมาณร้อยละ ๕๗ ใช้เฟซบุ๊กทุกวัน และใช้ประมาณ ๒ ชั่วโมงต่อวัน เพื่อประโยชน์ในด้านความบันเทิงและสนุกสนาน ด้านการสนทนาด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสารเรื่องเพื่อนและเรื่องทั่วไป ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนและสังคม ด้านการใช้เวลาว่าง

ด้านการแสดงความคิดเห็นของตนเองและด้านการนำข้อมูลข่าวสารไปตัดสินใจตามลำดับ โดยมีความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและคนอื่น และสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ มากที่สุด

ณัฐริรา พุทธิโอวาท (๒๕๔๖) ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเว็บไซต์ “Sex Must Say” ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ดังกล่าวในระดับสูงเพื่อเสริมสร้างทัศนคติและเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเพศศึกษามากที่สุดและมีความพึงพอใจเพราะเว็บมีการนำเสนอเรื่องเพศอย่างตรงไปตรงมา สามารถสื่อสารได้โดยไม่เปิดเผยตัวตนและได้แลกเปลี่ยนทัศนคติกับบุคคลอื่น

ฤดีพร ผ่องสุภาพ (๒๕๕๑) ศึกษาการแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) และไฮไฟว์ (Hi5) ที่บ้านทุกวันเป็นเวลามากกว่า ๒ ชั่วโมง เพื่อใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเรื่องสนทนากับเพื่อน การหาเพื่อนเก่าหรือเพื่อนใหม่

บทที่ ๓ ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณกับการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีเครื่องมือคือ การวิจัยเชิงสำรวจจากการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อตอบปัญหานำวิจัยทั้ง ๔ ประการ ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

6.1 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้คือ เด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ ๑๐ ปีจนถึง ๑๙ ปี โดยข้อมูลจากสถิติ ๒๕๕๑ กรุงเทพมหานคร ของสำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล (๒๕๕๑) รายงานว่า มีนักเรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา จำนวน ๓๔๐,๔๓๐ คน สำหรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างใช้การอ้างอิงจากตารางสำเร็จของ Taro Yamane ที่จำแนกตามระดับความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า โดยเลือกจากจำนวนประชากรมากกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คนขึ้นไป จะได้จำนวนตัวอย่างอย่างน้อย ๔๐๐ คน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ โดย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง ๒ กลุ่มใหญ่ที่มีจำนวนรวมทั้งสิ้น ๔๐๕ คน ดังนี้

1. กลุ่มนักเรียนประถมปลาย จำนวน ๑๒๘ คน
2. กลุ่มนักเรียนมัธยม
 - 1.1 กลุ่มนักเรียนมัธยมต้น จำนวน ๑๓๔ คน
 - 1.2 กลุ่มนักเรียนมัธยมปลาย จำนวน ๑๓๘ คน

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ให้ได้จำนวนเด็กและเยาวชนตามขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการคือ ๔๐๕ คนด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multiple Stage Sampling)

ขั้นที่ ๑ ใช้วิธี Stratified Random Sampling
แบ่งโรงเรียนออกเป็น ๓ ประเภทคือ

1. โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา
2. โรงเรียนสังกัดคณะกรรมการการศึกษาเอกชน
3. โรงเรียนสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย

ขั้นที่ ๒ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบจับฉลาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended) ซึ่งพัฒนาจาก The Adolescent Sedentary Activity Questionnaire (ASAQ) ที่จัดทำโดย Australasian Child and Adolescent Obesity Research Network และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อตอบปัญหาที่วิจัยทั้ง ๔ ประการ ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในเรื่องความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามดังนี้

๑. พัฒนาแบบสอบถามตามกรอบทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง
๒. ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้นักวิชาการด้านการสื่อสาร จำนวน ๓ ท่าน พิจารณาตรวจสอบว่าคำถามมีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีหรือไม่และแก้ไขปรับปรุง
๓. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว ไปทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน ๓๐ คน เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ขึ้นหลังจากทดสอบแล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมาหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยดำเนินการดังนี้

๑. ส่งหนังสือจากคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการเพื่อส่งให้ผู้อำนวยการของโรงเรียนที่ถูกเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขออนุญาตให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายตอบแบบสอบถาม
๒. เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจะนำแบบสอบถามไปตามโรงเรียนต่างๆ เพื่อให้นักเรียนตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดมาลงรหัสตามคู่มือลงรหัสที่ได้จัดทำขึ้นไว้เพื่อเปลี่ยนข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์คำนวณได้ จากนั้นจึงนำไปใช้ข้อมูลประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น ๒ ลักษณะคือ (๑) การวิเคราะห์โดย

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (๒) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สมมุติฐานของการวิจัยเชิงสำรวจ

- (1) นักเรียนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน (ประถม – มัธยมต้น – มัธยมปลาย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับพฤติกรรมการแฉ่งที่แตกต่างกัน
- (2) นักเรียนมีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน (ใช้มาก-ใช้ปานกลาง-ใช้น้อย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับ พฤติกรรมการแฉ่ง และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกัน

การสัมภาษณ์เชิงลึก/กลุ่ม (In-Depth/Group Interview)

ผู้วิจัยใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกประกอบกับผลการสำรวจจากการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการสัมภาษณ์ดังนี้

ผู้เข้าร่วมและการคัดเลือก

เครื่องมือเพื่อศึกษาเชิงคุณภาพครั้งนี้ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อเลือกผู้เข้าร่วม โดยแบ่งกลุ่มเป็น ๒ กลุ่ม จำนวน ๑๙ คน ได้แก่

๑. กลุ่มนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน ๙ คน
๒. กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา จำนวน ๑๐ คน

ในแต่ละกลุ่มผู้วิจัยเลือกผู้มีส่วนร่วมที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันเพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดเห็นที่หลากหลาย

ขั้นตอนการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก

๑. ติดต่อผู้อำนวยการโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์นักเรียน
๒. ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์ขอความร่วมมือให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญยินยอมในการให้บันทึกเสียงและนักวิจัยจะไม่ใช้ชื่อจริงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
๓. การสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณ ๓๐ นาที
๔. ผู้วิจัยถอดเทปและวิเคราะห์ผลเชิงพรรณนา

บทที่ ๔ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคมของวัยรุ่นอายุระหว่าง ๑๐-๑๙ ปี ในส่วนของการวิจัยเชิงสำรวจ จะนำเสนอโดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมเน่นิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่มีต่อเปิดรับ แรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และพฤติกรรมเน่นิ่ง
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปริมาณการใช้สื่อใหม่ที่มีการเปิดรับ แรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และพฤติกรรมเน่นิ่ง (Sedentary Behavior)

โดยแบ่งเป็น ๔ ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ ๒ พฤติกรรมการเปิดรับ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น

ตอนที่ ๓ พฤติกรรมเน่นิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น

ตอนที่ ๔ การทดสอบสมมติฐาน นักเรียนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน (ประถม - ม ต้น - ม ปลาย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับ พฤติกรรมเน่นิ่ง ที่แตกต่างกัน

ตอนที่ ๕ การทดสอบสมมติฐาน นักเรียนมีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน (ใช้มาก-ใช้ปานกลาง-ใช้น้อย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับ พฤติกรรมเน่นิ่ง และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกัน

ตอนที่ ๑ ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ ๑.๑ แสดงจำนวนและร้อยละเพศ

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	๒๐๗	๕๑.๘
ชาย	๑๙๓	๔๘.๓
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๑.๑ จะเห็นได้ว่าเพศหญิงจำนวน ๒๐๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๑.๘ เพศชายจำนวน ๑๙๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๓

ตารางที่ ๑.๒ แสดงจำนวนและร้อยละอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า ๑๒ ปี	๑๕๘	๓๙.๕
๑๓-๑๕ ปี	๑๓๑	๓๒.๘
๑๕ ปีขึ้นไป	๑๑๑	๒๗.๘
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๑.๒ จะเห็นได้ว่าอายุน้อยกว่า ๑๒ ปี จำนวน ๑๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๕ อายุ ๑๓-๑๕ ปี จำนวน ๑๓๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๘ และอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป จำนวน ๑๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๘

ตารางที่ ๑.๓ แสดงจำนวนและร้อยละระดับชั้น

ระดับชั้น	จำนวน	ร้อยละ
ประถม	๑๒๘	๓๒.๐
ม.ต้น	๑๓๔	๓๓.๕
ม.ปลาย	๑๓๘	๓๔.๕
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๑.๓ จะเห็นได้ว่าระดับชั้นประถม จำนวน ๑๒๘ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๒.๐ ระดับชั้นม.ต้น จำนวน ๑๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๕ และระดับชั้น ม.ปลาย จำนวน ๑๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๕

ตารางที่ ๑.๔ แสดงจำนวนและร้อยละค่าขนมต่อวัน

ค่าขนมต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับ	๑๕๑	๓๗.๘
น้อยกว่า ๑๐๐ บาท	๑๙๕	๔๘.๘
๑๐๐-๒๐๐ บาท	๔๒	๑๐.๕
๒๐๐ บาทขึ้นไป	๑๒๐	๓๐.๐
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๑.๔ จะเห็นได้ว่าค่าขนมต่อวันที่ไม่ได้รับ จำนวน ๑๕๑คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๘ ค่าขนม น้อยกว่า ๑๐๐ บาท จำนวน ๑๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๘ ค่าขนม ๑๐๐ - ๒๐๐ บาท จำนวน ๔๒ คน คิดเป็น ร้อยละ ๑๐.๕ และค่าขนม ๒๐๐ บาทขึ้นไป จำนวน ๑๒๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๐

ตารางที่ ๑.๕ แสดงจำนวนและร้อยละค่าขนมต่อสัปดาห์

ค่าขนมต่อสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับ	๑๗๕	๔๓.๘
น้อยกว่า ๕๐๐ บาท	๑๔๓	๓๕.๘
๕๐๐-๑,๐๐๐บาท	๕๗	๑๔.๓
๑,๐๐๑-๑,๕๐๐ บาท	๑๒	๓.๐
๑,๕๐๐ บาทขึ้นไป	๑๓	๓.๓
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๑.๕ จะเห็นได้ว่าค่าขนมต่อสัปดาห์ที่ไม่ได้รับ จำนวน ๑๗๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๘ ค่าขนมต่อสัปดาห์น้อยกว่า ๕๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๘ ค่าขนมต่อสัปดาห์ ๕๐๐ - ๑๐๐๐ บาท จำนวน ๕๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๓ ค่าขนมต่อสัปดาห์ ๑,๐๐๑ - ๑,๕๐๐ บาท จำนวน ๑๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๐ และค่าขนมต่อสัปดาห์ ๑,๕๐๐ บาทขึ้นไป จำนวน ๑๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๓

ตารางที่ ๑.๖ แสดงจำนวนและร้อยละค่าขนมต่อเดือน

ค่าขนมต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับ	๒๕๗	๖๔.๓
น้อยกว่า ๑,๐๐๐ บาท	๓๒	๘.๐
๑,๐๐๑-๒,๐๐๐ บาท	๔๗	๑๑.๘
๒,๐๐๑ -๓,๐๐๐ บาท	๒๕	๖.๓
๓,๐๐๐ บาทขึ้นไป	๓๙	๙.๘
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๑.๖ จะเห็นได้ว่าขนมต่อเดือนที่ไม่ได้รับ จำนวน ๒๕๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๓ ค่าขนมต่อเดือนน้อยกว่า ๑,๐๐๐ บาท จำนวน ๓๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๐ ค่าขนมต่อเดือน ๑,๐๐๑ - ๒,๐๐๐ บาทจำนวน ๔๗ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๑.๘ ค่าขนมต่อเดือน ๒,๐๐๑ - ๓,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๓ ค่าขนมต่อเดือน ๓,๐๐๐ บาทขึ้นไป จำนวน ๓๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๘

ตารางที่ ๑.๗ แสดงจำนวนและร้อยละขอค่าขนมเพิ่ม

ขอค่าขนม	จำนวน	ร้อยละ
ได้	๒๗๖	๖๙.๐
ไม่ได้	๑๒๔	๓๑.๐
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๑.๗ จะเห็นได้ว่าขอค่าขนมเพิ่มได้ จำนวน ๒๗๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๙.๐ ขอค่าขนมไม่ได้ จำนวน ๑๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๐

ตารางที่ ๑.๘ แสดงจำนวนและร้อยละระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆ

ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน ๑ ปี	๑๗	๔.๓
ไม่เกิน ๒ ปี	๓๐	๗.๕
ไม่เกิน ๓ ปี	๕๔	๑๓.๕
ไม่เกิน ๔ ปี	๕๘	๑๔.๕
ไม่เกิน ๕ ปี	๘๐	๒๐.๐
๕ ปีขึ้นไป	๑๖๑	๔๐.๓
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๑.๘ จะเห็นได้ว่าระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆไม่เกิน ๑ ปีจำนวน ๑๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๓ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆไม่เกิน ๒ ปี จำนวน ๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๗.๕ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆไม่เกิน ๓ ปี จำนวน ๕๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๕ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆไม่เกิน ๔ ปี จำนวน ๕๘ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๔.๕ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆไม่เกิน ๕ ปีจำนวน ๘๐ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆ ๕ ปีขึ้นไป จำนวน ๑๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๓

ตอนที่ ๒ พฤติกรรมการเปิดรับ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น

ตารางที่ ๒.๑ แสดงภาพรวมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท

กิจกรรม	ในแต่ละสัปดาห์ ทำกี่วัน	วันจันทร์-ศุกร์ เฉลี่ยทำวันละกี่ ชั่วโมง	วันหยุด เสาร์- อาทิตย์ เฉลี่ยทำวันละ กี่ชั่วโมง
สื่อดั้งเดิม (Tradition media)			
1. อ่านหนังสือพิมพ์	๑.๑๑	๐.๗๑	๐.๕๒
2. อ่านนิตยสาร/วารสารเป็นเล่มกระดาษ	๑.๓๙	๐.๗๖	๐.๘๘
3. ดูโทรทัศน์	๕.๑๘	๓.๑๐	๓.๕๔
4. ฟังวิทยุ	๒.๔๕	๐.๙๕	๐.๘๓
5. การอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษ	๒.๗๘	๑.๑๘	๑.๓๕
สื่อรูปแบบใหม่ (New media)			
6. เข้าเว็บไซต์ทั่วไป	๔.๒๔	๒.๒๓	๒.๗๒
7. เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook	๔.๔๔	๒.๔๐	๒.๙๒
8. ใช้อีเมล (E-mail)	๑.๖๐	๐.๙๕	๑.๐๑
9. ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google	๔.๗๘	๒.๑๐	๒.๓๖
10. ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line	๔.๙๐	๒.๗๖	๓.๐๕
11. เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่านแอปต่างๆ	๓.๕๖	๑.๘๔	๒.๕๖
12. ใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งโทรคุย และอื่นๆ	๔.๗๖	๒.๒๙	๒.๒๖
13. ใช้แท็บเล็ต	๒.๔๕	๑.๒๒	๑.๗๐
14. ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	๒.๕๙	๑.๗๙	๑.๙๗
15. ใช้โน้ตบุ๊ก	๒.๒๖	๑.๕๖	๑.๙๑

จากตารางที่ ๒.๑ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อดั้งเดิมมากที่สุดอันดับที่ ๑ คือ ดูโทรทัศน์ คิดเป็น ๕.๑๘ วันต่อสัปดาห์ โดยในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีการเปิดรับดูโทรทัศน์ ๓.๑๐ ชั่วโมงต่อวัน และในวันเสาร์อาทิตย์ มีการเปิดรับดูโทรทัศน์ ๓.๕๔ ชั่วโมงต่อวันกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อดั้งเดิมอันดับที่ ๒ คือ การอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษ คิดเป็น ๒.๗๘ วันต่อสัปดาห์ โดยในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีการเปิดรับการอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษ ๑.๑๘ ชั่วโมงต่อวันและในวันเสาร์อาทิตย์ มีการเปิดรับการอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษ ๑.๓๕ ชั่วโมงต่อวันกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อดั้งเดิมอันดับที่ ๓ คือ ฟังวิทยุ คิดเป็น ๒.๔๕ วันต่อสัปดาห์ โดยในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีการเปิดรับฟังวิทยุ ๐.๙๕ ชั่วโมงต่อวันและในวันเสาร์อาทิตย์ มีการเปิดรับฟังวิทยุ ๐.๘๓ ชั่วโมงต่อวัน

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อรูปแบบใหม่ มากที่สุดอันดับที่ ๑ คือ ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line คิดเป็น ๔.๙๐ วันต่อสัปดาห์ โดยในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีการเปิดรับใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line ๒.๗๖ ชั่วโมงต่อวันและในวันเสาร์อาทิตย์ มีการเปิดรับ ๓.๐๕ ชั่วโมงต่อวันอันดับที่ ๒ ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google คิดเป็น ๔.๗๘ วันต่อสัปดาห์ โดยในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีการเปิดรับใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google ๒.๑๐ ชั่วโมงต่อวันและในวันเสาร์อาทิตย์ มีการเปิดรับใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google ๒.๓๖ ชั่วโมงต่อวัน อันดับที่ ๓ คือ ใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งโทรคุย และอื่นๆ คิดเป็น ๔.๗๖ วันต่อสัปดาห์ โดยในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีการเปิดรับใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งโทรคุย และอื่นๆ ๒.๒๙ ชั่วโมงต่อวันและในวันเสาร์อาทิตย์ มีการเปิดรับ ๒.๓๖ ชั่วโมงต่อวัน

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจำนวนรวมระยะเวลาการใช้สื่อใหม่ทุกประเภท (ชั่วโมง/วัน) ระหว่างกลุ่มนักเรียนประถมปลาย กลุ่มนักเรียนมัธยมต้น และกลุ่มนักเรียนมัธยมปลาย จะพบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระยะเวลาการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ทุกประเภท (ชั่วโมง/วัน*)	วันจันทร์-ศุกร์ (ชั่วโมง/วัน*)	วันเสาร์-อาทิตย์ (ชั่วโมง/วัน*)	รวมสัปดาห์ (ชั่วโมง/วัน*)
กลุ่มนักเรียนประถมปลาย	๑๗.๗๘	๔๓.๔๘	๑๓๒.๓๙
กลุ่มนักเรียนมัธยมต้น	๑๘.๘๖	๔๑.๓๙	๑๓๕.๖๘
กลุ่มนักเรียนมัธยมปลาย	๒๐.๕๖	๔๙.๔๑	๑๕๒.๒๐

* จำนวนชั่วโมง/วัน นับซ้ำทุกประเภทของอุปกรณ์อินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่างใช้

ตารางที่ ๒.๒ แสดงช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม วันจันทร์-ศุกร์

กิจกรรม	ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐		๑๒.๐๐ -๑๘.๐๐		๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐		ก่อนนอน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อดั้งเดิม (Tradition media)								
1. อ่านหนังสือพิมพ์	๑๐๓	๒๕.๘	๔๕	๑๑.๓	๔๕	๑๑.๓	๑๓	๓.๓
2. อ่านนิตยสาร/วารสารเป็นเล่มกระดาษ	๓๔	๘.๕	๘๙	๒๒.๓	๗๘	๑๙.๕	๔๔	๑๑.๐
3. ดูโทรทัศน์	๙๒	๒๓.๐	๗๕	๑๘.๘	๒๓๐	๕๗.๕	๑๔๙	๓๗.๓
4. ฟังวิทยุ	๑๒๓	๓๐.๘	๔๘	๑๒.๐	๗๘	๑๙.๕	๔๕	๑๑.๓
5. การอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษ	๔๖	๑๑.๕	๘๘	๒๒.๐	๑๑๑	๒๗.๘	๑๐๒	๒๕.๕

จากตารางที่ ๒.๒ พบว่าช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม วันจันทร์-ศุกร์ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงก่อน๑๒.๐๐ น. มีการเปิดรับอันดับที่ ๑ คือ ฟังวิทยุ จำนวน ๑๒๓ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๐.๘ อันดับที่ ๒ คือ อ่านหนังสือพิมพ์ จำนวน ๑๐๓ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๕.๘ อันดับที่ ๓ คือ ดูทีวีจำนวน ๙๒ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๓.๐

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม วันจันทร์-ศุกร์เวลา ๑๒.๐๐ – ๑๘.๐๐ มีการเปิดรับอันดับที่ ๑ คือ อ่านนิตยสาร/วารสารเป็นเล่มกระดาษ จำนวน ๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๓ อันดับที่ ๒ คือการอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษ จำนวน ๘๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๐ อันดับที่ ๓ คือ ดูโทรทัศน์ จำนวน ๗๕ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๘.๘

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม วันจันทร์-ศุกร์เวลา ๑๘.๐๐ - มีการเปิดรับอันดับที่ ๑ คือ ดูโทรทัศน์จำนวน ๒๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๗.๕ อันดับที่ ๒ คือการอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษ จำนวน ๑๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๘ อันดับที่ ๓ คือ ฟังวิทยุ จำนวน ๗๘ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๙.๕ และอ่านนิตยสาร/วารสารเป็นเล่มกระดาษ จำนวน ๗๘ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๙.๕

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม วันจันทร์-ศุกร์ก่อนเข้านอนมีการเปิดรับอันดับที่ ๑ คือ ดูโทรทัศน์ จำนวน ๑๔๙ คน คิดเป็น ๓๙.๙ อันดับที่ ๒ คือ การอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษจำนวน ๑๐๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๕ อันดับที่ ๓ คือ ฟังวิทยุ จำนวน ๔๕ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๑.๓

ตารางที่ ๒.๓ แสดงช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม วันเสาร์ – อาทิตย์

กิจกรรม	ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐		๑๒.๐๐ -๑๘.๐๐		๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐		ก่อนนอน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อดั้งเดิม (Tradition media)								
1. อ่านหนังสือพิมพ์	๙๔	๒๓.๕	๔๙	๑๒.๓	๓๑	๗.๘	๖	๑.๕
2. อ่านนิตยสาร/วารสารเป็นเล่ม กระดาษ	๔๘	๑๒.๐	๙๑	๒๒.๘	๕๖	๑๔.๐	๓๒	๘.๐
3. ดูโทรทัศน์	๑๓๖	๓๔.๐	๑๖๖	๔๑.๕	๒๐๖	๕๑.๕	๑๕๐	๓๗.๕
4. ฟังวิทยุ	๖๙	๑๗.๓	๔๘	๑๒.๐	๖๓	๑๕.๘	๓๔	๘.๕
5. การอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่ม กระดาษ	๖๕	๑๖.๓	๑๑๔	๒๘.๕	๑๐๑	๒๕.๓	๙๙	๒๔.๘

จากตารางที่ ๒.๓ พบว่าช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิมในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงก่อนเที่ยง มีการเปิดรับสื่อดั้งเดิม อันดับที่ ๑ คือ ดูโทรทัศน์ จำนวน ๑๓๖ คน ร้อยละ ๓๔.๐ อันดับที่ ๒ คือ อ่านหนังสือพิมพ์ จำนวน ๙๔ ร้อยละ ๒๓.๕ อันดับที่ ๓ คือ ฟังวิทยุ จำนวน ๖๙ คน ร้อยละ ๑๗.๓

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิมในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ๑๒.๐๐-๑๘.๐๐ อันดับที่ ๑ คือ ดูโทรทัศน์ จำนวน ๑๖๖ คน ร้อยละ ๔๑.๕ อันดับที่ ๒ คือ การอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษ จำนวน ๑๑๔ คน ร้อยละ ๒๘.๕ อันดับที่ ๓ คือ อ่านนิตยสาร/วารสารเป็นเล่มกระดาษ จำนวน ๙๑ ร้อยละ ๒๒.๘

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิมในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ๑๘.๐๐-๒๑.๐๐ อันดับที่ ๑ คือ ดูโทรทัศน์ จำนวน ๒๐๖ คน ร้อยละ ๕๑.๕ อันดับที่ ๒ คือ การอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษจำนวน ๑๐๑ ร้อยละ ๒๕.๓ อันดับที่ ๓ คือ ฟังวิทยุ จำนวน๖๓ ร้อยละ ๑๕.๘

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อดั้งเดิมในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ก่อนนอน อันดับที่ ๑คือ ดูโทรทัศน์จำนวน ๑๕๐ คน ร้อยละ ๓๗.๕ อันดับที่ ๒ คือ การอ่านหนังสือการ์ตูนเป็นเล่มกระดาษ จำนวน ๙๙ คน ร้อยละ ๒๔.๘ อันดับที่ ๓ คือ ฟังวิทยุ จำนวน ๓๔ คน ร้อยละ ๘.๕

ตารางที่ ๒.๔ แสดงช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ วันจันทร์-ศุกร์

กิจกรรม	ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐		๑๒.๐๐ -๑๘.๐๐		๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐		ก่อนนอน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อรูปแบบใหม่ (New media)								
6. เข้าเว็บไซต์ทั่วไป	๖๒	๑๕.๕	๑๑๗	๒๙.๓	๒๑๒	๕๓.๐	๑๐๖	๒๖.๕
7. เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook	๘๘	๒๒.๐	๑๓๒	๓๓.๐	๒๐๘	๕๒.๐	๑๓๕	๓๓.๘
8. ใช้อีเมล (E-mail)	๒๙	๗.๓	๖๑	๑๕.๓	๑๐๙	๒๗.๓	๖๓	๑๕.๘
9. ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google	๕๘	๑๔.๕	๕๘	๑๔.๕	๒๓๙	๕๙.๘	๑๐๒	๒๕.๕
10. ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line	๑๒๗	๓๑.๘	๑๒๔	๓๑.๐	๒๒๐	๕๕.๐	๑๘๑	๔๕.๓
11. เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่าน แอปต่างๆ	๕๒	๑๓.๐	๘๓	๒๐.๘	๑๙๒	๔๘.๐	๘๘	๒๒.๐
12. ใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งโทรคุย และอื่นๆ	๘๐	๒๐.๐	๑๓๓	๓๓.๓	๑๙๘	๔๙.๕	๑๐๗	๒๖.๘
13. ใช้แท็บเล็ต	๓๗	๙.๓	๕๖	๑๔.๐	๑๑๕	๒๘.๘	๘๐	๒๐.๐
14. ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	๓๐	๗.๕	๘๖	๒๑.๕	๑๕๗	๓๙.๓	๖๒	๑๕.๕
15. ใช้โน้ตบุ๊ก	๓๓	๘.๓	๖๕	๑๖.๓	๑๕๐	๓๗.๕	๘๐	๒๐.๐

จากตารางที่ ๒.๔ พบว่าช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ วันจันทร์-ศุกร์ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงก่อน๑๒.๐๐ น. มีการเปิดรับอันดับที่ ๑ คือ ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line จำนวน ๑๒๗ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๑.๘ อันดับที่ ๒ คือ เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook จำนวน ๘๘ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๒.๐ อันดับที่ ๓ คือ ใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งโทรคุย และอื่นๆ จำนวน ๘๐ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ วันจันทร์-ศุกร์เวลา ๑๒.๐๐ - ๑๘.๐๐ มีการเปิดรับอันดับที่ ๑ คือ ใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งโทรคุย และอื่นๆ จำนวน ๑๓๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๓ อันดับที่ ๒ คือเข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook จำนวน ๑๓๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๐ อันดับที่ ๓ คือ ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line จำนวน ๑๒๔ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๑.๐

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่วันจันทร์-ศุกร์เวลา ๑๘.๐๐ - มีการเปิดรับอันดับที่ ๑ คือ ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google จำนวน ๒๓๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๙.๘ อันดับที่ ๒ คือใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line จำนวน ๒๒๐คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๐ อันดับที่ ๓ คือ เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook จำนวน ๒๐๘ คนคิดเป็นร้อยละ ๕๒.๐

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ วันจันทร์-ศุกร์ก่อนเข้านอนมีการเปิดรับอันดับที่ ๑คือ ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line จำนวน ๑๘๑ คน คิดเป็น ๒๕.๓ อันดับที่ ๒ เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook จำนวน ๑๓๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๘ อันดับที่ ๓ คือ ใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งโทรคุย และอื่นๆ จำนวน ๑๐๗ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๖.๘

ตารางที่ ๒.๕ แสดงช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ วันเสาร์ - อาทิตย์

กิจกรรม	ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐		๑๒.๐๐ -๑๘.๐๐		๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐		ก่อนนอน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อรูปแบบใหม่ (New media)								
6. เข้าเว็บไซต์ทั่วไป	๑๑๒	๒๘.๐	๒๐๑	๕๐.๓	๑๗๓	๔๓.๓	๑๒๑	๓๐.๓
7. เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook	๑๒๒	๓๐.๕	๑๗๗	๔๔.๓	๑๘๕	๔๖.๓	๑๒๖	๓๑.๕
8. ใช้อีเมล (E-mail)	๕๖	๑๔.๐	๘๙	๒๒.๓	๙๘	๒๔.๕	๕๒	๑๓.๐
9. ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google	๑๐๐	๒๕.๐	๑๗๘	๔๔.๕	๒๐๐	๕๐.๐	๘๗	๒๑.๘
10. ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line	๑๔๘	๓๗.๐	๑๘๐	๔๕.๐	๒๐๔	๕๑.๐	๑๗๕	๔๓.๘
11. เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่าน แอปต่างๆ	๙๔	๒๓.๕	๑๗๒	๔๓.๐	๑๘๑	๔๕.๓	๑๑๐	๒๗.๕
12. ใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งโทรคุย	๑๐๐	๒๕.๐	๑๕๕	๓๘.๘	๑๗๗	๔๔.๓	๑๐๙	๒๗.๓

กิจกรรม	ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐		๑๒.๐๐ -๑๘.๐๐		๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐		ก่อนนอน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
และอื่นๆ								
13. ใช้แท็บเล็ต	๗๐	๑๗.๕	๙๕	๒๓.๘	๑๒๖	๓๑.๕	๘๐	๒๐.๐
14. ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	๖๘	๑๗.๐	๑๔๑	๓๕.๓	๑๒๗	๓๑.๘	๖๓	๑๕.๘
15. ใช้โน้ตบุ๊ก	๕๙	๑๔.๘	๑๑๐	๒๗.๕	๑๔๓	๓๕.๘	๘๗	๒๑.๘

จากตารางที่ ๒.๕ พบว่าช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงก่อนเที่ยง มีการเปิดรับสื่อใหม่ อันดับที่ ๑ คือ ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น line จำนวน ๑๔๘ คน ร้อยละ ๓๗.๐ อันดับที่ ๒ คือ เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น facebook จำนวน ๑๒๒ ร้อยละ ๓๐.๕ อันดับที่ ๓ คือ เข้าเว็บไซต์ทั่วไป จำนวน ๑๑๒ คน ร้อยละ ๒๘.๐

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ๑๒.๐๐-๑๘.๐๐ อันดับที่ ๑ คือ เข้าเว็บไซต์ทั่วไป จำนวน ๒๐๑ คน ร้อยละ ๕๐.๓ อันดับที่ ๒ คือ ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น line จำนวน ๑๘๐ คน ร้อยละ ๔๕.๐ อันดับที่ ๓ คือ เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น facebook จำนวน ๑๗๖ ร้อยละ ๔๔.๓

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ๑๘.๐๐-๒๑.๐๐ อันดับที่ ๑ คือ ใช้โปรแกรมสนทนา จำนวน ๒๐๔ คน ร้อยละ ๕๑.๐ อันดับที่ ๒ คือ ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google จำนวน ๒๐๐ ร้อยละ ๕๐.๐ อันดับที่ ๓ คือ เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น facebook จำนวน ๑๘๕ ร้อยละ ๒๔.๕

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อใหม่ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ก่อนนอน อันดับที่ ๑ คือ ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น line จำนวน ๑๗๕ คน ร้อยละ ๔๓.๘ อันดับที่ ๒ คือ เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น facebook จำนวน ๑๒๖ คน ร้อยละ ๓๑.๕ อันดับที่ ๓ คือ เข้าเว็บไซต์ทั่วไป จำนวน ๑๒๑ คน ร้อยละ ๓๐.๓

ตารางที่ ๒.๖ แสดงระดับการใช้สื่อใหม่ และระยะเวลาการใช้สื่อใหม่

สื่อใหม่	\bar{X}	S.D.	ระดับการใช้	ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย กี่นาที	ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่น ๆ นานสุดกี่นาที
1. Website เข้าเว็บ	๓.๔๘	๑.๒๒	มาก	๖๓.๓๐	๗๑.๐๖
2. Email อีเมลล์	๒.๐๘	๑.๔๒	น้อย	๒๔.๕๐	๒๖.๑๒
3. Youtube ยูทูบ	๔.๐๕	๑.๐๗	มาก	๘๕.๔๑	๙๕.๕๗
4. Search Engine กูเกิ้ล	๓.๗๖	๑.๑๒	มาก	๖๒.๗๒	๗๐.๓๖

5. Smartphone มือถือ	๓.๖๒	๑.๕๕	มาก	๘๗.๔๖	๑๐๐.๕๖
6. Tablet แท็บเล็ต	๒.๕๕	๑.๗๔	น้อย	๔๒.๗๓	๕๒.๘๐
7. เฟซบุ๊ก	๒.๙๔	๑.๗๙	ปานกลาง	๖๖.๙๕	๕๗.๙๖
8. อินสตราแกรม	๒.๔๓	๓.๕๒	น้อย	๓๘.๒๘	๓๘.๒๑
9. ไลน์	๓.๕๘	๓.๔๐	มาก	๕๘.๖๕	๕๕.๒๑
10. วิแชท	๑.๐๓	๑.๖๘	น้อยที่สุด	๑๒.๖๑	๑๓.๘๔
11. ทวิตเตอร์	๑.๔๘	๒.๑๒	น้อยที่สุด	๓๑.๔๙	๒๙.๕๗
12. Social Cam	๐.๘๕	๑.๕๐	น้อยที่สุด	๙.๐๙	๗.๓๕
13. Linkedin	๐.๖๘	๑.๓๙	น้อยที่สุด	๖.๐๗	๓.๒๖
14. Pinterest	๐.๗๔	๑.๓๗	น้อยที่สุด	๗.๖๙	๖.๘๑

จากตารางที่ ๒.๖ พบว่าระดับการใช้สื่อใหม่ มาก อันดับที่ ๑ คือ Smartphone มือถือ ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๘๗.๔๖ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๑๐๐.๕๖ นาที อันดับที่ ๒ คือ Website เข้าเว็บ ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๖๓.๓๐ นาที ทำต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๗๑.๐๖ นาที อันดับที่ ๓ Search Engine กูเกิ้ล ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๖๒.๗๒ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นต่อเนื่อง ๗๐.๓๖ นาที

ระดับการใช้สื่อใหม่ ปานกลาง คือ เฟซบุ๊ก ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๖๖.๙๕ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๕๗.๙๖ นาที

ระดับการใช้สื่อใหม่ น้อย อันดับที่ ๑ Tablet แท็บเล็ต ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๔๒.๗๓ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๕๒.๘๐ นาที อันดับที่ ๒ คือ อินสตราแกรม ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๓๘.๒๘ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๓๘.๒๑ นาที อันดับที่ ๓ Email อีเมลล์ ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๒๔.๕๐ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๒๖.๑๒ นาที

ระดับการใช้สื่อใหม่ น้อยที่สุด อันดับที่ ๑ คือ ทวิตเตอร์ ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๓๑.๔๙ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๒๙.๕๗ นาที อันดับที่ ๒ คือ วิแชท ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๑๒.๖๑ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๑๓.๘๔ นาที อันดับที่ ๓ คือ Social Cam ใช้ต่อเนื่องกัน ๙.๐๙ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๗.๓๕ นาที

ตารางที่ ๒.๗ แสดงระดับของแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ เช่น เว็บ เฟซบุ๊กไลน์

การใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊กไลน์ ยูทูบ ภูเก็ต	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. เป็นกิจวัตร เป็นนิสัยของฉัน	๔.๘๘	๑.๘๔	มากที่สุด
2. ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ เสมอๆ	๔.๓๑	๔.๙๐	มากที่สุด
3. ฉันชอบใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊กไลน์ ยูทูบ ภูเก็ต	๔.๑๐	๐.๘๘	มาก
4. ช่วย使我รู้ข้อมูลเกี่ยวกับคนอื่นๆ	๔.๐๙	๑.๘๓	มาก
5. ทำให้มีความสดชื่นสนุกสนาน	๔.๐๙	๐.๙๗	มาก
6. ฉันใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ตอนที่ฉันไม่มีอะไรทำ	๓.๕๓	๑.๐๘	มาก
7. ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม	๓.๓๙	๑.๑๑	ปานกลาง
8. สิ่งที่ยังเผยแพร่ในสื่อสังคม สร้างความเป็นตัวตนของฉัน (ภาพลักษณ์)	๓.๐๗	๑.๑๕	ปานกลาง
9. ช่วยให้คนอื่นๆ รู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวฉัน	๓.๐๔	๑.๐๖	ปานกลาง
10. ช่วยให้คนอื่นๆ รู้จักนิสัยว่าฉันเป็นคนยังไง (รับรู้ภาพลักษณ์)	๓.๐๓	๑.๐๙	ปานกลาง
รวม	๓.๗๕	๑.๐๑	มาก

จากตารางที่ ๒.๗ พบว่าแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ เช่น เว็บ เฟซบุ๊กไลน์ มีระดับแรงจูงใจมากที่สุดคือ ๑. เป็นกิจวัตร เป็นนิสัยของฉัน และ ๒.ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ เสมอๆ มีระดับแรงจูงใจมากที่สุดคือ ๑.ฉันชอบใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ภูเก็ต ๒.ทำให้มีความสดชื่นสนุกสนาน ๓. ช่วย使我รู้ข้อมูลเกี่ยวกับคนอื่นๆ ๔. ฉันใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ตอนที่ฉันไม่มีอะไรทำและ ๕.ช่วยให้คนอื่นๆ รู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวฉันมีระดับแรงจูงใจปานกลางคือ ๑.ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ๒.สิ่งที่ยังเผยแพร่ในสื่อสังคม สร้างความเป็นตัวตนของฉัน (ภาพลักษณ์) และ ๓.ช่วยให้คนอื่นๆ รู้จักนิสัยว่าฉันเป็นคนยังไง (รับรู้ภาพลักษณ์)

ตารางที่ ๒.๘ แสดงพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์	๓.๘๗	๑.๒๕	มาก
2. ค้นหาเพลง	๓.๗๗	๑.๓๒	มาก
3. ค้นหาข้อมูลสำหรับทำการบ้าน	๓.๖๘	๑.๒๔	มาก
4. แชทกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน	๓.๕๘	๑.๕๔	มาก
5. เล่นเกมส์	๓.๕๐	๑.๔๕	มาก
6. ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกแล่งที่ตนสนใจ	๓.๔๒	๑.๔๖	มาก

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
7. เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้นเกี่ยวกับการเรียน	๓.๒๑	๑.๔๓	ปานกลาง
8. เพื่อติดต่อกับกลุ่ม (group) ต่างๆ	๓.๑๙	๑.๕๑	ปานกลาง
9. เพื่อชมภาพวิดีโอ และผลงานต่างๆของเพื่อน	๒.๙๒	๑.๖๙	ปานกลาง
10. เพื่อการนัดหมายและการพบปะสังสรรค์	๒.๖๘	๑.๗๖	ปานกลาง
11. ติดตามข่าวดารานักร้อง	๒.๕๐	๒.๔๒	น้อย
12. ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์	๒.๔๘	๑.๘๑	น้อย
13. เพื่อรู้ว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่	๒.๒๘	๑.๖๒	น้อย
14. ติดตามข่าวการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม	๒.๒๖	๑.๕๖	น้อย
15. เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว	๒.๒๔	๑.๗๑	น้อย
16. เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่	๒.๐๒	๑.๕๙	น้อย
17. รับส่งอีเมลล์	๑.๙๗	๑.๖๓	น้อย
18. หาเพื่อนใหม่	๑.๘๔	๑.๖๑	น้อย
19. เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์	๑.๗๙	๑.๖๗	น้อยที่สุด
20. เพื่ออัพโหลดวิดีโอลง	๑.๗๒	๑.๖๓	น้อยที่สุด
21. สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเองและเขียนเรื่องราวต่างๆ	๑.๖๑	๑.๗๒	น้อย
22. ซื้อสินค้าออนไลน์	๑.๕๐	๑.๖๕	น้อยที่สุด
23. แชทกับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน	๑.๔๓	๑.๖๓	น้อยที่สุด
24. ใช้เว็บแคม	๑.๒๙	๑.๖๘	น้อยที่สุด
25. เพื่อติดต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ	๑.๐๔	๑.๕๐	น้อยที่สุด
26. หาเพื่อนต่างประเทศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่รัก	๐.๗๖	๑.๓๓	น้อยที่สุด
รวม	๒.๔๑	๐.๙๕	น้อย

จากตารางที่ ๒.๘ พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ มาก ได้แก่ ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์ ค้นหาเพลง ค้นหาข้อมูลสำหรับทำการบ้าน แชทกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน เล่นเกมส์ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่น่าสนใจ

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ปานกลาง ได้แก่ เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้นเกี่ยวกับการเรียน เพื่อติดต่อกับกลุ่มต่างๆ เพื่อชมภาพวิดีโอ และผลงานต่างๆของเพื่อน เพื่อการนัดหมายและการพบปะสังสรรค์

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ น้อย ได้แก่ ติดตามข่าวดารานักร้อง ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์ เพื่อดูว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่ ติดตามข่าวการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ รับส่งอีเมลล์ หาเพื่อนใหม่ สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเองและเขียนเรื่องราวต่างๆ

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ น้อยที่สุด ได้แก่ เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์ เพื่ออัปเดตวิดีโอลง ซื้อสินค้าออนไลน์ แชทกับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน ใช้เว็บแคม เพื่อติดต่อกับ บริษัทหรือองค์กรต่างๆ หาเพื่อนต่างเพศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่อีก

ตารางที่ ๒.๙ แสดงข้อมูลที่เปิดเผยในสื่อใหม่

ข้อความ	เฟซบุ๊ก	ไลน์	สื่อใหม่/เว็บ ทั่วไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. ชื่อนามสกุลจริง	๒๗๘ (๖๙.๕)	๑๗๘ (๔๔.๕)	๕๒ (๑๓.๐)
2. ชื่อสมมติ	๑๐๙ (๒๗.๓)	๑๕๔ (๓๘.๕)	๑๓๑ (๓๒.๘)
3. วันเดือนปีเกิด	๒๖๙ (๖๗.๓)	๑๔๔ (๓๖.๐)	๗๓ (๑๘.๓)
4. รูปภาพตนเอง	๒๖๒ (๖๕.๕)	๒๓๕ (๕๘.๘)	๕๔ (๑๓.๕)
5. ชื่อโรงเรียน	๒๘๑ (๗๐.๓)	๑๑๑ (๒๗.๘)	๔๓ (๑๐.๘)
6. เบอร์โทรศัพท์	๑๕๔ (๓๘.๕)	๑๕๔ (๓๘.๕)	๔๐ (๑๐.๐)
7. อีเมลล์	๒๔๙ (๖๒.๓)	๑๔๐ (๓๕.๐)	๘๐ (๒๐.๐)
8. ที่อยู่	๑๒๕ (๓๑.๓)	๗๓ (๑๘.๓)	๓๓ (๘.๓)
9. ความสัมพันธ์ เช่น Single หรือ in a relationship	๑๑๘ (๒๙.๕)	๕๘ (๑๔.๕)	๓๗ (๙.๓)
10. กิจกรรมต่างๆ เช่น Check in	๑๕๓ (๓๘.๓)	๖๕ (๑๖.๓)	๓๙ (๙.๘)
11. ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ (แสดงสถานะ)	๑๔๗ (๓๖.๘)	๑๔๘ (๓๗.๐)	๔๗ (๑๑.๘)

ข้อความ	เฟซบุ๊ก	ไลน์	สื่อใหม่/เว็บ ทั่วไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
12. ความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะต่างๆ	๕๓ (๑๓.๓)	๗๗ (๑๓.๙)	๔๗ (๑๑.๘)
13. ไม่เปิดเผยเลย ระบุสาเหตุ	-	๓๗ (๙.๓)	๓๘ (๙.๕)

จากตารางที่ ๒.๙ พบว่าข้อมูลที่เปิดเผยในสื่อใหม่ ในเฟซบุ๊ก อันดับที่ ๑ คือ ชื่อโรงเรียน จำนวน ๒๘๑ คน ร้อยละ ๗๐.๓ อันดับที่ ๒ คือ ชื่อนามสกุลจริง จำนวน ๒๗๘ คน ร้อยละ ๖๙.๕ อันดับที่ ๓ วันเดือนปีเกิด จำนวน ๒๖๙ คน ร้อยละ ๖๗.๓

ข้อมูลที่เปิดเผยในสื่อใหม่ ในไลน์ อันดับที่ ๑ คือ รูปภาพตนเอง จำนวน ๒๓๕ คน ร้อยละ ๕๘.๘ อันดับที่ ๒ ชื่อนามสกุลจริง จำนวน ๑๗๘ คน ร้อยละ ๔๔.๕ อันดับที่ ๓ ชื่อสมมติ จำนวน ๑๕๔ คน ร้อยละ ๓๘.๕

ข้อมูลที่เปิดเผยในสื่อใหม่ ในสื่อใหม่/เว็บทั่วไป อันดับที่ ๑ คือ ชื่อสมมติ จำนวน ๑๓๑ คน ร้อยละ ๓๒.๘ อันดับที่ ๒ คือ อีเมล จำนวน ๘๐ ร้อยละ ๒๐.๐ อันดับที่ ๓ คือ วันเดือนปีเกิด จำนวน ๗๓ คน ร้อยละ ๑๘.๓

ตารางที่ ๒.๑๐ แสดงหน้าเพจส่วนตัวจำกัดผู้เข้าถึงProfile

หน้าเพจส่วนตัวจำกัดผู้เข้าถึงProfile	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	๓๘	๙.๕
ไม่มี	๑๙๙	๔๙.๘
ไม่รู้	๑๖๓	๔๐.๘
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๒.๑๐ จะเห็นได้ว่าหน้าเพจส่วนตัวจำกัดผู้เข้าถึงProfile ใช้จำนวน ๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๕ ไม่มี จำนวน ๑๙๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๙.๘ ไม่รู้ จำนวน ๑๖๓ คนคิดเป็นร้อยละ ๔๐.๘

ตารางที่ ๒.๑๑ แสดงจำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่ (ไลน์)

จำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่(เฟซบุ๊ก)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า ๕๐๐ คน	๓๔๐	๘๕.๐
๕๐๑-๑,๐๐๐ คน	๓๐	๗.๕
๑,๐๐๑ คนขึ้นไป	๓๐	๗.๕
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๒.๑๑ พบว่าจำนวนในแอปสื่อใหม่ ในเฟซบุ๊ก น้อยกว่า ๕๐๐ คน จำนวน ๓๔๐ คน ร้อยละ ๘๕.๐ ๕๐๑-๑,๐๐๐ คน จำนวน ๓๐ คน ร้อยละ ๗.๕ ๑,๐๐๑ขึ้นไป จำนวน ๓๐ คน ร้อยละ ๗.๕

ตารางที่ ๒.๑๒ แสดงจำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่ (ไลน์)

จำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่(ไลน์)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า ๕๐๐ คน	๓๘๗	๙๖.๘
๕๐๑-๑,๐๐๐ คน	๑๐	๒.๕
๑,๐๐๑ คนขึ้นไป	๓	๐.๘
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๒.๑๒ พบว่าจำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่ ในไลน์ น้อยกว่า ๕๐๐ คน จำนวน ๓๘๗ คน ร้อยละ ๙๖.๘ ๕๐๑-๑,๐๐๑ คน จำนวน ๑๐ คน ร้อยละ ๒.๕ ๑,๐๐๑ คนขึ้นไป จำนวน ๓ คน ร้อยละ ๐.๘

ตารางที่ ๒.๑๓ แสดงจำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่ (อื่นๆ)

จำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่(อื่นๆ)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า ๕๐๐ คน	๓๘๘	๙๗.๐
๕๐๑-๑,๐๐๐ คน	๑๒	๓.๐
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๒.๑๓ พบว่าจำนวนเพื่อนในแอปสื่อใหม่ ในแอปอื่นๆ น้อยกว่า ๕๐๐ คน จำนวน ๓๘๘ ร้อยละ ๙๗.๐ ๕๐๑-๑,๐๐๐ คน จำนวน ๑๒ คน ร้อยละ ๓.๐

ตารางที่ ๒.๑๔ แสดงเพื่อนที่แชทออนไลน์และรู้จักในโลกแห่งความเป็นจริง

เพื่อนที่แชทออนไลน์และรู้จักในโลกแห่งความเป็นจริง	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนทุกคนที่แชทด้วยรู้จักกันดีในชีวิต	๑๔๔	๓๖.๐
เพื่อนส่วนใหญ่ที่แชทด้วยรู้จักกันในชีวิตจริง	๑๖๖	๔๑.๕
ครั้งหนึ่งของคนที่แชทด้วยรู้จักกันในชีวิตจริง	๓๙	๙.๘
คนทั้งหมดที่เคยแชทด้วยไม่เคยรู้จักในชีวิตจริง	๗	๑.๘
ไม่รู้	๔๔	๑๑.๐
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๒.๑๔ พบว่าเพื่อนที่แชทออนไลน์และรู้จักในโลกแห่งความเป็นจริง อันดับที่ ๑ คือ เพื่อนส่วนใหญ่ที่แชทด้วยรู้จักกันดีในชีวิตจริง จำนวน ๑๖๖ คน ร้อยละ ๔๑.๕ อันดับที่ ๒ คือเพื่อนทุกคนที่แชทด้วยรู้จักกันดีในชีวิต จำนวน ๑๔๔ คน ร้อยละ ๓๖.๐ อันดับที่ ๓ คือ ไม่รู้ จำนวน ๔๔ คน ร้อยละ ๑๑.๐ อันดับที่ ๔ คือครั้งหนึ่งของคนที่แชทด้วยรู้จักกันในชีวิตจริง จำนวน ๓๙ คน ร้อยละ ๙.๘ อันดับที่ ๕ คือ คนทั้งหมดที่เคยแชทด้วยไม่เคยรู้จักกันในชีวิตจริง จำนวน ๗ คน ร้อยละ ๑.๘

ตารางที่ ๒.๑๕ แสดงการร้องขอเป็นเพื่อนจากคนที่เคยรู้จัก

การร้องขอเป็นเพื่อนจากคนที่เคยรู้จัก	จำนวน	ร้อยละ
เคย	๓๒๐	๘๐.๐
ไม่เคย	๓๗	๙.๓
ไม่รู้	๔๓	๑๐.๘
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๒.๑๕ พบว่า การร้องขอเป็นเพื่อนกับคนรู้จัก เคย จำนวน ๓๒๐ ร้อยละ ๘๐.๐ ไม่เคย จำนวน ๓๗ คน ร้อยละ ๙.๓ ไม่รู้ จำนวน ๔๓ คน ร้อยละ ๑๐.๘

ตารางที่ ๒.๑๖ แสดงการร้องขอเป็นเพื่อนจากคนที่ไม่เคยรู้จักหรือคนแปลกหน้า

การร้องขอเป็นเพื่อนจากคนที่ไม่เคยรู้จักหรือคนแปลกหน้า	จำนวน	ร้อยละ
เคย	๒๗๔	๖๘.๕
ไม่เคย	๘๙	๒๒.๓
ไม่รู้	๓๗	๙.๓
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๒.๑๖ พบว่าการร้องขอเป็นเพื่อนจากคนที่ไม่เคยรู้จักหรือคนแปลกหน้า เคย จำนวน ๒๗๔ คน ร้อยละ ๖๘.๕ ไม่เคย จำนวน ๘๙ คน ร้อยละ ๒๒.๓ ไม่รู้ จำนวน ๓๗ คน ร้อยละ ๙.๓

ตารางที่ ๒.๑๗ แสดงเหตุผลในการรับคนแปลกหน้าเป็นเพื่อน

เหตุผลในการรับคนแปลกหน้าเป็นเพื่อน*	จำนวน	ร้อยละ
เพราะเคยเป็นเพื่อนของเพื่อน	๑๔๘	๓๗.๐
เพราะเขาเรียนโรงเรียนเดียวกัน	๙๑	๒๒.๘
เพราะเขามีความสนใจแบบเดียวกับเรา	๖๑	๑๕.๓
จะได้มีจำนวนเพื่อนใน List เยอะๆ	๔๐	๑๐.๐
เพราะเขาดูดี	๓๕	๘.๘
เพราะเขาเป็นเพื่อนบ้าน	๓๔	๘.๕
เพราะเขามีอายุเท่ากัน	๑๙	๔.๘
เพราะเขามีเพศเดียวกัน	๑๗	๔.๓
อื่นๆ	๔๘	๑๒.๐

จากตารางที่ ๒.๑๗ พบว่าเหตุผลในการรับคนแปลกหน้าเป็นเพื่อน อันดับที่ ๑ คือ เพราะเคยเป็นเพื่อนของเพื่อน จำนวน ๑๔๘ คน ร้อยละ ๓๗.๐ อันดับที่ ๒ คือ เพราะเขาเรียนโรงเรียนเดียวกัน จำนวน ๙๑ คน ร้อยละ ๒๒.๘ อันดับที่ ๓ คือ เพราะเขามีความสนใจแบบเดียวกับเรา จำนวน ๖๑ คน ร้อยละ ๑๕.๓

ตารางที่ ๒.๑๘ แสดงจำนวนติดตามเพจอื่นๆ ที่กด Like เฉลี่ย

จำนวนติดตามเพจอื่นๆ ที่กด Like เฉลี่ย	จำนวน
	๘๔.๘๘

จากตารางที่ ๒.๑๘ พบว่า จำนวนติดตามเพจอื่นๆที่กด Like เฉลี่ย จำนวน ๘๔.๘๘ เพจ

ตารางที่ ๒.๑๙ แสดงประเภทของเพจ

ประเภทของเพจ*	จำนวน	ร้อยละ
ดนตรี	๑๘๕	๔๖.๓
หนังสือการ์ตูน/นิยาย	๑๘๓	๔๕.๘
ความรู้	๑๗๕	๔๓.๘
ดารา	๑๓๕	๓๓.๘
กีฬา	๘๙	๒๒.๓

ประเภทของเพจ*	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมดา	๕๑	๑๒.๘

จากตารางที่ ๒.๑๙ พบว่าประเภทของเพจ อันดับที่ ๑ คือ ดนตรี จำนวน ๑๘๕ คน ร้อยละ ๔๖.๓ อันดับ
ที่ ๒ คือ หนังสือการ์ตูน/นิตยสาร จำนวน ๑๘๓ คน ร้อยละ ๔๕.๘ อันดับที่ ๓ คือ ความรู้ จำนวน ๑๗๕ คน ร้อยละ
๔๓.๘ อันดับที่ ๔ คือ ดารา จำนวน ๑๓๕ คน ร้อยละ ๓๓.๘ อันดับที่ ๕ คือ กีฬา จำนวน ๘๙ คน ร้อยละ ๒๒.๓
อันดับที่ ๖ คือ ธรรมดา จำนวน ๕๑ คน ร้อยละ ๑๒.๘

ตารางที่ ๒.๒๐ แสดงการกรดรับไลน์สินค้าต่างๆ เพื่อรับสติ๊กเกอร์

การกรดรับไลน์สินค้าต่างๆ เพื่อรับสติ๊กเกอร์	จำนวน	ร้อยละ
รับ	๗๑	๑๗.๘
รับ อ่านข่าวจากสินค้า	๒๕	๖.๓
รับ แต่ไม่อ่าน	๗๔	๑๘.๕
รับแล้ว บล็อกเลย	๑๐๕	๒๖.๓
ไม่รับ	๑๒๕	๓๑.๓
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๒.๒๐ พบว่าการกรดรับไลน์สินค้าต่างๆเพื่อรับสติ๊กเกอร์ อันดับที่ ๑ คือ ไม่รับ จำนวน ๑๒๕
คน ร้อยละ ๓๑.๓ อันดับที่ ๒ คือ รับแล้ว บล็อกเลย จำนวน ๑๐๕ คน ร้อยละ ๒๖.๓ อันดับที่ ๓ คือ รับ แต่ไม่
อ่าน จำนวน ๗๔ คน ร้อยละ ๑๘.๕ อันดับที่ ๔ คือรับ จำนวน ๗๑ คน ร้อยละ ๑๗.๘ อันดับที่ ๕ รับ อ่านข่าวจาก
สินค้า จำนวน ๒๕ คน ร้อยละ ๖.๓ รับ แต่ไม่อ่าน

ตารางที่ ๒.๒๑ แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อใหม่ต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อใหม่ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	๒๖๕	๖๖.๓
๑-๓๐๐ บาท	๕๓	๑๓.๓
๓๐๑-๕๐๐ บาท	๑๖	๔.๐
มากกว่า ๕๐๐ บาท	๑๕	๓.๘
ไม่รู้ เพราะไม่ได้จ่ายเอง	๕๑	๑๒.๘
รวม	๔๐๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๒.๒๑ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อใหม่ ๒๖๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๓ รองลงมาคือ ๑-๓๐๐ บาท จำนวน ๕๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๓ และ ไม่รู้ เพราะไม่ได้จ่ายเอง จำนวน ๕๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๘

ตอนที่ ๓ พฤติกรรมเนิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น

ตารางที่ ๓.๑ แสดงการทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่มตัวอย่างที่นำไปสู่พฤติกรรมเนิ่ง

กิจกรรม	ในแต่ละสัปดาห์ ทำกี่วัน	วันจันทร์-ศุกร์ เฉลี่ยทำวันละกี่ ชั่วโมง	วันหยุด เสาร์- อาทิตย์ เฉลี่ยทำวันละ กี่ชั่วโมง
16. การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน	๔.๘๒	๖.๓๘	๑.๑๘
17. การนั่งเรียนพิเศษ	๑.๘๓	๑.๓๒	๒.๗๔
18. การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน	๔.๗๑	๑.๙๒	๑.๘๙
19. การเรียนกิจกรรมเสริมทางศิลปะ/ดนตรี	๑.๑๖	๐.๘๕	๐.๗๕
20. การเรียนกิจกรรมเสริมทางกีฬา	๑.๕๒	๑.๐๐	๐.๗๐
21. การทำงานบ้าน	๓.๐๐	๑.๒๐	๑.๓๐
22. ช่วยกิจการครอบครัว เช่น ช่วยขายของ	๐.๗๓	๐.๕๐	๐.๗๒
23. การออกกำลังกายกลางแจ้ง	๑.๘๒	๐.๘๓	๐.๖๙
24. กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนต้นไม้ เลี้ยงสัตว์	๑.๓๓	๐.๕๘	๐.๗๕
25. กิจกรรมในร่ม เช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์	๓.๑๗	๑.๐๓	๑.๓๑
26. การเล่นเกมผ่านเครื่องเกมที่ไม่มีออนไลน์	๑.๖๘	๐.๗๒	๑.๑๑
27. ไปเที่ยวต่างสถานที่/ต่างจังหวัด	๐.๙๗	๑.๘๓	๓.๕๑
28. การเดินเที่ยวห้าง/กินอาหาร/ดูหนัง	๑.๗๔	๑.๒๔	๒.๓๖
29. การไปวัด/ไปทำบุญ	๐.๘๒	๐.๕๖	๐.๘๙
30. การนอนกลางวัน/การงีบ	๑.๓๔	๐.๖๙	๐.๘๘

จากตารางที่ ๓.๑ พบว่าการมีพฤติกรรมเนิ่งอันดับที่ ๑ คือ การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน ในแต่ละสัปดาห์ทำ ๔.๘๒ วัน โดยวันจันทร์ถึงวันศุกร์เฉลี่ยทำวันละ ๖.๓๘ ชั่วโมง และ วันหยุด วันเสาร์ถึงวันอาทิตย์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๑๘ ชั่วโมง อันดับที่ ๒ คือ การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน ในแต่ละสัปดาห์ทำ ๔.๗๑ วัน โดยวันจันทร์ถึงวันศุกร์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๙๒ ชั่วโมง และวันหยุด วันเสาร์ถึงวันอาทิตย์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๘๙ ชั่วโมง อันดับที่

๓ คือ กิจกรรมในร่มเช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ ในแต่ละสัปดาห์ ๓.๑๗ วัน โดย วันจันทร์ถึงวันศุกร์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๐๓ ชั่วโมง และวันหยุด วันเสาร์วันอาทิตย์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๓๑ ชั่วโมง

ตารางที่ ๓.๒ แสดงช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมหนึ่ง วันจันทร์-ศุกร์

กิจกรรม	ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐		๑๒.๐๐ -๑๘.๐๐		๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐		ก่อนนอน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน	๒๙๑	๗๒.๘	๓๓๒	๘๓.๐	๕๖	๑๔.๐	๗	๑.๘
2. การนั่งเรียนติวพิเศษ	๔๑	๑๐.๓	๙๘	๒๔.๕	๙๔	๒๓.๕	๔	๑.๐
3. การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน	๔๒	๑๐.๕	๑๐๑	๒๕.๓	๒๓๔	๕๘.๕	๑๒๔	๓๑.๐
4. การเรียนกิจกรรมเสริมทางศิลปะ/ดนตรี	๔๑	๑๐.๓	๙๘	๒๔.๕	๕๔	๑๓.๕	๗	๑.๘
5. การเรียนกิจกรรมเสริมทางกีฬา	๓๔	๘.๕	๑๒๙	๓๒.๓	๗๓	๑๘.๓	๕	๑.๓
6. การทำงานบ้าน	๕๕	๑๓.๘	๑๐๒	๒๕.๕	๑๕๙	๓๙.๘	๓๗	๙.๓
7. ช่วยกิจการครอบครัว เช่น ช่วยขายของ	๒๘	๗.๐	๔๓	๑๐.๘	๓๔	๘.๕	๑๐	๒.๕
8. การออกกำลังกายกลางแจ้ง	๔๕	๑๑.๓	๑๐๕	๒๖.๓	๘๗	๒๑.๘	๑๐	๒.๕
9. กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์	๓๑	๗.๘	๕๘	๑๔.๕	๗๕	๑๘.๘	๑๓	๓.๓
10. กิจกรรมในร่ม เช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์	๕๘	๑๔.๕	๗๙	๑๙.๘	๑๓๕	๓๓.๘	๖๙	๑๗.๓
11. การเล่นเกมผ่านเครื่องเกมที่ไม่มีออนไลน์	๑๖	๔.๐	๖๕	๑๖.๓	๘๘	๒๒.๐	๓๙	๙.๘
12. ไปเที่ยวต่างสถานที่/ต่างจังหวัด	๓๔	๘.๕	๖๗	๑๖.๘	๕๗	๑๔.๓	๒๑	๕.๓
13. การเดินเที่ยวห้าง/กินอาหาร/ดูหนัง	๓๑	๗.๘	๙๔	๒๓.๕	๙๑	๒๒.๘	๑๗	๔.๓
14. การไปวัด/ไปทำบุญ	๕๘	๑๔.๕	๕๐	๑๒.๕	๒๒	๕.๕	๗	๑.๘
15. การนอนกลางวัน/การงีบ	๒๑	๕.๓	๘๔	๒๑.๐	๔๒	๑๐.๕	๑๗	๔.๓

จากตารางที่ ๓.๒ พบว่าช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมหนึ่งในวันจันทร์-วันศุกร์ ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงก่อนเที่ยง มีกิจกรรมหนึ่ง อันดับที่ ๑ คือ การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน จำนวน ๒๙๑ คน ร้อยละ ๗๒.๘ อันดับที่ ๒ คือ กิจกรรมในร่มเช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ จำนวน ๕๘ คน ร้อยละ ๑๔.๕ อันดับที่ ๓ คือ การทำงานบ้าน จำนวน ๕๕ ร้อยละ ๑๓.๘

ช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมหนึ่งในวันจันทร์-วันศุกร์ ๑๒.๐๐-๑๘.๐๐ อันดับที่ ๑ คือ การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน จำนวน ๓๓๒ คน ร้อยละ ๘๓.๐ อันดับที่ ๒ การเรียนกิจกรรมเสริมทางกีฬา จำนวน ๑๒๙ คน ร้อยละ ๓๒.๓ อันดับที่ ๓ คือ การออกกำลังกายกลางแจ้ง จำนวน ๑๐๕ คน ร้อยละ ๒๖.๓

ช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมหนึ่งในวันจันทร์-วันศุกร์ ๑๘.๐๐-๒๑.๐๐ อันดับที่ ๑ คือ การอ่านหนังสือ ทบทวน/ทำการบ้าน จำนวน ๒๓๔ คน ร้อยละ ๕๘.๕ อันดับที่ ๓ การทำงานบ้าน จำนวน ๑๕๙ คน ร้อยละ ๓๙.๘ อันดับที่ ๒ การทำงานบ้าน จำนวน ๑๕๙ คน ร้อยละ ๓๙.๘ อันดับที่ ๓ กิจกรรมในร่มเช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ จำนวน ๑๓๕ คน ร้อยละ ๓๓.๘

ช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมหนึ่งในวันจันทร์-วันศุกร์ ก่อนนอน อันดับที่ ๑ คือ การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน จำนวน ๑๒๔ คน ร้อยละ ๓๑.๐ อันดับที่ ๒ กิจกรรมในร่มเช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ จำนวน ๖๙ คน ร้อยละ ๑๗.๓ อันดับที่ ๓ คือ การทำงานบ้าน จำนวน ๓๗ คน ร้อยละ ๙.๓

ตารางที่ ๓.๓ แสดงช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมหนึ่ง วันเสาร์ – อาทิตย์

กิจกรรม	ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐		๑๒.๐๐ -๑๘.๐๐		๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐		ก่อนนอน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน	๗๑	๑๗.๘	๗๕	๑๘.๘	๑๗	๔.๓	๕	๑.๓
2. การนั่งเรียนพิเศษ	๑๕๒	๓๘.๐	๒๐๘	๕๒.๐	๕๗	๑๔.๓	๔	๑.๐
3. การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน	๖๕	๑๖.๓	๑๕๖	๓๙.๐	๑๗๘	๔๔.๕	๙๕	๒๓.๘
4. การเรียนกิจกรรมเสริมทางศิลปะ/ดนตรี	๔๙	๑๒.๓	๘๖	๒๑.๕	๔๗	๑๑.๘	๘	๒.๐
5. การเรียนกิจกรรมเสริมทางกีฬา	๒๖	๖.๕	๗๙	๑๙.๘	๕๒	๑๓.๐	๗	๑.๘
6. การทำงานบ้าน	๑๐๔	๒๖.๐	๑๔๗	๓๖.๘	๑๔๕	๓๖.๓	๓๐	๗.๕
7. ช่วยกิจการครอบครัว เช่น ช่วยขายของ	๔๕	๑๑.๓	๗๓	๑๘.๓	๓๘	๙.๕	๙	๒.๓
8. การออกกำลังกายกลางแจ้ง	๔๕	๑๑.๓	๘๘	๒๒.๐	๖๒	๑๕.๕	๑๐	๒.๕
9. กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์	๖๐	๑๕.๐	๑๐๘	๒๗.๐	๕๙	๑๔.๘	๙	๒.๓

กิจกรรม	ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐		๑๒.๐๐ -๑๘.๐๐		๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐		ก่อนนอน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10. กิจกรรมในร่ม เช่น เล่นกับสัตว์ เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้ พระ/สวดมนต์	๘๕	๒๑.๓	๑๔๓	๓๕.๘	๑๑๙	๒๙.๘	๖๖	๑๖.๕
11. การเล่นเกมผ่านเครื่องเกมที่ ไม่ออนไลน์	๔๖	๑๑.๕	๘๕	๒๑.๓	๘๐	๒๐.๐	๔๙	๑๒.๓
12. ไปเที่ยวต่างสถานที่/ต่างจังหวัด	๘๖	๒๑.๕	๑๔๗	๓๖.๘	๘๓	๒๐.๘	๔๒	๑๐.๕
13. การเดินเที่ยวห้าง/กินอาหาร/ดู หนัง	๕๒	๑๓.๐	๒๐๔	๕๑.๐	๑๓๑	๓๒.๘	๒๘	๗.๐
14. การไปวัด/ไปทำบุญ	๙๕	๒๓.๘	๙๐	๒๒.๕	๓๐	๗.๕	๗	๑.๘
15. การนอนกลางวัน/การงีบ	๒๒	๕.๕	๑๐๘	๒๗.๐	๕๐	๑๒.๕	๑๖	๔.๐

จากตารางที่ ๓.๓ พบว่าช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมแน่ิ่งในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงก่อนเที่ยง มีกิจกรรมแน่ิ่ง อันดับที่ ๑ คือ การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน จำนวน ๑๕๒ คน ร้อยละ ๓๘.๐ อันดับที่ ๒ การทำงานบ้าน จำนวน ๑๐๔ คน ร้อยละ ๒๖.๐ อันดับที่ ๓ การไปวัด/ไปทำบุญ จำนวน ๙๕ ร้อยละ ๒๓.๘

ช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมแน่ิ่งในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ๑๒.๐๐-๑๘.๐๐ อันดับที่ ๑ คือ การนั่งเรียนพิเศษ จำนวน ๒๐๘ คน ร้อยละ ๕๒.๐ อันดับที่ ๒ คือ การเดินเที่ยวห้าง/กินอาหาร/ดูหนัง จำนวน ๒๐๔ คน ร้อยละ ๕๑.๐ อันดับที่ ๓ คือ การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน จำนวน ๑๕๖ คน ร้อยละ ๓๙.๐

ช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมแน่ิ่งในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ๑๘.๐๐-๒๑.๐๐ อันดับที่ ๑ คือการอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน จำนวน ๑๗๘ คน ร้อยละ ๔๔.๕ อันดับที่ ๒ คือ การทำงานบ้าน จำนวน ๑๔๕ คน ร้อยละ ๓๖.๓ อันดับที่ ๓ คือ กิจกรรมในร่มเช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ จำนวน ๑๑๙ คน ร้อยละ ๒๙.๘

ช่วงเวลาที่ทำกิจกรรมแน่ิ่งในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ก่อนนอน อันดับที่ ๑คือ การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน จำนวน ๙๕ คน ร้อยละ ๒๓.๘ อันดับที่ ๒ คือ กิจกรรมในร่มเช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ จำนวน ๖๖ คน ร้อยละ ๑๖.๕ อันดับที่ ๓ คือ การเล่นเกมผ่านเครื่องเกมที่ไม่มีออนไลน์ จำนวน ๔๙ คน ร้อยละ ๑๒.๓

ตอนที่ ๔ การทดสอบสมมติฐาน นักเรียนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับ พฤติกรรมการแன்றึง ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๑ นักเรียน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) ระดับที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับ แรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และพฤติกรรมการแன்றึง ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ ๑.๑ นักเรียน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) ระดับที่แตกต่างกันจะมี การเปิดรับ สื่อใหม่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการเปิดรับสื่อใหม่

การเปิดรับสื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc		
เข้าเว็บไซต์ทั่วไป	ประถม	๑๒๘	๓.๘๒	๒.๖๓	๕.๒๒๔	๐.๐๐๖*	๓>๒>๑		
	ม.ต้น	๑๓๔	๔.๐๔	๒.๗๐					
	ม.ปลาย	๑๓๘	๔.๘๑	๒.๕๙					
	รวม	๔๐๐	๔.๒๔	๒.๖๗					
เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook	ประถม	๑๒๘	๓.๓๔	๒.๙๖	๑๖.๘๑	๐.๐๐๐*	๓>๒>๑		
	ม.ต้น	๑๓๓						๔.๓๔	๒.๘๔
	ม.ปลาย	๑๒๕						๔.๖๕	๒.๕๖
	รวม	๓๘๖						๔.๔๔	๒.๙๐
ใช้อีเมล (E-mail)	ประถม	๑๒๘	๑.๔๐	๑.๙๕	๑.๔๘๖	๐.๒๒๘			
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๕๕	๒.๑๗					
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๘๓	๒.๑๕					
	รวม	๔๐๐	๑.๖๐	๒.๑๐					
ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google	ประถม	๑๒๘	๔.๓๒	๒.๔๔	๕.๙๘๙	๐.๐๐๓*	๓>๒>๑		
	ม.ต้น	๑๓๔	๔.๓๔	๒.๔๙					
	ม.ปลาย	๑๓๘	๔.๖๕	๒.๑๔					
	รวม	๔๐๐	๔.๗๘	๒.๓๙					
ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line	ประถม	๑๒๘	๔.๓๐	๒.๙๕	๕.๖๒๓	๐.๐๐๔*	๓>๑		
	ม.ต้น	๑๓๔	๔.๙๒	๒.๗๓					
	ม.ปลาย	๑๓๘	๕.๔๓	๒.๕๗					
	รวม	๔๐๐	๔.๘๙	๒.๗๘					
เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่านแอปต่างๆ	ประถม	๑๒๘	๓.๕๒	๒.๘๑	๒.๑๙๙	๐.๑๑๒			

การเปิดรับสื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc				
ใช้แท็บเล็ต	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๙๔	๒.๘๙	๓.๕๗๑	๐.๐๒๙*	๓>๒>๑				
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๒๓	๒.๖๙							
	รวม	๔๐๐	๓.๕๖	๒.๘๑							
	ประถม	๑๒๘	๔.๐๘	๒.๘๕							
	ม.ต้น	๑๓๔	๔.๒๓	๒.๗๙							
	ม.ปลาย	๑๓๘	๔.๙๕	๒.๗๑							
	รวม	๔๐๐	๔.๗๖	๒.๘๐							
	ประถม	๑๒๘	๒.๓๔	๒.๗๖							
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๖๐	๓.๐๒							
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๔๑	๒.๘๔							
	รวม	๔๐๐	๒.๔๕	๒.๘๗							
	ประถม	๑๒๘	๒.๖๖	๒.๕๙							
ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	ม.ต้น	๑๓๓	๒.๕๖	๒.๘๙	๐.๐๖๘	๐.๙๓๕					
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๕๖	๒.๖๔							
	รวม	๓๙๙	๒.๕๙	๒.๗๐							
	ประถม	๑๒๘	๒.๑๖	๒.๔๖							
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๓๔	๒.๗๑							
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๒๙	๒.๔๘							
	รวม	๔๐๐	๒.๒๖	๒.๕๕							
	ใช้โน้ตบุ๊ก	ม.ต้น	๑๓๓	๒.๕๖				๒.๘๙	๐.๑๗๔	๐.๘๔๐	
		ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๕๖				๒.๖๔			
		รวม	๓๙๙	๒.๕๙				๒.๗๐			
		ประถม	๑๒๘	๒.๑๖				๒.๔๖			
		ม.ต้น	๑๓๔	๒.๓๔				๒.๗๑			
ม.ปลาย		๑๓๘	๒.๒๙	๒.๔๘							
รวม		๔๐๐	๒.๒๖	๒.๕๕							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑ พบว่านักเรียน (ประถม - ม ต้น - ม ปลาย) ระดับที่แตกต่างกันจะมี การเปิดรับสื่อใหม่ ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ ใน ๕ ประเด็น ได้แก่ เข้าเว็บไซต์ทั่วไป เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line ใช้โทรศัพท์มือถือ (โทรคุย และอื่นๆ) โดย นักเรียนมัธยมปลาย และมัธยมต้นจะมีแรงจูงใจสูงกว่า ระดับประถม

ตาราง ๔.๒ แสดงกิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่

กิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
เล่นเกมส์	ประถม	๑๒๘	๓.๕๒	๑.๔๖	๒.๒๙๗	๐.๑๐๒	
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๖๘	๑.๓๓			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๓๐	๑.๕๔			

กิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
ซื้อสินค้าออนไลน์	รวม	๔๐๐	๓.๕๐	๑.๔๕			
	ประถม	๑๒๘	๑.๒๐	๑.๕๔	๓.๓๐๓	๐.๐๓๘*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๖๓	๑.๗๓			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๖๖	๑.๖๕			
	รวม	๔๐๐	๑.๕๐	๑.๖๕			
หาเพื่อนใหม่	รวม	๔๐๐	๑.๕๐	๑.๖๕			
	ประถม	๑๒๘	๑.๘๘	๑.๖๔	๑.๑๖๙	๐.๓๑๒	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๙๖	๑.๖๔			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๖๗	๑.๕๕			
	รวม	๔๐๐	๑.๘๔	๑.๖๑			
หาเพื่อนต่างเพศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่รัก	รวม	๔๐๐	๑.๘๔	๑.๖๑			
	ประถม	๑๒๘	๐.๕๕	๑.๑๖	๒.๓๙๓	๐.๐๙๓	
	ม.ต้น	๑๓๔	๐.๙๐	๑.๔๖			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๐.๘๐	๑.๓๓			
	รวม	๔๐๐	๐.๗๖	๑.๓๓			
แชทกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน	รวม	๔๐๐	๓.๕๘	๑.๕๔			
	ประถม	๑๒๘	๓.๒๗	๑.๗๒	๓.๙๕๓	๐.๐๒๐*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๗๗	๑.๓๕			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๖๙	๑.๔๙			
	รวม	๔๐๐	๓.๕๘	๑.๕๔			
แชทกับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน	รวม	๔๐๐	๑.๕๘	๑.๕๔			
	ประถม	๑๒๘	๑.๒๐	๑.๕๙	๒.๗๔๑	๐.๐๖๖	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๖๖	๑.๗๐			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๔๒	๑.๕๗			
	รวม	๔๐๐	๑.๔๓	๑.๖๓			
เพื่อรู้ว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่	รวม	๔๐๐	๒.๒๘	๑.๖๒			
	ประถม	๑๒๘	๒.๐๒	๑.๕๙	๒.๔๖๓	๐.๐๘๗	
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๓๗	๑.๖๕			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๔๒	๑.๖๐			
	รวม	๔๐๐	๒.๒๘	๑.๖๒			
เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่	รวม	๔๐๐	๒.๐๒	๑.๕๙			
	ประถม	๑๒๘	๑.๘๓	๑.๕๖	๑.๓๙๑	๐.๒๕๐	
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๐๗	๑.๖๖			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๑๔	๑.๕๔			
	รวม	๔๐๐	๒.๐๒	๑.๕๙			

กิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว	ประถม	๑๒๘	๒.๑๓	๑.๗๑	๐.๘๒๔	๐.๔๔๐	
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๑๙	๑.๗๗			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๓๘	๑.๖๖			
	รวม	๔๐๐	๒.๒๔	๑.๗๑			
เพื่ออัพโหลดวิดีโอลง	ประถม	๑๒๘	๑.๖๔	๑.๖๑	๐.๒๕๗	๐.๗๗๔	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๗๘	๑.๗๑			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๗๓	๑.๕๗			
	รวม	๔๐๐	๑.๗๒	๑.๖๓			
เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์	ประถม	๑๒๘	๑.๕๕	๑.๖๒	๒.๕๓๘	๐.๐๘๐	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๗๙	๑.๗๐			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๐๑	๑.๖๘			
	รวม	๔๐๐	๑.๗๙	๑.๖๗			
เพื่อชมภาพวิดีโอ และผลงานต่างๆของเพื่อน	ประถม	๑๒๘	๒.๖๓	๑.๗๑	๒.๘๕๕	๐.๐๕๙	
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๐๗	๑.๗๓			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๐๖	๑.๖๐			
	รวม	๔๐๐	๒.๙๓	๑.๖๙			
เพื่อการนัดหมายและการพบปะสังสรรค์	ประถม	๑๒๘	๒.๒๑	๑.๗๑	๗.๔๙๕	๐.๐๐๑*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๐๑	๑.๙๑			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๘๑	๑.๕๖			
	รวม	๔๐๐	๒.๖๙	๑.๗๖			
เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้นเกี่ยวกับการเรียน	ประถม	๑๒๘	๒.๙๕	๑.๕๑	๓.๔๐๙	๐.๐๓๔*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๓๗	๑.๓๖			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๓๐	๑.๓๙			
	รวม	๔๐๐	๓.๒๑	๑.๔๓			
ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์	ประถม	๑๒๘	๓.๕๕	๑.๔๑	๖.๗๗๙	๐.๐๐๑*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๙๓	๑.๒๒			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๔.๑๐	๑.๐๖			
	รวม	๔๐๐	๓.๘๗	๑.๒๕			
ค้นหาเพลง	ประถม	๑๒๘	๓.๔๖	๑.๔๔	๕.๔๗๗	๐.๐๐๕*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๙๒	๑.๒๘			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๙๓	๑.๑๙			
	รวม	๔๐๐	๓.๗๘	๑.๓๒			

กิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
เพื่อติดต่อกับกลุ่ม (group) ต่างๆ	ประถม	๑๒๘	๒.๖๑	๑.๖๓	๑๕.๒๗ ๓	๐.๐๐๐*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๕๐	๑.๔๑			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๔๔	๑.๓๒			
	รวม	๔๐๐	๓.๒๐	๑.๕๑			
ค้นหาข้อมูลสำหรับทำกรบ้าน	ประถม	๑๒๘	๓.๕๒	๑.๓๓	๒.๙๙๕	๐.๐๕๑	
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๖๓	๑.๒๔			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๘๘	๑.๑๒			
	รวม	๔๐๐	๓.๖๘	๑.๒๔			
ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่น่าสนใจ	ประถม	๑๒๘	๓.๐๕	๑.๕๔	๖.๘๒๖	๐.๐๐๑*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๔๖	๑.๕๐			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๗๐	๑.๒๙			
	รวม	๔๐๐	๓.๔๒	๑.๔๖			
ติดตามข่าวดารานักกร้อง	ประถม	๑๒๘	๒.๓๔	๓.๒๙	๑.๐๘๔	๐.๓๓๙	
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๔๒	๑.๙๘			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๗๕	๑.๗๘			
	รวม	๔๐๐	๒.๕๑	๒.๔๒			
ติดตามข่าวการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม	ประถม	๑๒๘	๑.๘๗	๑.๕๓	๖.๒๘๗	๐.๐๐๒*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๔๒	๑.๕๖			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๔๘	๑.๕๒			
	รวม	๔๐๐	๒.๒๖	๑.๕๖			
สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเองและเขียนเรื่องราวต่างๆ	ประถม	๑๒๘	๑.๔๑	๑.๖๖	๑.๓๖๐	๐.๒๕๘	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๖๓	๑.๗๗			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๗๖	๑.๗๑			
	รวม	๔๐๐	๑.๖๑	๑.๗๒			
ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์	ประถม	๑๒๗	๒.๐๓	๑.๗๖	๗.๑๔๙	๐.๐๐๑*	๓>๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๕๓	๑.๘๖			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๘๖	๑.๗๒			
	รวม	๓๙๙	๒.๔๘	๑.๘๑			
ใช้เว็บแคม	ประถม	๑๒๘	๑.๒๓	๑.๖๐	๐.๖๘๒	๐.๕๐๖	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๔๓	๑.๘๓			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๒๑	๑.๖๐			

กิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
รับส่งอีเมล	รวม	๔๐๐	๑.๒๙	๑.๖๘			
	ประถม	๑๒๗	๑.๖๙	๑.๖๕	๒.๙๗/๑	๐.๐๕๒	
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๑๐	๑.๖๐			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๑๒	๑.๖๓			
	รวม	๓๙๙	๑.๙๗	๑.๖๓			
เพื่อติดต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ	ประถม	๑๒๘	๐.๗๘	๑.๓๕			๓.๗/๑๐
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๐๔	๑.๖๘			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๒๘	๑.๔๒			
	รวม	๔๐๐	๑.๐๔	๑.๕๐			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒ พบว่านักเรียนนักเรียน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) ระดับที่แตกต่างกัน มีกิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่ ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ โดยรวมพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมปลายมีกิจกรรมที่ทำในระดับที่สูงกว่า กลุ่มมัธยมต้น และ กลุ่มประถม ในเกือบทุกกิจกรรม ได้แก่ ซื้อสินค้าออนไลน์ แชทกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน เพื่อการนัดหมายและการพบปะสังสรรค์ เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้น เกี่ยวกับการเรียน ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์ ค้นหาเพลง เพื่อติดต่อกับกลุ่ม (group) ต่างๆ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่น่าสนใจ ติดตามข่าวการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์ เพื่อติดต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ

สำหรับกิจกรรมที่ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ ได้แก่ เล่นเกมส์ หาเพื่อนใหม่ หาเพื่อนต่างเพศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่รัก แชทกับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน เพื่อรู้ว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่ เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว เพื่ออัปโหลดวิดีโอลง เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์ เพื่อชมภาพวิดีโอ และผลงานต่างๆของเพื่อน ค้นหาข้อมูลสำหรับทำกรบ้าน ติดตามข่าวดารา/นักร้อง สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเองและเขียนเรื่องราวต่างๆ ใช้เว็บแคมรับส่งอีเมล

สมมติฐานย่อยที่ ๑.๒ นักเรียน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) ระดับที่แตกต่างกันจะมี **แรงจูงใจ** ในการใช้สื่อใหม่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๓ แสดงแรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่

แรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
							c

แรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHo c
ทำให้มีความสดชื่นสนุกสนาน	ประถม	๑๒๘	๔.๐๖	๑.๒๒	๑.๐๓๑	๐.๓๕๘	
	ม.ต้น	๑๓๔	๔.๑๘	๐.๗๗			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๔.๐๑	๐.๘๘			
	รวม	๔๐๐	๔.๐๙	๐.๙๗			
ฉันชอบใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ภูเก็ต	ประถม	๑๒๘	๓.๙๙	๐.๙๐	๒.๕๓๒	๐.๐๘๑	
	ม.ต้น	๑๓๔	๔.๒๓	๐.๘๙			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๔.๐๗	๐.๘๔			
	รวม	๔๐๐	๔.๑๐	๐.๘๘			
ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ เสมอๆ	ประถม	๑๒๘	๔.๕๕	๘.๕๘	๐.๒๑๔	๐.๘๐๗	
	ม.ต้น	๑๓๔	๔.๒๐	๐.๙๔			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๔.๑๙	๐.๘๕			
	รวม	๔๐๐	๔.๓๑	๔.๙๐			
เป็นกิจวัตร เป็นนิสัยของฉัน	ประถม	๑๒๘	๗.๑๓	๔๓.๙๒	๐.๗๗๕	๐.๔๖๑	
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๘๑	๑.๐๑			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๘๒	๐.๙๕			
	รวม	๔๐๐	๔.๘๘	๒๔.๘๔			
ช่วยให้ฉันรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคนอื่นๆ	ประถม	๑๒๘	๒๐.๔	๑๙๔.๑๗	๑.๐๐๒	๐.๓๖๘	
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๖๗	๑.๐๗			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๘๔	๑.๐๕			
	รวม	๔๐๐	๙.๐๙	๑๐๙.๘๓			
ช่วยให้คนอื่นๆ รู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวฉัน	ประถม	๑๒๘	๒.๘๗	๑.๑๐	๒.๗๗๑	๐.๐๖๔	
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๐๙	๑.๑๓			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๑๖	๐.๙๒			
	รวม	๔๐๐	๓.๐๔	๑.๐๖			
ช่วยให้คนอื่นๆ รู้จักนิสัยว่าฉันเป็นคนยังไง (รับรู้ภาพลักษณ์)	ประถม	๑๒๘	๒.๘๔	๑.๐๙	๒.๙๕๑	๐.๐๕๓	
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๑๓	๑.๑๔			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๑๒	๑.๐๒			
	รวม	๔๐๐	๓.๐๔	๑.๐๙			
สิ่งที่ฉันเผยแพร่ในสื่อสังคม สร้างความเป็นตัวตนของฉัน (ภาพลักษณ์)	ประถม	๑๒๘	๒.๙๗	๑.๑๒	๐.๗๙๘	๐.๔๕๑	
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๑๐	๑.๒๒			

แรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHo c
ฉันใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ตอนที่ฉันไม่มีอะไรดีกว่านี้จะทำ	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๑๔	๑.๑๐	๑.๖๔๙	๐.๑๙๔	
	รวม	๔๐๐	๓.๐๗	๑.๑๕			
	ประถม	๑๒๘	๓.๔๑	๑.๑๕			
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๕๑	๑.๑๔			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๖๔	๐.๙๓			
ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม	รวม	๔๐๐	๓.๕๓	๑.๐๘	๙.๔๖๗	๐.๐๐๐*	๓>๒ >๑
	ประถม	๑๒๘	๓.๐๗	๑.๑๐			
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๖๕	๑.๑๘			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๔๔	๐.๙๗			
	รวม	๔๐๐	๓.๓๙	๑.๑๑			
ภาพรวม	ประถม	๑๒๘	๕.๕๓	๒๔.๗๖	๐.๗๘๓	๐.๔๕๘	
	ม.ต้น	๑๓๔	๓.๖๖	๐.๗๑			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๖๔	๐.๖๒			
	รวม	๔๐๐	๔.๒๕	๑๔.๐๑			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๓ พบว่านักเรียน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) ระดับที่แตกต่างกันจะมี แรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ ใน ๑ ประเด็น ได้แก่ การใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่ โดย นักเรียนมัธยมปลาย และมัธยมต้นจะมีแรงจูงใจสูงกว่า ระดับประถม

สมมติฐานย่อยที่ ๒.๓ นักเรียน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) ระดับที่แตกต่างกันจะมี พฤติกรรมการ แนบนิ่ง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๔ แสดงพฤติกรรมการแนบนิ่ง

พฤติกรรมการแนบนิ่ง	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน	ประถม	๑๒๘	๔.๘๙	๑.๗๔	๑.๔๘๕	๐.๒๒๘	
	ม.ต้น	๑๓๔	๔.๖๑	๑.๘๖			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๔.๙๕	๑.๕๓			
	รวม	๔๐๐	๔.๘๒	๑.๗๒			
	การนั่งเรียนตัวพิเศษ	ประถม	๑๒๘	๒.๐๙			
ม.ต้น		๑๓๔	๑.๗๐	๑.๙๕			

พฤติกรรมการณ์	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc			
การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๗๑	๑.๖๔						
	รวม	๔๐๐	๑.๘๓	๒.๓๓						
	ประถม	๑๒๘	๕.๐๗	๖.๒๑				๑.๘๓๕	๐.๑๖๑	
	ม.ต้น	๑๓๔	๔.๑๗	๒.๖๔						
การเรียนรู้กิจกรรมเสริมทางศิลปะ/ดนตรี	ม.ปลาย	๑๓๘	๔.๙๑	๒.๓๕						
	รวม	๔๐๐	๔.๗๑	๔.๐๘						
	ประถม	๑๒๘	๑.๑๓	๑.๗๐				๔.๐๑๑	๐.๐๑๙*	๒>๓
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๔๙	๒.๑๔						
การเรียนรู้กิจกรรมเสริมทางกีฬา	ม.ปลาย	๑๓๘	๐.๘๖	๑.๕๖						
	รวม	๔๐๐	๑.๑๖	๑.๘๓						
	ประถม	๑๒๘	๑.๘๐	๒.๑๕				๒.๖๐๖	๐.๐๗๕	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๕๗	๒.๐๗						
การทำงานบ้าน	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๒๓	๑.๘๘						
	รวม	๔๐๐	๑.๕๓	๒.๐๔						
	ประถม	๑๒๘	๓.๑๔	๒.๕๐				๐.๒๙๙	๐.๗๔๑	
	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๙๔	๒.๕๓						
ช่วยกิจการครอบครัว เช่น ช่วยขายของ	ม.ปลาย	๑๓๘	๒.๙๒	๒.๖๑						
	รวม	๔๐๐	๓.๐๐	๒.๕๔						
	ประถม	๑๒๘	๐.๙๖	๑.๘๖				๒.๔๓๘	๐.๐๘๙	
	ม.ต้น	๑๓๔	๐.๕๑	๑.๒๓						
การออกกำลังกายกลางแจ้ง	ม.ปลาย	๑๓๘	๐.๗๔	๑.๘๒						
	รวม	๔๐๐	๐.๗๓	๑.๖๗						
	ประถม	๑๒๘	๑.๘๘	๒.๐๙				๐.๐๖๙	๐.๙๓๔	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๗๘	๒.๒๙						
กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๘๑	๒.๑๖						
	รวม	๔๐๐	๑.๘๒	๒.๑๘						
	ประถม	๑๒๘	๑.๔๑	๒.๑๑				๐.๗๔๗	๐.๔๗๕	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๑๔	๒.๐๘						
กิจกรรมในร่ม เช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเล	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๔๓	๒.๓๗						
	รวม	๔๐๐	๑.๓๓	๒.๑๙						
	ประถม	๑๒๘	๓.๓๘	๒.๖๙				๐.๙๙๔	๐.๓๗๑	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๕๓	๒.๑๖						

พฤติกรรมการณ์	ระดับชั้น	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
โก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์	ม.ต้น	๑๓๔	๒.๙๐	๒.๙๒			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๓.๒๒	๒.๙๗			
	รวม	๔๐๐	๓.๑๗	๒.๘๖			
การเล่นเกมส์ผ่านเครื่องเกมส์ที่ไม่ออนไลน์	ประถม	๑๒๘	๑.๖๕	๒.๑๘	๒.๐๐๗	๐.๑๓๖	
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๙๗	๒.๕๙			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๔๑	๒.๑๑			
ไปเที่ยวต่างสถานที่/ต่างจังหวัด	รวม	๔๐๐	๑.๖๘	๒.๓๑	๐.๓๖๖	๐.๖๙๔	
	ประถม	๑๒๘	๑.๐๔	๑.๓๐			
	ม.ต้น	๑๓๔	๐.๙๗	๑.๑๐			
การเดินเที่ยวห้าง/กินอาหาร/ดูหนัง	ม.ปลาย	๑๓๘	๐.๙๑	๑.๓๙	๑.๑๑๔	๐.๓๒๙	
	รวม	๔๐๐	๐.๙๗	๑.๒๗			
	ประถม	๑๒๘	๑.๙๒	๑.๘๔			
การไปวัด/ไปทำบุญ	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๖๑	๑.๖๖	๑.๑๓๙	๐.๓๒๑	
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๗๐	๑.๖๘			
	รวม	๔๐๐	๑.๗๔	๑.๗๒			
การนอนกลางวัน/การงีบ	ประถม	๑๒๘	๐.๙๕	๑.๒๗	๔.๗๔๙	๐.๐๐๙*	๒>๑
	ม.ต้น	๑๓๔	๐.๗๕	๐.๙๔			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๐.๗๖	๑.๒๕			
	รวม	๔๐๐	๐.๘๒	๑.๑๖			
	ประถม	๑๒๘	๑.๐๗	๑.๗๕			
	ม.ต้น	๑๓๔	๑.๑๕	๒.๐๒			
	ม.ปลาย	๑๓๘	๑.๗๘	๒.๔๐			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๔ เมื่อทำการทดสอบเปรียบเทียบ นักเรียน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) ระดับที่แตกต่างกันจะมี พฤติกรรมการณ์ที่แตกต่างกัน ไม่พบว่านักเรียนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมี พฤติกรรมการณ์ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ อาทิ การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน การนั่งเรียนพิเศษ การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน การเรียนกิจกรรมเสริมทางกีฬา การทำงานบ้าน ช่วยกิจการครอบครัว เช่น ช่วยขายของ กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ กิจกรรมในร่ม เช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ การเล่นเกมส์ผ่านเครื่องเกมส์ที่ไม่ออนไลน์ ไปเที่ยวต่างสถานที่/ต่างจังหวัด การเดินเที่ยวห้าง/กินอาหาร/ดูหนัง การไปวัด/ไปทำบุญ

ยกเว้นประเด็นของการจับ การนอนกลางวัน และ การเรียนกิจกรรมเสริมทางศิลปะ/ดนตรี เท่านั้น โดย กลุ่มนักเรียนมัธยมต้นมีระดับการจับกลางวันที่มากกว่ากลุ่มอื่นๆที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕

ตอนที่ ๕ การทดสอบสมมติฐาน นักเรียนมีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน (ใช้มาก-ใช้ปานกลาง-ใช้น้อย) จะมีแรงจูงใจ การเปิดรับ พฤติกรรมการแฉ่ง และพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๒ นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่างกัน (มาก - ปานกลาง - น้อย) มีแรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม และพฤติกรรมการแฉ่ง ที่แตกต่างกัน

ปริมาณที่แตกต่างกัน (มาก - ปานกลาง - น้อย) แบ่งดังนี้

- การใช้สื่อใหม่ในปริมาณมาก คือ ใช้สื่อใหม่ทุกประเภทรวมกัน มากกว่า ๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์
- การใช้สื่อใหม่ในปริมาณปานกลาง คือ ใช้สื่อใหม่ทุกประเภทรวมกัน ระหว่าง ๑๘-๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์
- การใช้สื่อใหม่ในปริมาณน้อย คือ ใช้สื่อใหม่ทุกประเภทรวมกัน ระหว่าง ๐-๑๗ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

สมมติฐานย่อยที่ ๒.๑ นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่างกัน (มาก - ปานกลาง - น้อย) มี การเปิดรับ ในการใช้สื่อใหม่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ ๕.๑ แสดงการเปิดรับ การใช้สื่อใหม่

เปิดรับ การใช้สื่อใหม่	ปริมาณการใช้สื่อใหม่	N	Mean (ชั่วโมง)	S.D	F	Sig.	PostHoc
เข้าเว็บไซต์ทั่วไป	น้อย	๑๔๐	๖.๘๗	๘.๙๔๔	๖๒.๒๐๑	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑๒.๓๔	๑๑.๙๓๘			
	มาก	๑๒๘	๓๑.๔๓	๒๙.๔๒๖			
เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook	น้อย	๑๔๐	๔.๔๒	๖.๐๙๓	๖๙.๘๘	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑๓.๔๒	๑๕.๐๙๗			
	มาก	๑๒๘	๓๕.๘๒	๓๕.๖๓๔			
ใช้อีเมล (E-mail)	น้อย	๑๔๐	๒.๑๘	๓.๙๙๗	๑๘.๐๒	๐	๓>๒>๑

เปิดรับ การใช้สื่อใหม่	ปริมาณการ ใช้สื่อใหม่	N	Mean (ชั่วโมง)	S.D	F	Sig.	PostHo c
ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google	ปานกลาง	132	4.34	3.655	1	0	3>2>1
	มาก	128	14.34	30.46			
	น้อย	140	6.23	4.737	59.08		
	ปานกลาง	132	11.36	6.615	4		
	มาก	128	29.01	30.42			
	น้อย	140	5.78	5.71	82.20		
ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line	ปานกลาง	132	12.41	9.114	6	0	3>2>1
	มาก	128	43.09	43.122			
	น้อย	140	3.97	4.145	77.75		
	ปานกลาง	132	11.53	10.031	6		
	มาก	128	28.53	26.815			
	น้อย	140	4.81	5.475	58.00		
เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่านแอปต่างๆ	ปานกลาง	132	9.77	8.433	6	0	3>2>1
	มาก	128	34.58	41.16			
	น้อย	140	2.19	3.879	27.69		
	ปานกลาง	132	8.28	9.928	2		
	มาก	128	18.7	30.439			
	น้อย	140	4.7	5.654	47.63		
ใช้โทรศัพท์มือถือ (โทรคุย และอื่นๆ)	ปานกลาง	132	11.53	10.031	6	0	3>2>1
	มาก	128	28.53	26.815			
	น้อย	140	4.81	5.475	58.00		
	ปานกลาง	132	9.77	8.433	6		
	มาก	128	34.58	41.16			
	น้อย	140	2.19	3.879	27.69		
ใช้แท็บเล็ต	ปานกลาง	132	8.28	9.928	6	0	3>2>1
	มาก	128	18.7	30.439			
	น้อย	140	4.7	5.654	47.63		
	ปานกลาง	132	11.53	10.031	6		
	มาก	128	28.53	26.815			
	น้อย	140	4.81	5.475	58.00		
ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	ปานกลาง	132	11.53	10.031	6	0	3>2>1
	มาก	128	28.53	26.815			
	น้อย	140	4.81	5.475	58.00		
	ปานกลาง	132	11.53	10.031	6		
	มาก	128	28.53	26.815			
	น้อย	140	4.81	5.475	58.00		

เปิดรับ การใช้สื่อใหม่	ปริมาณการ ใช้สื่อใหม่	N	Mean (ชั่วโมง)	S.D	F	Sig.	PostHo c
ใช้เน็ตบุ๊ก	ปานกลาง	๑๓๒	๙.๕๗	๑๐.๐๕๓	๓๖.๔๕	๐	๓>๒>๑
	มาก	๑๒๘	๒๕.๒๙	๒๙.๓๖๖			
	น้อย	๑๔๐	๓.๐๔	๔.๙๖๗			
	ปานกลาง	๑๓๒	๑๐.๒๓	๙.๒๑๒			
	มาก	๑๒๘	๒๒.๓๗	๓๑.๑๗๕			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๕.๑ พบว่านักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่าง มีระดับการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ โดยนักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่มาก (มากกว่า ๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีการเปิดรับการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ จากกลุ่มที่ใช้บ่อยกว่า ในเกือบทุกประเด็น ได้แก่ เข้าเว็บไซต์ทั่วไป เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook ใช้อีเมล (E-mail) ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่านแอปต่างๆ ใช้แท็บเล็ต ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ใช้เน็ตบุ๊ก

ส่วนประเด็นที่ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่าง นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่าง ได้แก่ การใช้โทรศัพท์มือถือ (โทรคุย และอื่นๆ)

ตาราง ๕.๒ แสดงพฤติกรรมที่ใช้สื่อใหม่

พฤติกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับการ ใช้สื่อใหม่	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHo c
เล่นเกมส์	น้อย	๑๔๐	๓.๑๓	๑.๔๙๓	๗.๔๘๗	๐.๐๐๑	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๖๓	๑.๔			
	มาก	๑๒๘	๓.๗๗	๑.๓๘๓			
ซื้อสินค้าออนไลน์	น้อย	๑๔๐	๑.๒	๑.๔๓	๗.๙๑๘	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑.๓๘	๑.๕๘			
	มาก	๑๒๘	๑.๙๖	๑.๘๕			

พฤติกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับการใช้สื่อใหม่	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
หาเพื่อนใหม่	น้อย	๑๔๐	๑.๔๔	๑.๔๕๕	๘.๓๒๓	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑.๘๙	๑.๕๖๙			
	มาก	๑๒๘	๒.๒๒	๑.๗๒			
หาเพื่อนต่างเพศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่รัก	น้อย	๑๔๐	๐.๔๕	๐.๙๓๙	๘.๑๑๖	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๐.๗๖	๑.๒๕๕			
	มาก	๑๒๘	๑.๐๙	๑.๖๕๗			
แชทกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน	น้อย	๑๔๐	๓.๑๑	๑.๗๑๒	๑๐.๙๐๑	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๘๘	๑.๑๘๕			
	มาก	๑๒๘	๓.๘	๑.๕๔๔			
แชทกับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน	น้อย	๑๔๐	๑.๐๑	๑.๔๔๒	๘.๔๙	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑.๕๒	๑.๖๑๘			
	มาก	๑๒๘	๑.๘	๑.๗๓๖			
เพื่อรู้ว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่	น้อย	๑๔๐	๑.๘๔	๑.๕๙๙	๑๐.๖๔๔	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๒.๓	๑.๔๕๑			
	มาก	๑๒๘	๒.๗๓	๑.๖๘๗			
เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่	น้อย	๑๔๐	๑.๖๖	๑.๕๓๔	๘.๐๔๕	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑.๙๙	๑.๔๐๖			
	มาก	๑๒๘	๒.๔๓	๑.๗๓๗			
เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว	น้อย	๑๔๐	๑.๘๗	๑.๗๕	๖.๔๐๑	๐.๐๐๒	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๒.๒๗	๑.๕๓๓			
	มาก	๑๒๘	๒.๖๑	๑.๗๗๖			

พฤติกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับการใช้สื่อใหม่	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
เพื่ออัปโหลดวิดีโอลง	น้อย	๑๔๐	๑.๓๖	๑.๔๙๙	๙.๒๒๘	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑.๖๕	๑.๕๐๓			
	มาก	๑๒๘	๒.๑๙	๑.๗๘๒			
เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์	น้อย	๑๔๐	๑.๔๔	๑.๖๑๑	๕.๙๙	๐.๐๐๓	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑.๘๑	๑.๕๖๘			
	มาก	๑๒๘	๒.๑๔	๑.๗๗๔			
เพื่อชมภาพวิดีโอ และผลงานต่างๆของเพื่อน	น้อย	๑๔๐	๒.๓๕	๑.๗๓๔	๑๔.๙๓๔	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๐๖	๑.๕๕๗			
	มาก	๑๒๘	๓.๔๑	๑.๕๘๕			
เพื่อการนัดหมายและการพบปะสังสรรค์	น้อย	๑๔๐	๒.๑๔	๑.๖๕	๑๓.๗๙๗	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๒.๗๔	๑.๘๐๒			
	มาก	๑๒๘	๓.๒๓	๑.๖๖๑			
เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้นเกี่ยวกับการเรียน	น้อย	๑๔๐	๒.๗๙	๑.๕๐๒	๑๒.๗๓๙	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๒๕	๑.๓๓๓			
	มาก	๑๒๘	๓.๖๔	๑.๓๔๕			
ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์	น้อย	๑๔๐	๓.๔๖	๑.๔๕๖	๑๔.๐๘	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๙๔	๑.๐๘๓			
	มาก	๑๒๘	๔.๒๔	๑.๐๓๓			
ค้นหาเพลง	น้อย	๑๔๐	๓.๔๗	๑.๕๐๕	๗.๓๗๑	๐.๐๐๑	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๘	๑.๑๘๒			
	มาก	๑๒๘	๔.๐๘	๑.๑๕๔			

พฤติกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับการใช้สื่อใหม่	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
เพื่อติดต่อกับกลุ่ม (group) ต่างๆ	น้อย	๑๔๐	๒.๗๙	๑.๖๕๒	๑๑.๓๐๗	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๒	๑.๓๕			
	มาก	๑๒๘	๓.๖๔	๑.๓๗๓			
ค้นหาข้อมูลสำหรับทำการบ้าน	น้อย	๑๔๐	๓.๕๑	๑.๓๒๒	๒.๑๕๘	๐.๑๑๗	
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๗๒	๑.๑๔๘			
	มาก	๑๒๘	๓.๘๒	๑.๒๑๙			
ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่น่าสนใจ	น้อย	๑๔๐	๓.๒๓	๑.๕๑๙	๑.๙๙๓	๐.๑๓๘	
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๔๕	๑.๓๕			
	มาก	๑๒๘	๕.๕๘	๑.๔๙๙			
ติดตามข่าวดารา/นักร้อง	น้อย	๑๔๐	๑.๙๔	๑.๘๐๘	๙.๙๓๓	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๒.๔๒	๑.๘๐๓			
	มาก	๑๒๘	๓.๒๒	๓.๒๖			
ติดตามข่าวการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม	น้อย	๑๔๐	๒.๐๕	๑.๔๘	๖.๗๓	๐.๐๐๑	๓>๒,๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๒.๐๙	๑.๔๔๓			
	มาก	๑๒๘	๒.๖๗	๑.๖๗๕			
สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเองและเขียนเรื่องราวต่างๆ	น้อย	๑๔๐	๑.๑๕	๑.๔๗๙	๑๒.๙๐๓	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑.๕๓	๑.๕๘			
	มาก	๑๒๘	๒.๑๘	๑.๙๓๘			
ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์	น้อย	๑๔๐	๒.๐๒	๑.๗๖๕	๑๐.๗๗๑	๐	๓>๒,๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๒.๔๕	๑.๗๒๓			
	มาก	๑๒๘	๓.๐๒	๑.๘๐๖			

พฤติกรรมที่ใช้สื่อใหม่	ระดับการใช้สื่อใหม่	N	Mean	S.D	F	Sig.	PostHoc
ใช้เว็บแคม	น้อย	๑๔๐	๐.๘๑	๑.๔๒๒	๑๐.๘๖ ๑	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑.๓๕	๑.๕๗๗			
	มาก	๑๒๘	๑.๗๔	๑.๙			
รับส่งอีเมล	น้อย	๑๔๐	๑.๗	๑.๖๒๖	๔.๗๒๔	๐.๐๐๙	๓>๒,๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑.๙๕	๑.๔๕๓			
	มาก	๑๒๘	๒.๓๑	๑.๗๖๒			
เพื่อติดต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ	น้อย	๑๔๐	๐.๗๒	๑.๒๓๕	๙.๔๒๖	๐	๓>๒,๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๐.๙๔	๑.๓๗๕			
	มาก	๑๒๘	๑.๔๘	๑.๗๗๕			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๕.๒ พบว่านักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณมาก (มากกว่า ๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีกิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่ ที่แตกต่างกันกับกลุ่มที่มีการใช้ปริมาณน้อย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ โดยนักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่มาก จะมีการใช้สื่อใหม่ จากกลุ่มที่ใช้น้อยกว่า ในเกือบทุกประเด็น ดังนี้ เล่นเกมส์ ซื้อสินค้าออนไลน์ หาเพื่อนใหม่ หาเพื่อนต่างประเทศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่รัก แชนท์กับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน แชนท์กับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน เพื่อรู้ว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่ เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว เพื่ออัปเดตวิดีโอลง เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์ เพื่อชมภาพวิดีโอ และผลงานต่างๆของเพื่อน เพื่อการนัดหมายและการพบปะสังสรรค์ เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้นเกี่ยวกับการเรียน ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์ ค้นหาเพลง เพื่อติดต่อกับกลุ่ม (group) ต่างๆ ติดตามข่าวตารา/นักร้อง ติดตามข่าวการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเองและเขียนเรื่องราวต่างๆ ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์ ใช้เว็บแคม รับส่งอีเมล เพื่อติดต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ

กระนั้นก็ตาม มี ๒ ประเด็น ที่ไม่พบความแตกต่างกันระหว่าง นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่างกัน ได้แก่ การค้นหาข้อมูลสำหรับทำที่บ้าน ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่ตนสนใจ

สมมติฐานย่อยที่ ๒.๒ นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่างกัน (มาก - ปานกลาง - น้อย) มี
 แรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ ๕.๓ แสดงแรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่

แรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่	ปริมาณการใช้สื่อใหม่	N	Mean	S.D	F	Sig.	Post Hoc
ทำให้มีความสดชื่นสนุกสนาน	น้อย	๑๔๐	๓.๘๙	๑.๑๘	๕.๓๑	๐.๐๐๕	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๕.๑๑	๐.๘๑๓			
	มาก	๑๒๘	๔.๒๗	๐.๘๒			
ฉันชอบใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป ภูเก็ต	น้อย	๑๔๐	๓.๘๙	๐.๘๖๖	๙.๐๗๖	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๔.๑	๐.๘๗๒			
	มาก	๑๒๘	๔.๓๔	๐.๘๕๔			
ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ เสมอๆ	น้อย	๑๔๐	๔.๕๙	๘.๑๙๒	๐.๔๐๘	๐.๖๖๕	
	ปานกลาง	๑๓๒	๔.๐๗	๐.๙๔๓			
	มาก	๑๒๘	๔.๒๓	๐.๙๐๙			
เป็นกิจวัตร เป็นนิสัยของฉัน	น้อย	๑๔๐	๓.๔๒	๔๑.๙๘๕	๐.๗๕๗	๐.๔๗	
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๕๒	๑.๐๒๓			
	มาก	๑๒๘	๔.๐๒	๐.๘๖๕			
ช่วยให้ฉันรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคนอื่นๆ	น้อย	๑๔๐	๑๙.๑๓	๑๘๕.๖๔	๐.๙	๐.๔๐๘	
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๕๒	๑.๑๔๙			
	มาก	๑๒๘	๓.๘๕	๐.๙๙๗			
ช่วยให้คนอื่นๆ รู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวฉัน	น้อย	๑๔๐	๒.๘๒	๑.๐๖	๗.๙๙๗	๐	๓>๑,๒
	ปานกลาง	๑๓๒	๒.๙๒	๐.๙๘๑			
	มาก	๑๒๘	๓.๓๔	๑.๐๖๘			
ช่วยให้คนอื่นๆ รู้จักนิสัยว่าฉันเป็นคนยังไง (รับรู้ภาพลักษณ์)	น้อย	๑๔๐	๒.๙๓	๑.๑๑๙	๖.๑๖๙	๐.๐๐๒	๓>๑,๒
	ปานกลาง	๑๓๒	๓	๑.๑๘๘			

แรงจูงใจ ในการใช้สื่อใหม่	ปริมาณการใช้สื่อใหม่	N	Mean	S.D	F	Sig.	Post Hoc
สิ่งที่ฉันเผยแพร่ในสื่อสังคม สร้างความเป็นตัวตนของฉัน (ภาพลักษณ์)	มาก	๑๒๘	๓.๒๙	๑.๑๐๒	๔.๒๑๘	๐.๐๑๕	๓>๑>๒
	น้อย	๑๔๐	๒.๙๔	๑.๐๗๘			
	ปานกลาง	๑๓๒	๒.๙๘	๑.๑๘๘			
ฉันใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ตอนที่ฉันไม่มีอะไรดีกว่านี้จะทำ	มาก	๑๒๘	๓.๓๑	๑.๑๔๘	๖.๖๙๑	๐.๐๐๑	๓>๑>๒
	น้อย	๑๔๐	๓.๒๙	๑.๑๔			
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๕๕	๐.๙๗๕			
ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม	มาก	๑๒๘	๓.๗๖	๑.๐๕๖	๑๑.๙๘๕	๐	๓>๑>๒
	น้อย	๑๔๐	๓.๐๘	๑.๑			
	ปานกลาง	๑๓๒	๓.๔	๑.๐๐๓			
มาก	๑๒๘	๓.๗๓	๑.๑๔๑				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๕.๓ พบว่านักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่าง มีระดับการใช้สื่อใหม่ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ โดยนักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่มาก (มากกว่า ๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ จากกลุ่มที่ใช้้น้อยกว่า ในเกือบทุกประเด็น ได้แก่ ทำให้มีความสดชื่นสนุกสนาน ฉันชอบใช้สื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป ภูเก็ต ช่วยให้คุณอื่นๆ รู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวฉัน ช่วยให้คนอื่นรู้จักนิยว่าฉันเป็นคนยังไง (รับรู้ภาพลักษณ์) สิ่งที่ฉันเผยแพร่ในสื่อสังคม สร้างความเป็นตัวตนของฉัน (ภาพลักษณ์) ฉันใช้สื่อใหม่ ตอนที่ฉันไม่มีอะไรดีกว่านี้จะทำ ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่

ส่วนประเด็นที่ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่าง นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่าง ได้แก่ ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ เสมอๆ เป็นกิจวัตร เป็นนิสัยของฉัน ช่วยให้ฉันรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคนอื่นๆ

สมมติฐานย่อยที่ ๒.๓ นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่างกัน (มาก - ปานกลาง - น้อย) มีพฤติกรรม
การนั่งนิ่ง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ ๕.๔ แสดงกิจกรรมพฤติกรรมนั่งนิ่ง

กิจกรรมพฤติกรรมนั่งนิ่ง	ปริมาณการใช้สื่อใหม่	N	Mean (ชั่วโมง)	S.D	F	Sig.	PostHoc
การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน	น้อย	๑๔๐	๒๘.๕	๑๙.๔๘	๑๑.๔๒๘	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๓๕.๓๘	๑๓.๔๑๖			
	มาก	๑๒๘	๓๙.๔๕	๒๒.๙๖๙			
การนั่งเรียนตัวพิเศษ	น้อย	๑๔๐	๑๑.๓๗	๑๒.๑๐๒	๑.๑๗๕	๐.๓	
	ปานกลาง	๑๓๒	๑๑.๔๖	๙.๓๕๗			
	มาก	๑๒๘	๑๓.๔๘	๑๕.๖๗๗			
การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน	น้อย	๑๔๐	๑๐.๙๓	๑๒.๒๒๔	๕.๔๒๖	๐.๐๐๕	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๑๓.๖๑	๙.๓๒๗			
	มาก	๑๒๘	๑๕.๘๔	๑๔.๖๖๑			
การเรียนรู้กิจกรรมเสริมทางศิลปะ/ดนตรี	น้อย	๑๔๐	๔.๒๙	๗.๕๓๙	๒.๓๕๗	๐.๐๙๖	
	ปานกลาง	๑๓๒	๕.๙๘	๙.๕๓๑			
	มาก	๑๒๘	๗.๐๕	๑๓.๙๗๔			
การเรียนรู้กิจกรรมเสริมทางกีฬา	น้อย	๑๔๐	๔.๙๑	๖.๘๘๓	๓.๗๒๕	๐.๐๒๕	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๖.๑	๗.๐๔๔			
	มาก	๑๒๘	๘.๓๖	๑๕.๔๖๔			
การทำงานบ้าน	น้อย	๑๔๐	๖.๒๒	๕.๗๕	๙.๐๓๔	๐	๓>๒>๑
	ปานกลาง	๑๓๒	๘.๗	๘.๐๐๖			
	มาก	๑๒๘	๑๑.๐๑	๑๒.๗๗๘			
ช่วยกิจการครอบครัว เช่น ช่วยขายของ	น้อย	๑๔๐	๓.๐๑	๘.๓๓๘	๒.๑๗๒	๐.๑๑๕	

กิจกรรมพฤติกรรมหนึ่ง	ปริมาณการใช้สื่อใหม่	N	Mean (ชั่วโมง)		F	Sig.	PostHoc
				S.D			
การออกกำลังกายกลางแจ้ง	ปานกลาง	132	3.17	8.748	0.435	0.647	
	มาก	128	5.84	27.856			
	น้อย	140	5.94	6.337			
	ปานกลาง	132	6.56	6.378			
กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์	น้อย	140	2.68	5.169	3.421	0.034	3>2>1
	ปานกลาง	132	4.73	6.496			
	มาก	128	5.98	16.387			
	ปานกลาง	132	4.73	6.496			
กิจกรรมในร่ม เช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์	น้อย	140	5.57	6.593	5.002	0.007	3>2>1
	ปานกลาง	132	8.41	8.085			
	มาก	128	9.57	15.585			
	ปานกลาง	132	8.41	8.085			
การเล่นเกมส์ผ่านเครื่องเกมส์ที่ไม่ออนไลน์	น้อย	140	2.71	4.364	10.934	0	3>2>1
	ปานกลาง	132	5.45	8.705			
	มาก	128	9.55	18.781			
	ปานกลาง	132	5.45	8.705			
ไปเที่ยวต่างสถานที่/ต่างจังหวัด	น้อย	140	11.11	29.583	3.922	0.021	3>2>1
	ปานกลาง	132	14.89	28.109			
	มาก	128	23.01	46.099			
	ปานกลาง	132	14.89	28.109			
การเดินทาง/กินอาหาร/ดูหนัง	น้อย	140	7.76	8.804	12.057	0	3>2>1
	ปานกลาง	132	9.77	9.03			
	มาก	128	15.5	19.575			
	ปานกลาง	132	9.77	9.03			
การไปวัด/ไปทำบุญ	น้อย	140	3.6	5.481	6.274	0.002	3>2>1
	ปานกลาง	132	3.77	5.69			
	น้อย	140	3.6	5.481			
	ปานกลาง	132	3.77	5.69			

กิจกรรมพฤติกรรมหนึ่ง	ปริมาณการใช้สื่อใหม่	N	Mean (ชั่วโมง)	S.D	F	Sig.	PostHoc
การนอนกลางวัน/การงีบ	มาก	๑๒๘	๖.๔	๙.๘๔๖	๖.๘๒๒	๐.๐๐๑	๓>๒>๑
	น้อย	๑๔๐	๓.๓๙	๘.๑๒๕			
	ปานกลาง	๑๓๒	๔.๔๘	๗.๙๐๒			
	มาก	๑๒๘	๗.๙๔	๑๔.๓			
	รวม	๔๐๐					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๕.๔ พบว่านักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่าง ระดับการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคมที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ โดยที่กลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมปลาย และ มัธยมต้น จะมีการใช้สื่อใหม่ที่สูงกว่า ระดับชั้นประถม ในเกือบทุกประเด็น ดังนี้ การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน การอ่านหนังสือ ทบทวน/ทำการบ้าน การเรียนกิจกรรมเสริมทางกีฬา การทำงานบ้าน กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ กิจกรรมในร่ม เช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ การเล่นเกมผ่านเครื่องเล่นที่ไม่ออนไลน์ ไปเที่ยวต่างสถานที่/ต่างจังหวัด การเดินเที่ยวห้าง/กินอาหาร/ดูหนัง การนอนกลางวัน/การงีบ

กระนั้นก็ตาม มี ๒ ประเด็น ที่ไม่พบความแตกต่างกันระหว่าง นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่างกัน ได้แก่ การนั่งเรียนพิเศษ การเรียนกิจกรรมเสริมทางศิลปะ/ดนตรี ช่วยกิจการครอบครัว เช่น ช่วยขายของ การไปวัด/ไปทำบุญ

บทที่ ๕ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น อายุระหว่าง ๑๐-๑๙ ปี นำเสนอผลการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบ่งเป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่ (๑) กลุ่มนักเรียนระดับประถมศึกษา และ (๒) กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาเพื่อเป็น ข้อมูลสนับสนุนผลการวิจัยเชิงสำรวจ

๕.๑ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ในกลุ่มนักเรียนระดับประถมศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายจำนวน ๙ คน แบ่งเป็น นักเรียนชาย ๓ คน นักเรียนหญิง ๖ คน โดยนำเสนอผลการวิจัย ๒ ประเด็นได้แก่ (๑) การเข้าถึงและความเป็นเจ้าของเทคโนโลยี เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ คือ การเปิดรับ แรงจูงใจและพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น (๒) การปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ คือ พฤติกรรมแนบนิ่งจากการใช้สื่อใหม่ ของวัยรุ่น ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่และพฤติกรรมการแนบนิ่งจากการใช้สื่อใหม่ในกลุ่มนักเรียนที่กำลังเรียนอยู่ในระดับประถมศึกษาตอนปลาย

(๑) การเข้าถึงและความเป็นเจ้าของเทคโนโลยี

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนระดับชั้นประถมปลายที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดสามารถเข้าถึงเทคโนโลยี ทั้งคอมพิวเตอร์ (Computer) และโมบายเทคโนโลยี (Mobile Technology) และเมื่อพิจารณาถึงความเป็นเจ้าของเทคโนโลยีพบว่า ทุกคนมีอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นของตนเอง โดยเกือบครึ่งหนึ่ง (๔ คน จาก ๙ คน) ระบุว่ามียูปรกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นของตนเอง ดังที่นักเรียนชายสองคนกล่าว

“ผมมีแมคบุ๊กแอร์ของตัวเอง” (การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ผมมีคอมพิวเตอร์ ยังไม่พังยังใช้ได้ (การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาอีกสามคนระบุว่าตนเองมียูปรกรณ์โมบายเทคโนโลยี (Mobile Technology) เป็นของตนเอง ได้แก่ สมาร์ทโฟน (Smartphone) ไอพอด (iPod) และแท็บเล็ต (Tablet) พร้อมทั้งได้รับอนุญาตให้ใช้ของผู้ปกครองและบางคนใช้ร่วมกันกับสมาชิกครอบครัว

“หนูมีโทรศัพท์ไอโฟนคะ คุณพ่อซื้อให้ มีคะ มีไอแพด ไอพอด คอมพิวเตอร์ แต่พวกนี้ใช้ด้วยกันกับที่บ้าน มีไอโฟนที่เป็นของหนูอย่างเดียว” (ปาล์ม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“ของหนูมีไอพอด ๒ เครื่องเลย ชอบฟังเพลง อันนี้ซื้อใหม่ อีกอันนี้พี่ให้ แต่ไม่มีโทรศัพท์ ที่บ้านจะมีโน้ตบุ๊ก ใช้ด้วยกัน เอาไว้ทำงาน” (จินนี่, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“ของหนูมีแบล็คเบอร์รี่แต่ก็พังไปแล้ว น้องสาตน้ำใส พังเลย แต่ถ้าของที่บ้านคุณพ่อมีไอแพด ๒ เครื่อง มีโทรศัพท์ ๓ เครื่อง แล้วก็โน้ตบุ๊ก” (อันอัน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสองคนระบุว่าตนเองเป็นเจ้าของทั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Computer) และโมบายเทคโนโลยี (Mobile Technology) ตัวอย่างเช่น นักเรียนชายชั้นประถมบอกว่า “ที่บ้านผมมี PC คอมพิวเตอร์ คือปะป๊าเป็นเจ้าของริสอร์ท แล้วก็ต้องมีคอมฯอยู่แล้ว มี asus อะไรสักอย่าง แล้วก็มียี่ห้อ sony xperia z๒ (ปราน, นักเรียนชายระดับชั้นประถม, การสนทนากลุ่ม, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

อย่างไรก็ดีผลการวิจัยพบว่า มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพียงคนเดียวที่ไม่มีอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นของตนเอง แต่ยังสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศได้เนื่องจากผู้ปกครองอนุญาตให้ใช้อุปกรณ์ต่างๆ ร่วมกับครอบครัว “หนูมีของส่วนกลาง จะมีแท็บเล็ต โทรศัพท์ซัมซุง มีโน้ตสาม โน้ตหนึ่ง เป็นของคุณพ่อ แต่ของหนูเองมีแค่คอมพิวเตอร์ฟูจิซี ส่วนใหญ่ใช้ด้วยกันกับที่บ้าน โทรศัพท์ หรือคอมพิวเตอร์ก็ต้องใช้ด้วยกัน” หมิว มิว กล่าว (การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ข้อมูลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ปกครองเกือบทั้งหมดเป็นผู้อนุญาตให้เด็กสามารถเข้าถึงและเป็นเจ้าของเทคโนโลยีทั้งคอมพิวเตอร์ (Computer) และโมบายเทคโนโลยี (Mobile Technology)

(๒) การปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่กำลังศึกษาในระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่ปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันหลายรูปแบบด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมนันทนาการที่ได้เคลื่อนไหวร่างกายและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อใหม่ที่ไม่มีการเคลื่อนไหวของร่างกาย

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาที่เข้าร่วมส่วนใหญ่ (๗ คน จาก ๙ คน) ปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการแต่ละวันอย่างหลากหลายทั้งกิจกรรมนันทนาการ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อความบันเทิง กิจกรรมนันทนาการที่นักเรียนชั้นประถมปลายปฏิบัติประจำวัน ได้แก่ กิจกรรมกีฬา การเลี้ยงสัตว์ ปลูกผัก อ่านหนังสือ และการเล่นเกมส์ นักเรียนระดับประถมศึกษาคนหนึ่งเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “ผมชอบเตะบอล แล้วก็เล่นเกมส์ ผมเตะบอลทุกวัน เล่นเกมส์ก็เล่นทุกวันหลังเลิกเรียน...ถ้าตอนเปิดเทอมก็จะเล่นเกมส์ช่วงทุ่ม สองทุ่ม พอเล่นเสร็จก็อ่านหนังสือการ์ตูนแล้วก็เข้านอน” (การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนชายอีกคนเล่าถึงกิจกรรมของตนเองในทิศทางเดียวกันว่า

กิจกรรมของผมนั้นก็จะเล่นกีฬาบาส ฟุตบอล แบดฯ ปั่นจักรยาน วายน้ำ ช่วงประมาณหกโมงเย็น ก็หลังจากกลับไปถึงบ้านแล้ว คือผมจะมีงานให้อาหารปลา อาหารกุ้ง แล้วก็ปลูกผัก เสร็จแล้วก็ไป เล่นกีฬาบ้าง แต่บางทีก็มาเล่นเกมส์เทอราเรียเป็นเกมส์ที่โหลดออกมาเล่นในไอแพด ประมาณแค่ครึ่งชั่วโมงครับ ส่วนใหญ่ก็จะอ่านหนังสือ แล้วก็ทำกิจกรรมอย่างอื่นมากกว่า เลี้ยงกุ้ง ปลูกผัก (ทศ, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

(๓) พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมแนบนิ่งของผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า นักเรียนประถมศึกษาทั้งหมดใช้สื่อสังคม อินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นหาข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์และความบันเทิง โดยใช้สื่อในช่วงเวลาหลังเลิกเรียนในช่วงเย็นและก่อนเข้านอน

นักเรียน ๖ คน จาก ๙ คน ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก เพื่อค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการ โดยส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ตัวอย่างเช่น

“ก็หาข้อมูลจาก google วิกีพีเดีย เด็กดี” (อันอัน, การสัมภาษณ์เชิงลึก ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“วิกิพีเดียคะ ดูพวกที่ครูให้หารายงาน หรือข้อมูลที่ตัวเองอยากรู้” (หมีมีมี, การสัมภาษณ์เชิงลึก ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

นักเรียนชายสามคนเล่าว่า ผู้ปกครองสอนให้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับหุ้นและการลงทุนผ่านเว็บไซต์ นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าว่า

ปะปาสอน จะเปิดให้ดูตลาดหุ้นใหญ่ๆเลย ถ้าสมมติลงทุนกับปตท. เราก็ดูว่ามีความเสี่ยงมากน้อยมาย ปะป้าให้ลงทุนเลย ผมชื่อของ East water ให้แม่ซื้อให้ ผมก็เข้าอินเทอร์เน็ตเข้าเว็บ set trade แล้วแม่ก็จะเลือกบริษัทมาหลายๆบริษัท ให้ผมหัดเลือกเล่นหุ้นเอง บางทีผมก็อ่านจากคนที่เค้าชอบพูดวิเคราะห์พูดถึงหุ้นด้วย ดูของปตท. ตัวละ ๓๐๐ แล้วก็เลือกซื้อ (ปราน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

นอกจากค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์แล้ว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่กำลังศึกษาในระดับประถมศึกษา ยังคงค้นหาข้อมูลเพื่อประดิษฐ์สิ่งของของปลูกผัก เลี้ยงสัตว์และตรวจสอบราคาผ่านทางสื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ นักเรียนหญิงคนหนึ่งเปิดเฟซบุ๊กเพื่อหาข้อมูลในการประดิษฐ์ของใช้ของตนเอง “หนูชอบเปิดอินเทอร์เน็ตทำของ DIY ตามแฟนเพจ” หมั่นแข็ง กล่าว (การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนชายอีกคนหนึ่งค้นหาข้อมูลการเลี้ยงปลาและปลูกต้นไม้ผ่านเฟซบุ๊ก “ผมเป็นคนชอบเลี้ยงกุ้ง ผมก็จะเข้าไปในแฟนเพจคนที่ชอบเลี้ยงกุ้งเหมือนกันมันเยอะมาก ก็มีแชทกับเพื่อนบ้างแต่ไม่ค่อย ส่วนใหญ่ก็เลื่อนๆอ่านของคนอื่นดู แล้วก็เข้าแฟนเพจอื่นๆด้วย พวกเลี้ยงด้วงครับ” ทศ กล่าว (การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๕ คน จาก ๙ คน ใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมเพื่อความบันเทิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเล่นเกมส์ผ่านอินเทอร์เน็ต นักเรียนชายคนหนึ่ง เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “ที่ติดมากที่สุดคือเกมส์ช็อคเกอร์ เกมส์พีฟา แล้วก็เกมส์อื่นๆอีก ส่วนใหญ่เป็นเกมส์ฟุตบอล เล่นตั้งแต่เย็นๆ จนถึงห้าทุ่ม เที่ยงคืน บางวันถ้านอนไม่หลับจริงๆก็เล่นตอนตีหนึ่ง ตีสองครับ” (ปราน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนหญิงอีกคนให้สัมภาษณ์ว่าตนเองเล่นเกมส์ผ่านเว็บไซต์ “เอาไว้ดูดวง ทายใจ ที่เค้าเล่นเกมลควิชกันของ dek-D” (อันอัน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนหญิงอีกคนก็เช่นกัน

“ก็เล่นบ้าง ทั้งอินเทอร์เน็ตแล้วก็เกมส์จากอินเทอร์เน็ต ชื่อว่าดอร์ เลิร์ชหาเอาเป็นออฟไลน์ ก็มีไลน์ ค่ะ แต่เฟซบุ๊กหรืออื่นๆไม่ค่อยได้เล่น คุยไลน์กับเพื่อน ไม่ทุกวันค่ะ เพราะพ่อแม่ให้เล่นได้เฉพาะ ตอนเย็น หลังเลิกเรียน แล้วส่วนใหญ่ก็เจอเพื่อนที่โรงเรียนอยู่แล้วด้วย เพราะเปิดเทอมเจอกันทั้ง วันเลย” หมิวมี๊ว กล่าว (การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนเล่นเกมผ่านสื่อสังคม เช่น ไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ตัวอย่างเช่นนักเรียนชายคนหนึ่งกล่าวว่าตนเองเล่นเกมผ่านไลน์ “ผมเล่นไลน์ เล่นเกมส์ในไลน์ พวกคู้กักรีน เกม เศรษฐี” (ปาล์ม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

นอกจากนี้ยังมีนักเรียนหญิงคนหนึ่งใช้เวลาหลังเลิกเรียนเพื่อดูคลิปวิดีโอและฟังเพลงผ่านสื่อสังคม เช่น ยูทูบ (YouTube) จินนี่ เล่าว่า

“ก็มีดูทีวีก่อน แล้วก็ทำการบ้าน แล้วก็ฟังเพลง แล้วก็นอน ใน Youtube ดูหนังผี แล้วก็ฟัง เพลง ฟังใน Youtube แล้วก็ iTunes บางทีดูหนังก็นานเกือบสองชั่วโมง บางทีก็เปิดฟังเพลงไปเรื่อย ๆ แล้วก็มา ทำ การบ้านด้วย” (การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗)

๕.๒ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ในกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ซึ่งมีจำนวน ๑๐ คน แบ่งเป็น นักเรียนชายและหญิงในจำนวนที่เท่ากัน ผลการวิจัยนำเสนอ ๒ ประเด็นได้แก่ (๑) การเข้าถึงและความเป็นเจ้าของเทคโนโลยี เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ คือ การเปิดรับ แรงจูงใจและการใช้สื่อใหม่ (๒) การปฏิบัติ กิจกรรมในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ คือ พฤติกรรมหนึ่งจากการใช้สื่อใหม่ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่และพฤติกรรมการแนบแน่นในวัยรุ่นที่กำลังเรียนอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ผู้วิจัยแสดงผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยการรวมกลุ่มนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและตอนต้นเข้าด้วยกันเนื่องจากผลการวิจัยของนักเรียนทั้งสองกลุ่มมีทิศทางแบบเดียวกัน

(๑) การเข้าถึงและความเป็นเจ้าของเทคโนโลยี

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและเป็นเจ้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายทุกคนมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (เช่น คอมพิวเตอร์ (Computer) และโน้ตบุ๊ก (Notebook)) และโมบายเทคโนโลยี (Mobile Technology) (เช่น สมาร์ทโฟน (Smartphone) และแท็บเล็ต (Tablet)) ของตนเองมากกว่าหนึ่งเครื่องและผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อให้ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดกล่าวว่า

“มีโทรศัพท์ โน้ตบุ๊กค่ะ” (ดา, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“ไอโฟน กับไอแพด” (ปิง, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“โทรศัพท์ โน้ตบุ๊กคะ” อายุ ๑๗ ปี ม.๕ (พิม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๘ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“มีคอมพิวเตอร์กับโทรศัพท์ ๒ เครื่องครับ เป็นคอมพิวเตอร์ PC” (พีพี, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“ไอแพด กับโทรศัพท์” (เป็นซ์, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๑๐ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“มีแท็บเล็ต โทรศัพท์ โน้ตบุ๊ก” (ขนุน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“มีโทรศัพท์ แท็บเล็ต แล้วก็คอมพิวเตอร์” (พลอย, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“มีโน้ตบุ๊ก ไอแพด ไอโฟน มีแค่นี้” (เม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“มีโทรศัพท์ แล้วก็แท็บเล็ต โน้ตบุ๊กครับ” (แสดมภ์, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“มีโน้ตบุ๊ก มีโทรศัพท์ มีแท็บเล็ต ส่วนคอมพิวเตอร์เป็นของส่วนรวมทั้งบ้านคะ” (จิน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

(๒) การปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

ในส่วนของการปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นสองส่วน ได้แก่ ช่วงเวลาหลังเลิกเรียนและช่วงเวลาก่อนนอนเพื่อแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของวัยรุ่นในช่วงเวลาที่ว่างจากการเรียน

ช่วงเวลาหลังเลิกเรียน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันหลังเลิกเรียน แบ่งเป็น ๒ รูปแบบตามลำดับ คือ (๑) การใช้สื่อใหม่และสื่อสังคมโดยไม่มี การเคลื่อนไหวร่างกาย และ (๒) กิจกรรมนันทนาการที่เคลื่อนไหวร่างกาย

(๑) การใช้สื่อใหม่และสื่อสังคมโดยไม่มี การเคลื่อนไหวร่างกาย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมากกว่าครึ่งหนึ่ง (๖ คน จาก ๑๐ คน) ปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันด้วยการใช้เวลาช่วงหลังเลิกเรียนเล่นสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เพื่อความบันเทิง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (You Tube) นักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเล่าให้ฟังว่าหลังจากเลิกเรียนจะ “ทำการบ้าน แล้วก็มาเล่นเฟซบุ๊กคะ” (พลอย, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นอีกคนหนึ่งใช้สื่อสังคมหลายสื่อในเวลาเดียวกัน “เปิดเฟซบุ๊กทิ้งไว้แล้วก็ไปดูหนังอ่าคะ ในยูทูป อាប់น้ำเปลี่ยนชุด แล้วก็เล่นอินเทอร์เน็ต หรือไม่ก็อ่านนิยาย” จินกล่าว (การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกส่วนหนึ่งใช้คอมพิวเตอร์ (Computer) สมาร์ทโฟน (Smartphone) และแท็บเล็ต (Tablet) เพื่อเล่นเกม ฟังเพลง ดั่งที่ระบุไว้ด้านล่าง

“เปลี่ยนเสื้อผ้า แล้วก็เล่นเกมส่าย ถ้าไม่เล่นเกมก็ออกกำลังกายครับ ประมาณครึ่งชั่วโมงขึ้นไป”
(แสดตมภ์, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“กลับบ้านไปแล้ว ก็จะไปเรียนพิเศษต่อ เรียนเสริมก็ทำการบ้าน เวลาทำการบ้านก็เปิดคอมพิวเตอร์ ใช้ฟังเพลงบ้าง” (เม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“ดูทีวีค่ะ ไม่ได้ทำกิจกรรมอะไรมาก แล้วก็เล่นโทรศัพท์ก่อนนอน” (พิม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๘ ธันวาคม ๒๕๕๗)

(๒) กิจกรรมนันทนาการที่เคลื่อนไหวร่างกาย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในสัดส่วนที่น้อยกว่าปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการที่เคลื่อนไหวร่างกาย โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๔ คน จาก ๑๐ คน เล่นกีฬาหลังเลิกเรียน เช่น การเล่นฟุตบอล แบดมินตันและฟิตเนส ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนเล่นกีฬาฟุตบอลและแบดมินตัน “อาบน้ำก่อนเลยครับ เตรียมไปเล่นฟุตบอล ดีแบต ประมาณ ๑ ชั่วโมง” นักเรียนชายระดับมัธยมศึกษาตอนปลายกล่าว (ปิง, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนชายระดับมัธยมศึกษาตอนต้นให้ข้อมูลในทิศทางเดียวกัน “ผมก็มาเล่นบอลกับเพื่อน เล่นประมาณชั่วโมงกว่าๆ” (ขนุน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งเลือกที่จะเล่นฟิตเนส เช่น ดานักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนปลายปฏิบัติกิจกรรมประจำวันด้วยการออกกำลังกายและวิ่ง “ออกกำลังกายค่ะ วิ่งตอน ๕ โมงเย็น ประมาณชั่วโมงครึ่ง” (ดา, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนปลายอีกคนหนึ่งให้ข้อมูลในทิศทางเดียวกัน “ก็มีออกกำลังกายบ้างครับ สัปดาห์ละ ๓-๔ ครั้ง มีวิ่ง ยกน้ำหนัก เล่นกล้ามครับ” (พีพี, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ช่วงเวลาก่อนนอน

ถึงแม้ว่ามีผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาเกือบครึ่งหนึ่งใช้เวลาหลังเลิกเรียนปฏิบัติกิจกรรมประจำวันที่มีการเคลื่อนไหว เช่น การเล่นกีฬา แต่ในช่วงเวลาก่อนนอนผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคน (๑๐ คน จาก ๑๐ คน) ใช้คอมพิวเตอร์ (Computer) และโมบายเทคโนโลยี (Mobile Technology) ก่อนเข้านอน เพื่อเปิดรับสื่อใหม่และสื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และอินเทอร์เน็ต (Internet) ดังคำสัมภาษณ์เชิงลึกที่ระอุไว้ด้านล่าง

“ดูโทรทัศน์ค่ะ ละครจบก็นอน ใช้เวลาประมาณ ๒ ชั่วโมง” อายุ ๑๗ ปี ม.๕ (ดา, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“เล่นคอมพิวเตอร์ครับ ดูหนัง เล่นกีตาร์ด้วย ใช้เวลาครึ่งชั่วโมง แต่บางทีก็ดูหนังต่อ นอนก็ไม่เกินเที่ยงคืนครับ” (ปิง, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“เล่นโทรศัพท์มือถือ เล่นเฟซบุ๊ก ใช้เวลา ๑ ชั่วโมง” (พิม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๘ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“ถ้าไม่เปิดเพลงฟัง ก็เล่นคอมพิวเตอร์ครับ ใช้เวลา ๕-๖ ชั่วโมง นอนประมาณเที่ยงคืน” (พีพี, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“เล่นโทรศัพท์ เล่นไอแพด คือเล่นแล้วก็วาง สลับทำอย่างอื่นบ้าง แล้วก็นอน ถ้าคิดเวลาเล่นก่อน นอน ก็ ชั่วโมงกว่า” (เบนซ์, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๑๐ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“ก่อนนอนผมก็เล่นคอมพิวเตอร์ เฟซบุ๊ก แล้วก็เล่นเกมส์ เป็นเกมส์ฮอน เล่นเรื่อยๆ” (ขนุน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“เล่นเฟซบุ๊ก ก็เล่นเรื่อยๆ ออแนคังไว้ตลอด” (พลอย, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“ฟังเพลง กินนม แปรงฟัน แล้วก็เข้านอน ใช้เวลาแค่ ๕ นาที ก่อนหน้านั้นก็จะเรียนพิเศษ” (เม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“เล่นเกมส์ก่อนประมาณ ๒-๓ ชั่วโมง” อายุ ๑๓ ปี ม.๑/๑๐ (แสดมภ์, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“อ่านนิยายทางอินเทอร์เน็ตคะ ก็อ่านจนกว่าจะง่วง” (จิน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษามากกว่าครึ่งปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันหลังจากเสร็จสิ้นจากการเรียนด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อใหม่และสื่อสังคมซึ่งเป็นกิจกรรมที่ไม่เคลื่อนไหวร่างกาย และมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญในสัดส่วนที่น้อยกว่าปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการที่ได้เคลื่อนไหวร่างกาย เช่น การเล่นเกม นอกจากนั้นผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาทั้งหมดใช้เวลาก่อนนอนเพื่อการเปิดรับสื่อใหม่และสื่อสังคม

(๓) พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่และพฤติกรรมแนบนิ่ง

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งเป็น ๒ ส่วน คือ (๑) พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ สื่อใหม่และสื่อสังคมและเทคโนโลยีที่ใช้มากที่สุดและวัตถุประสงค์การใช้งานและ (๒) พฤติกรรมแนบนิ่ง ได้แก่ จำนวนชั่วโมงการทำงานและความรู้สึกเมื่อขาดเทคโนโลยี สื่อใหม่และสื่อสังคม ผลวิจัยทั้งสองส่วนแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่และพฤติกรรมแนบนิ่งของวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย

๑. พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

ในส่วนของพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ผู้วิจัยนำเสนอโดยแบ่งเป็น ๒ ประเด็น คือ (๑) สื่อใหม่และเทคโนโลยีที่ใช้มากที่สุดและ (๒) วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ

สื่อใหม่และเทคโนโลยีที่ใช้มากที่สุด

ผู้วิจัยตั้งคำถามในประเด็นเกี่ยวกับการติดเทคโนโลยี สื่อใหม่และสื่อสังคมเพื่อให้ทราบว่า เทคโนโลยีใดที่วัยรุ่นที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้มากที่สุด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความสำคัญกับโทรศัพท์มือถือมากที่สุด

ที่สุด รองลงมาได้แก่อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพียงสองคนเท่านั้นที่รายงานว่าตนเองไม่ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยี

ผลการวิจัยพบว่า โทรศัพท์มือถือเป็นเทคโนโลยีที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษารายงานว่าติดมากที่สุด (๕ คน จาก ๑๐ คน) เนื่องจากสะดวกในการพกพาและสามารถใช้ติดต่อสื่อสารได้ ดังที่นักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนปลายคนหนึ่งกล่าวว่า “โทรศัพท์มันสะดวก พกพาง่าย” (พิม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๘ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนปลายกล่าวเพิ่มเติมว่า “โทรศัพท์ครับ เพราะใช้สื่อสารได้ง่าย ติดต่อกับคุณทำงานได้ด้วย” (ปิง, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

จากผลการวิจัย พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา (๓ คน จาก ๑๐ คน) ได้แก่ คอมพิวเตอร์ (Computer) และโน้ตบุ๊ก (Notebook) ตัวอย่างเช่นนักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนต้นคนหนึ่งให้สัมภาษณ์ว่า “ติดโน้ตบุ๊กมากที่สุดครับ” (แสตมป์, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

อย่างไรก็ตามผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นวัยรุ่นสองคนไม่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี มีความเชื่อว่าตนเองไม่ติดเทคโนโลยีและมีมุมมองต่อสื่อดั้งเดิมในเชิงบวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับหนังสือ นักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนต้นคนหนึ่งให้สัมภาษณ์ว่า “หนังสือสำคัญ อุปกรณ์พวกนั้นไม่ได้สำคัญกับผมที่สุดครับ ผมใช้น้อยอยู่นะครับ” (ขุน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗) ซึ่งหากพิจารณาถึงระยะเวลาในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อใหม่และสื่อสังคมของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองคน พบว่าใช้เวลาต่อวันในการเปิดรับน้อยกว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนอื่น

วัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยี

เมื่อพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาทุกคนใช้สื่อใหม่และสื่อสังคมหลายสื่อเพื่อวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย เช่น ความบันเทิง การติดต่อสื่อสารและการหาข้อมูลเพื่อการเรียนและนอกเหนือจากการเรียน ตัวอย่างเช่น นักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนต้นให้สัมภาษณ์ว่า “ทำการบ้าน เล่นเกมส์ครับ ใช้เฟซบุ๊กบ้าง ใช้ติดต่อพ่อแม่ก็มีครับ แล้วโน้ตบุ๊กก็ใช้สื่อสารออนไลน์ กับเล่นเกมส์ครับ ผมก็เล่นไลน์ด้วย” (ขุน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗) และนักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนปลาย ตอบคำถามในทิศทางเดียวกันว่า “โทรศัพท์ผมจะใช้คุยไลน์ เฟซบุ๊กกับเพื่อนเวลาอยู่ข้างนอก แล้วก็เช็คค่าเงิน ฟังเพลง แล้วก็โอนเงินครับ ใช้คุยกับเพื่อน หาข้อมูลครับ ใช้พกมาโรงเรียน คุยกับเพื่อน บางทีก็เล่นเกมส์บ้าง” (ปิง, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

นอกจากนี้ผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่น่าสนใจว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นวัยรุ่นที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ๗ คน จาก ๑๐ คน ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) เพื่อความบันเทิงและการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน นักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนต้นให้สัมภาษณ์ว่า “เล่นเฟซบุ๊ก เล่นไลน์ ก็จะเปิดเฟซบุ๊กทิ้งไว้แล้วก็ไปดูหน้าอ่าคะในยูทูป” (จิน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนหญิงมัธยมปลายอีกคนหนึ่งกล่าวในทิศทางเดียวกัน

ว่า “เล่นเฟซบุ๊กค่ะ แต่เล่นได้แป๊บๆก็เบื่อ แล้วก็มาเปิดใหม่ค่ะ เล่นเกมส์ที่เล่นประมาณครึ่งชั่วโมงค่ะ โทรศัพท์ ใช้ โทร เล่นเน็ตค่ะ” (ดา, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

(๒) พฤติกรรมแนบนิ่ง

ในส่วนของพฤติกรรมแนบนิ่ง ผู้วิจัยนำเสนอบ้างเป็น ๒ ประเด็น คือ (๑) จำนวนชั่วโมงการใช้งานและ (๒) ความรู้สึกเมื่อขาดเทคโนโลยี สื่อใหม่และสื่อสังคม

จำนวนชั่วโมงการใช้งาน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นวัยรุ่นที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษามากกว่าครึ่งหนึ่งใช้สื่อใหม่และสื่อสังคมโดยเฉลี่ย ประมาณ ๑๐ ชั่วโมงต่อวัน รองลงมาประมาณเกือบครึ่งหนึ่งของผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้เวลาอยู่กับสื่อใหม่และสื่อสังคมประมาณ ๒-๔ ชั่วโมงต่อวัน

ผลการวิจัยพบว่า (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๖ คน จาก ๑๐ คน) ใช้สื่อใหม่เป็นระยะเวลาประมาณ ๑๐ ชั่วโมงต่อวัน นักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนต้นคนหนึ่งให้สัมภาษณ์ว่า “เล่นเฟซบุ๊กประมาณ ๑๐ กว่าชั่วโมงต่อวัน” (พลอย, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗) ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้เวลามากกว่า ๑๒ ชั่วโมงต่อวัน ในการใช้สื่อใหม่และสื่อสังคม นักเรียนทั้งสองคนกล่าวว่า

“เล่นเกือบๆจะทั้งวันเลยนะครั้บ ไอแพดเล่นทั้งวัน ดีเป็นชั่วโมงก็ ๑๒ ชั่วโมงต่อวัน” (ปิง, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“เล่นประมาณครึ่งวันค่ะ ๑๒ ชั่วโมง” (เบนซ์, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๑๐ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ในขณะที่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (๔ คน จาก ๑๐ คน) ใช้สื่อใหม่และสื่อสังคมประมาณ ๒-๔ ชั่วโมงต่อวัน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นคนหนึ่งกล่าว “ผมใช้โทรศัพท์ประมาณครึ่งชั่วโมงต่อวัน ส่วนโน้ตบุ๊กก็ประมาณ ๒ ชั่วโมงต่อวัน” (ชุน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

นักเรียนชั้นมัธยมต้นอีกคนหนึ่งให้ข้อมูลระยะเวลาในการใช้สื่อใหม่และสื่อสังคมที่ใกล้เคียงกัน “ประมาณ ๒-๓ ชั่วโมงต่อวัน” เม กล่าว (เม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

ความรู้สึกเมื่อขาดเทคโนโลยี สื่อใหม่และสื่อสังคม

เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ในระยะเวลาเฉลี่ยประมาณประมาณ ๑๐ ชั่วโมง จึงสะท้อนให้เห็นว่าวัยรุ่นที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มนี้อาจมีการเคลื่อนไหวร่างกายค่อนข้างน้อยอยู่ในภาวะแนบนิ่งเป็นเวลานาน ผู้วิจัยจึงตั้งคำถามในประเด็นเกี่ยวกับความรู้สึกหากไม่ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อใหม่ เพื่อพิจารณาถึงภาวะอารมณ์และแนวโน้มในการปฏิบัติกิจกรรมประจำวันแบบอื่นเพื่อทดแทนการใช้สื่อสังคมและสื่อใหม่ โดยผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ (๗ คน จาก ๑๐ คน) รายงานว่าจะมีอาการเบื่อและอยู่ในภาวะความเครียด แต่สามารถหากิจกรรมอื่นทดแทนได้ เช่น การเล่นเกม การอ่านหนังสือ ตัวอย่างเช่น นักเรียนหญิงระดับมัธยมต้นให้สัมภาษณ์ว่า “ก็คงเครียด ไม่รู้จะเล่นอะไร เหมือนว่างไปเลย อาจจะต้องหาอะไรที่สนุกๆทำ

แทน เช่น วิ่งเล่นกับเพื่อน” (เม, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗) นักเรียนหญิงระดับมัธยมต้นอีกคนหนึ่งให้สัมภาษณ์สอดคล้องกัน “ก็ไปออกกำลังกาย หรือไปหากิจกรรมอื่นที่คล้ายเครียดทำแทน” (จิน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗) นอกจากนี้ นักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนปลายให้สัมภาษณ์ว่า จะหาวิธีผ่อนคลายความเครียดด้วยวิธีการอ่านหนังสือ “ถ้าขาดโทรศัพท์ก็คงจะติดต่อกันคนอื่นยาก แต่ถ้าไอแพดก็คงต้องหาอย่างอื่นทำแทนได้ เช่น อ่านหนังสือการ์ตูน” เบ็นซ์กล่าว (เบ็นซ์, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๑๐ ธันวาคม ๒๕๕๗)

อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยพบว่ายังคงมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวนน้อย (๓ คน จาก ๑๐ คน) ที่ให้สัมภาษณ์ว่า มีภาวะเครียดเมื่อไม่ได้ใช้สื่อใหม่และสื่อสังคม นักเรียนชายคนหนึ่งแสดงความคิดเห็นว่า “จะรู้สึกแย่ ต้องไปหาคนที่อยากคุยด้วยทุกวันแทน ไม่ได้คุยผ่านสื่อแบบนี้ครับ” (ปิง, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักเรียนชายระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและนักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นอีก ๒ คน เปิดเผยความคิดเห็นของตนเองว่าไม่สามารถตัดขาดจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อใหม่และสื่อสังคมได้

“ขาดเทคโนโลยีนี้ไม่ได้ครับ เพราะคงรู้สึกว่ามันไม่มีอะไรจะทำอะครับ เพราะเตะบอลเสร็จ ก็ไม่รู้จะไปทำอะไรต่อ” (ขนุน, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๙ ธันวาคม ๒๕๕๗)

“ก็คงจะเซ็งค่ะ เพราะติดต่อกับสื่อสารยาก แต่ถ้าไม่มีจริงๆคงต้องใช้ของเพื่อนแทนก็ได้” (ดา, การสัมภาษณ์เชิงลึก, ๗ ธันวาคม ๒๕๕๗)

บทที่ ๖

สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่นอายุระหว่าง ๑๐-๑๙ ปี เป็นงานวิจัยเชิงผสมผสานที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงประมาณและเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อใหม่ของวัยรุ่นและพฤติกรรมเนิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น ซึ่งในบทนี้แบ่งการนำเสนอเป็น ๒ ส่วนได้แก่ การสรุปและอภิปรายผลและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑ การสรุปผลการวิจัยและการอภิปราย

การสรุปผลการวิจัย แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ตามระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย ได้แก่ การนำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

การนำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการนำเสนอผลการวิจัยจากการวิจัยปริมาณด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ แบ่งเป็น ๓ ส่วน ดังต่อไปนี้ (๑) ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง (๒) การเปิดรับสื่อใหม่ (๓) แรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ (๓) พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ (๔) พฤติกรรมเนิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่

(๑) ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน ๔๐๐ คน โดยกำหนดสัดส่วนเป็นกลุ่มนักเรียนมัธยมปลาย มัธยมต้น และประถม ๑๓๘ คน (ร้อยละ ๓๔.๕) ๑๓๔ คน (ร้อยละ ๓๓.๕) และ ๑๒๘ คน (ร้อยละ ๓๒) ตามลำดับ ประกอบไปด้วย เพศหญิงจำนวน ๒๐๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๑.๘ เพศชายจำนวน ๑๙๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๓ แบ่งเป็น กลุ่มที่อายุน้อยกว่า ๑๒ ปี จำนวน ๑๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๕ อายุ ๑๓-๑๕ ปี จำนวน ๑๓๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๘ และอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป จำนวน ๑๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๘ มีการศึกษาอยู่ในระดับชั้น ประถม จำนวน ๑๒๘ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๒.๐ ระดับชั้น ม.ต้น จำนวน ๑๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๕ และระดับชั้น ม.ปลาย จำนวน ๑๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๕ โดยร้อยละ ๘๖.๖ กระนั้นก็ตาม กลุ่มตัวอย่างร้อยละ ๖๙.๐ สามารถขอค่าขนมเพิ่มได้

ในส่วนระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆ ๕ ปีขึ้นไป จำนวน ๑๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๓ รองลงมาคือ ไม่เกิน ๕ ปี และไม่เกิน ๔ ปีคิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐ และ ๑๔.๕ ตามลำดับ

(๒) การเปิดรับสื่อใหม่

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อรูปแบบใหม่ มากที่สุดอันดับที่ ๑ คือ ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line คิดเป็น ๔.๙๐ วันต่อสัปดาห์ โดยในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีการเปิดรับใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line ๒.๗๖ ชั่วโมงต่อวัน

และในวันเสาร์อาทิตย์ มีการเปิดรับ ๓.๐๕ ชั่วโมงต่อวัน อันดับที่ ๒ ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google คิดเป็น ๔.๗๘ วันต่อสัปดาห์ โดยในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีการเปิดรับใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google ๒.๑๐ ชั่วโมงต่อวันและในวันเสาร์อาทิตย์ มีการเปิดรับใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google ๒.๓๖ ชั่วโมงต่อวัน อันดับที่ ๓ คือ ใช้โทรศัพท์มือถือ (โทรคุย และอื่นๆ) คิดเป็น ๔.๗๖ วันต่อสัปดาห์ โดยในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีการเปิดรับใช้โทรศัพท์มือถือ (โทรคุย และอื่นๆ) ๒.๒๙ ชั่วโมงต่อวัน และในวันเสาร์อาทิตย์ มีการเปิดรับ ๒.๓๖ ชั่วโมงต่อวัน

การทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบระหว่างนักเรียนที่มีการระดับการศึกษาที่ต่างกัน (ประถม – มัธยม – ม.ปลาย) พบว่ากลุ่มมัธยมปลายจะมีระดับของ การเปิดรับสื่อใหม่สูงกว่า ระดับมัธยมต้นและประถมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ ในประเด็นของ เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook การเข้าเว็บไซต์ทั่วไปใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google การใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line การใช้โทรศัพท์มือถือ (โทรคุย และอื่นๆ)

เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณมาก และมีปริมาณการใช้น้อย มีการเปิดรับสื่อใหม่ประเภท พบว่า นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่มาก (มากกว่า ๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีการเปิดรับการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ จากกลุ่มที่ใช้น้อยกว่า ในเกือบทุกประเด็น ได้แก่ เข้าเว็บไซต์ทั่วไป เข้าเว็บไซต์สื่อสังคม เช่น Facebook ใช้อีเมล (E-mail) ใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล เช่น Google ใช้โปรแกรมสนทนา เช่น Line เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่านแอปต่างๆ ใช้แท็บเล็ต ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ใช้โน้ตบุ๊ก

ส่วนประเด็นที่ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่าง นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่าง ได้แก่ การใช้โทรศัพท์มือถือ (โทรคุย และอื่นๆ)

(๓) แรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อใหม่ โดยมีแรงจูงใจสูงที่สุด คือ เป็นกิจวัตร เป็นนิสัยของฉันทัน และ ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ เสมอๆ รองลงมาคือ ฉันทชอบใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊กไลน์ ยูทูป ูเกิ้ล ทำให้มีความสดชื่นสนุกสนาน ช่วยให้ฉันทราบข้อมูลเกี่ยวกับคนอื่นๆ ฉันทใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ตอนที่ฉันทไม่มีอะไรดีกว่านี้จะทำและ ช่วยให้คนอื่นๆ รู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวฉันท มีระดับแรงจูงใจปานกลาง คือ ฉันทใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่ สิ่งที่ฉันทเผยแพร่ในสื่อสังคม สร้างความเป็นตัวตนของฉันท (ภาพลักษณ์) และ ช่วยให้คนอื่นๆ รู้จักฉันทว่าฉันทเป็นคนยังไง (รับรู้ภาพลักษณ์)

การทดสอบสมมติฐาน

เมื่อทำการเปรียบเทียบระหว่างนักเรียนที่มีการระดับการศึกษาที่ต่างกัน (ประถม – มัธยม – ม.ปลาย) พบว่ากลุ่มมัธยมต้นและปลายจะมีระดับของแรงจูงใจ การใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม สูงกว่า ระดับ ประถม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕

นอกจากนี้ พบว่านักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่าง มีระดับการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยนักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่มาก (มากกว่า ๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จากกลุ่มที่ใช้ น้อยกว่า ในเกือบทุกประเด็น ได้แก่ ทำให้มีความสดชื่นสนุกสนาน ฉันชอบใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ยูทูป ภูเก็ต ช่วยให้คนอื่น ๆ รู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวฉัน ช่วยให้คนอื่น ๆ รู้จักฉันด้วยว่าฉันเป็นคนยังไง (รับรู้ภาพลักษณ์) สิ่งที่คุณเผยแพร่ในสื่อสังคม สร้างความเป็นตัวตนของฉัน (ภาพลักษณ์) ฉันใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ตอนที่ฉันไม่มีอะไรดีกว่านี้จะทำ ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม

ส่วนประเด็นที่ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่าง นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่าง ได้แก่ ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ เสมอๆ เป็นกิจวัตร เป็นนิสัยของฉัน ช่วยให้ฉันรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคนอื่นๆ

(๓) พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

กิจกรรมที่ทำในสื่อใหม่ ในระดับมาก ได้แก่ ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์ ค้นหาเพลง ค้นหาข้อมูลสำหรับทำการบ้าน แชทกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน เล่นเกมส์ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรก และสิ่งที่ตนสนใจ

กิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่ ในระดับปานกลาง ได้แก่ เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้นเกี่ยวกับการเรียน เพื่อติดต่อกับกลุ่มต่างๆ เพื่อชมภาพวิดีโอ และผลงานต่างๆของเพื่อน เพื่อการนัดหมายและการพบปะสังสรรค์

กิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่ ในระดับน้อย ได้แก่ ติดตามข่าวดารานักร้อง ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์เพื่อดูว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่ ติดตามข่าวการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ รับส่งอีเมล หาเพื่อนใหม่ สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเอง และเขียนเรื่องราวต่างๆ

กิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่ น้อยที่สุด ได้แก่ เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์ เพื่ออัปโหลดวิดีโอลง ซื่อสินค้าออนไลน์ แชทกับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน ใช้เว็บแคม เพื่อติดต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ หาเพื่อนต่างประเทศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่รัก

การทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบระหว่างนักเรียนที่มีการระดับการศึกษาที่ต่างกัน (ประถม – มต้น – ม ปลาย) พบว่ากลุ่มมัธยมปลายจะมีระดับของ กิจกรรมที่ทำในสื่อใหม่สูงกว่า ระดับมัธยมต้นและประถมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในเกือบทุกกิจกรรม ได้แก่ ซื่อสินค้าออนไลน์ แชทกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน เพื่อการนัดหมายและการพบปะสังสรรค์ เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้นเกี่ยวกับการเรียน ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์ ค้นหาเพลง เพื่อติดต่อกับกลุ่ม (group) ต่างๆ ค้นหาข้อมูล

เกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่น่าสนใจ ติดตามข่าวสารการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์ เพื่อติดต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ

สำหรับกิจกรรมที่ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ ได้แก่ เล่นเกมส์ หาเพื่อนใหม่ หาเพื่อนต่างเพศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่รัก แชนท์กับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน เพื่อรู้ว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่ เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว เพื่ออัปโหลดวิดีโอลง เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์ เพื่อชมภาพวิดีโอ และผลงานต่างๆของเพื่อน ค้นหาข้อมูลสำหรับทำกรบ้าน ติดตามข่าวดารา/นักร้อง สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเองและเขียนเรื่องราวต่างๆ ใช้เว็บแคม รับส่งอีเมลล์

เมื่อทำการทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบกิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคมระหว่าง กลุ่มนักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในระดับแตกต่างกัน พบว่านักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณมาก(มากกว่า ๓๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีกิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกันกับกลุ่มที่มีการใช้ปริมาณน้อย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ โดยนักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่มาก จะมีการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม จากกลุ่มที่ใช้น้อยกว่า ในเกือบทุกประเด็น ดังนี้ เล่นเกมส์ ซื้อสินค้าออนไลน์ หาเพื่อนใหม่ หาเพื่อนต่างเพศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่รัก แชนท์กับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน แชนท์กับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน เพื่อรู้ว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่ เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว เพื่ออัปโหลดวิดีโอลง เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์ เพื่อชมภาพวิดีโอ และผลงานต่างๆของเพื่อน เพื่อการนัดหมาย และการพบปะสังสรรค์ เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้นเกี่ยวกับการเรียน ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์ ค้นหาเพลง เพื่อติดต่อกับกลุ่ม (group) ต่างๆ ติดตามข่าวดารา/นักร้อง ติดตามข่าวการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเองและเขียนเรื่องราวต่างๆ ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์ ใช้เว็บแคม รับส่งอีเมลล์ เพื่อติดต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ

กระนั้นก็ตาม มี ๒ ประเด็น ที่ไม่พบความแตกต่างกันระหว่าง นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่างกัน ได้แก่ การค้นหาข้อมูลสำหรับทำกรบ้าน ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่น่าสนใจ

(๔) พฤติกรรมเนิ่ง (Sedentary Behavior) จากการใช้สื่อใหม่

พฤติกรรมเนิ่งจากระยะเวลาในการใช้สื่อใหม่และสื่อสังคม

ระดับการใช้สื่อใหม่มาก อันดับที่ ๑ คือ Smartphone มือถือ ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๘๗.๔๖ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๑๐๐.๕๖ นาที อันดับที่ ๒ คือ Website เข้าเว็บ ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๖๓.๓๐ นาที ทำต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๗๑.๐๖ นาที อันดับที่ ๓ Search Engine ูกูเกิ้ล ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๖๒.๗๒ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นต่อเนื่อง ๗๐.๓๖ นาที ระดับการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ปานกลาง คือ เฟซบุ๊ก ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๖๖.๙๕ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๕๗.๙๖ นาที

ระดับการใช้สื่อใหม่น้อย อันดับที่ ๑ Tablet แท็บเล็ต ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๔๒.๗๓ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๕๒.๘๐ นาที อันดับที่ ๒ คือ อินสตราแกรม ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๓๘.๒๘ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๓๘.๒๑ นาที อันดับที่ ๓ Email อีเมลล์ ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๒๔.๕๐ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๒๖.๑๒ นาที

ระดับการใช้สื่อใหม่น้อยที่สุด อันดับที่ ๑ คือ ทวิตเตอร์ ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๓๑.๔๙ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๒๙.๕๗ นาที อันดับที่ ๒ คือ วิชแชท ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย ๑๒.๖๑ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๑๓.๘๔ นาที อันดับที่ ๓ คือ Social Cam ใช้ต่อเนื่องกัน ๙.๐๙ นาที ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นนานสุด ๗.๓๕ นาที

กิจกรรมแนบอื่นๆ

การมีพฤติกรรมแนบอันดับที่ ๑ คือ การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน ในแต่ละสัปดาห์ทำ ๔.๘๒ วัน โดยวันจันทร์ถึงวันศุกร์เฉลี่ยทำวันละ ๖.๓๘ ชั่วโมง และ วันหยุด วันเสาร์-วันอาทิตย์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๑๘ ชั่วโมง อันดับที่ ๒ คือ การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน ในแต่ละสัปดาห์ทำ ๔.๗๑ วัน โดยวันจันทร์ถึงวันศุกร์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๙๒ ชั่วโมง และวันหยุด วันเสาร์ถึงอาทิตย์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๘๙ ชั่วโมง อันดับที่ ๓ คือ กิจกรรมในร่มเช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ ในแต่ละสัปดาห์ ๓.๑๗ วัน โดยวันจันทร์ถึงวันศุกร์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๐๓ ชั่วโมง และวันหยุด วันเสาร์วันอาทิตย์เฉลี่ยทำวันละ ๑.๓๑ ชั่วโมง

การทดสอบสมมติฐาน เมื่อทำการทดสอบเปรียบเทียบ นักเรียน (ประถม – ม ต้น – ม ปลาย) ระดับที่แตกต่างกันจะมี พฤติกรรมการแนบ ที่แตกต่างกัน ไม่พบว่านักเรียนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมี พฤติกรรมการแนบที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ อาทิ การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน การนั่งเรียนพิเศษ การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน การเรียนกิจกรรมเสริมทางกีฬา การทำงานบ้าน ช่วยกิจการครอบครัว เช่น ช่วยขายของ กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ กิจกรรมในร่ม เช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์ การเล่นเกมผ่านเครื่องเกมที่ไม้ออนไลน์ ไปเที่ยวต่างสถานที่/ต่างจังหวัด การเดินเที่ยวห้าง/กินอาหาร/ดูหนัง การไปวัด/ไปทำบุญ

ยกเว้นประเด็นของการจับ การนอนกลางวัน และ การเรียนกิจกรรมเสริมทางศิลปะ/ดนตรี เท่านั้น โดย กลุ่มนักเรียนมัธยมต้นมีระดับการจับกลางวันมากกว่ากลุ่มอื่นๆที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕

เมื่อทำการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พบว่านักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่แตกต่าง ระดับการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ๐.๐๕ โดยที่กลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมปลาย และ มัธยมต้น จะมีการกิจกรรมที่ใช้สูงกว่า ระดับชั้นประถม ในเกือบทุกประเด็น ดังนี้ การนั่งในห้องเรียนในโรงเรียน การอ่านหนังสือทบทวน/ทำการบ้าน การเรียนกิจกรรมเสริมทางกีฬา การทำงานบ้าน กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ กิจกรรมในร่ม เช่น เล่นกับสัตว์เลี้ยง ต่อเลโก้ เลี้ยงน้อง/ไหว้พระ/สวดมนต์

การเล่นเกมส์ผ่านเครื่องเกมส์ที่ไม่ออนไลน์ ไปเที่ยวต่างสถานที่/ต่างจังหวัด การเดินเที่ยวห้าง/กินอาหาร/ดูหนัง การนอนกลางวัน/การงีบ

กระนั้นก็ตาม มี ๓ ประเด็น ที่ไม่พบความแตกต่างกันระหว่าง นักเรียนที่มีการใช้สื่อใหม่ในปริมาณที่ แตกต่างกันได้แก่ การนั่งเรียนตัวพิเศษ การเรียนกิจกรรมเสริมทางศิลปะ/ดนตรี ช่วยกิจการครอบครัว เช่น ช่วย ขยายของ การไปวัด/ไปทำบุญ

การนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพแบ่งเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาและนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษา เนื่องจากผลการวิจัยไม่พบความแตกต่างระหว่างนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและ ตอนปลาย

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มนักเรียนระดับประถมศึกษา พบว่า ผู้ปกครองอนุญาตให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่กำลังศึกษาในระดับประถมศึกษาทุกคนเข้าถึงเทคโนโลยีได้และเกือบทุกคนมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโมบาย เทคโนโลยีเป็นของตนเอง นักเรียนระดับประถมศึกษาที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีการปฏิบัติกิจกรรมประจำวันที นอกเหนือจากการเรียนหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการที่ได้เคลื่อนไหวตนเอง เช่น การ เล่นกีฬา การเลี้ยงสัตว์ การปลูกต้นไม้ และการประดิษฐ์สิ่งของ และการปฏิบัติกิจกรรมประจำวันที่ไม่ได้ เคลื่อนไหวได้แก่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อใหม่ โดยเปิดรับสื่อใหม่และสื่อสังคมเพื่อประโยชน์ในการ ค้นหาข้อมูลและเพื่อความบันเทิง ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มนักเรียนประถมศึกษาไม่ได้แสดงพฤติกรรม แนนิงจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมสื่อใหม่เป็นระยะเวลาานาน หากแต่ยังปฏิบัติกิจกรรมอื่นๆ ที่มี การเคลื่อนไหวร่างกาย

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า ทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นเจ้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนใหญ่แล้วปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันหลังจากเสร็จสิ้นจากการเรียน ด้วยการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อใหม่และสื่อสังคม และทั้งหมดใช้เวลาก่อนนอนเพื่อการเปิดรับสื่อใหม่และสื่อ สังคม สำหรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความสำคัญมากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือมากที่สุดและ คอมพิวเตอร์ โดยใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย เช่น ความบันเทิง การติดต่อสื่อสารและการหาข้อมูลเพื่อการ เรียนและนอกเหนือจากการเรียน ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) เป็นสื่อสังคมที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้มากที่สุด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้เวลาอยู่กับเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อใหม่และสื่อ สังคมโดยเฉลี่ยประมาณ ๑๐ ชั่วโมงต่อวัน อย่างไรก็ตามหากขาดเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อใหม่จะอยู่ในภาวะ ความเครียดและเบื่อแต่สามารถหากิจกรรมอื่นทดแทนได้

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นที่ศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาเปิดรับสื่อใหม่ประเภทไลน์และเฟซบุ๊กผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) มากที่สุดและเมื่อเปรียบเทียบระหว่างระดับชั้นที่กำลังศึกษา พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาเปิดรับสื่อใหม่สูงกว่านักเรียนระดับประถมศึกษา โดยกิจกรรมที่ทำในสื่อใหม่มากที่สุดมีความสอดคล้องกันระหว่างผลการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพคือ การค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์ ค้นหาเพลง ค้นหาข้อมูลสำหรับทำการบ้าน แชนทกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน เล่นเกมส์ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเสกสรร สายสีสด (๒๕๕๖) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือและโน้ตบุคเพื่อเข้าเฟซบุ๊กและยูทูปมากที่สุดเพื่อการสนทนาและค้นคว้าข้อมูลและความรู้เพื่อประกอบการเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มลพรรณ อากาศ, สาวิตรี ชีวะสารณ์ และชาญ เดชอัครวง (๒๕๕๔) กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อใหม่เพื่อประโยชน์ในความบันเทิงและสนุกสนาน การสนทนา ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสารเรื่องเพื่อนและเรื่องทั่วไป และการใช้เวลาว่าง

เมื่อพิจารณาถึงการมีพฤติกรรมเนิ่งจากการใช้สื่อใหม่ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อใหม่ประมาณ ๑๐ ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายสื่อจากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักเรียนใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) อินเทอร์เน็ต และเฟซบุ๊ก ติดต่อกันโดยเฉลี่ยเกือบชั่วโมงครึ่งและใช้ต่อเนื่องโดยไม่ทำอย่างอื่นนานที่สุดถึงเกือบสองชั่วโมง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อใหม่ติดต่อกันเกินสองชั่วโมง ถือว่าเป็นพฤติกรรมเนิ่งซึ่งสอดคล้องกับที่เครือข่ายงานวิจัยด้านพฤติกรรมเนิ่งให้คำนิยามไว้ว่าคือ พฤติกรรมต่างๆ ในขณะที่นั่งหรือเอนกายที่กระทำในช่วงตื่นนอนที่ใช้พลังงานน้อยกว่า ๑.๕ Mets (หน่วยบอกจำนวนเท่าของการใช้พลังงานในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง) (Sedentary Behaviour Research Network, ๒๐๑๒น. ๕๔๐) ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะก่อให้เกิดปัญหาโรคอ้วนได้ (Parker & Vinson, ๒๐๑๓) จึงมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่ต้องหาทางแก้ไขปัญหา โดยรัฐบาลประเทศออสเตรเลียและแคนาดา ตีพิมพ์แนวทางในการใช้เวลาของเด็กและเยาวชน ด้วยการแนะนำให้เด็กและเยาวชนใช้เวลากับสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับการบันเทิง เช่น คอมพิวเตอร์ เกมส์ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ ไม่เกิน ๒ ชั่วโมง และกระตุ้นให้ทำกิจกรรมอื่นๆ เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางสมอง เช่น การพูด การเล่น การร้องเพลงและการอ่านหนังสือ (Smith & Biddle, ๒๐๐๘)

อย่างไรก็ดีเมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยเชิงสำรวจและเชิงคุณภาพมีความขัดแย้งกัน โดยผลการวิจัยเชิงสำรวจพบว่านักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายมีพฤติกรรมเนิ่งเหมือนกัน ในขณะที่ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า เมื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมเนิ่งระหว่างกลุ่มเด็กที่กำลังศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษาแล้วพบว่า นักเรียนทั้งสองกลุ่มมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันในประเด็นเรื่องการปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน โดยกลุ่มนักเรียนระดับประถมศึกษาส่วนมากปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันหลากหลายรูปแบบที่มีการเคลื่อนไหวร่างกายมากกว่าและใช้เทคโนโลยีน้อยกว่า อาจเป็นเพราะยังอยู่ในวัยเด็กและผู้ปกครองควบคุมเรื่องการเข้าถึงเทคโนโลยีและยังต้องใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีของผู้ปกครองหรือใช้ร่วมกับคนในครอบครัว เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่มีอายุมากกว่า

ผู้ปกครองจึงจัดหาและอนุญาตให้ครอบครองอุปกรณ์เทคโนโลยีจึงมีโอกาสมากกว่าในการเข้าถึงและใช้เวลากับเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อใหม่ที่ทำให้เคลื่อนไหวร่างกายน้อยกว่า

เนื่องจากปัจจุบันมีรายงานที่ตีพิมพ์เกี่ยวกับแนวทางในการปฏิบัติพฤติกรรมนั่งสำหรับเยาวชนเพียงจำนวนน้อยโดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมนั่งจากการใช้สื่อใหม่ งานวิจัยชิ้นนี้จึงให้ข้อค้นพบสำคัญที่แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นอายุระหว่าง ๑๐-๑๙ ปี มีพฤติกรรมนั่งที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่และมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกำหนดนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยงานวิจัยชิ้นนี้สรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่พัฒนาจากข้อค้นพบของงานวิจัยตามที่รายงานต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กระทรวงศึกษาธิการควรกำหนดนโยบายที่ผลักดันให้โรงเรียนส่งเสริมให้กลุ่มเด็กและเยาวชนที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการประเภทที่กระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวของร่างกายและการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ได้แก่ การเล่นกีฬา การออกกำลังกาย และการเลี้ยงสัตว์ ซึ่งอาจทำได้ด้วยการปรับเปลี่ยนหลักสูตรให้เน้นรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการ เช่น วิชาการเรียนรู้อิสระ วิชาโครงงาน วิชาพลศึกษา เพื่อที่จะเบี่ยงเบนความสนใจจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อใหม่
2. อย่างไรก็ตาม หากไม่สามารถจำกัดเวลาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อใหม่ในกลุ่มวัยรุ่นได้ ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมให้กลุ่มเด็กและเยาวชนที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาใช้สื่อใหม่เพื่อประกอบการเรียน และประกอบกิจกรรมด้านอื่นๆ นอกเหนือจากข้อมูลด้านความบันเทิง เช่น การเลี้ยงสัตว์ การค้นหาความรู้รอบตัว ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่อย่างแท้จริง
3. จากพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใหม่ และการใช้สื่อใหม่ซึ่งเป็นกิจวัตรของกลุ่มวัยรุ่นมากกว่า การเปิดรับสื่อมวลชนในแบบดั้งเดิม คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือวิทยุ ร่วมกับแนวโน้มในการปรับตัวของรูปแบบ(Platform) ช่องทางในการสื่อสารของสื่อมวลชนในแบบดั้งเดิม คือ เครื่องรับโทรทัศน์ กระดาษหนังสือพิมพ์ หรือเครื่องรับวิทยุให้อยู่ในระบบดิจิทัล ให้เป็นระบบดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงผ่านรูปแบบ (Platform) ของสื่อใหม่ เช่น ผ่านมือถือ แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ค จึงควรให้มีการส่งเสริม หรือใช้กลยุทธ์ Multi-screen เพื่อให้กลุ่มวัยรุ่นมีช่องทางในการเข้าถึง หรือ สามารถค้นหา (search) ข้อมูล ค้นหาข้อมูล รายการโทรทัศน์ รวมทั้งรายการข่าว และอื่นๆที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวัยรุ่น ได้ง่ายในระบบสื่อใหม่ด้วย เช่น การพัฒนา Application รายการสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็ก เป็นต้น
4. ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรมีกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อใหม่ (New Media Literacy) และความคล่องในสื่อ (Digital Fluency) ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญในการเรียนรู้ของคนในยุคศตวรรษที่ ๒๑ ควรเป็นทักษะพื้นฐานของกลุ่มเด็กและเยาวชน โดยทักษะดังกล่าวจะช่วยให้กลุ่มเด็กและเยาวชนมี

ความสามารถที่จะกำหนดความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่จำเป็นในการที่จะสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างปลอดภัย และนำไปสู่ผลกระทบในเชิงบวก โดยกระบวนการเรียนรู้ดังกล่าวควรได้รับการพัฒนาทั้งในบริบทของสื่อต่างๆ สถาบันการศึกษา และสถาบันครอบครัวอย่างรอบด้าน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงการต่างประเทศ. (มมป). อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก. กรุงเทพมหานคร.

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (๒๕๕๔). การกระทำความผิดของเด็กและเยาวชน. จดหมายข่าว, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๓/กรกฎาคม

กุลนารี เสือโรจน์. (๒๕๕๖). พฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะ บนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก วารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์” ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๓ กันยายน - ธันวาคม ๒๕๕๖.

เกศรา ชั่งขวลิต. (๒๕๕๔). การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

คณะกรรมการส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ. (๒๕๕๕). แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙. กรุงเทพมหานคร.

จิตราภรณ์ วันสพงค์. (๒๕๕๖). รายงานการพัฒนาเด็กและเยาวชนประจำปี ๒๕๕๔. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และคณะกรรมการจัดทำรายงานการพัฒนาเด็กและเยาวชนในคณะกรรมการส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ.

ณัฐริรา พุทธิอวาท. (๒๕๕๖). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเว็บไซต์ "Sex Must Say" ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์เยาวชน

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (๒๕๔๒). กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.

พัชราพรรณ กฤษญาจินดารุ่ง, กรกมล จิ่งสำราญ, มณีนรัตน์ กรุงแสนเมือง, & วีระพงษ์ อุ่เจริญ. (๒๕๕๖). บทวิเคราะห์และข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแผนการจัดการประสบการณ์ปฐมวัยเพื่อบรรจุลงในคอมพิวเตอร์แบบพกพา (แท็บเล็ต) สำหรับเด็กปฐมวัย (๓-๕ ปี) ครู ผู้ดูแลเด็ก และพ่อแม่ ผู้ปกครอง. กรุงเทพมหานคร: กลุ่มพัฒนามาตรฐานการศึกษาและการเรียนรู้

ฤดีพร ผ่องสุภาพ. (๒๕๕๑). การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

วิมลพรรณ อากาเวท, สาวิตรี ชีวะสาธน์, & ชาญ เดชอัศวิน. (๒๕๕๔). พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. กรุงเทพมหานคร: คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

คັນสนีย์ เลี้ยงพานิชย์. (๒๐๑๒). การศึกษาผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจจากการใช้เว็บเครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาชั้นปีที่ ๓ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์. วารสารวิจัย มข., ๑๗ (๑), ๑๔๒-๑๕๒.

สุริยเดว ทรีปาตี. (มปป.). พัฒนาการและการปรับตัวในวัยรุ่น Retrieved ๒๕, ๒๐๑๔, from

<http://www.nicfd.cf.mahidol.ac.th/th/images/documents/๓.pdf>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), (๒๕๕๖) รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี ๒๕๕๖ กรุงเทพมหานคร

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ. (มปป). เด็ก. กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (๒๕๕๑) รายงานผลการสำรวจเด็กและเยาวชนปี ๒๕๕๑. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักมาตรฐานการศึกษาและพัฒนารการเรียนรู้

สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (๒๕๕๑). สถิติ ๒๕๕๑ กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร.

เสกสรร สายลีสด. (๒๕๕๖). พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตใหม่เสริมการเรียนรู้ของนักศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. วารสารปัญญาภิวัฒน์, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒(ประจำเดือนมกราคม - มิถุนายน), ๗๒-๙๑.

ภาษาต่างประเทศ

Kanda Runnapongsa Saikaw, Wit Krutkam, & Arnut Chaosakul. (๒๕๕๓). Using Twitter as Learning and Teaching Tools . *Journal of learning and teaching innovation*, ๗(๑), ๑-๘.

Shimp, T. A. (๒๐๐๗). *Integrated marketing communications in advertising and promotion* (๗th ed.). China: Thomson South-Western.

Wertime, K. & Fenwick, I. (๒๐๐๘). *DigiMarketing: The essential guide to new media & digital marketing*. Singapore: John Wiley.

DeFleur, M. L. (๒๐๑๐). *Mass communication theories: Explaining origins, processes, and effects*: Allyn & Bacon.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (๑๙๗๔). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp. ๑๙-๓๒). Beverly Hills CA: Sage.

McQuail, D. (๑๙๙๗). *Audience Analysis*. California: Sage Publications, Inc.

Ogden, J. (๒๐๑๒). *Health Psychology: A Textbook: A textbook*: McGraw-Hill International.

Parker, A., & Vinson, D. (2008). *Youth Sport, Physical Activity and Play: Policy, Intervention and Participation* (Vol. 16): Routledge.

Rubin, A. M. (2008). *Uses and Gratifications Perspective on Media Effects*. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*. New York: Routledge.

Sedentary Behaviour Research Network. (2012). *Standardized use of the terms “sedentary” and “sedentary behaviours*. *Applied Physiology, Nutrition, and Metabolism*, 38, 562-568.

Smith, A. L., & Biddle, S. (2008). *Youth physical activity and sedentary behavior: challenges and solutions: Human Kinetics*.

Soos, I., Biddle, S., Boros-Balint, I., Sandor, I., Szabo, P., Hamar, P., & Simonek, J. (2012). *Prevalence of sedentary behaviour in young people in Romania and Slovakia*. *European Physical Education Review*, 7(1), 1-6. doi: 10.1080/14747859.2012.704545

Verizon. (2010). *Web 2.0: Its promise and implications for consumers and business* Retrieved 25 May, 2014, from http://www.verizonenterprise.com/resources/whitepapers/wp_web-2-0-promise-and-implications_a_en_xg.pdf

ภาคผนวก

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคมของเด็ก อายุระหว่าง ๑๐-๑๘ ปี

(สำหรับนำเสนอต่อ สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน และเพื่อประโยชน์ทางวิชาการการศึกษาเท่านั้น)

ตอนที่ ๑ คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ตอบคำถามที่ตรงกับตัวของนักเรียน

- ๑ เพศ ๑. หญิง ๒. ชาย
- ๒.อายุ ปี
๓. นักเรียนกำลังเรียนอยู่ชั้นอะไร ๑. ประถมชั้นปีที่ ๒. มัธยมชั้นปีที่.....
๔. ค่าขนม ๑. วันละ บาท ๒. สัปดาห์ละ บาท ๓. เดือนละ บาท
๕. หากนักเรียนใช้ไม่พอสามารถขอค่าขนมเพิ่มได้หรือไม่ ๑. ได้ ๒. ไม่ได้
๖. นักเรียนใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมต่างๆ เช่น เข้าเว็บ กูเกิ้ล MSN เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป มานานขนาดไหน
๑. ไม่เกิน ๑ ปี ๒. ไม่เกิน ๒ ปี ๓. ไม่เกิน ๓ ปี
๔. ไม่เกิน ๔ ปี ๕. ไม่เกิน ๕ ปี ๖. ๕ ปีขึ้นไป

ตอนที่ ๒ คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม เช่น เว็บ เฟซบุ๊ก ไลน์ (ทำเครื่องหมาย ✓ ใช่อง)

การใช้สื่อใหม่ สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป กูเกิ้ล	มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปาน กลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อย ที่สุด (๑)
1. ทำให้ มีความสดชื่นสนุกสนาน					
2. ฉันชอบใช้ สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป กูเกิ้ล					
3. ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆเสมอๆ					
4. เป็นกิจวัตร เป็นนิสัยของฉัน					
5. ช่วยให้ฉันรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคนอื่นๆ					
6. ช่วยให้คนอื่นๆรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวฉัน					
7. ช่วยให้คนอื่นๆ รู้จักนิสัยว่าฉันเป็นคนยังไง (รับรู้ภาพลักษณ์)					
8. สิ่งที่ฉันเผยแพร่ในสื่อสังคม สร้างความเป็นตัวตนของฉัน (ภาพลักษณ์)					
9. ฉันใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม ตอนที่ฉันไม่มีอะไรดีกว่านี้จะทำ					
10. ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม					

กิจกรรม	ในแต่ละ สัปดาห์ ทำกี่ วัน (ตอบ ๐ - ๗ วัน)	วันจันทร์-ศุกร์					วันหยุด เสาร์-อาทิตย์				
		เฉลี่ยทำวันละ กี่ชั่วโมง (ตอบ ๐ - ๒๔)	ทำตอนไหนบ้าง (✓)				เฉลี่ยทำวัน ละกี่ชั่วโมง (๐ - ๒๔)	ทำตอนไหนบ้าง (✓)			
			ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐	๑๒.๐๐ - ๑๘.๐๐	๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐	ก่อน นอน		ตื่น - ก่อน ๑๒.๐๐	๑๒.๐๐ - ๑๘.๐๐	๑๘.๐๐ - ๒๑.๐๐	ก่อน นอน
๓๐. การนอนกลางวัน / การงีบ											
๓๑. การนอนหลับพักผ่อนกลางคืน	-	เข้านอนตอน น. ตื่นนอนตอน น.					เข้านอนตอน น. ตื่นนอนตอน น.				

ตอนที่ ๔ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่และสื่อสังคม

นักเรียนคิดว่าตนเองใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคมแต่ละประเภทในระดับใด เมื่อเทียบกับเพื่อนๆรุ่นเดียวกัน

สื่อสังคม	ระดับการใช้						ใช้ต่อเนื่องกันเฉลี่ย กี่นาที/กี่ชั่วโมง	ใช้ต่อเนื่องไม่ทำอย่างอื่นฯ นานสุดกี่ชั่วโมง
	มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)	ไม่เคยใช้เลย		
๔.๑ Website เข้าเว็บ								
๔.๒ Email อีเมลล์								
๔.๓ Youtube ยูทูป								
๔.๔ Search Engine กูเกิ้ล								
๔.๕ Smartphone มือถือ								
๔.๖ Tablet แท็บเล็ต								
๔.๗ เฟซบุ๊ก								
๔.๘ อินสตาแกรม								
๔.๙ ไลน์								
๔.๑๐ วิแชท								
๔.๑๑ ทวิตเตอร์								
๔.๑๒ Social Cam								
๔.๑๓ Linkedin								
๔.๑๔ Pinterest								
๔.๑๕ อื่นๆ ระบุ.....								

๕. ให้นักเรียนระบุกิจกรรมที่ใช้สื่อใหม่ และสื่อสังคม

	มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)	ไม่เคยใช้เลย
๕.๑ เล่นเกมส์						
๕.๒ ซื้อสินค้าออนไลน์						
๕.๓ หาเพื่อนใหม่						
๕.๔ หาเพื่อนต่างเพศเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบคู่วัก						
๕.๕ แชนทักกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน						

	มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปาน กลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อย ที่สุด (๑)	ไม่เคยใช้ เลย
๕.๖ แชนทักกับเพื่อนที่รู้จักออนไลน์แต่ไม่เคยพบกัน						
๕.๗ เพื่อรู้ว่าเพื่อนกำลังทำอะไรอยู่						
๕.๘ เพื่อให้เพื่อนรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่						
๕.๙ เพื่อแชร์ภาพกิจกรรม อาหารและสถานที่เที่ยว						
๕.๑๐ เพื่ออัปเดตชีวิตโอลง						
๕.๑๑ เพื่อให้ได้รับคำวิจารณ์จากเพื่อนเกี่ยวกับรูปภาพวิดีโอที่แชร์						
๕.๑๒ เพื่อชมภาพ วิดีโอ และผลงานต่างๆ ของเพื่อน						
๕.๑๓ เพื่อการนัดหมายและการพบปะสังสรรค์						
๕.๑๔ เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครูและเพื่อนร่วมชั้นเกี่ยวกับการเรียน						
๕.๑๕ ค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์						
๕.๑๖ ค้นหาเพลง						
๕.๑๗ เพื่อติดต่อกับกลุ่ม (group) ต่างๆ						
๕.๑๘ ค้นหาข้อมูลสำหรับทำการบ้าน						
๕.๑๙ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่ตนสนใจ						
๕.๒๐ ติดตามข่าวดารา/นักร้อง						
๕.๒๑ ติดตามข่าวการเมืองและสถานการณ์ทางสังคม						
๕.๒๒ สร้างเว็บไซต์ บล็อก ของตนเองและเขียนเรื่องราวต่างๆ						
๕.๒๓ ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์						
๕.๒๔ ใช้เว็บแคม						
๕.๒๕ รับส่งอีเมล						
๕.๒๖ เพื่อติดต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ						

๖.นักเรียนเปิดเผยข้อมูลใดบ้างในสื่อใหม่ และ สื่อสังคม ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง

	เฟซบุ๊ก	ไลน์	สื่อใหม่ / เว็บบทัวไป
๖.๑ ชื่อนามสกุลจริง			
๖.๒ ชื่อสมมติ			
๖.๓ วันเดือนปีเกิด			

๖.๔ รูปภาพตนเอง			
๖.๕ ชื่อโรงเรียน			
๖.๖ เบอร์โทรศัพท์			
๖.๗ อีเมลล์			
๖.๘ ที่อยู่			
๖.๙ ความสัมพันธ์ เช่น single หรือ in a relationship			
๖.๑๐ กิจกรรมต่างๆ เช่น Checkin			
๖.๑๑ ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ (แสดงสถานะ)			
๖.๑๒ ความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะต่างๆ			
๖.๑๓ ไม่เปิดเผยเลย ระบุสาเหตุ			

๗. นักเรียนมีหน้าเพจส่วนตัวที่มีการจำกัดผู้เข้าถึง Profile ของตนเองหรือไม่

๑. ใช่ ระบุ _____

๒. ไม่มี

๓. ไม่รู้

๘. นักเรียนมีเพื่อนในแอปสื่อสังคมประมาณกี่คน ถ้าไม่ทราบให้ประมาณๆ เช่น ลิบคน ร้อยคน ร้อยห้าสิบคน
 เฟซบุ๊ก คน ไลน์คน อื่นๆ คือแอป คน

๙. นักเรียนมีเพื่อนกี่คนที่แชทออนไลน์และรู้จักกันในโลกแห่งความเป็นจริง

๑. เพื่อนทุกคนที่แชทด้วยรู้จักกันในชีวิตจริง

๒. เพื่อนส่วนใหญ่ที่แชทด้วยรู้จักกันในชีวิตจริง

จริง

๓. ครึ่งหนึ่งของคนที่แชทด้วยรู้จักกันในชีวิตจริง

๔. คนทั้งหมดที่แชทด้วยไม่เคยรู้จักกันในชีวิตจริง

๕. ไม่รู้

๑๐. นักเรียนเคยได้รับการร้องขอเป็นเพื่อน (Friend request) จากคนที่เคยรู้จักหรือไม่

๑. เคย

๒. ไม่เคย

๓. ไม่รู้

๑๑. นักเรียนเคยได้รับการร้องขอเป็นเพื่อน (Friend request) จากคนที่ไม่เคยรู้จักหรือคนแปลกหน้าหรือไม่

๑. เคย

๒. ไม่เคย

๓. ไม่รู้

๑๒. ทำไมถึงรับคนแปลกหน้าเป็นเพื่อน (ให้ถามถ้าตอบว่า ใช่ ยอมรับการร้องขอเป็นเพื่อน)

๑. เพราะเขาเป็นเพื่อนของเพื่อน

๒. เพราะเขามีอายุเท่ากัน

๓. เพราะเขามีเพศเดียวกัน

๔. เพราะเขาดูดี

๕. เพราะเขาเป็นเพื่อนบ้าน

๖. เพราะเขาเรียนโรงเรียนเดียวกัน

๗. เพราะเขามีความสนใจแบบเดียวกันกับเรา

๘. จะต้องมีจำนวนเพื่อนใน list เยอะๆ

	มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)
เราจะได้คิดว่าเราเป็นอย่างนั้น (อัตลักษณ์กับตัวตน)					
10. สื่อสังคมมีข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นภัยและอันตรายอยู่มาก					
11. ถ้าจะใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตต้องเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับตัวเอง					
12. ข้อมูลที่เราพิมพ์ไป อาจทำร้ายจิตใจ ร่างกาย คนอื่น เพื่อน สังคมได้ (ควรรระวังคำพูด คำหยาบ ดูหมิ่น คำคนอื่น)					
13. การแชต การคุย การเอารูป เพลง ข้อมูลคนอื่นมาใช้ หรือแบ่งปัน บอกต่อ อาจผิดกฎหมายได้					

** จบแบบสอบถาม**

😊😊 ขอขอบคุณค่ะ 😊😊

(ร่าง) คำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก/สัมภาษณ์กลุ่ม

- รูปแบบการดำเนินชีวิต และกิจกรรมต่างๆเป็นอย่างไร
 - กิจกรรมใดเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในชีวิตประจำวัน
 - ในช่วงวันธรรมดา เปรียบเทียบกับวันหยุด มีการใช้ชีวิตเหมือนกันอย่างไร
 - ในช่วงวันธรรมดา เปรียบเทียบกับวันหยุด มีการใช้ชีวิตต่างกันอย่างไร
- การเป็นเจ้าของนวัตกรรมสื่อใหม่ มีอะไรบ้าง
 - มีสื่อใหม่อะไรที่เป็นเจ้าของบ้าง
 - ได้มาอย่างไร
 - ค่าใช้จ่าย
 - ใช้ทำอะไร
 - ขึ้นไหนสำคัญที่สุด เพราะว่าอะไร

3. การเปิดรับสื่อใหม่ มีอะไรบ้าง

- ในแต่ละวันใช้สื่อแต่สื่อมากน้อยเพียงไร
- ใช้สื่อเพื่ออะไร
- การมีเพื่อนในสื่อสังคมจำนวนมากน้อย – เป็นใคร – เลือกเปิดรับอย่างไร

4. มีความคิดเห็นอย่างไรต่อพฤติกรรมการใช้สื่อของเด็ก

- พฤติกรรมการใช้สื่อของเด็กในคลิปนั้น เหมือนหรือต่างจากตัวเอง
- สื่อใหม่เป็นประโยชน์ ต่อการใช้ชีวิต หรือทำกิจกรรมต่างๆอย่างไร
- สื่อใหม่ขัดขวางการใช้ชีวิต หรือทำกิจกรรมต่างๆอย่างไร
- ผู้ปกครอง/ครูควรตั้งเตือนหรือว่ากล่าวพฤติกรรมของเด็กในคลิปหรือไม่ ควรจะพูดอย่างไร

5. ข้อเสนอแนะอื่นๆต่อการใช้อสื่อของเด็ก

- สิ่งที่ตัวเองคิดว่าจะทำ
- สิ่งที่ยากบอกเพื่อนเด็กๆ
- สิ่งที่ต้องการให้ผู้ใหญ่ช่วยส่งเสริม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ
การศึกษา	นศ.ด. (การสื่อสาร), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๕ M. Ed. (Curriculum and Instruction), Assumption University, ๒๐๐๘ นศ.ม. (การโฆษณา), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐ นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) (เกียรตินิยม), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๘

ผลงานทางวิชาการ :

- บุหงา ชัยสุวรรณ และคณะ โครงการวิจัยเรื่อง นโยบายและทิศทางการมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (อยู่ระหว่างการวิจัย)
- บุหงา ชัยสุวรรณ สถานภาพและแนวโน้มงานวิจัยวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ ที่เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดในประเทศไทย (อยู่ระหว่างการวิจัย)
- บุหงา ชัยสุวรรณ (๒๕๕๕) ผลการตรวจพิจารณาภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์โดยคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์พ.ศ.๒๕๕๕ (อยู่ระหว่างการวิจัย)
- วนิตา แสงสารพันธ์ และบุหงา ชัยสุวรรณ (๒๕๕๔) ขอบเขตการใช้เสรีภาพของสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารภายใต้บทบัญญัติของกฎหมาย ได้รับทุนและเสนอต่อ สำนักงานกิจการยุติธรรม กระทรวงยุติธรรม
- Bu-nga Chaisuwan (๒๐๑๑) *Students' opinions towards their public relations education and their career choices. Funded by Assumption University*
- Bu-nga Chaisuwan (๒๐๑๐) *"Students' opinions towards their public relations education and their career choices"* Funded by Assumption University.
- Bu-nga Chaisuwan (๒๐๐๙) *"A study of public relations knowledge and skills from public relations curriculum, academicians' view and professionals' view."* Funded by Assumption University ๒๐๐๙.
- Bu-nga Chaisuwan (๒๐๐๙) *"A study of the guideline to assess the instructor's performances for annual evaluation based on the nine's KPIs of quality assurance"*

perspective” Presented in The ๒๓rd Inter-University Conference by The Association of Southeast Asian Institutions of Higher Learning - ASAIHL under the theme “Quality Assurance in Higher Education” on ๔ September ๒๐๐๙ at Payab University, Chiang Mai.

- บุหงา ชัยสุวรรณ (๒๕๕๒) “การวิจัยภาพลักษณ์ และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุ ที่จัดโดยสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พุทธศักราช ๒๕๕๒” ได้รับทุนสนับสนุนจากสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุหงา ชัยสุวรรณ (๒๕๕๑) “การวิจัยเพื่อประเมินคุณภาพของรายการวิทยุ ที่จัดโดยสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พุทธศักราช ๒๕๕๑” ได้รับทุนสนับสนุนจากสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุหงา ชัยสุวรรณ (๒๕๕๑) การวิจัย เรื่อง “การวิจัยเพื่อประเมินคุณภาพสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พุทธศักราช ๒๕๕๑” ได้รับทุนสนับสนุนจากสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุหงา ชัยสุวรรณ (๒๕๕๑) การวิจัย เรื่อง “เกณฑ์ปกติของแบบทดสอบวัดจริยธรรมของนักโฆษณา จากกลุ่ม ประชาชน” (People Norm for Advertising Practitioners Ethic Measuring Scale - APEMS) (๒๕๕๑)
- บุหงา ชัยสุวรรณ (๒๕๕๐) การวิจัย เรื่อง “สถานภาพทางจริยธรรมของนักโฆษณา และการพัฒนาเกณฑ์การวัด” (The Status of Advertising Practitioners Ethics in Thailand and a Scale Development) ได้รับทุนสนับสนุนจากมูลนิธิดำรงชัยธรรม บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) (๒๕๔๗-๒๕๕๐)
- บุหงา ชัยสุวรรณ (๒๕๔๙) การวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าที่เป็นประเด็นโต้แย้ง: การศึกษาเบื้องต้นจากกลุ่มนักศึกษา นำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ จัดโดยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (๒๕๔๙)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร
การศึกษา	Ph.D., Media, Music and Cultural Studies, Macquarie University, Sydney, Australia, ๒๐๑๒ M.A., International Communication, Macquarie University, Sydney, Australia, ๒๐๐๗ M.A., Development Communication, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand, ๒๐๐๒ B.B.A., Finance, the University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok, Thailand, ๑๙๙๙

ผลงานทางวิชาการ :

- Prajaknate, P. (๒๐๑๔). *Communication and Innovation: Expanding the Explanatory Power of Communication Theories and Concepts from “Real World Setting” to “Virtual Setting”*. *Journal of Communication and Innovation NIDA*, ๑ (๑), ๓๖-๕๒. (In Thai)
- Sutthivoraset, J., Cheyjunya, P., Chaisuwan, B., Prajaknate, P., Noomthong, K., & Manmai, K. (๒๐๑๔). *Communication for Sustainable Development to Promote Tourist Activities of Floating Market along the River Banks of Central Region*. *Journal of Communication and Innovation NIDA*, ๑(๑), ๑๐๑-๑๓๓. (In Thai)
- Prajaknate, P. (๒๐๑๔). *Communication Strategies at the Provincial Level: Promoting HIV/AIDS Prevention among Youth in School and in the Muslim Community: A Case Study of Satun, THAILAND*. *NIDA Development Journal*, ๕๔ (๒), ๑๙๙-๒๒๗. (In English)
- Prajaknate, P. (๒๐๑๓, May ๓๐, - June ๑, ๒๐๑๓). *The Impact of Decentralization and Local Governance on HIV/AIDS Prevention Service Delivery in Thailand*. Paper presented at the The ๒nd International Conference on

Advancement of Development Administration ๒๐๑๓—Social Sciences and Interdisciplinary Studies: Green Society, Governance, and Competitiveness, National Institute of Development Administration, Bangkok, THAILAND. (In English)

- *Prajaknate Pornpun (๒๐๑๑). Communication strategies at provincial level to promote HIV/AIDS prevention among migrant workers: case study of Chiang Mai, Thailand. Paper contributed to the ๒๐๑๑ Conference of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR) at the Kadir Has University, Istanbul, Turkey, available at <http://iamcr-ocs.org/index.php/๒๐๑๑/๒๐๑๑/paper/view/๑๐๕๓> (in English).*

ประวัติผู้ช่วยวิจัย

ชื่อ นางสาวกุลฤดี นุ่มทอง

การศึกษา นศ.บ. (วารสารศาสตร์) (เกียรตินิยมอันดับสอง), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๓

ปัจจุบัน กำลังศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผลงานทางวิชาการ :

- *Sutthivoraset, J., Cheyjunya, P., Chaisuwan, B., Prajaknate, P., Noomthong, K., & Manmai, K. (๒๐๑๔). Communication for Sustainable Development to Promote Tourist Activities of Floating Market along the River Banks of Central Region. Journal of Communication and Innovation NIDA, ๑(๑), ๑๐๑-๑๓๓. (In Thai)*
- ผู้ช่วยวิจัยโครงการวิจัยเรื่อง นโยบายและทิศทางการมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (อยู่ระหว่างการวิจัย)
- ผู้ช่วยวิจัยโครงการผู้นำยุคใหม่บูรณาการนิด้าโมเดลเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน *Integrated NIDA Models for Sustainable Development*

ประวัติผู้ช่วยวิจัย

ชื่อ นางสาวนิถมล หิรัญวิจิตรภรณ์

การศึกษา นศ.บ. (ประชากรสัมพันธ์) (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง), มหาวิทยาลัยพะเยา, ๒๕๕๖

ปัจจุบัน กำลังศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผลงานทางวิชาการ :

- ผู้ช่วยวิจัย โครงการ วิจัยเรื่อง นโยบายและทิศทางการมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (อยู่ระหว่างการวิจัย)
- ผู้ช่วยวิจัย โครงการ วิจัยเรื่อง สถานภาพและแนวโน้มงานวิจัยวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ ที่เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดในประเทศไทย (อยู่ระหว่างการวิจัย)