ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย

นางสาวฑิตยา ปิยภัณฑ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2556
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย
The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

DIGITAL VALUES AND ONLINE COMMUNICATION BEHAVIOR OF THAI CHILDREN AND YOUTH

Miss Dittaya Piyapan

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Communication Arts
Faculty of Communication Arts
Chulalongkorn University
Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย
โดย	นางสาวฑิตยา ปิยภัณฑ์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตร์ทัศน์ ฝักเจริญผล)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ฑิตยา ปิยภัณฑ์ : ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย. (DIGITAL VALUES AND ONLINE COMMUNICATION BEHAVIOR OF THAI CHILDREN AND YOUTH) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร.พิรงรอง รามสูต, 161 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย ลักษณะค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัล และความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลกับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 547 ชุด และการสัมภาษณ์เชิงลึกนักเรียนนักศึกษาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์จำนวน 20 คน และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นเด็กและเยาวชนกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ จำนวน 5 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 31.7 มีสมาร์ทโฟน (31.7%) สื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นหลักคือ เฟซบุ๊ก (27.8%) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คือ ใช้ทุกวัน (81.9%) และระยะเวลาที่ใช้โดยรวมในแต่ละวันคือ มากกว่า 3 ชั่วโมง (47.7%)และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คือ สื่อสารพูดคุยกับเครือข่าย คนรู้จัก (19.2%) ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ, ความซื่อสัตย์โปร่งใส, การประสานความร่วมมือ, ความบันเทิง และนวัตกรรมในระดับมาก แต่มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักในระดับปานกลาง

ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนของเด็กและเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การใช้สื่อออนไลน์อย่างเข้มข้นต่อเนื่องได้เปิดพื้นที่การเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน จากการแสดงออก การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การร่วมมือร่วมใจ และ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ผ่านการสื่อสารเครือข่าย ทำให้สามารถบ่มเพาะค่านิยมใหม่ๆ ที่คล้ายคลึงกับเด็กๆ และเยาวชนในตะวันตก อย่างไรก็ดี จากสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและการเลี้ยงดูในครอบครัวของสังคมไทย ก็มีส่วนส่งผลให้เด็กและเยาวชนไทยยังคงรักษาลักษณะเชิงคุณค่าบางประการไว้ได้และไม่ได้ถูกผสมกลมกลืนไปโดยสมบูรณ์

ในการสังเคราะห์ขั้นสุดท้าย ผลจากการวิจัยสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับสังคมที่มีภาพอันซ้อนทับระหว่าง เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด กับสังคมหล่อหลอมเทคโนโลยี โดย คุณลักษณะทางเทคโนโลยีของสื่อออนไลน์และการสื่อสารผ่านเครือข่ายได้ปลดปล่อยศักยภาพและสร้างเงื่อนไขใหม่สู่การเรียนรู้ทางสังคม หากการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีเครือข่ายก็ถูกกล่อมเกลาด้วยปัจจัยแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมไปด้วย

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2556 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก .....

5484663728 : MAJOR COMMUNICATION ARTS
KEYWORDS: DIGITAL VALUES ONLINE COMMUNICATION THAI CHILDREN AND YOUTH SOCIAL MEDIA

DITTAYA PIYAPAN: DIGITAL VALUES AND ONLINE COMMUNICATION BEHAVIOR OF THAI CHILDREN AND YOUTH. ADVISOR: ASST. PROF. PIRONGRONG RAMASOOTA, Ph.D., 161 pp.

This research has the following objectives: to study the use behavior of online social media by Thai students; communication behavior through online social media of children and youth with different socio-economic factors, relationship between digital values of the students and their communication behaviors related to communication rights and to their self-expression. The study uses survey research based on self-administered questionnaires collected from 547 samples, in-depth interview with students who are regular users of online social media, and key informant interviews with five experts in the area of children and online social media usage. Results shows that more than 30 per cent of the studied samples (31.7%) own a smart phone and Facebook is ranked first in terms of application used (27.8 %). Most of the studied samples use online social media every day (81.9 %) and 47.7 per cent spend more than three hours a day on this application. Their most frequently reported purpose in using online social media is to communicate with their circle of friends (19.2%). As for their digital values, the samples are found to register a high score for these following values – freedom, integrity, collaboration, entertainment, and innovation. Meanwhile, they report a medium score for self-obsession value

Based on in-depth interviews conducted, it could be analyzed that intense and continued use of online media by Thai children and youth have opened up new learning space through self-expression, interaction with others, collaborative endeavors, and new creation from communication in online networks. These have incubated new values akin to their counterparts in the West who are also frequent users of online media. However, cultural environment and family upbringing in Thai society may have also influenced some youngsters to retain their Thai cultural attributes that stand in the way of western assimilation.

In the final analysis, the findings confirm a complicated relationship between technology and society in Thai society – a combination of technology determinism and social shaping of technology. While it is clear that online technology may have unleashed new potentials and new conditions for learning, but such conditions are not happening in a social vacuum.

Field of Study: Communication Arts Student's Signature .....

Academic Year: 2013 Advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์อย่างมีคุณค่าทางวิชาการก็ด้วยความช่วยเหลือของบุคคลผู้มีพระคุณหลายท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูต รณะนันทน์ ที่ทุ่มเท อุทิศทั้งเวลา กำลังสมองและแรงกาย ตลอดระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่งานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ยังไม่เป็นรูปเป็นร่าง ชี้แนะแนวทาง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่องานวิจัย ตลอดจนช่วยอ่าน ตรวจทาน แก้ไข และให้กำลังใจ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความเมตตา ความเสียสละ ที่อาจารย์กรุณามอบให้ตลอดการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิตร์ทัศน์ ฝักเจริญผล ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าช่วยอ่านงานวิจัยและให้คำแนะนำทำให้เนื้อหาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์และคมชัดมากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์ ที่ช่วยสละเวลาให้คำแนะนำในการวิเคราะห์ การนำเสนอข้อมูลทางสถิติ ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้บริหารโรงเรียนที่เอื้อเฟื้อให้เก็บข้อมูลวิจัยและคณะครูผู้มีส่วนช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลวิจัย รวมทั้งคุณจักรพันธ์ หวังวิวัฒนา คุณอุลิตา ทีเกาะ คุณวิโรจน์ สุทธิสีมา คุณอิทธิพล วรานุศุภากุล และคุณมลวิภา มะกล่ำ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกผู้วิจัยในการเก็บข้อมูล น้องนักเรียนนักศึกษาผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ได้อย่างสะดวกและช่วยเติมเต็มให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณกมลและคุณพัชรี ปิยภัณฑ์ บุพการีผู้เห็นความสำคัญของการศึกษา ให้การสนับสนุนอุปการะเลี้ยงดู คอยถามไถ่ ดูแลเอาใจใส่ ให้กำลังใจและยื่นมือเข้าช่วยเหลือผู้วิจัยทุกครั้งแม้ไม่เอ่ยปากขอ

ขอขอบคุณ คุณจักพงษ์ หวังวิวัฒนา ผู้เปรียบเสมือนลมใต้ปีก สำหรับความเอาใจใส่ รับฟังเรื่องราวต่าง ๆ และพลังใจที่มีให้ตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบคุณ คุณญาธินี ตันติวิวัฒน์ คุณอินทุพิมพ์ เลิศวิริยะไพบูลย์และคุณมัทนา นันตา ด้วยความช่วยเหลือทั้งแรงกายและแรงใจล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี ผู้วิจัยจะจดจำมิตรภาพที่สวยงามนี้ไว้ตลอดไป

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ฌ

สารบัญภาพ ..... ฎ

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

ปัญหานำวิจัย 7

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 8

สมมติฐานการวิจัย 8

ขอบเขตของการวิจัย 9

นิยามศัพท์ 9

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 10

บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 11

แนวคิด 11

1. แนวคิดค่านิยมพื้นฐานของไทย 11

2. แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมดิจิทัล 13

3. แนวคิดเรื่องสื่อสังคมออนไลน์ 21

4. แนวคิดเรื่องสื่อคือสาร 23

5. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม 24

6. แนวคิดเรื่องเสรีภาพในการแสดงออก 25

7. แนวคิดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ 27

8. แนวคิดการแสดงความเป็นตัวเอง (Self-Expression) 32

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 33

กรอบแนวคิดการวิจัย 40

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย 40

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หน้า

ประชากร 41
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 44
เกณฑ์ในการให้คะแนน 45
การทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 46
ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล 47
การวิเคราะห์ข้อมูล 48
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 51
ผลการวิเคราะห์ 51
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 127
สรุปผลการวิจัย 127
อภิปรายผล 138
รายการอ้างอิง 146
ภาคผนวก 149
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ 161

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ 52
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัย 53
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกระดับการศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาอยู่..... 53
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มตัวอย่าง 54
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของการให้ทรรศนะเกี่ยวกับความสำคัญ กับการใช้เวลากับครอบครัว..... 54
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของคนที่เลือกปรึกษาเป็นอันดับแรกเมื่อมีปัญหา 55
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกิจกรรมยามว่างที่เลือกทำเป็นอันดับแรก 56
ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลของกลุ่มตัวอย่าง..... 57
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์ในประเทศตะวันตกของกลุ่มตัวอย่าง..... 58
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกของกลุ่มตัวอย่าง..... 59
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของเครื่องมือสื่อสารของกลุ่มตัวอย่าง 59
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นหลัก..... 60
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง 61
ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์โดยรวมในแต่ละวัน..... 62
ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง..... 62
ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการเปิดรับข่าวสารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง 63
ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่าง..... 63
ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพของกลุ่มตัวอย่าง . 64
ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใสของกลุ่มตัวอย่าง..... 66
ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือของกลุ่มตัวอย่าง..... 69

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง ของกลุ่มตัวอย่าง..... 71
ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม ของกลุ่มตัวอย่าง..... 75
ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลัก ของกลุ่มตัวอย่าง..... 77
ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสาร ประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง..... 81
ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับ การละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง..... 83
ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับ การแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง..... 87
ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัล ด้านต่างๆ กับระดับ การศึกษาและเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของระดับการศึกษารายคู่..... 95
ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัล ด้านต่างๆ กับทัศนคติ ความเป็นสากลและเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัล ด้านต่างๆ ของทัศนคติความเป็นสากลรายคู่99
ตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับประสบการณ์ในประเทศตะวันตกและเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของ ประสบการณ์ในประเทศตะวันตกรายคู่..... 103
ตารางที่ 30 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตก ของเด็กและเยาวชนไทยกับค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ..... 105
ตารางที่ 31 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัล ด้านต่างๆ กับความถี่ ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของความถี่ในการใช้สื่อ สังคมออนไลน์รายคู่..... 109
ตารางที่ 32 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัล ด้านต่างๆ กับระยะเวลา ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของระยะเวลาในการใช้ สื่อสังคมออนไลน์รายคู่..... 113
ตารางที่ 33 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ประเด็น ต่างๆกับความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ประเด็นต่างๆ ของความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์รายคู่..... 116

ตารางที่ 34 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ประเด็นต่างๆ กับระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ประเด็นต่างๆ ของระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์รายคู่ 118
ตารางที่ 35 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและระดับความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 122
ตารางที่ 36 แสดงความหมายระดับค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของเด็กและเยาวชนไทย 129
ตารางที่ 37 แสดงความหมายระดับค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 129
ตารางที่ 38 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับระดับการศึกษา 130
ตารางที่ 39 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับทัศนคติความเป็นสากล 131
ตารางที่ 40 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับประสบการณ์ในประเทศตะวันตก 132
ตารางที่ 41 แสดงระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกกับค่านิยมดิทัลด้านต่างๆ 133
ตารางที่ 42 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 134
ตารางที่ 43 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 135
ตารางที่ 44 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารด้านต่างๆ กับความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ 136
ตารางที่ 45 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารด้านต่างๆ กับระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ 137
ตารางที่ 46 สรุปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ 138

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 แสดงค่านิยมดิจิทัลอันเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเข้มข้นของเด็กและเยาวชนไทย..... 141

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคสมัยที่สังคมไทยเปลี่ยนแปลงมาเป็นสังคมสมัยใหม่ซึ่งเป็นสังคมที่ใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก ความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคมจึงกลายเป็นการกระทำที่ผ่านสื่อ การใช้อินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่ได้รับความนิยมจากผู้คนทั่วโลกรวมถึงกลุ่มเยาวชนในประเทศไทยด้วย

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554[1] ของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่พิจารณาการใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรในกลุ่มอายุต่างๆ พบว่า ในปีพ.ศ. 2554 กลุ่มอายุ 15-24 ปี มีสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 51.9 ซึ่งเป็นสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด

นอกจากนี้ ผลการสำรวจของบริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการตรวจสอบและประมวลผลสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ประเทศไทย (Truehits.net ทรูฮิต) ยังพบว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มนักเรียน-นักศึกษา โดยมีสัดส่วน 34.20%[2]

ด้วยความที่ใช้ชีวิตอยู่กับอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่ก่อน เยาวชนที่อยู่ในยุคดิจิทัลจึงมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากผู้คนในยุคก่อน ๆ Don Tapscott[3] ได้วิเคราะห์สรุปค่านิยมของเยาวชนในยุคดิจิทัลว่า พวกเขานิยมเสรีภาพ (Freedom) มีการปรับเปลี่ยนให้เป็นเฉพาะตัว (Customization) สังเกตทุกสิ่งอย่างถี่ถ้วน (Scrutiny) ยืนหยัดบนความซื่อสัตย์โปร่งใส (Integrity) มีการประสานความร่วมมือ (Collaboration) ชอบความบันเทิง (Entertainment) นิยมความรวดเร็ว (Speed) และนวัตกรรม (Innovation)[4]

เยาวชนยุคดิจิทัลต่างก็เติบโตอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารของพวกเขาเป็นอย่างมาก ผู้คนในสังคมไม่เพียงแต่รับข่าวสารอย่างเดียว แต่ได้สื่อสารกันระหว่างผู้คนในสังคมด้วย ซึ่งองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารที่โลกตะวันตกให้ความสำคัญคือ เสรีภาพในการ

---

[1] สำนักงานสถิติแห่งชาติ, "การสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554 "

[2] IT 24 hrs, "สถิติที่น่าสนใจและผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2011," เข้าถึงได้จาก http://www.it24hrs.com/2012/thailand-internet-user-2011.

[3] อาจารย์ นักวิชาการ นักเขียน นักพูดและที่ปรึกษาด้านสื่อ ผู้มีชื่อเสียงในวงการสื่ออินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีและนวัตกรรม ผู้เขียนหนังสือ “เศรษฐกิจดิจิทัล The Digital Economy” “Growing Up Digital” “Wikinomics” “Grown Up Digital” โดยเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ Don Tapscott กล่าวถึงการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงของคนรุ่นใหม่ ที่เติบโตขึ้นมากับคอมพิวเตอร์ที่เขาเรียกว่า "Net Geners" โดยสัมภาษณ์เยาวชนอายุ 13- 29 ปี ทั้งหมด 9,442 คนใน 12 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส สเปน เม็กซิโก บราซิล รัสเซีย จีน ญี่ปุ่นและอินเดีย

[4] Don Tapscott, *Grown up Digital:How the Net Generation Is Changing Your World* (New York: McGraw-Hill, 2008).

แสดงออกโดยเห็นได้จากบทบัญญัติในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนและพลเมืองของสหประชาชาติ

บทบัญญัติข้อ 19 ของปฏิญญาดังกล่าว กล่าวว่า *"ทุกคนมีสิทธิที่จะมีเสรีภาพในความคิดเห็นและแสดงออกซึ่งความคิดเห็นนั้น สิทธิที่ว่านี้รวมถึง เสรีภาพที่จะมีความคิดเห็นโดยไม่ถูกแทรกแซง เสรีภาพที่จะแสวงหา ได้มา รับและส่งต่อข้อมูลข่าวสารหรือความคิดใด ๆ ผ่านสื่อใดก็ได้โดยไม่จำกัดพรมแดน"*[5]

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณากฎหมายระดับประเทศ จะพบว่า กฎหมายรัฐธรรมนูญของประเทศต่าง ๆ ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในโลกเสรีประชาธิปไตยก็ให้การรับรองสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น อย่างเช่น การแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญแห่งสหรัฐอเมริกาครั้งแรก (The First Amendment to the United States Constitution) ได้วางหลักกว้าง ๆ เพื่อคุ้มครองสิทธิดังกล่าว โดยห้ามมิให้สภาคองเกรสออกกฎหมายที่จำกัดสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี (free speech) ของประชาชน มาตรา 21 แห่งรัฐธรรมนูญประเทศญี่ปุ่น 1947 และมาตรา 21(1) ของรัฐธรรมนูญสาธารณรัฐเกาหลี ต่างก็ให้การรับรองเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นเช่นกัน

กรณีประเทศอังกฤษ แม้ว่าการรับรองเสรีภาพนี้จะไม่ได้ปรากฏชัดเจนในรูปแบบของกฎหมายรัฐธรรมนูญที่เป็นลายลักษณ์อักษร แต่ประเทศอังกฤษรับรองสิทธิเสรีภาพดังกล่าวผ่านทางพระราชบัญญัติว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ค.ศ. 1998 (The Human Rights Act 1998) ซึ่งบัญญัติรับรองสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานตามที่ปรากฏในอนุสัญญายุโรปว่าด้วยสิทธิมนุษยชน[6]

ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยก็ได้ให้ความสำคัญต่อเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนเช่นกัน ดังเห็นได้จากรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2550) มาตรา 45 ที่กำหนดรับรองเสรีภาพในการแสดงออกของบุคคลเอาไว้

มาตรา 45 *"บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น"*[7]

แม้กฎหมายประเทศไทยจะกำหนดและรองรับเสรีภาพในการแสดงออกของคนไทย แต่ในสังคมไทยก็ยังปรากฏปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกอยู่เสมอ ยกตัวอย่างเช่น การชุมนุมทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นการชุมนุมประท้วง และชุมนุมเรียกร้อง ตลอดถึงการชุมนุมขับไล่

---

[5] พิรงรอง รามสูต, โครงการสถานภาพของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย:การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ (กรุงเทพฯ: สำนักงานสนับสนุนกองทุนการวิจัย, 2550).

[6] จอมพล พิทักษ์สันตโยธิน, "หนังโป๊ สื่อลามก และการแสดงความคิดเห็น," ใน มาราธอน: อินเทอร์เน็ต การเมือง วัฒนธรรม ฉบับออกตัว. นฤมล กล้าทุกวัน บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: เครือข่ายพลเมืองเน็ต, 2555).

[7] วนิดา แสงสารพันธ์, หลักกฎหมายสื่อสารมวลชน (กรุงเทพฯ: วิญญูชน, 2552).

อยู่หลายกลุ่ม การชุมนุมของกลุ่มการเมืองต่างๆ เสื้อเหลือง เสื้อแดง เสื้อหลากสี นอกจากนี้ยังมีการชุมนุมเรียกร้องให้รัฐบาลพิจารณาเรื่องกฎหมายสัญชาติของกลุ่มคนไร้สัญชาติในภาคใต้ การชุมนุมเรียกร้องให้รัฐบาลหาทางช่วยเหลือเรื่องราคาสินค้าเกษตรตกต่ำซึ่งมีทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด โดยประเด็นหลักๆ อยู่ที่ผู้ชุมนุมอ้างเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญเพื่อชุมนุม แต่การชุมนุมนั้นมักจะมีการปิดถนน หรือปิดล้อมสถานที่ราชการ และส่งผลกระทบถึงผู้ค้าขายที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้น จนมีประชาชนบางกลุ่มเรียกร้องให้รัฐเข้ามาจัดการกับปัญหา และรัฐก็มีมาตรการเข้ามาจัดการตั้งแต่การเจรจา การใช้กฎหมายความมั่นคง จนถึงการสลายการชุมนุม แล้วปัญหาก็วนเวียนกับมาเป็นเช่นเดิมอีก และมีผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บจำนวนมากจากปัญหานี้[8]

จากตัวอย่างกรณีข้างต้น แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมที่แสดงออกโดยอ้างการมีเสรีภาพในการแสดงออกของบุคคลนั้น หากเกินขอบเขตที่ตนมีสิทธิกระทำก็อาจนำมาซึ่งความเดือดร้อนเสียหายต่อบุคคลอื่นได้เช่นกัน เพราะเมื่อบุคคลใดเชื่อมั่นและยึดถือในเสรีภาพแห่งการแสดงออก ก็ย่อมกระทำการเพื่อแสดงความคิด ความรู้สึกของตน ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกทางกาย เช่น การใช้กำลังกับผู้อื่น หรือการแสดงออกทางวาจา เช่นการใช้คำพูดในเชิงด่าทอ หรืออาจเป็นถ้อยคำที่ทำร้ายน้ำใจผู้อื่น ก็ถือได้ว่าเป็นการละเมิดสิทธิของผู้อื่นเพราะทำให้ผู้อื่นได้รับความเดือดร้อนทั้งทางกายและใจด้วยเหตุจากการกระทำที่เกิดจากการอ้างความมีเสรีภาพในการแสดงออกนั่นเอง

นอกจากนี้ การตอบรับของสังคมไทยต่อการนิยามเสรีภาพในการแสดงออกของบุคคลได้สะท้อนให้เห็นความไม่สอดคล้องตามหลักสากล เนื่องจากเมื่อบุคคลใดแสดงความคิดเห็นส่วนตัวต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งที่การกระทำดังกล่าวถือเป็นเสรีภาพในการแสดงออก แต่ผู้คนในสังคมไทยก็มักวิพากษ์วิจารณ์ต่อการแสดงความคิดเห็นของบุคคลนั้นอย่างรุนแรง ปัจจัยที่ผู้คนในสังคมใช้เพื่อพิพากษาการแสดงออกทางเสรีภาพว่าสมควรหรือไม่นั้นกลับอยู่ที่การแสดงออกนั้นเกิดขึ้น ‘อย่างไร’ เนื้อหาที่แสดงนั้นคือ ‘อะไร’ และ ‘ทำไม’ จึงแสดงออกมา รวมไปถึงประเด็นที่ว่า ‘ใคร’ แสดงออกมา โดยสังคมไทยมองปัจจัยการแสดงออก ‘อย่างไร’ ในแง่วิธีการที่ใช้แสดงออกโดยผนวกเข้ากับกรอบทางจารีตประเพณีไทย เช่น เรื่องการเลือกใช้ถ้อยคำ มารยาทในการแต่งกาย กาลเทศะและความเหมาะสม[9]

เมื่อเยาวชนยุคดิจิทัลอยู่ในสังคมแห่งข้อมูลข่าวสารที่มีการถ่ายทอดและบันทึกเรื่องราวประกอบกับการที่ผู้คนในสังคมล้วนมีเสรีภาพในการแสดงออกอย่างเต็มที่ ทุกคนจึงมีโอกาสในการแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองผ่านงานประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น บทความทางวิชาการ ภาพยนตร์ เพลง หรือผลงานทางศิลปะ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ของผู้คนในสังคมผู้เป็นเจ้าของผลงานทั้งสิ้น

---

[8] ไกรฤกษ์ ศิลาคม "เสรีภาพเชิงปรัชญาและปัญหาการใช้เสรีภาพในสังคมไทย," เข้าถึงได้จาก http://www.gotoknow.org/blogs/posts/494141.

[9] Ibid.

กฎหมายไทยได้ให้ความคุ้มครองแก่ผู้เป็นเจ้าของผลงานสร้างสรรค์เหล่านั้น โดยกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ซึ่งเป็นการให้ความคุ้มครองผลงานทางด้านสุนทรียภาพ ส่วนพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 นั้นกฎหมายให้ความคุ้มครองในทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม[10]

จากผลการสำรวจของมหาวิทยาลัย Rutgers[11] ที่สัมภาษณ์นักศึกษา 18,000 คน จากวิทยาลัย 23 แห่ง พบว่า นักศึกษาจำนวนครึ่งหนึ่งกล่าวว่าการนำข้อมูลของคนอื่นมาเป็นของตนนั้นไม่ได้เป็นการโกงใด ๆ การกระทำที่เข้าข่ายเป็นการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวสำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วเช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ ถือว่าเป็นการขโมยหรือโจรกรรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นความไม่ซื่อสัตย์และเป็นการกระทำผิดทางอาญาที่ต้องลงโทษขั้นรุนแรงมีการคว่ำบาตรและประกาศให้สาธารณชนได้รับทราบถึงพฤติกรรมที่ล่วงละเมิดนั้น

ประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาถือเป็นประเด็นปัญหาในประเทศไทยเช่นกัน โดยจะมีข่าวการจับกุมตรวจค้นแหล่งจำหน่ายและแหล่งผลิตสินค้าที่มีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเป็นระยะ โดยการละเมิดส่วนใหญ่จะเป็นการละเมิดสินค้าลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าหรือสิทธิบัตรประชาชนผู้บริโภคสินค้าที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่างๆ มิได้มีจำนวนลดน้อยลง นอกจากนี้ ผลการรายงานประจำปี โดยสำนักงานผู้แทนการค้าสหรัฐอเมริกา ยังพบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีปัญหาเรื่องการขโมยลิขสิทธิ์และละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยเป็นประเทศที่ถูกจับตามองพิเศษเป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน[12]

ในสังคมแห่งการสื่อสาร ผู้คนในสังคมล้วนมีเสรีภาพในการแสดงออกอย่างเต็มที่การแสดงตัวตน นำเสนอความเป็นตัวเองนั้นได้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับพฤติกรรมอันเกี่ยวเนื่องกับความมีเสรีภาพในการแสดงออกอย่างแยกไม่ขาด เพราะเมื่อใดก็ตามที่บุคคลหนึ่งรู้สึกถึงความมีเสรีภาพในการแสดงออก บุคคลนั้นก็ย่อมมีโอกาสที่จะนำเสนอตัวตนผ่านพฤติกรรมการแสดงออกภายใต้ความเชื่อมั่นในเสรีภาพการแสดงออกที่ตนมี

Chulalongkorn University

แม้จะดูเหมือนว่า การแสดงความเป็นตัวเองเป็นสิ่งที่มักเกิดขึ้นควบคู่ไปกับการแสดงออก แต่หากผู้คนในสังคมต่างมีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองที่มีความถี่มากจนเกินไป ก็อาจหมกมุ่นอยู่กับเรื่องของตัวเอง ไม่สนใจผู้อื่น เป็นอุปสรรคต่อการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นได้

---

[10] วนิดา แสงสารพันธ์, หลักกฎหมายสื่อสารมวลชน.

[11] ณัฐพร ศรีสติ, "ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการของนิสิตนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548).

[12] ไทยรัฐ, "ไทย 'ติดโผ' ละเมิดลิขสิทธิ์-ทรัพย์สินทางปัญญา ปีที่ 5 " เข้าถึงได้จาก http://www.thairath.co.th/content/oversea/257135.

ในยุคดิจิทัลที่ผู้คนในสังคมนิยมการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์นับเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้คน รวมถึงเยาวชนในยุคนี้เลือกใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้คนในสังคม ทั้งนี้ สื่อสังคมออนไลน์ได้อนุญาตและสนับสนุนให้ผู้ใช้สร้างเนื้อหา แบ่งปันกับผู้อื่นและแสดงความคิดเห็นในสิ่งที่ผู้ใช้คนต่อมาสร้างขึ้น เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมถูกออกแบบมาโดยเฉพาะเพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้เผยแพร่รูปถ่าย ข้อมูลส่วนตัวและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับชีวิตของพวกเขา ถือได้ว่า คุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวนี้มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก การละเมิดลิขสิทธิ์และการแสดงความเป็นตัวเองอย่างชัดเจน

จากการสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับประชาธิปไตยของประชาชนชาวอเมริกัน พบว่า เมื่อกลุ่มคนที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี เผยแพร่กิจกรรมและข้อมูลของพวกเขาผ่านทางออนไลน์ ก็เหมือนว่าพวกเขาได้เรียนรู้ว่า เสรีภาพในการแสดงออกเป็นค่านิยมทางประชาธิปไตยที่สำคัญ พวกเขาแสดงออกในเรื่องที่เกี่ยวกับตัวเองอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นพวกเขาจึงรู้สึกว่าความมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นของใครคนหนึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง ในอีกทางหนึ่ง เพราะพวกเขาไม่เก็บข้อมูลใดให้เป็นเรื่องส่วนตัว สิทธิในการยับยั้งข้อมูล หรือสร้างพื้นที่ส่วนตัวก็ดูเหมือนจะมีความสำคัญน้อยลงด้วย[13]

ตัวอย่างข้อถกเถียงในประเด็นเสรีภาพการแสดงออกของบุคคลกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้นมีอยู่มากมาย เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา กรณีที่คณะกรรมการแรงงานสัมพันธ์ (National Labor Relations Board) กล่าวตำหนิหลังจากที่มีลูกจ้างถูกไล่ออกจากบริษัท American Medical Response of Connecticut เนื่องจากการโพสท์ข้อความแง่ลบเกี่ยวกับผู้จัดการในหน้าเฟซบุ๊กของเธอ นายจ้างมีนโยบายห้ามบรรดาลูกจ้างแสดงการดูถูกบริษัทหรือผู้จัดการและห้ามแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัท “ไม่ว่าเรื่องใด” ผ่านทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยปราศจากการอนุญาตล่วงหน้า คณะกรรมการแรงงานสัมพันธ์ กล่าวว่า นโยบายที่จำกัดขอบเขตสิทธิของลูกจ้างในการวิพากษ์วิจารณ์สภาพการทำงาน รวมทั้งสิทธิในการเผยแพร่คำวิพากษ์วิจารณ์ให้แก่ผู้ร่วมงาน ถือเป็นการฝ่าฝืนกฎของแรงงานสัมพันธ์[14]

จากกรณีดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า แม้ประเทศสหรัฐอเมริกาที่ผู้คนทั่วโลกรับรู้ว่าเป็นดินแดนแห่งเสรีภาพ ยังปรากฏข้อโต้แย้งในประเด็นที่เกี่ยวกับเสรีภาพในการแสดงออกของบุคคลและในกรณีที่การแสดงความคิดอย่างมีเสรีนั้นกระทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะที่เอื้อต่อการแสดงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างมาก

แม้ค่านิยมเรื่องเสรีภาพในการแสดงออกผ่านพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับแนวคิดความเป็นประชาธิปไตย แต่การกระทำที่แสดงถึงความมีเสรีภาพทางการแสดงออกผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็อาจส่งผลเสียต่อตัวผู้กระทำได้เช่นกัน การวิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่นผ่านสื่อ

---

[13] N Swigger, *The Online Citizen: Is Social Media Changing Citizens' Beliefs About Democratic Values?* (OH: Springer, 2012).

[14] Christopher E Parker, "The Rising Tide of Social Media," *The Federal Lawyer* 58, no. 4 (2011).

สังคมออนไลน์อาจทำให้ถูกไล่ออกจากงาน การแสดงออกทางความคิดหรือเปิดเผยข้อมูลมากเกินไปก็สุ่มเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิผู้อื่น อีกทั้งอาจสูญเสียความเป็นส่วนตัวซึ่งนำมาสู่ผลร้ายที่ตามมาอีกมากมาย

ตัวอย่างการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานผู้อื่น เห็นได้จากการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ในหลายรูปแบบ การละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นตลอดมา เนื่องจากพื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีลักษณะเปิดกว้างให้ผู้ใช้ได้แสดงผลงานอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของตน แต่ในขณะเดียวกันก็มีผู้ใช้อีกจำนวนหนึ่งที่อาศัยช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในการคัดลอก นำข้อมูลจากงานของผู้อื่นมาใช้โดยไม่ได้ขออนุญาตเจ้าของผลงานหรืออ้างอิงแหล่งที่มา ซึ่งคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ได้เอื้อให้การละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเป็นไปอย่างง่ายดายและกระทำได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานวรรณกรรม งานศิลปะ-การแสดง และโสตทัศน์บนอินเทอร์เน็ต พบว่า แม้นิสิตนักศึกษาทั้งระดับปริญญาตรีและโทมีพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานวรรณกรรม งานด้านศิลปะ-การแสดง และงานโสตทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ แต่พฤติกรรมที่พบมากที่สุด ได้แก่ ดาวน์โหลดภาพ ภาพถ่ายบนอินเทอร์เน็ตมาใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงาน และการดาวน์โหลดเพลงบนอินเทอร์เน็ต เช่น mp3 โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์[15]

ผลของการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตและการ “โหลดเพลง” มีส่วนทำให้รายได้ของอุตสาหกรรมดนตรีลดลงมาก หากมองกรณีของไทยเป็นตัวอย่าง อาจกล่าวได้ว่า ยอดขายแผ่นซีดีหลังจากการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตนั้นลดลงกว่ายอดขายเทปในยุคก่อนการแพร่กระจายอินเทอร์เน็ตกว่า 100 เท่า[16] นับเป็นความเสียหายอย่างมหาศาลของอุตสาหกรรมดนตรี

นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการของนิสิตนักศึกษา[17] พบว่า ด้วยคุณลักษณะพิเศษของคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การทำซ้ำ การตัดแปะ รวมทั้งการปิดบังตัวตน มีส่วนช่วยให้การขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนผ่านสื่อ

---

[15] สุนิตา เข็มทอง, "ความตระหนักรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ ผลงานวรรณกรรม งานศิลปะ-การแสดง และโสตทัศน์บนอินเทอร์เน็ต" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549).

[16] อธิป จิตตฤกษ์, "ฝันของศตวรรษที่ 19 ที่เป็นจริงในศตวรรษที่ 21:ดนตรีสมัยนิยมยุคหลังปฏิวัติดิจิทัลกับการบรรลุความเป็นศิลปินแบบโรแมนติก," ใน มาราธอน:อินเทอร์เน็ต การเมือง วัฒนธรรม ฉบับออกตัว. นฤมล กล้าทุกวัน บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: เครือข่ายพลเมืองเน็ต, 2555).

[17] ณัฐพร ศรีสติ, "ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการของนิสิตนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร."

อินเทอร์เน็ตไม่สามารถตรวจสอบได้ นักศึกษายังมีความสับสนเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะบนอินเทอร์เน็ต จึงเกิดความเข้าใจผิดว่าสามารถนำข้อมูลและผลงานมาใช้โดยปราศจากการอ้างอิง

ตัวอย่างพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์คือการถ่ายรูปตัวเองหรือเซลฟี[18] ซึ่งกระบวนการเซลฟีนี้อาจหมายรวมถึงกระบวนการคิดทั้งหมดของการพยายามสร้างตัวตนและภาพลักษณ์ให้ดูดีที่สุดเท่าที่เทคโนโลยีจะเอื้ออำนวย เพื่อให้คนอื่นประทับใจ คนที่มีพฤติกรรมเซลฟีถึงขั้นเข้าเส้นเลือด ก็จะหมกมุ่นอยู่แต่หน้าจอ ถ่ายรูปตัวเอง แต่งรูปตัวเองจนไม่เป็นอันทำอะไร เวลาไปไหนมาไหนจะสนใจเรื่องราวหรือสิ่งรอบตัวน้อยมาก ไม่ค่อยสังเกตอะไรดีๆ ไม่ค่อยมองเห็นความสวยงามหรือความเปลี่ยนแปลงใดๆ เพราะสิ่งที่น่าสนใจกว่าก็คือตัวเอง ตัวเอง และตัวเอง[19]

เนื่องด้วยมนุษย์ทุกคนมีเสรีภาพในการแสดงออก สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอีกทั้งมีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเอง ทั้งหมดนี้ นับว่าเป็นพฤติกรรมเชิงประเด็นการสื่อสารที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมยุคข้อมูลข่าวสารอย่างในปัจจุบัน อีกทั้งเป็นยุคสมัยแห่งการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทยโดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนไทยซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มอื่น ด้วยคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่เอื้อให้บุคคลหนึ่งมีเสรีภาพในการแสดงออกในโลกออนไลน์ได้อย่างเต็มที่ และคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ก็เป็นช่องทางที่ทำให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ได้เช่นเดียวกันกับเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนแสดงความเป็นตัวเองได้ค่อนข้างมาก ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่า เยาวชนไทยที่เติบโตมาในยุคที่มีอินเทอร์เน็ตใช้แล้วหรือเรียกได้ว่าอยู่ในยุคดิจิทัลนั้นจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับการสื่อสารในประเด็นดังกล่าวอย่างไร และพฤติกรรมเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กับค่านิยมดิจิทัลหรือไม่ อย่างไร

ปัญหานำวิจัย

1. เด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อย่างไร
2. ค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลมีความคล้ายคลึงกับค่านิยมพื้นฐานของเยาวชนยุคดิจิทัลในระดับสากลหรือไม่ อย่างไร
3. เด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลที่มีปัจจัยทางสังคมประชากรที่ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
4. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

[18] Selfie เป็นคำที่ถูกนิยามขึ้นใหม่ เมื่อปี พ.ศ. 2555 หมายถึงการถ่ายรูปตัวเองด้วยตัวเองผ่านสมาร์ทโฟน จุดประสงค์เพื่อการโพสต์และแชร์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างอินสตาแกรม (Instagram) และเฟซบุ๊ก (Facebook) (ที่มา : http://www.brandbuffet.in.th/2013/07/7-selfie-trends/)

[19] วิไลรัตน์ เอมเอี่ยม, "Selfie Selfie," (A Day Bulletin 2557).

5. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร

6. ค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย

2. เพื่อศึกษาลักษณะค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัล

3. เพื่อศึกษาค่านิยมดิจิทัลในกลุ่มเด็กและเยาวชนไทยที่มีปัจจัยทางสังคมประชากรที่แตกต่างกัน

4. เพื่อศึกษาค่านิยมดิจิทัลในกลุ่มเด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน

5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มเด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลกับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

สมมติฐานการวิจัย

1. เด็กและเยาวชนไทยที่มีปัจจัยทางสังคมประชากร อาทิ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในเรื่องต่างๆ แตกต่างกัน

2. เด็กและเยาวชนไทยที่มีปัจจัยด้านความเป็นตะวันตกต่างกัน เช่น ทัศนคติความเป็นสากล ประสบการณ์ในประเทศตะวันตก พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตก จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ แตกต่างกัน

3. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ ความถี่และระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

4. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ ความถี่และระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

5. ค่านิยมดิจิทัล ได้แก่ เสรีภาพ ความซื่อสัตย์โปร่งใส การประสานความร่วมมือ ความบันเทิง นวัตกรรมและการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารอย่างเสรีภาพในการแสดงออก การละเมิดลิขสิทธิ์และการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 12-24 ปีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาพฤติกรรมด้านการสื่อสารอันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก การละเมิดลิขสิทธิ์และการแสดงความเป็นตัวเองเท่านั้น

นิยามศัพท์

ค่านิยมดิจิทัล หมายถึง เป็นสิ่งที่เด็กและเยาวชนที่เกิดและเติบโตมาในยุคดิจิทัลให้คุณค่าและความสำคัญ เห็นว่าควรกระทำหรือเห็นว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง น่ากระทำ โดยค่านิยมดิจิทัลในที่นี้ได้แก่ เสรีภาพ ความซื่อสัตย์โปร่งใส การประสานความร่วมมือ ความบันเทิง นวัตกรรม และการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก

เยาวชนยุคดิจิทัล หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 12-24 ปี เป็นผู้ที่เกิดในช่วงที่มีอินเทอร์เน็ตอยู่ก่อน

ทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากล หมายถึง ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการกระทำต่างๆ อันเป็นการบ่งชี้ถึงค่านิยมของคนในระดับสากล

ประสบการณ์ด้านค่านิยมตะวันตก หมายถึง ประสบการณ์ที่อาจก่อให้เกิดค่านิยมแบบชาวตะวันตก อันได้แก่ ประสบการณ์ในประเทศตะวันตก และการเปิดรับสื่อตะวันตก

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ความถี่และระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

พฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับการแสดงออก หมายถึง การกระทำอันได้แก่ การโพสต์แสดงความคิดเห็น การตั้งสถานะ การอัพโหลดเพลง รูปถ่าย และวิดีโอ เพื่อแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดของตนเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

พฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ หมายถึง การกระทำในการเอาผลงาน ความคิด ข้อความ หรือการแสดงออกทางความคิดของผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ บทความ ข้อความ ภาพ และเพลง มาเป็นของตนเอง หรือนำไปแบ่งปันผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อโดยไม่ได้ขออนุญาตจากเจ้าของผลงานหรือไม่ได้อ้างอิงแหล่งที่มา

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง หมายถึง การกระทำอันได้แก่ การโพสต์ความคิดเห็นและความรู้สึกที่แสดงถึงความเป็นตัวเอง การโพสต์ภาพถ่ายตัวเอง ภาพถ่ายกิจกรรมที่ตัวเองทำ รวมถึงรูปถ่ายอื่นๆ ที่ช่วยบ่งบอกได้ถึงความเป็นตัวเองของผู้โพสต์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับค่านิยมดิจิทัลอันจะเป็นประโยชน์ต่อครอบครัว สังคม และการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะตัวของเด็กและเยาวชนมากขึ้น

2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมให้เยาวชนเกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของเสรีภาพในการแสดงออก สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และการแสดงความเป็นตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งสร้างเสริมความรู้เท่าทันเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมแก่เด็กและเยาวชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 2
แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด

การวิจัยเรื่อง ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านสิทธิการสื่อสารออนไลน์ของเยาวชนไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและกำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมพื้นฐานของไทย
2. แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมดิจิทัล
3. แนวคิดเรื่องสื่อสังคมออนไลน์
4. แนวคิดเรื่องสื่อคือสาร
5. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม
6. แนวคิดเรื่องเสรีภาพในการแสดงออก
7. แนวคิดเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์
8. แนวคิดเกี่ยวกับการแสดงความเป็นตัวเอง
9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดค่านิยมพื้นฐานของไทย

วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนสภาพสังคมไทยล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้คนในสังคมไทยมีค่านิยมพื้นฐาน อันเป็นลักษณะเฉพาะที่เกิดขึ้นในสังคมไทยมาแต่ดั้งเดิม โดยสามารถสรุปค่านิยมพื้นฐานของสังคมไทยอันเป็นบริบทที่เด็กและเยาวชนไทยใช้ชีวิตอยู่ได้ ดังนี้

1. ความกตัญญูรู้บุญคุณคน[20]

เป็นค่านิยมที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในทุกยุคทุกสมัย เป็นสิ่งที่ทุกสถาบันตั้งแต่ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา รัฐ ฯลฯ จะพยายามถ่ายทอดคุณธรรมนี้ เช่น รู้จักบุญคุณบิดามารดา ครูบาอาจารย์ ผู้มีอุปการคุณ นอกจากนี้สังคมยังมีพิธีการต่างๆ ที่คอยกระตุ้นความรู้สึกอันนี้ให้คงอยู่ เช่น มีพิธีไหว้ครู ถ้าเป็นชายบวชก็ให้บิดามารดาได้เห็นชายผ้าเหลือง ไม่ดูหมิ่นบิดามารดา ครูบาอาจารย์ และผู้มีอุปการคุณ ตลอดจนรู้จักพระคุณท่านและทาหางตอบแทนหรือพยายามช่วยท่านในยามทุกข์ยาก

[20] พวงผกา คุโรวาท, ศิลปะและวัฒนธรรมไทย (กรุงเทพฯ: รวมสาส์น, 2549).

2. ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ [21]

สังเกตได้จากเวลาใครไปมาหาสู่ใคร จะมีการเลี้ยงน้ำชากาแฟ ข้าว ขนม ฯลฯ โดยเฉพาะคนในชนบทจะมีน้ำใจไมตรีหรือมีความเอื้ออารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กับคนแปลกหน้าที่ไม่รู้จักกันก็ตาม แม้บางคนจะยากจนก็ยังมีจิตใจเอื้อเฟื้อ สืบเนื่องจากในสมัยก่อน คนไทยมีอาชีพในการเกษตร กรรม ก็จะช่วยกันทำนา อยู่กันแบบใกล้ชิดสนิทสนม มีลักษณะแบบกลุ่มปฐมภูมิที่ทุกคนรู้จักกันหมด การพึ่งพาอาศัยกันจึงมีมาก นิสัยนี้จึงติดตัวมาจนถึงปัจจุบัน

3. เคารพผู้อาวุโส[22]

โดยทั่วไป ผู้ปกครองหรือพ่อแม่จะสอนลูกเสมอว่าต้องมีสัมมาคารวะ คือการรู้จักที่ต่ำที่สูง หากเป็นเด็กเล็กๆ ก็จะสอนให้รู้จักเชื่อฟังและเคารพพี่ ป้า น้า อา โดยเฉพาะจะต้องให้ความรักและเคารพบิดามารดา เมื่อเข้าโรงเรียนก็ต้องให้ความเคารพแก่ครูบาอาจารย์ พอเข้าทำงานก็จะต้องให้ความเคารพ และรับฟังความคิดเห็นของผู้อาวุโส เช่น อธิบดี หัวหน้ากอง หัวหน้าแผนก หัวหน้างาน หรือเจ้าของบริษัท

สรุปได้ว่า ผู้อาวุโส คือ บุคคลที่มีตำแหน่งสูง ส่วนมากจะมีอายุมากไปด้วย หรือไม่ก็เป็นผู้ที่มีประสบการณ์มานานหรือรอบรู้ อย่างไรก็ตาม มีข้อน่าสังเกตว่าผู้ใหญ่มักจะได้รับเกียรติก่อน เช่น ในงานต่างๆ มักจะเชิญผู้อาวุโสให้เปิดงาน กล่าวคำอวยพร เป็นเจ้าภาพในงานแต่งงาน ฯลฯ

ประเพณีไทยบางอย่างเป็นการย้ำในเรื่องการเคารพผู้อาวุโส เช่น การรดน้ำอวยพรหรือแสดงความคารวะผู้ใหญ่ในวาระต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ วันครบรอบ (ของผู้ใหญ่) วันเกิด วันตาย เป็นต้น ฉะนั้น ผู้น้อยโดยทั่วไปจะเกรงใจผู้ใหญ่จะไม่กล้าคัดค้านแสดงความคิดเห็นอะไร เพราะบิดามารดามักจะอบรมบุตรว่า “อย่าเถียงผู้ใหญ่” เพราะเป็นกิริยาไม่ดี หรือไม่ก็ “อย่าเที่ยวอวดดีไปเถียงคนที่โตกว่า” เป็นต้น

นอกจากนี้ คนไทยส่วนใหญ่จะเรียบร้อยทั้งกิริยาและท่าทาง และมีสัมมาคารวะ อ่อนน้อมต่อผู้อาวุโส ที่มีวัยวุฒิกว่าตนอีกด้วย

4. รักความสนุกสนาน[23]

ไม่ว่าจะเป็นในสังคมเมืองหรือสังคมชนบท เราจะเห็นความสนุกสนานแฝงในกิจกรรมต่างๆ เสมอ ทั้งในยามว่างหรือยามทำงาน เช่น สงกรานต์ บวช โกนจุก รับน้องใหม่ วันเกิด วันแต่งงาน วันขึ้นปีใหม่ ฯลฯ

โดยเฉพาะในชนบท กิจกรรมต่างๆ มักจะแฝงด้วยความสนุกสนาน เช่น ลงแขกเกี่ยวข้าว ปลูกบ้าน เป็นต้น ซึ่งเป็นการมารวมกันของชาวบ้านเพื่อใช้เวลาและกำลังกายทำกิจกรรมที่ได้ทั้งงาน

---

[21] Ibid.

[22] Ibid.

[23] Ibid.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

และความสนุกสนานเพลิดเพลิน ตลอดจนทำให้รู้จักกันดีมีความใกล้ชิด นอกจากนี้ สิ่งบันเทิงอื่นๆ ไม่มีเหมือนในเมือง เช่น โรงภาพยนตร์ โรงละคร อาบอบนวด ภัตตาคาร ฯลฯ ความบันเทิงจึงออกมาในรูปกิจกรรมที่ได้ทั้งความเพลิดเพลินและการงาน ซึ่งเป็นผลให้เกิดเอกลักษณ์อย่างหนึ่ง คือ การทำงานเป็นเล่น ทำเล่นเป็นงาน ซึ่งอาจจะเป็นอิทธิพลของศาสนาหรือภูมิศาสตร์ก็ตาม เป็นการไม่ให้ความสำคัญกับงานที่ทำ ทำไปเพื่อสนุกๆ เท่านั้นเอง ไม่เอาจริงเอาจังกับงาน

5. การรักษาน้ำใจและเกรงใจ[24]

ค่านิยมนี้ส่งผลให้คนไทยส่วนมากมีบุคลิกภาพที่อ่อนน้อมถ่อมตน เป็นมิตร และสุภาพ ซึ่งค่านิยมในการรักษาน้ำใจกัน โดยเฉพาะการแสดงความเป็นห่วงเป็นใย และพร้อมที่จะช่วยเหลือ เป็นค่านิยมที่มีความสำคัญสำหรับทุกกลุ่มในประเทศ โดยไม่มีการแบ่งแยกความแตกต่างทางด้านศาสนา เพศ การศึกษา อาชีพ สถานะ ฯลฯ ซึ่งค่านิยมในการรักษาน้ำใจกันนี้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความพยายามในการประนีประนอมความต้องการส่วนตัวเข้ากับความต้องการของผู้อื่นหรือของสังคม

ผู้วิจัยเลือกศึกษาแนวคิดค่านิยมพื้นฐานของไทย เพื่อช่วยในการอธิบายให้เห็นค่านิยมที่ปรากฏเป็นลักษณะเฉพาะในบริบทของสังคมไทย อันเป็นบริบทที่เด็กและเยาวชนไทยใช้ชีวิตอยู่ตั้งแต่เกิด เติบโต และในขณะเดียวกัน เด็กและเยาวชนไทยได้ถูกหล่อหลอมค่านิยมพื้นฐานของไทยเหล่านี้จากครอบครัวและผู้คนในสังคมไทย

เนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคมไทยนั้นเริ่มเชื่อมโยงกับมิติการใช้เครื่องมือสื่อสาร อุปกรณ์เทคโนโลยีมากขึ้น เด็กและเยาวชนไทยก็ถือเป็นกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีสัดส่วนมากที่สุดในประเทศไทย[25] ผลจากการใช้อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลนั้นเป็นสิ่งที่นักวิชาการจากทั่วทุกมุมโลกให้ความสนใจศึกษาทั้งในประเด็นค่านิยม พฤติกรรม ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก จากการสำรวจวิจัยค่านิยมเด็กและเยาวชนจากทั่วโลก โดยสามารถสรุปเป็นแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมดิจิทัลได้ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2. แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมดิจิทัล

Don Tapscott ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของเยาวชนผ่านชุมชนออนไลน์ อายุ 13- 29 ปี ทั้งหมด 9,442 คนใน 12 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส สเปน เม็กซิโก บราซิล รัสเซีย จีน ญี่ปุ่นและอินเดีย และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นของเยาวชนกับสื่อดิจิทัล จึงสรุปประเด็นอันเป็นค่านิยมดิจิทัล ดังนี้ [26]

---

[24] ฐิติพร ตั้งไตรธรรม, "การวัดค่านิยมและลักษณะการยอมรับนวัตกรรมของวัยรุ่นไทย " (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต โครงการพิเศษ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548).

[25] hrs, "สถิติที่น่าสนใจและผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2011".

[26] Tapscott, *Grown up Digital:How the Net Generation Is Changing Your World*.

1. เสรีภาพ (Freedom)

อินเทอร์เน็ตให้อิสระแก่เยาวชนยุคดิจิทัลในการเลือกตัดสินใจหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การทำกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละวัน เช่น ซื้อหนังสือหรือคุยกับเพื่อน รวมถึงการตัดสินใจเลือกว่าตนเองจะเป็นใครในอนาคต จากงานศึกษาวิจัยของ Don Tapscott พบว่า เยาวชนมีความคาดหวังว่าจะสามารถเลือกได้ว่าตนจะทำงานที่ใดและทำเมื่อใด นอกจากนี้ เยาวชนยังใช้เทคโนโลยีเพื่อหลีกหนีพื้นที่และชั่วโมงการทำงานแบบดั้งเดิม อีกทั้งผสมผสานชีวิตที่บ้านและในสังคมรวมกับชีวิตทำงาน นอกจากนี้ผลจากการสำรวจวิจัยแบบออนไลน์ในอเมริกาเหนือยังพบว่า เยาวชนยุคดิจิทัลจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งระบุว่า ตนต้องการทำงานในสถานที่อื่นมากกว่าในสำนักงาน

นอกจากนี้ ผลการสำรวจยังพบอีกว่า เยาวชนยุคดิจิทัลชอบชั่วโมงการทำงานที่มีความยืดหยุ่นและผลตอบแทนที่ขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงาน ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับชั่วโมงการพบเจอกันในสำนักงาน และหากว่าเยาวชนยุคดิจิทัลพบงานใหม่ที่เสนอค่าตอบแทนที่สูงกว่า เป็นงานที่ท้าทายกว่า มีโอกาสที่จะได้ท่องเที่ยวหรือแค่เพียงได้เปลี่ยนแปลง พวกเขาก็ไม่มีความกลัวที่จะออกจากงานนั้น แม้จะเป็นงานที่ดีอยู่แล้วก็ตาม

เยาวชนยุคอินเทอร์เน็ตจำนวนมากหาทางเป็นเจ้าของธุรกิจเอง โดยเฉพาะหลังจากที่พวกเขาทำงานให้กับบริษัทข้าราชการแบบดั้งเดิม สิ่งที่ดึงดูดใจคือ การเป็นเจ้าของธุรกิจนั้นเป็นไปในทางสร้างสรรค์มากกว่า มีอิสรภาพมากกว่า และไม่มีเจ้านายให้ต้องคอยตอบคำถาม ช่วงสองสามปีมานี้ ยูทูบ (YouTube)[27] เฟซบุ๊ก (Facebook)[28] และดิกก์ (Digg)[29] เป็นตัวอย่างการประสบความสำเร็จที่เด่นชัดขององค์กรที่เริ่มต้นที่ปัจเจกบุคคลและผู้ก่อตั้งองค์กรที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี เรื่องราวเหล่านี้เป็นแรงบันดาลใจให้เยาวชนยุคดิจิทัลในการเลือกประกอบอาชีพทางธุรกิจตั้งแต่อายุยังน้อย

---

[27] ยูทูบ (YouTube) เป็นเวบไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ฟรี ซึ่งเริ่มพัฒนาในปี พ.ศ.2548 โดยพนักงานในบริษัท Paypal ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการระบบจ่ายเงินและโอนเงินออนไลน์เพื่อรองรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยนำเทคโนโลยีของ Adobe Flash มาใช้ในการแสดงภาพวิดีโอ เมื่อสมัครสมาชิกแล้วผู้ใช้จะสามารถใส่ภาพวิดีโอเข้าไปแบ่งปันภาพวิดีโอให้คนอื่นดูด้วย แต่หากไม่ได้สมัครสมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดดูภาพวิดีโอที่ผู้ใช้คนอื่นๆ ใส่ไว้ในยูทูบได้

[28] เฟซบุ๊ก (Facebook)เป็นสื่อเครือข่ายสังคมที่มีจุดกำเนิดเริ่มต้นการพัฒนาโดย มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก นักศึกษามหาวิทยาลัย Havard ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปี พ.ศ.2548 ในระยะเริ่มแรก เฟซบุ๊กมีจุดประสงค์เพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนผู้เรียนด้วยกันในมหาวิทยาลัย ต่อมาได้ขยายการติดต่อเชื่อมโยงข่าวสารไปดูสถานศึกษาอื่นในสหรัฐอเมริกาและเข้าสู่การใช้ของประชาชนทั่วไป เฟซบุ๊กมีการแพร่กระจายกว้างขวางรวดเร็ว โดยมีจำนวนผู้ใช้ 955 ล้านรายจากทั่วโลก (เฟซบุ๊กประกาศผลประกอบกิจการเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556, ที่มา : http://www.it24hrs.com/2012/facebook-stat-955-million-user-on-june-2012/) และในประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้ 26 ล้านราย (ที่มา : http://www.it24hrs.com/ 2014/infographic-thai-facebook-user-2014/)

[29] ดิกก์ (Digg) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการเก็บ url ของเว็บไซต์ไว้ดู เริ่มให้บริการเมื่อปี พ.ศ.2547 โดยนักเขียนโปรแกรมผู้ใช้สามารถแบ่งปันเว็บไซต์ที่ชื่นชอบให้กับเพื่อนในเครือข่าย มีการร่วมลงคะแนนและแสดงความคิดเห็นเว็บไซต์ที่ตนชื่นชอบ และ Digg เองจะเป็นผู้คัดเลือกข่าวที่น่าสนใจจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่พิจารณาความยอดนิยมของข่าวจากเฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และลิงก์อิน (LinkedIn) ซึ่งเป็นการทำงานแบบอัตโนมัติ หลังจากนั้นจะให้ผู้ใช้เป็นผู้ลงคะแนนและแสดงความคิดเห็นอีกครั้ง ก่อนจะนำข่าวยอดนิยมไปเผยแพร่ในหน้าเว็บไซต์ของ Digg ต่อไป

เยาวชนยุคดิจิทัลให้คุณค่าในความมีเสรีภาพในตัวเลือก ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของการใช้สื่อของเยาวชนยุคนี้ Don Tapscott ได้ยกตัวอย่างการมีตัวเลือกอันมากมายมหาศาลทางอินเทอร์เน็ต คือ การเลือกฟังเพลงบนไอพอด (iPod)[30] เป็นพันเพลงที่มาจากจำนวนเพลงนับล้านเพลงที่ไอจูนส์ (ITunes)[31] แทนการฟังเพลงยอดนิยมสิบอันดับบนหน้าปัดวิทยุ และหากเยาวชนยุคดิจิทัลสงสัยว่าเม่นแคระของชาวแอฟริกันจะเป็นสัตว์เลี้ยงที่เหมาะกับเด็กหรือไม่ กูเกิ้ล (Google) ก็ได้เสนอลิงค์มากกว่า 25,000 ลิงค์ ที่เกี่ยวกับ “เม่นของชาวแอฟริกัน” เพื่อช่วยเยาวชนยุคนี้ในการตัดสินใจ อีกทั้งหากเยาวชนยุคดิจิทัลมีความสนใจเกี่ยวกับการซื้อหนังสือ อเมซอน (Amazon)[32] ก็ได้เสนอตัวเลือกนับล้านตัวเลือกไว้เพื่อการตัดสินใจเลือก

ผู้คนยุคเบบี้บูม (Baby Boomer) [33] มักจะรู้สึกว่าความหลากหลายเป็นความยากลำบาก แต่เยาวชนยุคดิจิทัลกลับรักในสิ่งนี้ พวกเขาไม่ได้แสดงความวิตกกังวลเมื่อพบกับตัวเลือกที่มีจำนวนนับพันอย่าง สิ่งที่ Don Tapscott พบจากการสำรวจทางออนไลน์ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กชาวอเมริกาเหนือจำนวน 1,750 คน ว่า มีเพียง 13 % เท่านั้นที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่ว่า “มีตัวเลือกจำนวนมากเกินไปเมื่อฉันจะซื้อของ ฉันลังเลว่าฉันได้ตัดสินใจถูกต้องแล้วหรือยัง”

การแสวงหาเสรีภาพส่งผลต่อการเรียนรู้ด้วย เยาวชนยุคดิจิทัลสามารถเข้าถึงโลกแห่งความรู้ที่มีอยู่มากผ่านการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพียงปลายนิ้วมือ โดยผ่านความต้องการว่าจะเลือกเรียนที่ใดและเวลาใด ดังนั้นการเข้าชั้นเรียนในเวลาและสถานที่ที่ถูกกำหนดมาแล้วโดยอาจารย์ผู้สอน และโดยที่พวกเขาเป็นผู้รับเนื้อหาความรู้แบบไม่มีปฏิกิริยาโต้ตอบนั้นดูเป็นเรื่องล้าสมัยและแปลกประหลาด

2. การปรับเปลี่ยนให้เป็นเฉพาะตัว (Customization)

งานวิจัยดังกล่าวยังแสดงว่า เยาวชนยุคดิจิทัลให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว โดยเยาวชนยุดดิจิทัลนั้นปรารถนาจะให้สิ่งของที่ตนใช้มีลักษณะเฉพาะตัวและประดับตกแต่งข้าวของเครื่องใช้ หรือแม้กระทั่งไม่คิดจะปรับเปลี่ยนอะไร สำหรับเยาวชนยุคดิจิทัลนั้น การปรับพื้นที่ออนไลน์ให้เป็นแบบเฉพาะตัวนับได้ว่าเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติตาม ยกตัวอย่างเช่น เฟซบุ๊ก

---

[30] ไอพอด (iPod) คือเครื่องฟังเพลงแบบพกพาของบริษัทแอปเปิล คอมพิวเตอร์ สามารถใช้เก็บข้อมูลสำหรับแลกเปลี่ยนระหว่างคอมพิวเตอร์ได้โดยขึ้นอยู่กับขนาดของหน่วยความจำในแต่ละรุ่น

[31] ไอจูนส์ (ITunes) ซอฟต์แวร์ประยุกต์สำหรับฟังเพลงและเปิดไฟล์วิดีโอ พัฒนาโดยบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ ใช้สำหรับเล่นและจัดเก็บไฟล์เพลง รวมถึงเชื่อมต่อเข้ากับ ไอทูนส์สโตร์ไอทูนส์ได้รับความนิยมเนื่องจากลักษณะการใช้งานที่เรียบง่ายและสามารถดาวน์โหลดได้ฟรีจากอินเทอร์เน็ต โดยมีความสามารถอื่นที่สำคัญในการเก็บและการจัดเรียงไฟล์เพลงภายในเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ผู้ใช้สามารถซื้อเพลงผ่านร้านขายเพลงออนไลน์ที่มากับโปรแกรม

[32] อเมซอน (Amazon) คือเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา โดยเริ่มต้นจากการขายหนังสือออนไลน์ในปี พ.ศ. 2537 แล้วขยายกิจการขายซีดีเพลง ซอฟท์แวร์คอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม เสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ อาหาร ฯลฯ

[33] เบบี้บูม (Baby Boomer) คือชื่อรุ่นของคนในสหรัฐอเมริกา ใช้เรียกผู้คนที่เกิดช่วงปี พ.ศ. 2489-2503 ซึ่งเป็นช่วงที่มีอัตราการเกิดสูง เนื่องจากการเลื่อนการมีบุตรออกไปของครัวเรือนระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อสงครามสิ้นสุดลง เศรษฐกิจรุ่งเรืองขึ้น ภาวะเจริญพันธุ์จึงสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว คนรุ่นนี้เกิดในครอบครัวที่สมบูรณ์ เป็นคนที่มีอุดมคติ สู้งานหนัก และชอบการแข่งขัน

นอกจากนี้ เยาวชนยุคดิจิทัลยังปรับรูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อ เช่น การเลือกดูโทรทัศน์รายการโปรดเมื่อตนอยากดู โดยไม่ได้ดู ณ ช่วงเวลาที่รายการเหล่านั้นออกอากาศ

ในที่ทำงาน เยาวชนยุคดิจิทัลมักจะต้องการปรับเปลี่ยนงานของพวกเขา จากการสำรวจออนไลน์เด็กจำนวน 1,750 คนในอเมริกาเหนือ พบว่า เยาวชนยุคดิจิทัลจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนกลุ่มตัวอย่างระบุว่า ตนชอบทำงานนอกบริษัท เพราะรู้สึกสนุกกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป และความสามารถในการทำงานนอกที่ทำงานของตนแสดงให้นายจ้างเห็นว่า นายจ้างไว้ใจตนให้ทำงานสำเร็จลุล่วงได้

3. การสังเกตทุกสิ่งอย่างถี่ถ้วน (Scrutiny)

เยาวชนยุคดิจิทัลเป็นนักสังเกตอย่างถี่ถ้วน เยาวชนในยุคปัจจุบันมีความสามารถที่จะแยกแยะระหว่างเรื่องจริงและเรื่องแต่ง ถึงแม้ว่าแหล่งข้อมูลจำนวนมากบนเว็บไซต์มิได้บอกว่าข้อมูลใดขาดความน่าเชื่อถือ เช่น ข่าวขยะ ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง การหลอกลวง เล่ห์อุบายและแผนการร้าย เยาวชนยุคดิจิทัลมีความตระหนักรู้สูงมากเกี่ยวกับโลกรอบตัวและต้องการรู้เพิ่มขึ้นว่ามีสิ่งใดเกิดขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อค้นหาว่าอะไรคือสิ่งที่เกิดขึ้นจริง

เมื่อใดก็ตามที่เยาวชนยุคดิจิทัลอยู่ในโลกออนไลน์ เยาวชนยุคนี้จะกลายเป็นคนขี้สงสัย เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้คนยุคเบบี้บูมกับเยาวชนยุคดิจิทัล เมื่อผู้คนที่เกิดในยุค Baby Boom ยังเด็ก รูปภาพก็คือรูปภาพ มันบันทึกความเป็นจริง ไม่เหมือนในปัจจุบัน ที่เมื่อเยาวชนยุคดิจิทัลเห็นรูปภาพก็สามารถวางใจเชื่อได้ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นตามรูปภาพนั้นเป็นความจริง แต่ในขณะเดียวกันรูปภาพเหล่านี้ก็ต้องพิสูจน์ได้เช่นกันว่าเป็นความจริง

ความช่างสังเกตถี่ถ้วนของเยาวชนยุคดิจิทัลยังปรากฏในผลการศึกษาวิจัยของ Don Tapscott ว่า เมื่อซื้อสินค้า เกือบสองในสามของเยาวชนยุคดิจิทัลกล่าวว่า ได้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนสนใจก่อนซื้อ โดยเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของรายละเอียดสินค้าทางออนไลน์ และมองหาราคาที่ถูกที่สุดก่อน นอกจากนี้เยาวชนในยุคนี้ยังอ่านบล็อก ฟอรั่มและบทความวิจารณ์สินค้าก่อนซื้อสินค้าแต่ละชิ้นอีกด้วย

4. ความซื่อสัตย์โปร่งใส (Integrity)

เยาวชนยุคดิจิทัลใส่ใจในความซื่อสัตย์โปร่งใส นั่นคือ การเป็นคนซื่อสัตย์ มีลักษณะเห็นอกเห็นใจผู้อื่น มีความโปร่งใสและอดทนโดยมีความรับผิดชอบ นี่คือผู้คนยุคที่มีความอดทนอดกลั้นอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับคนยุคก่อน ไม่น่าประหลาดใจที่เยาวชนยุคนี้แสดงให้เห็นความอดทนที่มีอย่างมาก และรวมถึงการมีสติปัญญา เนื่องจากการได้สัมผัสกับวิทยาศาสตร์ การแพทย์ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ไม่ปรากฏในรุ่นพ่อแม่ โลกรอบตัวของเยาวชนยุคดิจิทัลก็มีความเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน จึงไม่น่าประหลาดใจที่เยาวชนยุคนี้มีความใส่ใจในเรื่องความซื่อสัตย์

นอกจากนี้ เยาวชนยุคดิจิทัลยังคาดหวังให้คนอื่นมีความซื่อสัตย์โปร่งใสด้วยเช่นกัน เยาวชนยุคดิจิทัลไม่ต้องการทำงานหรือซื้อสินค้าที่มาจากองค์กรที่ไม่ซื่อสัตย์ อีกทั้งยังคาดหวังให้บริษัทคิดถึงจิตใจของผู้บริโภค ลูกจ้างและชุมชนอื่น ๆ ที่บริษัททำงานด้วย เยาวชนยุคนี้ยังตระหนักเกี่ยวกับโลกมากกว่าคนยุคก่อน เนื่องมาจากการมีข้อมูลจำนวนมากมายมหาศาลอยู่บนอินเทอร์เน็ต

ทว่าความซื่อสัตย์โปร่งใสก็ได้แกว่งเป็นสองทิศทาง กล่าวคือ เยาวชนยุคดิจิทัลจำนวนมากที่ตัดสินเหล่าบริษัทด้วยมาตรฐานทางจริยธรรมที่เคร่งครัด ในขณะเดียวกัน เยาวชนเหล่านี้ก็กำลังดาวน์โหลดเพลงแบบไม่เสียค่าบริการ ซึ่งเป็นการกระทำที่อุตสาหกรรมเพลงเรียกว่าเป็นการขโมย จากผลการศึกษาโดย Jupiter Research พบว่า หนึ่งในสามของผู้เป็นเจ้าของเครื่องไอพอดมีการดาวน์โหลดเพลงอย่างผิดกฎหมาย ผลการวิจัยของ nGenera Research พบว่า 77% ของคนยุคอินเทอร์เน็ตดาวน์โหลดเพลง ซอฟต์แวร์ เกมหรือภาพยนตร์โดยไม่ได้จ่ายเงิน นอกจากนี้ จากงานวิจัยของ Pew Internet และ American Life Project ยังพบว่า 72% ของผู้แบ่งปันไฟล์ที่มีอายุ 18-29 ปี บอกว่าตนไม่สนใจในเรื่องลิขสิทธิ์ของไฟล์ที่ได้แบ่งปัน ส่วนใหญ่แล้วไม่คิดว่าเป็นการขโมยและถึงแม้ว่าเป็นการขโมย เยาวชนยุคดิจิทัลก็พิจารณาในมุมที่ต่างออกไป โดยเห็นว่าอุตสาหกรรมเพลงเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่สมควรได้รับในสิ่งที่ได้รับ เยาวชนยุคดิจิทัลบางคนคิดว่าความคิดเรื่องการเป็นเจ้าของเพลงนั้นจบลงแล้ว และมีบางคนคิดว่าตนกำลังทำเรื่องที่เล็กน้อยมาก

ความซื่อสัตย์โปร่งใสกำลังขับเคลื่อนพฤติกรรมของเยาวชนยุคดิจิทัลในสถาบันอื่นด้วย เยาวชนยุคนี้ต้องการให้มหาวิทยาลัย โรงเรียน รัฐบาลและนักการเมืองมีความซื่อสัตย์ คำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวม มีความโปร่งใส อธิบายได้และเปิดกว้าง

5. การประสานความร่วมมือ (Collaboration)

เยาวชนยุคดิจิทัลเป็นนักประสานความร่วมมือโดยธรรมชาติ โดยทำงานร่วมกันทางออนไลน์ผ่านกลุ่มการสนทนา เล่นวิดีโอเกมที่มีผู้เล่นหลายคน ใช้อีเมล์ และแบ่งปันไฟล์ที่โรงเรียน ที่ทำงานหรือแค่เพื่อความสนุก พวกเขามีอิทธิพลต่อคนอื่น ๆ ผ่านทางสิ่งที่ Don Tapscott เรียกว่า เครือข่าย N-Fluence ที่ซึ่งพวกเขาแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับตราสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการ โดยนำเอาวัฒนธรรมแห่งการประสานความร่วมมือมาไว้ที่ทำงานและใช้เครื่องมือออนไลน์ในการสื่อสารอย่างสะดวกสบาย เยาวชนยุคนี้ชอบที่จะติดต่อกับเพื่อนผ่านทางโทรศัพท์มือถือไม่ว่าจะอยู่บนถนน ในร้านค้า หรือที่ทำงาน การติดต่อเช่นนี้ทำให้รู้สึกถึงความเป็นสังคมเสมือนจริงตลอดทั้งวัน

ผู้บริโภคยุคอินเทอร์เน็ตกำลังก้าวเดินไปอีกขั้นและจะกลายเป็นผู้ผลิต เป็นผู้ร่วมสร้างสินค้าและบริการกับทางบริษัท อัลวิน ทอฟเลอร์ เสนอแนวคิด “ผู้ผลิตเพื่อผู้บริโภค” ในหนังสือ “Future Shock” เมื่อช่วงปี ค.ศ.1970 เมื่ออินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนแปลงตัวเองจากการเป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลเป็นสถานที่ซึ่งทุกคนสามารถประสานความร่วมมือและเป็นที่ที่ปัจเจกบุคคลสามารถสร้างให้ตัวเองเข้าสู่ชุมชนใหม่ เว็บ 2.0 ที่เป็นชุมชนใหม่กำลังก่อรูปเป็นเครือข่ายทางสังคม เช่น เฟซบุ๊ก และชุมชนเหล่านี้กำลังเริ่มต้นสู่การผลิต ผู้คนต่างทำงานร่วมกัน ดังนั้นกระบวนการผลิตเพื่อ

การบริโภคจึงเป็นความคิดที่กำลังรอให้มีการเกิดขึ้น และรอให้คนยุคหนึ่งที่มีสัญชาตญาณโดยธรรมชาติเกิดการประสานความร่วมมือและร่วมสร้างสรรค์สิ่งใหม่

การประสานความร่วมมือแบบใหม่ไม่เหมือนการทำงานร่วมกันในแบบดั้งเดิม กล่าวคือ ความพยายามของปัจเจกบุคคลสามารถเป็นประโยชน์ในวงกว้างเพื่อสร้างผลงานการรวบรวมให้ประสบผลสำเร็จ เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) สารานุกรมออนไลน์ที่เขียนโดยอาสาสมัครผู้ใช้จำนวน 75,000 คน และยังคงมีการแก้ไขอย่างต่อเนื่องโดยผู้อ่านจำนวนหลายแสนคนทั่วโลกที่แสดงการแก้ไขนับล้านครั้งต่อเดือน ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นและประสบความสำเร็จได้ก็ด้วยผู้คนยุคใหม่ที่ให้คุณค่ากับการประสานความร่วมมือ

เยาวชนยุคดิจิทัลเป็นนักประสานความร่วมมือในทุกด้านของชีวิต ในฐานะที่เป็นนักกิจกรรมพลเมือง เยาวชนยุคนี้จึงมีท่าทีแห่งการประสานความร่วมมือด้วยความสุขุม มีความต้องการที่จะช่วยเหลือ และมีแนวโน้มที่จะอาสาช่วยเหลือคนอื่นได้ในทุกเรื่อง โดยอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งที่เอื้อให้เยาวชนยุคนี้เกิดการประสานความร่วมมือได้ไม่ว่าจะเป็นเรื่องใหญ่หรือเรื่องเล็ก

6. ความบันเทิง (Entertainment)

เยาวชนยุคดิจิทัลมีความคิดเห็นว่า งานควรจะมีความสนุก คนยุคนี้ไม่มีเส้นแบ่งขาดระหว่างสองสิ่งนี้ ความคิดของผู้คนยุคก่อนหน้านี้ คือ จะต้องมีการแบ่งช่วงเวลาของวันเป็นช่วงเวลาทำงานและช่วงเวลาพักผ่อนใช้ชีวิตอย่างสนุกสนาน แต่สำหรับเยาวชนยุคดิจิทัล งานและความสนุกสนานนี้หลอมรวมเข้าด้วยกันเป็นกิจกรรมเดียวกัน เนื่องจากเยาวชนยุคดิจิทัลเชื่อมั่นในความสนุกสนาน เมื่อทำงาน เยาวชนยุคนี้ไม่เห็นความผิดอันใดที่ได้ใช้เวลาทำงานไปดูหน้าโพรไฟล์ในเฟซบุ๊กหรือเล่นเกมออนไลน์ จากการสำรวจวิจัยของ Don Tapscott พบว่า วัยรุ่นที่เล่นเกมออนไลน์นั้น เมื่อได้ทำงานพวกเขาก็มีแนวโน้มจะเล่นเกมออนไลน์ระหว่างทำงานเพื่อลดความตึงเครียดเป็นสัดส่วนถึง 81%

อินเทอร์เน็ตให้โอกาสเยาวชนยุคนี้อย่างมากในการแสวงหาความบันเทิงแบบออนไลน์ เว็บไซต์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสนุกสนาน ไม่ว่าจะเป็นการอ่านพาดหัวข่าว ค้นหาข้อมูลในกูเกิ้ล เช็คอีเมล์ และส่งข้อความหาเพื่อน มีสิ่งบันเทิงทั่วโลกจากเว็บไซต์ การสนทนากับเพื่อนทางอินเทอร์เน็ต และการเล่นเกมออนไลน์ มีช่องทางบันเทิงที่จัดหาไว้สำหรับความสนใจของเยาวชนยุคนี้ เยาวชนยุคอินเทอร์เน็ตจำนวนมากขยายปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อนโดยการมีส่วนร่วมใน “กิจกรรมทางอินเทอร์เน็ต” หลายทางในเวลาพร้อมกัน เช่นการสนทนากับเพื่อนทางออนไลน์ ขณะที่กำลังฟังเพลงผ่านโปรแกรม media player และสืบค้นอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ยูทูบได้สร้างช่องทางสำหรับความบันเทิงแบบมีส่วนร่วม โดยผู้ใช้อัพโหลดไฟล์วิดีโอจำนวนหลายแสนไฟล์ทุกวัน ไม่เว้นแม้กระทั่งรายการทีวีย่อย ๆ ที่ตนชอบรวมถึงเนื้อหาที่เยาวชนยุคดิจิทัลสร้างขึ้นเอง ผู้ใช้ก็ให้คะแนนและแสดงความคิดเห็นอันเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันผ่านกิจกรรมความบันเทิงแบบออนไลน์

7. ความเร็ว (Speed)

เยาวชนยุคดิจิทัลมักคาดหวังที่จะได้รับของที่สั่งซื้อผ่านทางออนไลน์ภายในเวลาไม่กี่วัน บริษัทที่สนองตอบความต้องการนี้ได้ก็จะได้รับการยกย่องและกลายเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ ในขณะที่บริษัทที่ปล่อยให้พวกเขารอนานกลับถูกวิพากษ์วิจารณ์ จากผลการสำรวจของ Don Tapscott พบว่า เมื่อเยาวชนยุคนี้ส่งอีเมล์ถึงบริษัท เยาวชนที่มีสัดส่วนถึง 80% คาดหวังว่าจะได้รับการตอบกลับอย่างรวดเร็ว แต่ในทางกลับกัน เมื่อคุยกับเพื่อน อีเมล์นับว่าช้าเกินไปสำหรับคนยุคนี้ เยาวชนยุคดิจิทัลชอบความเร็วของการส่งข้อความตอบกลับแบบทันที พวกเขาไม่อดทนและพวกเขารู้ในข้อนี้ เมื่อมีการสำรวจความคิดเห็นว่า พวกเขาคิดอย่างไรกับข้อความที่ว่า “ฉันมีความอดทนน้อยมากและฉันไม่สามารถทนกับการรอคอยได้” เยาวชนยุคดิจิทัล 56% เห็นด้วยกับคำกล่าวนี้

เยาวชนยุคดิจิทัลจำนวนมากอยากมีอาชีพการงานที่ก้าวหน้าไปได้ไวพอกับอัตราการเดินของเวลาที่เหลือในชีวิต เยาวชนยุคนี้เห็นคุณค่าของปฏิกิริยาการตอบกลับที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องของนายจ้าง โดยมองว่าเป็นสิ่งที่ช่วยวัดความก้าวหน้าและประเมินตนเองเพื่อก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพมากขึ้น อีกทั้งช่วยเป็นแรงผลักดันในการประกอบอาชีพ ความจงรักภักดีจะเพิ่มขึ้นเมื่อเยาวชนยุคดิจิทัลได้รับการตอบกลับที่จะช่วยให้พวกเขาว่าตัวเองประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ในทางกลับกัน ความจงรักภักดีอาจน้อยลงหากเยาวชนยุคนี้ไม่ได้รับการตอบกลับอย่างสม่ำเสมอ

8. นวัตกรรม (Innovation)

ด้วยความที่ถูกเลี้ยงดูมาในวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม นวัตกรรมเกิดขึ้นในช่วงเวลาทันที ในที่ทำงาน นวัตกรรมหมายถึงการปฏิเสธระบบแบบดั้งเดิมที่มีการปกครองตามลำดับขั้นการออกคำสั่งและควบคุม และหมายถึงกระบวนการทำงานที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อสนับสนุนการประสานความร่วมมือและความสามารถในการสร้างสรรค์ เยาวชนยุคดิจิทัลไม่ต้องการทำงานหนักในระบบข้าราชการประจำเหมือนพ่อแม่ของตน เยาวชนยุคนี้เติบโตขึ้นมาในยุคของนวัตกรรมที่มีสิ่งที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และเยาวชนยุคนี้ต้องการให้สถานที่ทำงานเป็นทั้งสถานที่ที่ปรับปรุงใหม่และเป็นที่แห่งการสร้างสรรค์ด้วยเช่นกัน เยาวชนยุคดิจิทัล ยอมรับว่า สภาพแวดล้อมการทำงานที่มีนวัตกรรมเป็นที่ที่นำไปสู่ความกระฉับกระเฉง เต็มไปด้วยพลังและความคิดสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ จากที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมงานศึกษาวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นค่านิยมพื้นฐานของเยาวชนยุคดิจิทัล ยังปรากฏข้อค้นพบค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลในประเด็นอื่น ๆ โดยสรุปได้ คือ

9. การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก (Self- Centeredness)

ปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เยาวชนยุคดิจิทัลมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก มาจากการเลี้ยงดูของพ่อแม่ เนื่องด้วยลักษณะครอบครัวของเยาวชนยุคดิจิทัลโดยส่วนใหญ่จะเป็นครอบครัวที่พ่อแม่มีการศึกษาสูง เป็นครอบครัวขนาดเล็กที่มักมีบุตรเพียงคนเดียว เด็กกลับมามีความสำคัญและเป็นศูนย์กลางของความสนใจมากขึ้น[34] โดยพ่อแม่ได้เสียสละทั้งเวลา กำลังทรัพย์และความพยายามที่จะเลี้ยงดูลูก แบบที่ไม่ปล่อยให้ลูกทำอะไรผิดพลาด[35] อีกประการหนึ่งคือ เยาวชนยุคดิจิทัลมีประสบการณ์สำคัญคือ การได้สัมผัสความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านการสื่อสารข้อมูล[36] เยาวชนยุคดิจิทัลมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันตลอดทั้งวันแต่เป็นการสื่อสารที่ผ่านหน้าจอ โดยส่วนใหญ่มักส่งข้อความหาเพื่อน[37] โดยการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักนั้น มีลักษณะดังนี้

- การหลงตัวเอง (Narcissism)

Joel Stein[38] ระบุว่า เยาวชนยุคดิจิทัลแตกต่างจากผู้คนยุคอื่น ๆ เพราะเมื่อช่วงปี ค.ศ. 1970 ผู้คนที่ต้องการสร้างโอกาสพัฒนาให้เด็กประสบความสำเร็จได้ค่อย ๆ ปลูกฝังให้เด็กรู้จักเห็นคุณค่าในตัวเอง ผลปรากฏว่า การเห็นคุณค่าแห่งตนนั้นดีสำหรับการได้งานทำแต่ไม่ดีต่อการรักษางานนั้นไว้หรือความสัมพันธ์กับผู้อื่น

สิ่งที่ค้นพบในเบื้องต้นตามที่ Roy Baumeister[39] อาจารย์สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรัฐฟลอริดาและบรรณาธิการหนังสือ “Self-Esteem: The Puzzle of Low Self-Regard” กล่าวคือ เยาวชนยุคดิจิทัลที่เห็นคุณค่าในตัวเองสูงมักจะเรียนดีและดูเหมือนว่าจะมีปัญหาน้อยกว่าคนอื่น แต่สิ่งที่เราได้เรียนรู้ต่อมาก็คือ การเห็นคุณค่าแห่งตนนั้นเป็นผลลัพธ์ไม่ใช่สาเหตุ ปัญหาคือ ในขณะที่เราพยายามสร้างให้เด็กเห็นคุณค่าในตัวเอง พวกเขากลับสร้างการหลงตัวเองขึ้นมาแทน

ทั้งนี้ เยาวชนยุคดิจิทัลที่มีอาการหลงตัวเองนั้น จะมีความรู้สึกว่าตนเองเป็นคนสำคัญที่สุด ต้องการเป็นที่ชื่นชมและยอมรับตลอดเวลา เพิกเฉย ไม่เอาใจใส่ความรู้สึกผู้อื่น คิดหมกมุ่นอยู่แต่กับความต้องการของตนเอง[40]

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

---

[34] วรชัย ทองไทย, "มองสังคมอเมริกันผ่านคน’รุ่น’ต่างๆ," ใน ครอบครัวไทยในสถานการณ์เปลี่ยนผ่านทางสังคมและประชากร. สุชาดา ทวีสิทธิ์ ชาย โพธิสิตา บรรณาธิการ (นครปฐม: สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2552).

[35] N.A. Lipkin and A.J. Perrymore, *Y in the Workplace: Managing the "Me First" Generation* (Career PressInc, 2009).

[36] วรชัย ทองไทย, "มองสังคมอเมริกันผ่านคน’รุ่น’ต่างๆ."

[37] Joel Stein, "Miillennials : The Me Me Me Generation," *TIME*, 20 MAY 2013.

[38] Ibid.

[39] Ibid.

[40] ธาม เชื้อสถาปนศิริ "ทำไมคนรุ่นใหม่ถึงคิดถึงแต่ตัวเอง Me Me Me ที่สงสัยมีคำตอบแล้ว," เข้าถึงได้จาก, http://truehits.net/index_ranking.php.

- การขาดความเอาใจใส่ผู้อื่น (Lack of Empathy)

นอกจากนี้ ผลจากการเก็บคะแนนทดสอบเยาวชนจากการทดสอบความคิดสร้างสรรค์ (The Torrance Tests of Creative Thinking) พบว่า คะแนนการทดสอบในด้านการเอาใจใส่ผู้อื่นนั้นลดลงอย่างมากตั้งแต่ปี ค.ศ.2000 ซึ่ง Joel Stein[41] มองว่า น่าจะเป็นเพราะการขาดช่วงเวลาเห็นหน้าค่าตาและด้วยความที่เยาวชนมีความหลงตัวเองสูง จึงทำให้เยาวชนขาดความเอาใจใส่ผู้อื่นและคำนึงถึงผู้อื่น

ทั้งนี้ เนื่องจากงานวิจัย ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย มุ่งศึกษาค่านิยมดิจิทัลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความมีเสรีภาพในการแสดงออก การละเมิดลิขสิทธิ์และการแสดงความเป็นตัวเอง ผู้วิจัยจึงได้พิจารณาเลือกค่านิยมพื้นฐานของเยาวชนยุคดิจิทัลที่คาดว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ดังกล่าว โดยในที่นี้ จะทำการศึกษาวิจัยเฉพาะค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ ความซื่อสัตย์โปร่งใส การประสานความร่วมมือ ความบันเทิง นวัตกรรมและการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก

3. แนวคิดเรื่องสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีฐานอยู่บนอินเทอร์เน็ต โดยได้สร้างรากฐานที่เกี่ยวกับระบบความคิดเชิงสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและเทคโนโลยีให้กับเว็บ 2.0 และเปิดโอกาสให้เกิดการสร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนเนื้อหาข้อมูลแบบที่ผู้ใช้เป็นผู้สร้างขึ้นเอง[42]ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์มีดังนี้

1. เว็บไซต์ด้านข่าวสารทางสังคม (Social news)

ลักษณะที่โดดเด่นของเว็บไซต์ประเภทนี้ คือ การที่ผู้ใช้เสนอเนื้อหาให้เว็บ (บทความ Podcast[43] วิดีโอ ฯลฯ) ที่พวกเขาพบว่าน่าสนใจ เว็บไซต์เหล่านี้เป็นเหมือนตัวกรอง ดังนั้นเนื้อหาที่ดีและน่าสนใจที่สุดก็จะปรากฏอยู่ด้านบนสุดของเว็บไซต์ ตัวอย่างของเว็บไซต์ด้านข่าวสารได้แก่ Digg Reddit StumbleUpon และ Mixx

---

[41] Stein, "Miillennials : The Me Me Me Generation."

[42] M. Kaplan Andreas, and Haenlein, M, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons* 53 (2010).

[43] มาจากคำว่า POD (Personal of Demand) คือความต้องการส่วนตัว ผสมกับคำว่า Broadcasting ที่หมายความว่าการกระจายเสียง เมื่อนำมารวมกันจึงเป็นคำว่า Podcasting หรือ Podcast เป็นการกระจายเสียงด้วยตัวของเราเอง เป็นได้ทั้งรูปแบบเสียงอย่างเดียวหรือวิดีโอคลิป สามารถอัพโหลดขึ้นทางเว็บไซต์ได้ (ที่มา :http://igotuget.wordpress.com/)

2. เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Networking)

ลักษณะที่โดดเด่นของเว็บไซต์เครือข่ายสังคม คือ ความสามารถในการอัพโหลดประวัติส่วนตัว เว็บไซต์เหล่านี้มักจะให้ความสำคัญที่ปัจเจกบุคคล เมื่อสองสามปีก่อน เว็บไซต์เครือข่ายสังคมถูกจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นอย่าง มายสเปซ (Myspace) และเฟรนสเตอร์ (Friendster) ปัจจุบันผู้ใหญ่ก็ได้เข้าร่วมใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมผ่านทางเว็บไซต์ที่เพิ่มประโยชน์การใช้มากขึ้นอย่างลิงก์อิน (LinkedIn) และเฟซบุ๊ก (Facebook)

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมเป็นสังคมในโลกอินเทอร์เน็ตที่ผู้คนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กัน อันหมายถึง การทำความรู้จักกัน ร่วมแบ่งปันประสบการณ์ เรื่องราว พูดคุยในสิ่งที่สนใจร่วมกัน และสามารถเชื่อมโยงกันได้ในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ทั้งนี้ได้อาศัยรูปแบบการบริการที่เรียกว่า “บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์” หรือ Social Network Service (SNS) เพื่อใช้เว็บไซต์ที่ถูกออกแบบขึ้นสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแสดงความเป็นตัวตนบนเครือข่ายสังคม โดยวิธีการเขียน แนะนำตัวผ่านประวัติส่วนตัวโดยย่อ รวมทั้งความสนใจ กิจกรรมที่ได้ทำ ทั้งนี้เพื่อเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่าย[44]

3. เว็บไซต์ที่แบ่งปันไฟล์ภาพและไฟล์วิดีโอ (Photo and Video Sharing)

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดประเภทหนึ่งคือ การให้บริการแบ่งปันไฟล์ภาพถ่ายและไฟล์วิดีโอ ถึงแม้ว่าเว็บไซต์เครือข่ายสังคมอย่างเฟซบุ๊กจะให้ผู้ใช้อัพโหลดรูปถ่ายและวิดีโอ แต่รูปแบบเว็บไซต์ที่ให้บริการอัพโหลดรูปถ่ายและวิดีโอก็ยังคงได้รับความนิยมอย่างมากมาย สำหรับการอัพโหลดและแบ่งปันรูปถ่ายนั้นก็จะมีเว็บไซต์อย่าง Flickr และ Zoomr และสำหรับการแบ่งปันไฟล์วิดีโอก็จะมีเว็บไซต์ Youtube MetaCafe Dialy Motion และ Vimeo

4. เว็บไซต์การรายงานสด/ การส่งข้อความระหว่างสมาชิก (Lifestreaming/ Microblogging)

บางครั้งเรียกว่า “Presence apps” บริการเหล่านี้ให้ผู้ใช้โพสท์ข้อความสั้น (คล้ายกับการเขียนบล็อก) และเก็บสิ่งที่เพื่อนโพสท์ได้ง่าย ทวิตเตอร์ (Twitter) และ เพิล์ค (Plurk) เป็บเว็บไซต์ที่ให้บริการประเภทนี้ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งสองเว็บไซต์จำกัดการโพสท์หนึ่งครั้งต่อ 140 ตัวอักษร และให้คุณติดตามกลุ่มผู้ใช้ (เพื่อน) จากหน้ากระดานหลัก

เนื่องจากผู้วิจัยต้องการศึกษาพฤติกรรมของเยาวชนยุคดิจิทัลในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอยู่ในสังคมปัจจุบัน แนวคิดเรื่องสื่อสังคมออนไลน์นี้จะช่วยอธิบายลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารของเยาวชนยุคนี้ โดยการใช้สื่อสังคม

[44] เมตตา วิวัฒนานุกูล, เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในสังคมไทย, รายงานผลการวิจัย (กรุงเทพฯ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554).

ออนไลน์ในหลายรูปแบบก็มีแนวโน้มไปสู่พฤติกรรมด้านการสื่อสารที่แสดงถึงความมีเสรีภาพในการแสดงออก และในขณะเดียวกันสื่อสังคมออนไลน์ก็อาจถูกใช้เป็นเครื่องมือในการละเมิดลิขสิทธิ์และการนำเสนอความเป็นตัวเองได้ด้วย

4. แนวคิดเรื่องสื่อคือสาร

มาร์แชล แมคลูฮัน[45] ได้บัญญัติวลีที่ว่า “สื่อคือสาร” (The medium is the message) ด้วยเห็นว่า ผลกระทบของการสื่อสารต่อปัจเจกบุคคลและสังคมไม่ได้มาจากตัวสาร หากแต่เป็นผลมาจากคุณลักษณะของสื่อมากกว่า โดยแมคลูฮันได้ยกตัวอย่างหลอดไฟ ที่แม้จะเป็นสื่อชนิดหนึ่ง แต่ก็ไม่ได้มีสารในตัวเอง แต่หลอดไฟก็สามารถสร้างผลกระทบมากมายต่อมนุษยชาติ เช่น จัดการสำนึกใหม่เรื่องพื้นที่และเวลากลางคืนให้กับมนุษย์ ที่ทำให้เวลากลางคืนสว่างไม่ต่างจากเวลากลางวัน

นอกจากนี้ แมคลูฮัน[46] ยังมีแนวคิดพื้นฐานที่ว่า เทคโนโลยีสื่อสารได้ช่วยขยับขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไป ทำให้อุปสรรคด้านระยะทาง (space) และกาลเวลา (time) กลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจจะปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไป

เมื่อพิจารณาถึงอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเทคโนโลยีการสื่อสาร กล่าวได้ว่าได้ทำให้มนุษย์เอาชนะข้อจำกัดทั้งมิติด้านระยะทางและมิติด้านระยะเวลา เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เอื้ออำนวยให้ผู้คนที่อยู่คนละพื้นที่สามารถติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงถึงกันได้ภายในระยะเวลาสั้น ๆ จึงถือได้ว่าอินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยในการย่นย่อระยะเวลาในการติดต่อสื่อสารของมนุษย์อีกด้วย

ความสะดวกสบายและความรวดเร็วที่เกิดขึ้นผ่านการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต นับว่าเป็นการเพิ่มศักยภาพให้กับมนุษย์ ทำให้ไม่เสียเวลาในการเดินทางเพื่อติดต่อสื่อสาร มนุษย์จึงมีเวลาว่างมากขึ้น ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์นั้น คือคุณลักษณะของตัวสื่ออย่างสื่ออินเทอร์เน็ตที่มนุษย์ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันนั่นเอง

ผู้วิจัยเลือกศึกษาแนวคิดเรื่องสื่อคือสาร เพื่อช่วยทำความเข้าใจคุณลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตอันเป็นเครื่องมือหรือช่องทางสำคัญที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันนำไปสู่การเรียนรู้ จนบ่มเพาะให้เกิดค่านิยมดิจิทัลภายใต้บริบทการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย

---

[45] กาญจนา แก้วเทพ, สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา (กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2551).

[46] เฉลิมวรรณ ห่อทองคำ, "ตรรกะการบริโภคและลักษณะสื่อคือสารของโทรศัพท์เคลื่อนที่" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545).

5. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม

แบนดูรา[47] ได้อธิบายถึงทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมว่า การเรียนรู้ในแต่ละกระบวนการจะเป็นไปอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (Personal) ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม (Environmental) และปัจจัยทางพฤติกรรม (Behavior) และกล่าวถึงแหล่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคมหลายแหล่ง หนึ่งในนั้นคือ การเรียนรู้ทางสังคมในกลุ่มเพื่อน โดยอธิบายว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องการแต่งกาย กิริยาท่าทาง ความเชื่อ เจตคติ รสนิยมและค่านิยม

แนวคิดหลักของการเรียนรู้ทางสังคมนั้นเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ผ่านการสังเกตพฤติกรรม/การกระทำของผู้อื่นแล้วนำมาเลียนแบบทำตาม โดยกระบวนการเรียนรู้ด้วยการสังเกตที่เรียกว่า การเลียนแบบนั้น แบ่งออกเป็น 2 แบบคือ[48]

- Imitation เป็นการแสดงปฏิกิริยาที่แสดงออกมาให้เห็นภายนอก เช่น การเลียนแบบการแต่งกาย การเลียนแบบการทำท่าทาง

- Identification เป็นการเลียนแบบทางด้านจิตใจหรือภายใน โดยผู้เลียนแบบจะเลือกเอาคุณลักษณะบางอย่างของตัวต้นแบบมาเป็นของตน

ทั้งนี้ Bandura ได้อธิบายกระบวนการของการเรียนรู้ด้วยการสังเกตว่ามี 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 Attention เป็นขั้นตอนของการสร้างความสนใจ โดยมีตัวแปร คือ ความน่าสนใจของตัวต้นแบบและระดับความเข้าใจของผู้เรียนที่จะดึงข้อมูลออกมาจากตัวต้นแบบ อันได้แก่ ความสามารถของผู้เรียน ค่านิยม หรือความชื่นชอบของผู้เรียน

ขั้นตอนที่ 2 Retention เป็นกระบวนการที่ผู้เรียนจะส่งผ่านข้อมูลที่พบเข้าสู่ระบบความทรงจำของตนเอง โดยเก็บเอาไว้ในรูปของสัญลักษณ์ที่บุคคลนั้นสามารถเรียกข้อมูลนั้นมาใช้ได้ทันทีเมื่อประสบกับสภาวการณ์ที่มีลักษณะบางอย่างคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ที่ได้พบเห็นมา

ขั้นตอนที่ 3 Behavior Production เป็นขั้นตอนที่แปลงกลับจากขั้นตอนที่ 2 กล่าวคือ เมื่อผู้เรียนต้องการแสดงพฤติกรรม ก็จะเรียกเอาระบบสัญลักษณ์ที่อยู่ในความทรงจำออกมาแปลงกลับเป็นพฤติกรรม

ขั้นตอนที่ 4 Motivation แม้ว่าผู้เรียนอาจจะได้เรียนรู้ แต่ทว่าเขาอาจจะไม่แสดงออกหรือกระทำพฤติกรรมทุกอย่างที่ได้เรียนมา การที่พฤติกรรมใดที่เรียนมาจะได้แสดงออกหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่

---

[47] ชนัญสรา อรนพ ณ อยุธยา, "การใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการแสวงหาและการเรียนรู้จริยธรรมของเยาวชน" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549).

[48] กาญจนา แก้วเทพ, คู่มือสื่อใหม่ศึกษา (กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2555).

กับแรงจูงใจของผู้เรียน และแรงจูงใจนั้นก็เป็นผลลัพธ์ที่ก่อตัวมาจากการได้รับรางวัล/ การถูกลงโทษ (reward/punishment) ของพฤติกรรมนั้นๆ หากการกระทำนั้นได้รับรางวัล ผู้เรียนก็จะเรียนรู้ที่จะทำพฤติกรรมนั้นในอนาคต แต่หากการกระทำนั้นถูกลงโทษ ผู้เรียนก็จะเรียนรู้ที่จะไม่แสดงพฤติกรรมนั้นอีกในอนาคต

ผู้วิจัยเลือกศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคมเพื่อช่วยในการทำความเข้าใจลำดับขั้นตอนการเรียนรู้ทางสังคม การเปิดประสบการณ์และสิ่งแวดล้อม อันนำมาสู่การก่อเกิดค่านิยมดิจิทัลผ่านทางการใช้สื่อออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย

6. แนวคิดเรื่องเสรีภาพในการแสดงออก

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 ได้ให้ความหมายของคำว่า เสรีภาพไว้ว่า

เสรีภาพ คือความสามารถที่จะกระทำการใดๆ ได้ตามที่ตนปรารถนา โดยไม่มีอุปสรรคขัดขวาง เช่น เสรีภาพในการพูด เสรีภาพในการนับถือศาสนา ความมีสิทธิที่จะทำจะพูดได้โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น

เสรีภาพในการแสดงออก คือ สิทธิภายใต้กรอบอันมีองค์ประกอบที่หลากหลาย เช่นเดียวกับเสรีภาพของสิ่งพิมพ์ หรือของสื่อทั่วไป อันเป็นเสรีภาพขั้นพื้นฐานของความคิดที่สัมพันธ์กันและมีอยู่โดยธรรมชาติ ซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงการขยายตัวของการแสดงความคิดส่วนบุคคลไปถึงเสรีภาพของสถาบันสื่อมวลชน เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นเป็นสิทธิของพลเมืองโดยแท้ [49]

เสรีภาพในการแสดงออกยังเกี่ยวข้องกับความรู้สึกต่อเสรีภาพส่วนหนึ่ง เช่น ความคิดเห็นที่เด่นชัดและความคิดโดยทั่วไป และเสรีภาพในการสืบค้นและได้รับข้อมูลข่าวสารจนถึงความคิด ควบคู่ไปกับการแสดงออกโดยการพูด การเขียน การพิมพ์เผยแพร่ การแสดงออกด้านศิลปะ หรือผ่านทางสื่ออื่นๆ ซึ่งครอบคลุมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ โดยประเด็นด้านพรมแดนต้องไม่เข้ามาก้าวก่ายสิทธิเหล่านี้ ผลที่ตามมาคือ เสรีภาพในการแสดงออกที่จะมีส่วนช่วยเติมเต็ม “สิทธิในการติดต่อสื่อสาร” [50]

ตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights; UDHR) ได้รับรองถึงเสรีภาพในการแสดงออก ตามบทบัญญัติข้อ 19

บทบัญญัติข้อ 19 กล่าวว่า *“ทุกคนมีสิทธิที่จะมีเสรีภาพในความคิดเห็นและแสดงออกซึ่งความคิดเห็นนั้น สิทธิที่ว่านี้รวมถึง เสรีภาพที่จะมีความคิดเห็นโดยไม่ถูกแทรกแซง เสรีภาพที่จะ*

[49] โวฟกัง เบเนเค็ค และ มินนา นิโคโลวา, "ความเข้าใจในสิทธิมนุษยชน : คู่มือการศึกษาสิทธิมนุษยชน." สุริชัย หวันแก้ว และ กนกพรรณ อยู่ซา บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2549).

[50] Ibid.

แสวงหา ได้มา รับและส่งต่อข้อมูลข่าวสารหรือความคิดใด ๆ ผ่านสื่อใดก็ได้โดยไม่จำกัดซึ่งพรมแดน"[51]

กลุ่มสื่อสารมวลชนและนักเรียกร้องสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ซึ่งรวมตัวกันภายใต้องค์กรว่า Article 19 ซึ่งมีที่มาจากบทบัญญัติข้อ 19 ในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights; UDHR) ได้แสดงทรรศนะว่า เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นที่ทุกประเทศต้องให้การรับรองและคุ้มครอง จะต้องมีลักษณะสำคัญ 5 ประการ ดังต่อไปนี้[52]

1. เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นเป็นของบุคคลทุกคน ทั้งนี้ โดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างทางเพศ เชื้อชาติ สัญชาติ หรือศาสนา ทั้งไม่จำกัดว่า จะต้องเป็นเด็ก ชาวต่างชาติ ชนกลุ่มน้อย หรือแม้แต่นักโทษ

2. เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นเป็นสิทธิในการแสวงหา การรับ การแจ้งข้อมูลและความคิด เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นไม่เพียงแต่เป็นสิทธิในการพูด แต่ยังเป็นสิทธิในการมีสิทธิเข้าถึงถ้อยแถลงของบุคคลอื่น และการเข้าถึงข้อมูลของหน่วยงานรัฐ

3. เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นย่อมขยายความถึงข้อมูลและแนวความคิดทุกชนิด ข้อเท็จจริงหรือข้อคิดเห็นที่จะได้รับการปกป้องนี้ รวมไปถึงการกล่าวถ้อยคำที่ทำให้ตกใจกลัว หรือทำให้เกิดความไม่พอใจ หรือที่ซึ่งพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นสิ่งที่ผิดพลาด หรือชี้นำไปทางที่ผิด หรือไม่มีความสำคัญใดๆ รวมถึงความคิดเห็นต่างๆ ซึ่งแม้ว่าในปัจจุบันจะเห็นว่าครั้งหนึ่งเป็นการผิดจารีตประเพณี เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นจะไม่มีความหมายหากจะเป็นการปกป้องเพียงการกล่าวถ้อยคำธรรมดาเท่านั้น

4. เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นย่อมได้รับการรับรอง ไม่ว่าในเขตแดนใด บุคคลย่อมมีสิทธิในการแสวงหา การรับ การแจ้งข้อมูล ไม่ว่าในหรือจากประเทศใดๆ

5. สิทธิในการมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นสามารถกระทำได้ไม่ว่าจะผ่านสื่อใดๆ บุคคลสามารถเข้าถึงวิธีการในการติดต่อสื่อสาร รวมไปถึงหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ แผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ศิลปะ หรือการประชุมต่อสาธารณะหรือวิธีใดๆ

สำหรับประเทศไทย รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2550) มาตรา 45 ก็ได้มีการกำหนดรับรองเสรีภาพในการแสดงออกของบุคคลเอาไว้เช่นกัน

---

[51] พิรงรอง รามสูต, โครงการสถานภาพของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย:การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ.

[52] "Article 19, Defamation Abc a Simple Introduction to Key Concepts of Defamation Law ", (2013).

มาตรา 45 *“บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น”*[53]

กล่าวโดยสรุปคือ เสรีภาพในการแสดงออกนั้นมีความหมายกว้างขวางและเป็นเสรีภาพขั้นพื้นฐานของสิทธิในการสื่อสารที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับความคิด ความคิดเห็นของผู้คนที่ปราศจากการแทรกแซง ควบคู่ไปกับการได้รับข้อมูลข่าวสารและการแสดงออกไม่ว่าจะโดยการพูด การเขียน การพิมพ์เผยแพร่ การโฆษณา การแสดงออกทางด้านศิลปะ ตลอดจนการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น ซึ่งเสรีภาพในการแสดงออกนี้เป็นของคนทุกคน และทุกคนสามารถแสดงออกได้ไม่ว่าจะผ่านช่องทางสื่อใด

ด้วยเหตุนี้ บุคคลทุกคนจึงมีเสรีภาพที่จะแสดงความคิดเห็นบนอินเทอร์เน็ต มีสิทธิที่จะสร้างเว็บไซต์ของตนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต ในทางปฏิบัติ การนำเสนอข้อความ รูปภาพ เสียง หรือแม้แต่ภาพยนตร์ วิดีโอบนอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่กระทำได้โดยง่าย และมีค่าใช้จ่ายน้อยยิ่ง อินเทอร์เน็ตช่วยให้ผู้คนสามารถเผยแพร่ข้อมูลความคิดเห็นของตนต่อสาธารณชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย และที่สำคัญ การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่บุคคลสามารถกระทำได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นสำนักพิมพ์ สถานีวิทยุ โทรทัศน์ หรือผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียง[54]

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดเสรีภาพในการแสดงออกเพื่อช่วยในการอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเด็กที่มีลักษณะเฉพาะอย่างเด็กยุคดิจิทัล อีกทั้งช่วยศึกษาว่าพฤติกรรมการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกของเด็กยุคดิจิทัลนั้นจะมีความสอดคล้องกับค่านิยมดิจิทัลหรือไม่ และเป็นไปในทิศทางใด

7. แนวคิดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

<u>ความหมายของลิขสิทธิ์</u>

จากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 ลิขสิทธิ์ หมายความว่า สิทธิแต่ผู้เดียวที่จะทำการใดๆ อันเกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น

งานอันมีลิขสิทธิ์ต้องเป็นงานสร้างสรรค์ทางความคิด หรือเป็นผลิตผลทางปัญญาที่เกี่ยวกับศิลปะ วรรณกรรม หรือวิทยาการทางวิทยาศาสตร์ อันเป็นหนึ่งในทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่กฎหมายรับรองและคุ้มครองให้แก่ผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของ โดยอาจแบ่งการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาออกเป็นสองประเภทใหญ่ๆ คือ การคุ้มครองลิขสิทธิ์ (Copyright) ประเภทหนึ่ง

---

[53] วนิดา แสงสารพันธ์, หลักกฎหมายสื่อสารมวลชน.

[54] จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และนันทน อินทนนท์, ลิขสิทธิ์ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล มาตรการทางเทคโนโลยีและทางเลือกสำหรับประเทศไทย (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550).

ซึ่งมีสองระบบด้วยกัน คือ ระบบลิขสิทธิ์ (Copyright) และระบบสิทธิของผู้ประพันธ์ (Author's rights) และการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่ง[55]

ทรัพย์สินทางปัญญามีด้วยกันหลายชนิด แต่ทรัพย์สินทางปัญญาที่สำคัญๆ มีเพียงสามชนิดเท่านั้น ได้แก่ ลิขสิทธิ์ (Copyright) สิทธิบัตร (Patent) และเครื่องหมายการค้า (Trademark) ในทางทฤษฎีนั้นสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าจัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภททรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial Property) ส่วนลิขสิทธิ์และสิทธิข้างเคียงนั้นจัดเป็นงานทางด้านสุนทรียภาพ ซึ่งในทางกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาทั้งสามชนิดจะมีลักษณะร่วมกันคือเป็นทรัพย์สินที่ไม่มีรูปร่าง ซึ่งสิทธิที่กฎหมายให้ความคุ้มครองแก่ทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านี้นั้น มิใช่รูปร่างที่สัมผัสจับต้องได้ หากแต่เป็นการให้ความคุ้มครองกับ "สิทธิ" ของผู้ที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านั้นนั่นเอง[56]

สำหรับความแตกต่างของทรัพย์สินทางปัญญาทั้งสามชนิดนี้อาจพิจารณาได้จากลักษณะของวัตถุที่รองรับสิทธิและจากลักษณะของการคุ้มครองโดยกฎหมาย กล่าวคือ ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิพิเศษ (Exclusive right) หรือสิทธิหวงกันแต่ผู้เดียวของผู้สร้างสรรค์งานทางศิลปะ วรรณคดี และวิทยาการอันเป็นงานต้นคิด (Original work) ซึ่งได้แสดงออกถึงความนึกคิดทางสติปัญญาของผู้สร้างสรรค์งานนั้นๆ และต้องปรากฏออกมาเป็นผลงานที่มีรูปร่างทางวัตถุ กล่าวคือต้องสามารถรับรู้ได้หรือสัมผัสได้ด้วยประสาทรับความรู้สึกของมนุษย์ ดังนั้น ถ้าเป็นเพียงความคิดที่ยังไม่ปรากฏออกมาเป็นรูปร่างก็ไม่สามารถถือได้ว่าเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์[57] สิทธิพิเศษนี้เป็นสิทธิในการห้าม (Negative right) ในลักษณะที่ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิที่จะห้ามผู้อื่นมิให้หาประโยชน์เอากับงานอันมีลิขสิทธิ์นั้นโดยปราศจากความยินยอม

<u>งานอันมีลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย</u>

งานอันมีลิขสิทธิ์ ต้องเป็นงานสร้างสรรค์ตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 **มาตรา 6 วรรคหนึ่ง** ดังนี้

"งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่ งานสร้างสรรค์ประเภทวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ ไม่ว่างานดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธี หรือรูปแบบอย่างใด"

---

[55] เอกสารการสอนชุดวิชา *15307* กฎหมายและจริยธรรมด้านนิเทศศาสตร์:กฎหมายลิขสิทธิ์, (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2550).

[56] วนิดา แสงสารพันธ์, หลักกฎหมายสื่อสารมวลชน.

[57] เอกสารการสอนชุดวิชา *15307* กฎหมายและจริยธรรมด้านนิเทศศาสตร์:กฎหมายลิขสิทธิ์.

งานอันมีลิขสิทธิ์ตามความหมายของมาตรา 6 ดังกล่าว ต้องเป็น “งานสร้างสรรค์” .ในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์หรือศิลปะ ซึ่งแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ โดยผู้สร้างสรรค์หรือผู้ทำ หรือผู้ก่อให้เกิดงานนั้นต้องทำขึ้นหรือก่อให้เกิดขึ้นโดยความคิดริเริ่มของตนเอง โดยไม่มีการเลียนแบบหรือคัดลอกงานสร้างสรรค์อื่นที่มีอยู่ก่อนแล้วและต้องเป็นงานที่สามารถรับรู้ได้ สัมผัสได้ โดยไม่จำต้องเป็นวัตถุที่มีรูปร่างอย่างถาวรแน่นอนเสมอไป เช่น ปาฐกถา เทศนา คำปราศรัย หรือสุนทรพจน์ในงานแผนก “วรรณกรรม” ซึ่งเป็นเพียงคำพูดที่ไม่ปรากฏรูปร่างอย่างเป็นวัตถุอย่างถาวรแน่นอน เป็นต้น แต่ต้องเป็นงานตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 9 ประเภทดังต่อไปนี้[58]

1. งานวรรณกรรม (Literary work)
2. งานนาฏกรรม (Drama work)
3. งานศิลปกรรม (Artistic work)
4. งานดนตรีกรรม (Musical work)
5. งานโสตทัศนวัสดุ (Audio-visual work)
6. งานภาพยนตร์ (Cinematographic work)
7. งานสิ่งบันทึกเสียง (Sound recording works)
8. งานแพร่เสียงแพร่ภาพ (Sound and video broadcasting work)
9. งานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ (Any other work in the literary, scientific or artistic domain)

<u>งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ไทย</u>

ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายลิขสิทธิ์ที่ให้การคุ้มครองงานอันมีลิขสิทธิ์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นการเฉพาะเช่นเดียวกับนานาอารยประเทศ ฉะนั้น จึงต้องนำบทบัญญัติในกฎหมายลิขสิทธิ์ไทยมาปรับใช้บังคับกับปัญหาลิขสิทธิ์ของงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต[59]

1. โปรแกรมคอมพิวเตอร์

กฎหมายลิขสิทธิ์ไทยได้ให้ความคุ้มครองโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือคอมพิวเตอร์ซอฟแวร์ (Computer software) ไว้อย่างชัดแจ้ง โดยให้ถือว่าเป็นงานวรรณกรรมอย่างหนึ่ง คอมพิวเตอร์โปรแกรมมีความสำคัญต่ออินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ เพราะอินเทอร์เน็ตต้องอาศัยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงาน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการให้ความคุ้มครองโปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นก้าวแรกของการให้ความคุ้มครองงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

---

[58] Ibid.

[59] สราวุธ ปิติยาศักดิ์, กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ = *Information Technology Law* (กรุงเทพฯ: นิติธรรม, 2555).

2. ข้อความในเอกสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ข้อความในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และถ้อยคำในเว็บไซต์

ถึงแม้ว่าคำจำกัดความของคำว่า “วรรณกรรม” ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ไม่ได้มีการกล่าวถึงอินเทอร์เน็ตไว้ แต่อาจกล่าวได้ว่า ถ้อยคำตามความในบทบัญญัติมีความกว้างพอที่จะครอบคลุมข้อความในรูปดิจิทัล ฉะนั้น ข้อความในเอกสารที่ทำขึ้นหรือทำซ้ำบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ข้อความในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนถ้อยคำที่อยู่ในเว็บไซต์ย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์โดยถือว่าเป็นงานวรรณกรรม ตัวอย่างเช่น บทความทางอิเล็กทรอนิกส์ในเว็บไซต์ทางวิชาการชั้นนำของโลก www.lexisnexis.com ย่อมถือว่าเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทงานวรรณกรรม

3. ภาพวาด ภาพถ่าย ภาพพิมพ์ ฉากหลังของเว็บไซต์ และงานศิลปะอื่นใดที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์

คำจำกัดความของคำว่า “ศิลปกรรม” ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มีความหมายกว้างพอที่จะครอบคลุมถึง ภาพวาด ภาพถ่าย ภาพพิมพ์ ฉากหลังของเว็บไซต์ และงานศิลปะอื่นใดที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ ดังนั้น งานเหล่านี้จึงได้รับความคุ้มครองโดยถือว่าเป็นงานศิลปกรรม โดยไม่ต้องคำนึงว่างานนั้นจะมีคุณค่าทางศิลปะหรือไม่ นอกจากนี้ สัญลักษณ์ของบริษัทซึ่งออกแบบมาเป็นพิเศษและได้ถ่ายไว้บนเว็บไซต์ก็อาจได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์โดยถือว่าเป็นงานศิลปกรรมได้ ถึงแม้ว่าสัญลักษณ์ของบริษัทนั้นจะได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2543 แล้ว

4. เพลงบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ในอินเทอร์เน็ต ดนตรีกรรมหรืองานเกี่ยวกับเพลงนั้นมีความสำคัญมาก ทั้งนี้เพราะเว็บไซต์ต่างๆ ได้มีการนำชิ้นงานทางด้านดนตรีเข้ามาประกอบในเว็บไซต์มากขึ้น จึงทำให้เพลงบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในรูปของดิจิทัลเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ คำนิยาม “ดนตรีกรรม” ในตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 มีเนื้อหากว้างพอที่จะครอบคลุมงานเพลงทั้งที่อยู่ในรูปแบบเดิม เช่น แผ่นซีดี แผ่นดีวีดี เป็นต้น และที่อยู่ในรูปข้อมูลดิจิทัลในคอมพิวเตอร์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้วยเหตุนี้งานเพลงบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต งานเพลงขณะเข้าสู่เว็บไซต์ หรืองานเพลงประกอบเว็บไซต์ล้วนได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์โดยถือว่า เป็นงานดนตรีกรรมภายใต้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ทั้งสิ้น

5. ภาพเคลื่อนไหวและภาพยนตร์

บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ภาพยนตร์หรือภาพเคลื่อนไหวที่ปรากฏบนจอภาพ ซึ่งสามารถแสดงเป็นภาพเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเพลงประกอบภาพยนตร์ ย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์โดยถือว่าเป็นภาพยนตร์ นอกจากนี้ ภาพวิดีโอเกมที่ผู้เล่นสามารถมีปฏิสัมพันธ์

บนจอภาพก็ถือว่าเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ได้ แม้ว่าผู้เล่นจะสามารถควบคุมผลจึงทำให้ภาพที่ปรากฏในเกมหนึ่งแตกต่างจากอีกเกมหนึ่งก็ตาม[60]

6. ภาพชุด

ตัวอย่างของงานโสตทัศนวัสดุ ได้แก่ งานแผ่นใสหรืองานภาพสไลด์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ภาพชุดดังเช่นภาพแสดงของเพาเวอร์พอยท์ก็สามารถได้รับความคุ้มครองทางลิขสิทธิ์ โดยถือว่าเป็นโสตทัศนวัสดุตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เช่นกัน

7. ฐานข้อมูล

ฐานข้อมูล หมายถึง ข้อมูลที่ถูกนำมารวบรวมโดยทำให้ง่ายต่อการเข้าถึง จัดการและปรับปรุงให้ทันสมัย ฐานข้อมูลอาจจัดอยู่ในรูปของอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดเก็บในคอมพิวเตอร์หรืออยู่บนกระดาษ เช่น สมุดโทรศัพท์หรือพจนานุกรมก็ได้ ในประเทศไทยถึงแม้ว่าจะไม่มีกฎหมายเฉพาะให้การคุ้มครองฐานข้อมูลเฉกเช่นปรากฏในบางประเทศ แต่ฐานข้อมูลก็ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ โดยถือว่าเป็นงานอันมีลักษณะเป็นการรวบรวมหรือประกอบเข้ากันตามความมาตรา 12 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าฐานข้อมูลจะได้รับความคุ้มครองทางลิขสิทธิ์ภายใต้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลเช่น ข่าวประจำวัน ข้อเท็จจริงหรือกฎหมายต่างๆ ไม่ได้รับความคุ้มครองทางลิขสิทธิ์แต่อย่างใด ผู้รวบรวมคนต่อมาย่อมสามารถนำข้อมูลซึ่งรวบรวมอยู่ในฐานข้อมูลของผู้รวบรวมคนแรกมาใช้สร้างฐานข้อมูลใหม่ได้ ถ้าฐานข้อมูลนั้นไม่ได้ลอกแบบมาจากฐานข้อมูลเดิม ด้วยเหตุนี้ จึงสร้างความไม่เป็นธรรมต่อผู้รวบรวมคนแรกซึ่งต้องลงทุนทั้งเงินตราและแรงงานในการรวบรวมข้อมูลและต้องถูกผู้รวบรวมคนต่อมานำไปใช้ได้ ปัญหาดังกล่าวยิ่งทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นในโลกอินเทอร์เน็ต เพราะคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้รวบรวมคนต่อมาสามารถเข้าถึงข้อมูลจำนวนมากได้ ตัดต่อและทำฐานข้อมูลขึ้นใหม่ได้โดยง่าย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

<u>การละเมิดลิขสิทธิ์ทางอินเทอร์เน็ต</u>

การกระทำต่องานอันมีลิขสิทธิ์ทางอินเทอร์เน็ตมีลักษณะของการกระทำเฉพาะอันอาจจำแนกแยกได้เป็นกิจกรรมประเภทต่างๆ คือ 1. เบราว์ซิ่ง (Browsing) 2. แคชชิ่ง (Caching) 3.มิเรอร์ริ่ง (Mirroring) 4. ไฮเปอร์ลิ๊งค์กิ้งและดีปลิ๊งค์กิ้ง (Hyperlinking and Deep linking) 5. เฟรมมิ่ง (Framing) 6. การซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนเพลงระบบเอมพีสาม 7. การโฆษณาเชิงรุก [61] โดย

[60] ibid.

[61] Ibid.

ในที่นี้ จะขอกล่าวถึงเฉพาะกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารที่สอดคล้องกับค่านิยมดิจิทัลเท่านั้น

การซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนเพลงระบบเอมพีสาม

เอมพีสาม (MP3) เป็นคำย่อของ Motion Picture Experts Group 1, layer 3 หรือ MPEG3 หมายถึงเทคโนโลยีที่ใช้บีบไฟล์เพลงดิจิทัล (Digital music files) ให้เหลือเพียง 1/12 ของขนาดต้นฉบับ โดยปราศจากการสูญเสียคุณภาพของเสียง ความสะดวกนี้ได้ดึงดูดผู้คนจำนวนมากมาใช้เอมพีสาม

กรณีเว็บไซต์ซึ่งให้บริการไฟล์เพลงออนไลน์ร่วมกัน (Online file sharing service) ที่เป็นการกระทำโดยปราศจากความยินยอมของเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น เว็บไซต์ Mp3freefree.com, 4shared.com เป็นต้น หรือทำซ้ำเพลงที่มีลิขสิทธิ์จำนวนหนึ่งในเซิร์ฟเวอร์ของตน ค่อนข้างชัดเจนว่าเป็นการละเมิดสิทธิในการทำซ้ำของเจ้าของลิขสิทธิ์ภายใต้มาตรา 15 (1), 27 และ 30 ของพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

เนื่องจากแนวคิดเรื่องลิขสิทธิ์เป็นวัฒนธรรมของตะวันตก จึงมีความแตกต่างกับในชุมชนและสังคมของหลายประเทศที่ยังคงถือว่า การลอกเลียนงานและการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้เป็นการแสดงความเคารพนับถือ มิใช่เป็นการขโมย และไม่ถือว่าการกระทำดังกล่าวเป็นการละเมิดทรัพย์สินส่วนบุคคล[62]

ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องลิขสิทธิ์นี้มาเป็นกรอบช่วยศึกษาวิจัยพฤติกรรมของเด็กยุคดิจิทัลที่มีการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยพฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าวอาจเป็นช่องทางที่ทำให้เยาวชนยุคดิจิทัลละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น

8. แนวคิดการแสดงความเป็นตัวเอง (Self-Expression)

คำว่า ตัวเอง หมายความว่า ความเป็นตัวตน, ตัวของตัวเอง, มนุษย์[63]

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 ได้ให้ความหมายของคำว่า แสดงออกไว้คือ แสดงความรู้สึกนึกคิดออกมา

การแสดงความเป็นตัวเอง จึงหมายถึง การแสดงความรู้สึกนึกคิดในความเป็นตัวตน ในความเป็นตัวของตัวเองออกมา

---

[62] จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และนันทน อินทนนท์, ลิขสิทธิ์ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล มาตรการทางเทคโนโลยีและทางเลือกสำหรับประเทศไทย

[63] พจนานุกรมแปลภาษา, เข้าถึงได้จาก, http://th.w3dictionary.org/index.php?q=self.

วัยรุ่นมักให้ความสำคัญกับการนำเสนอความเป็นตัวเอง [64] อีกทั้งคนเจเนอเรชั่นวายถูกเลี้ยงดูมาในแบบที่ไม่ว่าจะอย่างไรก็ต้องพูดสิ่งที่อยู่ในจิตใจไม่ว่าจะเป็นเรื่องอะไรและไม่ว่าเมื่อใด เห็นได้ชัดเจนว่าคนยุคนี้มีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองค่อนข้างสูง [65]

บรรดากิจกรรมอันหลากหลายตั้งแต่การสร้างและอัพเดทรูปโพรไฟล์[66] การแบ่งปันและสร้างข้อความ, เสียงวีดิโอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ นี้ เด็กได้มีโอกาสที่จะแสดงออกและนำเสนอตัวตนของตัวเอง เมื่อไม่เห็นหน้าค่าตาและไม่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เด็กก็ต้องการนำเสนอตัวตนให้คนอื่นได้รับรู้ การสร้างเรื่องเล่าและแบ่งปันเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ถือเป็นช่องทางที่ทรงพลังในการสร้างอัตลักษณ์และกระบวนการทางสังคม[67]

ผู้วิจัยใช้แนวคิดการแสดงความเป็นตัวเองมาเป็นกรอบในการออกข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อช่วยในการศึกษาวิจัยพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัล

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จินดารัตน์ บวรวิหาร (2548) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่านักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงบนอินเทอร์เน็ต และพฤติกรรมการป้องกันตัวเองจากความเสี่ยงนั้นหรือไม่ อย่างไร รวมทั้งพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสาม นอกจากนี้ยังศึกษาว่า ปัจจัยทางด้านลักษณะทางสังคมประชากร และปัจจัยด้านลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับตัวแปรต่างๆ ดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ ประเมินว่าอินเทอร์เน็ตมีความเสี่ยงในระดับสูง และมีพฤติกรรมการป้องกันตัวเองโดยรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสาม พบว่า ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความเสี่ยงบนอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ในทางลบกับพฤติกรรมการป้องกันตัว กล่าวคือ ผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตสูง

---

[64] Sonia Livingstone, *Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation : Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression*, In New Media&Society (LA: Sage Publications).

[65] Lipkin and Perrymore, *Y in the Workplace: Managing the "Me First" Generation*.

[66] Wei Qiu Yong Zhao, and Naiyi Xie,, *Social Networking, Social Gaming, Texting*, Handbook of Children and the Media (Los Angeles: SAGE, 2012).

[67] Ibid.

กว่า คือผู้ที่มีพฤติกรรมการป้องกันตัวต่ำกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตต่ำกว่า คือผู้ที่มีพฤติกรรมการป้องกันตัวสูงกว่า

นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยทางด้านลักษณะทางสังคมประชากรและลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต อันได้แก่ เกรดเฉลี่ย รายได้ครอบครัว ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระยะเวลา และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความเสี่ยงคือ เพศ ระยะเวลา และประสบการณ์ในการใช้ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตัวเองคือ เพศ เกรดเฉลี่ย ระยะเวลา และประสบการณ์ในการใช้

ณัฐพร ศรีสติ (2548) ศึกษาความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการของนิสิตนักศึกษา ระดับบัณฑิตในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง เพื่อประโยชน์ทางวิชาการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยศึกษาจากนิสิตนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการวิจัย 2 วิธี คือ การสำรวจโดยใช้แบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า

1. บริบททางการศึกษา ด้านชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับความรู้และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเพื่อประโยชน์ทางวิชาการในการใช้งานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ด้านขั้นตอนการศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเพื่อประโยชน์ทางวิชาการในการใช้งานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ความรู้และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเพื่อประโยชน์ทางวิชาการในการใช้งานบริบททั่วไป มีความสัมพันธ์กับความรู้และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเพื่อประโยชน์ทางวิชาการในการใช้งานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ปัจจัยทางจริยธรรมด้านจริยธรรมส่วนบุคคล จริยธรรมทางวิชาการ และจริยธรรมเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ความรู้และตระหนักเกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญามีความสัมพันธ์กับ ความรู้ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความชอบธรรมในการบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาในบริบทประเทศกำลังพัฒนามีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ อย่างมีนัยสำคัญ

คุณลักษณะพิเศษของคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การทำซ้ำ การตัดแปะ รวมทั้งการปิดบังตนได้มีส่วนช่วยในการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่

สามารถตรวจสอบได้ ขณะเดียวกัน นิสิตนักศึกษาที่ทำการศึกษายังมีแนวโน้มที่จะใช้บรรทัดฐานทางจริยธรรมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งแตกต่างจากจริยธรรมในสังคมจริง นอกจากนี้ พวกเขายังมีความสับสนเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะบนอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่าสามารถนำข้อมูลและผลงานมาใช้โดยปราศจากการอ้างอิง นอกจากนี้ มีความเห็นแบ่งเป็นสองกลุ่มเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กล่าวคือ กลุ่มหนึ่งเห็นว่าส่งผลให้ประเทศไทยมีความเจริญทัดเทียมสากล และกระตุ้นให้มีนักสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น แต่อีกกลุ่มหนึ่ง เห็นว่าเป็นอุปสรรคสำหรับประชาชนในการใช้ประโยชน์จากสารสนเทศและยังไม่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของสังคมไทยเท่าที่ควร

สุนิตา เข็มทอง (2549) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ความตระหนักรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ ผลงานวรรณกรรม งานศิลปะ-การแสดง และโสตทัศน์บนอินเทอร์เน็ต การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความตระหนักรู้และทัศนคติต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานวรรณกรรม งานด้านศิลปะ-การแสดง และงานโสตทัศน์บนอินเทอร์เน็ต หรือไม่ อย่างไร และเพื่อให้ทราบถึงมุมมองที่แตกต่างระหว่างตนเองกับผู้อื่น และมีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกิดการละเมิดและไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานวรรณกรรม งานด้านศิลปะ-การแสดง และงานโสตทัศน์บนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังต้องการทราบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีพฤติกรรมในการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างไร มีงานลักษณะใดที่ถูกละเมิดมากที่สุด

จากผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีความตระหนักรู้ต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานวรรณกรรม งานศิลปะ-การแสดงและงานโสตทัศน์ในประเด็นด้านศีลธรรมมากที่สุด ส่วนด้านทัศนคตินั้นมองว่าการละเมิดลิขสิทธิ์เป็นสิ่งที่ผิดและเห็นด้วยต่อประเด็นของความยุติธรรมในสังคมมากที่สุด โดยคิดว่าเจ้าของผลงานควรมีลิขสิทธิ์อันชอบธรรมในผลงานของตนในการที่จะได้ค่าตอบแทนและมีกำลังใจในการสร้างสรรค์ผลงานต่อไป ในเรื่องของการมองตนเองและผู้อื่น พบว่ามีทัศนคติกับความตระหนักรู้ในเชิงบวกต่อการมองตนเองสูงกว่าการมองคนอื่น ความต้องการความรู้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์มากที่สุด และสาเหตุที่นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ก็เพราะความรู้สึกผิด นอกจากนี้ยังพบว่า นิสิตนักศึกษามีพฤติกรรมการดาวน์โหลดภาพภาพถ่ายบนอินเทอร์เน็ตมาใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงาน มีการคัดลอกข้อความ บทความงานวิจัย วิทยานิพนธ์บนอินเทอร์เน็ตมาใช้ประโยชน์ส่วนตัวโดยไม่ได้อ้างแหล่งที่มาและ ดาวน์โหลดเพลงบนอินเทอร์เน็ต เช่น mp3 โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

ธนยศ ศิริดำรงศักดิ์ (2552) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเด่น ความพึงพอใจในชีวิตและความพึงพอใจในการทำงานของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยศึกษาว่าคุณลักษณะเด่นเหล่านั้นมีความสัมพันธ์ในทางสถิติ และสามารถทำนายความพึงพอใจในชีวิตและความพึงพอใจในการทำงานของคนไทยได้มากน้อยเพียงใด กลุ่มตัวอย่างเป็นคนไทยอายุ 17-60 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 3,562 คน ประเมินคุณลักษณะเด่นโดยใช้แบบประเมิน 24 ด้านของ Peterson และ Seligman (2004) วึ่งมีการใช้กันอย่างแพร่หลายในการประเมินลักษณะเด่นของคนแต่ละประเทศในกว่า 40 ประเทศทั่วโลก ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะเด่น 5 อันดับแรกของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ 1. ความยุติธรรม ความเสมอ

ภาคและความถูกต้อง 2. ความกตัญญู 3. ความเป็นส่วนหนึ่ง ความเป็นทีมและความจงรักภักดี 4. ความสามารถในการรักและถูกรัก และ 5. ความซื่อสัตย์ ความตรงไปตรงมาและความจริงใจ จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบคุณลักษณะเด่น 5 อันดับแรก ระหว่างเพศชายและเพศหญิง และระหว่างกลุ่มอายุ 2 กลุ่ม ซึ่งได้แก่ วัยรุ่นตอนปลาย (17-20 ปี) และวัยผู้ใหญ่ (21-60 ปี) พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีคุณลักษณะเด่น 3 ด้านเหมือนกัน คือ 1. ความยุติธรรม ความเสมอภาคและความถูกต้อง 2. ความกตัญญู และ 3. ความเป็นส่วนหนึ่ง ความเป็นทีมและความจงรักภักดี นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ทางสถิติโดยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า มีคุณลักษณะเด่น 4 ด้านคือ 1. ความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจในโลก 2. ความกตัญญู 3. ความสนุกสนาน ความกระตือรือร้นและพลังงาน และ 4. การให้อภัยและความกรุณา ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของคนไทยทั้งในด้านชีวิตและในด้านการทำงาน โดยพบว่าทั้ง 4 คุณลักษณะเด่นนี้สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจในชีวิตของวัยรุ่นตอนปลายและวัยผู้ใหญ่ รวมถึงสามารถทำนายความพึงพอใจในการทำงานของวัยผู้ใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วีกิจ คูหะมณี (2552) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ RSS กับลิขสิทธิ์ข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับ RSS และการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้ใช้ RSS ทั่วไปและปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เนื้อหาออนไลน์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้เกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่าน RSS สูงที่สุด รองลงมาคือการคัดลอกข้อมูลผ่าน RSS

2. ปัญหาการละเมิดเนื้อหาออนไลน์ส่วนใหญ่เกิดจากการไม่ได้อ้างอิงหรือแสดงที่มา เพราะเนื้อหาที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตมีที่อยู่เว็บไซต์ที่ชัดเจน เช่นเดียวกับข้อความเอกสารที่เป็นกระดาษ ดังนั้นโดยจริยธรรมแล้วควรมีการอ้างอิงเช่นกัน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการนำเอาเนื้อหาที่ได้ไปใช้เพื่อแสวงกำไรซึ่งส่งผลกระทบกับเจ้าของเนื้อหาที่เป็นองค์กรข่าวอย่างมากเพราะทำให้ยอดเข้าชมเว็บไซต์ลดลง

3. การแก้ปัญหาระยะสั้น คือการให้ความรู้เรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์หรือแนวคิด Creative commons แบ่งรายได้ที่ได้จากการนำ RSS Feed ไปใช้ และบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่แล้ว ส่วนการแก้ปัญหาระยะยาวคือ สร้างจริยธรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่ถูกต้อง ปลูกฝังจิตสำนึกการให้เกียรติผู้อื่นและปรับปรุงกฎหมายให้มีความทันสมัยต่อการเจริญเติบโตของเทคโนโลยี

ในบริบทของสังคมไทยจะพบว่า คนไทยมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และแบ่งปันกัน ซึ่งเป็นธรรมเนียมหนึ่งที่ควบคู่มากับการเจริญเติบโตของวัฒนธรรมไทย คนไทยจึงมีบทบาทในการเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับอยู่เสมอ จนไม่อาจแยกออกจากการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะอยู่ในบริบทแวดล้อมใด

การแก้ไขปัญหาการละเมิดเนื้อหาออนไลน์ต้องทำควบคู่กันไป การแก้กฎหมายให้มีความทันสมัยมากขึ้นและสอดคล้องกับเทคโนโลยีปัจจุบันเป็นเรื่องสำคัญ แต่การบังคับใช้กฎหมายก็ต้องทำอย่างเคร่งครัดด้วย แต่ประเทศไทยยังไม่สามารถทำได้ดีเท่าที่ควร เพราะเน้นไปที่การละเมิดลิขสิทธิ์ทางด้าน Software มากกว่าเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต

พรทิพย์ กิมสกุล (2553) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ยูทูบและประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ยูทูบในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ยูทูบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ยูทูบ และประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารในเรื่องเสรีภาพ

สิทธิส่วนบุคคล และทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ใช้ยูทูบในประเทศไทย โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคงใช้เว็บไซต์ยูทูบอยู่ในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก โดยจะเลือกชมคลิปวิดีโอประเภทมิวสิควิดีโอ รายการโทรทัศน์และคลิปภาพยนตร์ ส่วนเหตุผลที่ผู้ใช้เลิกใช้ยูทูบหรือไม่เคยใช้ยูทูบเลย คือ ไม่มีเวลาในการเข้าใช้เว็บไซต์ยูทูบ สถานที่ที่เข้าใช้ยูทูบบ่อยที่สุดคือ ที่พักของตนเอง และผู้ใช้ยูทูบส่วนใหญ่มีระดับปริมาณการเข้าใช้ในระดับมาก

ยูทูบเป็นช่องทางการสื่อสารในวัฒนธรรมของสื่อใหม่ คือ เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้เป็นผู้ผลิตเนื้อหาและเผยแพร่เนื้อหานั้นบนเว็บไซต์ด้วยตนเอง โดยผู้ใช้ที่มีบัญชี account สามารถอัพโหลดวิดีโอขึ้นบนเว็บไซต์และมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาและผู้ใช้คนอื่นๆ บนเว็บไซต์ได้ แต่จากการวิจัยพบว่าผู้ใช้ยูทูบในประเทศไทยยังคงมีพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ยูทูบเช่นเดียวกับสื่อเก่า คือ เป็นเพียงผู้รับสารมากกว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือเผยแพร่สื่อด้วยตนเอง และผู้ใช้ส่วนใหญ่ไม่เห็นถึงความจำเป็นในการมีบัญชี account ยูทูบเพื่อทำการล็อคอินเข้าสู่ระบบ ส่วนผู้ใช้ที่มีบัญชี account ส่วนใหญ่ก็ไม่มีการอัพโหลดวีดิโอ หรือสร้างเครือข่ายบนเว็บไซต์ ซึ่งเหตุผลในการมีบัญชี account อาจเนื่องมาจากความต้องการในการเข้าชมวีดิโอบางคลิปที่จำกัดอยู่ในผู้ใช้ที่มีบัญชีเท่านั้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยทางด้านเพศและอายุส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ยูทูบของผู้ใช้ในประเทศไทย คือ เพศหญิงจะมีระดับพฤติกรรมการใช้มากกว่าเพศชาย และผู้ที่มีอายุในช่วง 21-30 ปี จะมีสัดส่วนในการเข้าใช้เว็บไซต์ยูทูบมากกว่าผู้ใช้ในช่วงอายุอื่นๆ ส่วนในประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสาร พบว่า ผู้ใช้ยูทูบให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทั้งในบริบททั่วไปและบริบทของเว็บไซต์ยูทูบในระดับมาก และให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องเสรีภาพในการพูดในบริบททั่วไปในระดับกลางและผ่านเว็บไซต์ยูทูบในระดับมาก ส่วนประเด็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคล ผู้วิจัยพบว่าผู้ใช้ยูทูบมีความตระหนักรู้ในเรื่องสิทธิส่วนบุคคลในบริบทของเว็บไซต์ยูทูบมากกว่าในบริบททั่วไป และมีความตระหนักรู้ในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในบริบททั่วไปและยูทูบในระดับปานกลาง

ศรัณยา หวังเจริญตระกูล (2553) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้ แรงจูงใจ และการรับรู้ปัญหาจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมอย่างไร และมีแรงจูงใจอะไรบ้างที่ทำให้นักเรียนกลุ่มนี้รับรู้ว่าเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมให้ข้อดีและข้อเสียอย่างไรบ้าง ตลอดจนพบว่ามีปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้างที่ทำให้ใช้เว็บไซต์ดังกล่าวได้ไม่สะดวก อีกทั้งผู้วิจัยได้ศึกษาว่าผู้ใช้กลุ่มนี้รู้สึกกังวลเกี่ยวกับเรื่องความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยจากการใช้เว็บไซต์ดังกล่าวบ้างหรือไม่ รวมถึงศึกษาด้วยว่าผู้ปกครองได้ให้ความสนใจต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ของบุตรหลานอย่างไร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นจะใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน และทำในสิ่งที่ทำไม่ได้ในชีวิตจริง

หรือทำในชีวิตจริงได้ยาก ส่วนพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ดังกล่าวของเด็กกลุ่มนี้จะไม่ค่อยมีผลกระทบต่อสังคม นักเรียนกลุ่มนี้จะใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อสนองความต้องการของตัวเองและสนองความต้องการทางสังคม รูปแบบของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมีผลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์ดังกล่าวของผู้ใช้กลุ่มนี้ สำหรับพฤติกรรมที่เด็กกลุ่มนี้มีต่อคนแปลกหน้าในโลกของความเป็นจริงจะต่างจากโลกของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมและยังพบว่ามีนักเรียนที่อายุต่ำกว่า 13 ปี ถึงร้อยละ 18 ได้ฝ่าฝืนเงื่อนไขในการสมัครใช้เว็บไซต์ดังกล่าว

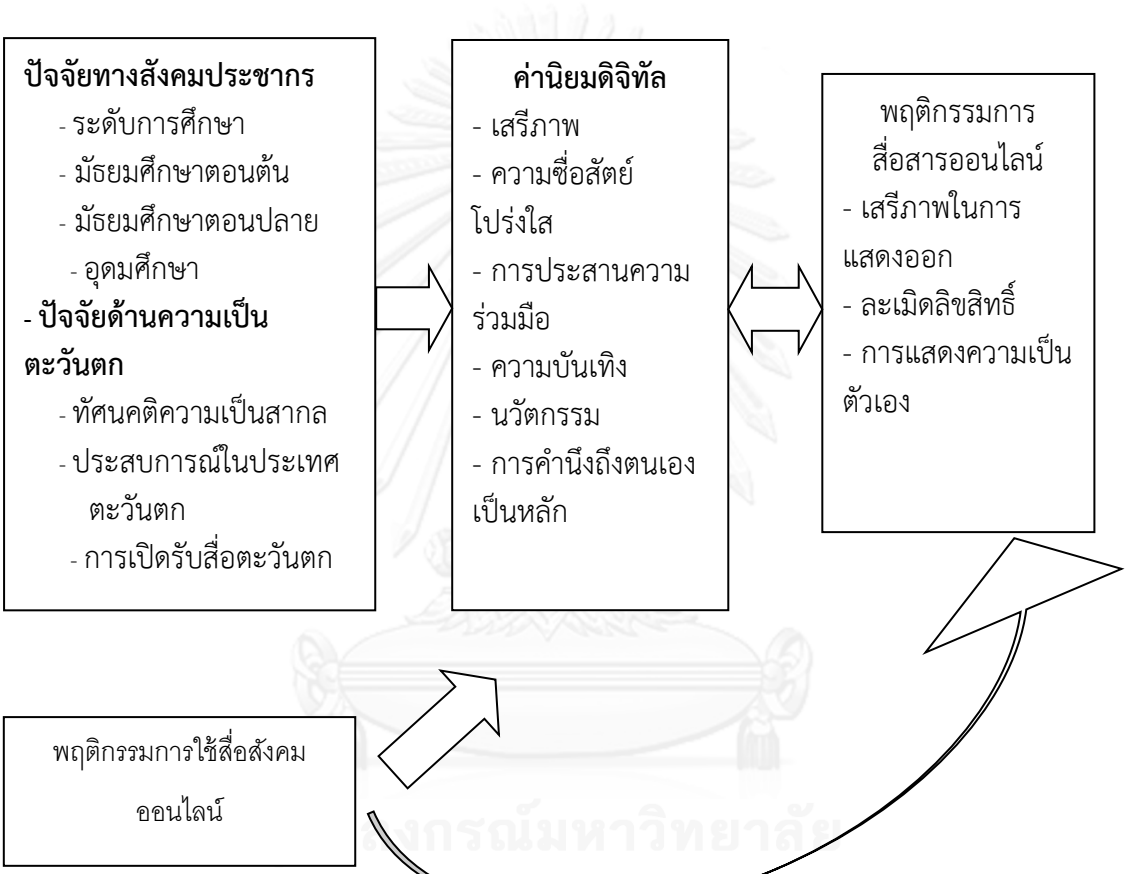
กุลนารี เสือโรจน์ (2556) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 11-25 ปี ใน 2 ประเด็นคือ (1) กลุ่มวัยรุ่นมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในฐานะตัวกลางการสื่อสารอย่างไร และ (2) กลุ่มวัยรุ่นมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในฐานะพื้นที่สาธารณะอย่างไร โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) ผู้ใช้เฟซบุ๊กจำนวน 65 คน การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการทำงาน (non-participant observation) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน รวมถึงการวิเคราะห์เอกสาร (documentary analysis) โดยใช้แนวคิด 8 ประการเป็นกรอบในการวิเคราะห์ผลการศึกษาดังนี้ (1) สื่อใหม่ (2) การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (3) สื่อสังคมออนไลน์ (4) พื้นที่สาธารณะ (5) วัยรุ่น (6) อัตลักษณ์วัยรุ่น (7) กิจกรรมในโลกอินเทอร์เน็ต และ (8) การเมืองในชีวิตประจำวัน โดยนำเสนอข้อมูลใน 3 มิติ คือ การเข้าถึง เนื้อหา และการมีปฏิสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กในระดับเข้มข้นทั้งระยะเวลาและความถี่ในการเข้าใช้ต่อครั้ง และกลุ่มตัวอย่างใช้พื้นที่เฟซบุ๊กในฐานะตัวกลางการสื่อสารเพื่อประโยชน์ใน 7 ลักษณะ คือ (1) เป็นแหล่งข้อมูลสาธารณะ (2) สอดส่องดูแลสังคม (3) สร้างสายสัมพันธ์ (4) ให้ความบันเทิง (5) เป็นช่องทางสื่อสารประเด็นอ่อนไหว (6) เป็นช่องทางสะท้อนความเป็นตัวตนของบุคคล (7) เป็นช่องทางประกอบสร้างสิ่งที่อยากเป็นและอยากให้ผู้อื่นรับรู้

ส่วนพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กประเภทโปรไฟล์แอ็กเคานต์และแฟนเพจในฐานะพื้นที่สาธารณะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกสื่อสารทั้งประเด็นส่วนตัวและประเด็นสาธารณะ ซื่อการสื่อสารในประเด็นสาธารณะของกลุ่มตัวอย่างยังไม่ขยับไปสู่การใช้พื้นที่สาธารณะแบบเต็มรูปแบบ กล่าวคือ พบการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นสาธารณะอย่างเสรี แต่เป็นความคิดเห็นที่ไม่สนใจเหตุผลและเนื้อหาที่แท้จริงและยังไม่เกิดผลในทางปฏิบัติ เนื่องด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษาเป็นวัยรุ่นโดยทั่วไปไม่ใช่กลุ่มวัยรุ่นที่มีความสนใจประเด็นสาธารณะโดยเฉพาะ อย่างไรก็ดี เริ่มเห็นร่องรอยของการขยับระดับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานสื่อใหม่มากขึ้นเมื่อเทียบกับงานวิจัยสื่อใหม่ในบริบทสังคมไทยยุคแรก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กรอบแนวคิดการวิจัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านสิทธิการสื่อสารออนไลน์ของเยาวชนไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและเยาวชนและผู้เชี่ยวชาญในประเด็นเด็กและเยาวชนกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนรวมทั้งสิ้น 2,285,755 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา) สำหรับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากร ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยคำนวณตามสูตร ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1+N)e^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร

e = ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ย่อมให้เกิดขึ้นได้ ในที่นี้คือ *5%*

$$n = \frac{2,285,755}{(1+2,285,755\ )(0.05)^2}$$

$$= 399.99$$

จากการคำนวณ พบว่า จะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้นอย่างน้อย 399.9 คน ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้แบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 จำแนกตามช่วงชั้นการศึกษา ออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่

1. ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น
2. ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
3. ระดับอุดมศึกษา

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยสุ่มโรงเรียนที่จะศึกษาโดยแยกตามสังกัด มี 4 สังกัด ได้แก่

1. โรงเรียนรัฐบาลสังกัดสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.กระทรวงศึกษาธิการ ได้แก่

2. โรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงศึกษาธิการ

3. โรงเรียนสังกัดสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร กระทรวงมหาดไทย (กทม.)

4. โรงเรียนสังกัดมหาวิทยาลัย

สำหรับสถาบันระดับอุดมศึกษา ผู้วิจัยสุ่มสถาบันอุดมศึกษาที่แยกออกเป็น 2 ประเภท โดยผู้วิจัยจะทำการสุ่มเลือกสถาบันอุดมศึกษาละ 2 สถาบัน ได้แก่

1. สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
2. สถาบันอุดมศึกษาของเอกชน

ขั้นที่ 3 การสุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาในแต่ละโรงเรียน ใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) แยกเป็นระดับชั้นมัธยมศึกษา (ม.1-ม.3) สุ่มเลือกมา 1 ระดับชั้น ใน 1 โรงเรียน และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) สุ่มเลือกมา 1 ระดับชั้น ใน 1 โรงเรียน ระดับชั้นละ 50 คน

เนื่องจากโรงเรียนสังกัดสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร กระทรวงมหาดไทย (กทม.) มีนักเรียนระดับชั้นสูงสุดคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ผู้วิจัยจึงสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง แยกเป็นระดับชั้นมัธยมศึกษา (ม.1-ม.3) สุ่มเลือกมา 1 ระดับชั้น ใน 1 โรงเรียนเท่านั้น ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาจึงมีจำนวนรวมเป็น 350 คน ได้แก่

1. โรงเรียนรัฐบาลสังกัดสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.กระทรวงศึกษาธิการ) ได้แก่

- โรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนี) (ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2)
- โรงเรียนบางปะกอกวิทยาคม (ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6)

2. โรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงศึกษาธิการ

- โรงเรียนมาแตร์เดอี (ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3)
- โรงเรียนเซนต์คาเบรียล (ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5)

3. โรงเรียนสังกัดสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร กระทรวงมหาดไทย (กทม.)

- โรงเรียนวัดปทุมวนาราม (ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3)

4. โรงเรียนสังกัดมหาวิทยาลัย

- โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1)
- โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน (ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5)

สำหรับการสุ่มนักศึกษาในแต่ละมหาวิทยาลัย แบ่งเป็นกลุ่มสาขาวิชา โดยมี กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ในการเลือกกลุ่มสาขาวิชา (1 สาขา) และสุ่มเลือกคณะ (1 คณะ) จากนั้นทำการสุ่มอย่างง่ายเพื่อเลือกระดับชั้นปี 1 ระดับชั้น ระดับชั้นละ 45 คน รวมเป็นจำนวน 180 คน ได้แก่

1. สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
   - มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี (นักศึกษาคณะครุศาสตร์ ชั้นปีที่ 3)
   - มหาวิทยาลัยศิลปากร (นักศึกษาคณะโบราณคดี ชั้นปีที่ 4)
2. สถาบันอุดมศึกษาของเอกชน
   - มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 3)
   - มหาวิทยาลัยศรีปทุม (นักศึกษาคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ชั้นปีที่ 2)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์ โดยได้บันทึกแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต แล้วนำลิงค์แบบสอบถามไปฝากไว้ที่กระดานสนทนาในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม (www.dek-d.com) เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ยอดนิยมอันดับ 1 ของวัยรุ่น โดยจำนวนผู้ใช้งานที่มีจำนวนมากที่สุดคืออายุ 12-17 ปี (46.49%) และรองลงมาเป็นผู้ใช้งานที่มีอายุ 18-23 ปี (29.13%)[68]

สำหรับการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างนักเรียน นักศึกษาที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นเด็กและเยาวชนกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

1. อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล ผู้ประสานงานเครือข่ายพลเมืองเน็ต (Thai Netizen Network) กลุ่มพลเมืองที่รวมตัวกันเพื่อสนับสนุนเสรีภาพออนไลน์และคุ้มครองสิทธิของพลเมือง บนหลักพื้นฐานอาทิ สิทธิในการเข้าถึงข้อมูล สิทธิในการคิดและการแสดงออก เป็นต้น โดยอาทิตย์ สุริยะวงศ์กุลดูแลงานด้านการรณรงค์และเครือข่ายอันเป็นงานที่เกี่ยวข้องในเชิงปฏิบัติกับการใช้อินเทอร์เน็ตของภาคประชาสังคมโดยตรง

[68] ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย, "จัดอันดับเวบ," เข้าถึงได้จาก http://truehits.net/index_ranking.php.

2. เข็มพร วิรุณราพันธ์ ผู้จัดการแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) ผู้อำนวยการมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.) ผู้ทำงานในองค์กรและสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญและดูแลเชิงนโยบายในประเด็นเกี่ยวกับสื่อกับพฤติกรรมการใช้สื่อของเด็กและเยาวชน

3. อาจารย์ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นักวิชาการผู้มีความเชี่ยวชาญในประเด็นสื่อกับเด็กและเยาวชน อาทิ การใช้สื่อใหม่ของเด็กและเยาวชน สิทธิเด็ก ผลกระทบของสื่อที่มีต่อเด็กและเยาวชน เป็นต้น

4. อาจารย์อิทธิพล ปรีติประสงค์ อาจารย์ประจำสถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว นักวิชาการผู้มีความเชี่ยวชาญ สนใจและทำงานวิจัยที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ โดยเฉพาะกลุ่มเด็ก เยาวชนและครอบครัว เช่น โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเชิงบวกให้กับเด็กและเยาวชน

5. อาจารย์ ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์ อาจารย์สาขาวิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย นักวิชาการด้านสื่อ ผู้มีความเชี่ยวชาญและความสนใจในประเด็นเด็กและเยาวชน สื่อใหม่ สื่อสังคมออนไลน์ การเลี้ยงดูเด็กและการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่มีลักษณะแบบปิด แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ชีวิตความเป็นอยู่ การให้ความสำคัญกับครอบครัว คนที่เลือกปรึกษาเมื่อมีปัญหา งานอดิเรก

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเป็นตะวันตก ได้แก่ ทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากล ประสบการณ์ในประเทศตะวันตกและการเปิดรับสื่อตะวันตก เช่น การรับข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์, โทรทัศน์ หรือเว็บไซต์ข่าวภาษาอังกฤษ การชมภาพยนตร์ที่เป็นเสียง Soundtrack โดยไม่มีคำบรรยายภาษาไทย เป็นต้น

ตอนที่ 3 คำถามเพื่อสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ทั่วไป ตัวอย่างเช่น การเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสาร พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

ตอนที่ 4 คำถามเพื่อวัดค่านิยมดิจิทัล 6 ด้าน คือ ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใส ค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือ ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมและค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลัก เป็นคำถามให้ผู้ตอบแสดงทัศนคติว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวมากน้อยเพียงใด

ตอนที่ 5 คำถามเพื่อสอบถามพฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์ เป็นคำถามวัดความถี่ของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับด้านเสรีภาพในการแสดงออก, การละเมิดลิขสิทธิ์และการแสดงความเป็นตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์
โดยคำถามทั้งหมด ตั้งแต่ตอนที่ 1-5 นั้น ดูตัวอย่างในแบบสอบถามจริงตามภาคผนวก ก

เกณฑ์ในการให้คะแนน

คำถามเกี่ยวกับค่านิยมดิจิทัล

- เกณฑ์การให้คะแนนข้อความที่แสดงไปทางบวก
  - เห็นด้วยอย่างยิ่ง เท่ากับ 5 คะแนน
  - เห็นด้วย เท่ากับ 4 คะแนน
  - ไม่แน่ใจ เท่ากับ 3 คะแนน
  - ไม่เห็นด้วย เท่ากับ 2 คะแนน
  - ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เท่ากับ 1 คะแนน
- เกณฑ์การให้คะแนนข้อความที่แสดงไปทางลบ
  - เห็นด้วยอย่างยิ่ง เท่ากับ 1 คะแนน
  - เห็นด้วย เท่ากับ 2 คะแนน
  - ไม่แน่ใจ เท่ากับ 3 คะแนน
  - ไม่เห็นด้วย เท่ากับ 4 คะแนน
  - ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เท่ากับ 5 คะแนน

จากนั้นนำคะแนนของระดับค่านิยมดิจิทัล มาหาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนสูงสุดของระดับค่านิยม = 5
คะแนนต่ำสุดของระดับค่านิยม = 1
พิสัยของคะแนนเฉลี่ย = คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด
= 5 – 1
= 4

กำหนดความหมายของระดับค่านิยม 4 ระดับ

อันตรภาคชั้น $= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}}$

$= \frac{4}{5}$
$= 0.80$

ดังนั้น จะแปลความหมายค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณ ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.20 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ย 3.40 – 4.19 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก
คะแนนค่าเฉลี่ย 2.60 – 3.39 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.80 – 2.59 หมายถึง ไม่เห็นด้วยระดับน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.79 หมายถึง ไม่เห็นด้วยระดับมากที่สุด

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์
- เกณฑ์การให้คะแนนข้อความที่แสดงไปทางบวก
ทำเป็นประจำ เท่ากับ 5 คะแนน
ทำแทบทุกครั้ง เท่ากับ 4 คะแนน
ทำบ้างไม่ทำบ้าง เท่ากับ 3 คะแนน
นาน ๆ ทำที เท่ากับ 2 คะแนน
ไม่เคยทำเลย เท่ากับ 1 คะแนน
- เกณฑ์การให้คะแนนข้อความที่แสดงไปทางลบ
ทำเป็นประจำ เท่ากับ 1 คะแนน
ทำแทบทุกครั้ง เท่ากับ 2 คะแนน
ทำบ้างไม่ทำบ้าง เท่ากับ 3 คะแนน
นาน ๆ ทำที เท่ากับ 4 คะแนน
ไม่เคยทำเลย เท่ากับ 5 คะแนน

แปลความหมายค่าเฉลี่ย พฤติกรรมเสรีภาพในการแสดงออก ดังนี้
คะแนนค่าเฉลี่ย 4.20 – 5.00 หมายถึง มีพฤติกรรมในการแสดงออกมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ย 3.40 – 4.19 หมายถึง มีพฤติกรรมในการแสดงออกมาก
คะแนนค่าเฉลี่ย 2.60 – 3.39 หมายถึง มีพฤติกรรมในการแสดงออกปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.80 – 2.59 หมายถึง มีพฤติกรรมในการแสดงออกน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.79 หมายถึง มีพฤติกรรมในการแสดงออกน้อยที่สุด

การทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยประมวลและอ้างอิงจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงได้ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบและแก้ไข เพื่อปรับปรุงเนื้อหาในแบบสอบถามให้มีความเที่ยงตรงและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ก่อนที่จะนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยจริง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pre-test) เพื่อทดลองหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทดลองใช้กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน หลังจากทำการวัดค่าระดับความเชื่อมั่น จึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขข้อคำถาม โดยทำการทดสอบเช่นนี้อยู่ทั้งหมด 3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ครั้ง จึงได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง โดยค่าความเชื่อมั่นที่มีค่าระหว่าง 0.41-0.70 เป็นค่าความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ส่วนค่าความเชื่อมั่นที่มีค่าระหว่าง 0.71-1.00 ถือเป็นค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง[69] มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ทัศนคติด้านความเป็นสากล 0.7082

2.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตก 0.7673

2.3 ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ 0.7511

2.4 ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใส 0.7187

2.5 ค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือ 0.7046

2.6 ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง 0.7966

2.7 ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม 0.7790

2.8 ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก 0.8959

2.9 พฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับเสรีภาพในการแสดงออก 0.7331

2.10 พฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์ 0.8752

2.11 พฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับการแสดงความเป็นตัวเอง 0.8595

ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556 ถึงเดือนกันยายน 2556 และผู้วิจัยได้ตั้งกระทู้แนบแบบสอบถามออนไลน์ในกระดานสนทนาผ่านเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2556 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2556 สำหรับการเก็บข้อมูลด้านการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้ระยะเวลาระหว่างเดือนกันยายน 2556 ถึง เดือนตุลาคม 2556 และการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กและเยาวชนกับการใช้อินเทอร์เน็ต ใช้ระยะเวลาระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2557 ถึงเดือนมีนาคม 2557

[69] เกียรติสุดา ศรีสุข, **การวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาความสามารถในการทำวิจัย : รายงานการวิจัย** (เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2548). หน้า 144.

การวิเคราะห์ข้อมูล

<u>การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ</u>

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยนำผลการวิเคราะห์มาจัดทำตารางเพื่อนำมาเสนอและสรุปผลการวิเคราะห์ วิธีการวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และระบุค่าของข้อมูลออกมาเป็นร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 ลักษณะสังคมประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

1.2 ลักษณะการดำเนินชีวิต ได้แก่ ชีวิตความเป็นอยู่ การให้ความสำคัญกับครอบครัว คนที่เลือกปรึกษาเมื่อมีปัญหาและงานอดิเรก

1.3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความถี่และระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จุดประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

1.4 รูปแบบการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ รูปแบบการเปิดรับข่าวสารออนไลน์และรูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ระบุค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลต่อไปนี้

1.5 ทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากล

1.6 ค่านิยมดิจิทัล ได้แก่ ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ, ความซื่อสัตย์โปร่งใส, การประสานความร่วมมือ, ความบันเทิง, นวัตกรรมและการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรดังต่อไปนี้

- ค่านิยมดิจิทัลกับระดับการศึกษา
- ค่านิยมดิจิทัลกับทัศนคติความเป็นสากล
- ประสบการณ์ในประเทศตะวันตกกับค่านิยมดิจิทัล
- ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับค่านิยมดิจิทัล
- ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับค่านิยมดิจิทัล
- ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ
- ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ

2.2 การวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังต่อไปนี้

- พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกกับค่านิยมดิจิทัล
- ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก
- ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์
- ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์
- ค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์
- ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์
- ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง
- ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก
- ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์
- ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก
- ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

- ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 – 25 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากการคัดเลือกเฉพาะผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์และเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นดำเนินการเพื่อสอบถามข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ ค่านิยมดิจิทัลและพฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออก, การละเมิดลิขสิทธิ์และการแสดงความเป็นตัวเอง โดยใช้สาระจากแบบสอบถามเป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ บันทึกข้อมูลด้วยเทปบันทึกเสียง และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกตามปัญหานำวิจัย ในการรายงานผลการวิจัย ผู้วิจัยจะใช้นามแฝงเพื่อรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

- ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน โดยเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในบริบทของสังคมไทย โดยดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อสอบถามข้อมูลเชิงลึกเพื่อช่วยในการอธิบายผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามและวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเด็กและเยาวชนไทย โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ บันทึกข้อมูลด้วยเทปบันทึกเสียง และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกตามปัญหานำวิจัย รวมถึงประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมจากสิ่งที่เป็นข้อค้นพบในงานวิจัยชิ้นนี้ด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่อง “ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น จำนวน 547 ชุด และการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 20 คน และผู้เชี่ยวชาญในประเด็นเด็กและเยาวชนกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย ค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัล พฤติกรรมทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มเด็กและเยาวชนไทยที่มีปัจจัยทางสังคมที่แตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลกับพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับเสรีภาพในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลกับพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลกับพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลกับพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อตอบคำถามวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อย่างไร
2. ค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลมีความคล้ายคลึงกับค่านิยมพื้นฐานของเยาวชนยุคดิจิทัลในระดับสากลหรือไม่ อย่างไร
3. เด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลที่มีปัจจัยทางสังคมประชากรที่ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
4. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
5. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร
6. ค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร

โดยการนำเสนอผลการวิจัยตามคำถามวิจัยนั้นจะประกอบไปด้วย

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม

2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

3. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กและเยาวชนกับการใช้อินเทอร์เน็ต

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 528 ชุด และแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 19 ชุด รวมทั้งสิ้น 547 ชุด ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 7 คน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 6 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 7 คน รวมกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 20 คน โดยข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์อยู่ในภาคผนวก ข

นอกจากนี้ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังมีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในประเด็นเด็กและเยาวชนไทยกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ภายใต้บริบทของสังคมไทย ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คนนี้ จะเป็นการช่วยอธิบายเพื่อช่วยทำความเข้าใจ สร้างความกระจ่างในประเด็นต่างๆ อาทิ ค่านิยมดิจิทัล พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทยผู้เติบโตและใช้ชีวิตอยู่ในบริบทสังคมไทย ปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมเชิงประเด็นการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับค่านิยมดิจิทัล เป็นต้น

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีจำนวน 327 คน (ร้อยละ 59.8) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีจำนวน 220 คน (ร้อยละ 40.2) ดังผลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	327	59.8
ชาย	220	40.2
รวม	547	100.0

2. อายุ

ผลการวิจัยพบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างอยู่ในวัยรุ่นตอนกลาง (อายุ 15-17 ปี) จำนวน 180 คน (ร้อยละ 32.91) รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยอุดมศึกษา (อายุ 18-21 ปี)

จำนวน 160 คน (ร้อยละ 29.25) ซึ่งมีจำนวนไล่เลี่ยกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยก่อนวัยรุ่นและวัยรุ่นตอนต้น (อายุ 11-14 ปี) จำนวน 155 คน (ร้อยละ 28.34) กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยเริ่มทำงาน (อายุ 22-25 ปี) จำนวน 52 คน (ร้อยละ 9.5) ตามลำดับ อันแจกแจงได้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัย

วัย (อายุ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัยก่อนวัยรุ่นและวัยรุ่นตอนต้น (11-14 ปี)	155	28.34
วัยรุ่นตอนกลาง (15-17 ปี)	180	32.91
วัยอุดมศึกษา (18-21 ปี)	160	29.25
วัยเริ่มทำงาน (22-25 ปี)	52	9.50
รวม	547	100

3. ระดับการศึกษา

จากการสำรวจระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งมีจำนวน 196 คน (ร้อยละ 35.8) ถัดมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 188 คน (ร้อยละ 34.4) และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 163 คน (ร้อยละ 29.8) อันแจกแจงได้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกระดับการศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาอยู่

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	196	35.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย	163	29.8
ปริญญาตรี	188	34.4
รวม	547	100.0

4. ชีวิตความเป็นอยู่

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับครอบครัวเดี่ยว คือมีจำนวน 350 คน (ร้อยละ 64) รองลงมาคือ อาศัยอยู่กับครอบครัวขยาย จำนวน 109 คน (ร้อยละ 19.9)

ลำดับถัดมาคืออาศัยอยู่หอพักคนเดียว มีจำนวน 51 คน (ร้อยละ 9.3) และลำดับสุดท้ายคือ อยู่หอพักกับเพื่อน มีจำนวน 37 คน (ร้อยละ 6.8) สามารถแจกแจงได้ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มตัวอย่าง

ชีวิตความเป็นอยู่	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
อยู่กับครอบครัวเดี่ยว	350	64.0
อยู่กับครอบครัวขยาย	109	19.9
อยู่หอพักคนเดียว	51	9.3
แชร์ห้องอยู่กับเพื่อน	37	6.8
รวม	547	100.0

5. ทรรศนะเกี่ยวกับความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว

จากการสำรวจทรรศนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีเกี่ยวกับความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีทรรศนะเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว*ปานกลาง* มีจำนวน 295 คน (ร้อยละ 53.9) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีทรรศนะเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว*น้อย* มีจำนวน 142 คน (ร้อยละ 26) ลำดับถัดมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีทรรศนะเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว*มากที่สุด* โดยมีจำนวน 68 คน (ร้อยละ 12.4) และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 42 คน (ร้อยละ 7.7) ที่มีทรรศนะเกี่ยวกับความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว*น้อยที่สุด* แจกแจงรายละเอียดได้ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของการให้ทรรศนะเกี่ยวกับความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว

สถาบันวิทยบริการ
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การให้ทรรศนะเกี่ยวกับความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ปานกลาง	295	53.9
น้อย	142	26.0
มากที่สุด	68	12.4

การให้ทรรศนะเกี่ยวกับความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยที่สุด	42	7.7
รวม	547	100

6. <u>คนที่เลือกปรึกษาเป็นอันดับแรกเมื่อมีปัญหา</u>

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกปรึกษาพ่อแม่พี่น้องหรือคนในครอบครัว โดยมีจำนวน 279 คน (ร้อยละ 51) รองลงมาคือ เลือกปรึกษาเพื่อน จำนวน 192 คน (ร้อยละ 35.1) ลำดับถัดมาคือ เลือกปรึกษาแฟน จำนวน 29 คน (ร้อยละ 5.3) ลำดับถัดมาคือ ปรึกษาคนที่ไม่รู้จักในอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ ปรึกษาผู้ใหญ่ที่รู้จัก จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.3) ปรึกษาครู จำนวน 4 คน (ร้อยละ 0.7) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 29 คน (ร้อยละ 5.3) ที่ตอบว่า เลือกปรึกษากูเกิ้ล จำนวน 11 คน เลือกปรึกษาตัวเองคิดทบทวนกับตัวเอง จำนวน 11 คน และเลือกที่จะไม่ปรึกษาใคร จำนวน 7 คน แจกแจงรายละเอียดได้ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของคนที่เลือกปรึกษาเป็นอันดับแรกเมื่อมีปัญหา

คนที่เลือกปรึกษาเป็นอันดับแรกเมื่อมีปัญหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ่อแม่พี่น้องหรือคนในครอบครัว	279	51.0
เพื่อน	192	35.1
แฟน	29	5.3
คนที่ไม่รู้จักในอินเทอร์เน็ต	7	1.3
ผู้ใหญ่ที่รู้จัก	7	1.3
ครู	4	0.7
อื่นๆ*	29	5.3
รวม	547	100.0

* อื่นๆ คือ เลือกปรึกษากูเกิ้ล จำนวน 11 คน เลือกปรึกษาตัวเอง คิดทบทวนกับตัวเอง จำนวน 11 คน เลือกที่จะไม่ปรึกษาใคร จำนวน 7 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

7. กิจกรรมยามว่าง

กิจกรรมยามว่างที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกทำเป็นอย่างแรกคือ เล่นอินเทอร์เน็ต จำนวน 209 คน (ร้อยละ 38.2) รองลงมาคือ นอนหลับพักผ่อน จำนวน 90 คน (ร้อยละ 16.5) ลำดับถัดมาคือ ชมภาพยนตร์ ซึ่งมีจำนวนเท่ากันกับ อ่านหนังสือ จำนวน 57 คน (ร้อยละ 10.4) ดูโทรทัศน์ จำนวน 54 คน (ร้อยละ 9.9) ออกกำลังกาย จำนวน 25 คน (ร้อยละ 4.6) ช้อปปิ้ง จำนวน 19 คน (ร้อยละ 3.5) ตามลำดับ อันแจกแจงรายละเอียดได้ตามตารางที่ 8 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเลือกทำกิจกรรมอื่นๆ ได้แก่ วาดรูป อ่านนิยาย อ่านการ์ตูน ดูการ์ตูน ดูซีรีย์ ฟังเพลง เล่นเกม เล่นดนตรี ร้องเพลง เดินเล่น รับประทานอาหาร เป็นจำนวนรวม 36 คน (ร้อยละ 6.6) สามารถแจกแจงได้ตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกิจกรรมยามว่างที่เลือกทำเป็นอันดับแรก

กิจกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้อินเทอร์เน็ต	209	38.2
นอนหลับพักผ่อน	90	16.5
ชมภาพยนตร์	57	10.4
อ่านหนังสือ	57	10.4
ดูโทรทัศน์	54	9.9
ออกกำลังกาย	25	4.6
ช้อปปิ้ง	19	3.5
อื่นๆ *	36	6.6
รวม	547	100.0

อื่นๆ * ได้แก่ วาดรูป อ่านนิยาย อ่านการ์ตูน ดูการ์ตูน ดูซีรีย์ ฟังเพลง เล่นเกม เล่นดนตรี ร้องเพลง เดินเล่น รับประทานอาหาร

Chulalongkorn University

8. ทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากล

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.65) ดังแสดงผลในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลของกลุ่มตัวอย่าง

ทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากล	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. ถ้าต้องเดินผ่านผู้ใหญ่ที่นั่งอยู่ ฉันจะก้มตัวขณะเดินผ่าน เพื่อเป็นการแสดงความอ่อนน้อมต่อท่าน	1.76	0.98	มีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับน้อยที่สุด
2.ถ้าญาติพี่น้องเดือดร้อนเรื่องเงิน ถึงจะลำบากแค่ไหน ก็ต้องหาทางช่วย	2.80	0.80	มีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับปานกลาง
3. การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นเรื่องปกติในยุคสมัยนี้	2.65	1.22	มีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับปานกลาง
4. การใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อของที่ไม่จำเป็น แต่สนองความต้องการทางใจ ถือว่าไม่ใช่เรื่องฟุ่มเฟือย	3.03	1.04	มีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับปานกลาง
5. ผู้หญิงควรหลีกเลี่ยงการใส่เสื้อสายเดี่ยวหรือกระโปรงสั้น เพื่อความปลอดภัยของตัวเอง	2.37	1.14	มีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับน้อย
6. หากเราพึ่งตัวเองและไม่ได้ทำให้ใครเดือดร้อน เราก็คือพลเมืองที่ดีของสังคมแล้ว	4.18	0.78	มีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับมาก
7. ออมวันนี้ เพื่อพรุ่งนี้ที่ดีกว่า	1.77	0.99	มีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับน้อยที่สุด
รวม	**2.65**	**0.47**	**มีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับปานกลาง**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

9. ประสบการณ์ในประเทศตะวันตก

จากผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตก (เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา ยุโรป ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เป็นต้น)เลย มีจำนวน 400 คน (ร้อยละ 73.2) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกน้อยมาก คือมีจำนวน 81 คน (ร้อยละ 14.8) ลำดับถัดมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกค่อนข้างน้อย คือ จำนวน 38 คน (ร้อยละ 6.9) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกมาก จำนวน 16 คน (ร้อยละ 2.9) และกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกปานกลาง มีจำนวน 12 คน (ร้อยละ 2.2) ตามลำดับ ดังแจกแจงได้ตามตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์ในประเทศตะวันตกของกลุ่มตัวอย่าง

ประสบการณ์ในประเทศตะวันตก*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มี	400	73.2
น้อยมาก	81	14.8
ค่อนข้างน้อย	38	6.9
ปานกลาง	12	2.2
มาก	16	2.9
Total	547	100.0

* ประเทศตะวันตก เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา ยุโรป ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เป็นต้น

ทั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 69 คน เคยไปประเทศอื่น คือ ฮ่องกง 18 คน จีน 17 คน ญี่ปุ่น 17 คน สิงคโปร์ 15 คน เกาหลีใต้ 14 คน ลาว 9 คน มาเลเซีย 8 คน พม่า 6 คน อินเดีย 3 คน กัมพูชา 3 คน ออสเตรเลีย 1 คน ไต้หวัน 1 คน มาเก๊า 1 คน เวียดนาม 1 คน และสวิตเซอร์แลนด์ 1 คน

10. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตก

จากผลการวิจัย พบว่า โดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) ดังผลในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตก	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. ฟังแต่เพลงภาษาอังกฤษเป็นหลักจะได้เรียนรู้ศัพท์ไปด้วย	3.45	1.01	มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกในระดับปานกลาง
2. ชมภาพยนตร์/ ซีรีส์ที่เป็นเสียง Sound Track โดยไม่มีคำบรรยายภาษาไทย	2.90	1.14	มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกในระดับปานกลาง
3. รับข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/ โทรทัศน์ หรือเว็บไซต์ที่เป็นภาษาอังกฤษ	2.88	1.04	มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกในระดับปานกลาง
4. เล่นเกมภาษาอังกฤษ เช่น Crosswords เกมกด เกมออนไลน์ เป็นต้น	3.22	1.15	มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกในระดับปานกลาง
รวม	**3.11**	**0.74**	**มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกในระดับปานกลาง**

คำถามวิจัยข้อ 1. เด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อย่างไร

1. เครื่องมือสื่อสาร

ผลการสำรวจการมีเครื่องมือสื่อสารพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเครื่องมือสื่อสารคือ สมาร์ทโฟน จำนวน 448 คน (ร้อยละ 3.7) รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์พกพา (โน้ตบุ๊ค) จำนวน 323 คน (ร้อยละ 22.9) ลำดับถัดมาคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) จำนวน 304 คน (ร้อยละ 21.5) แท็บเล็ต จำนวน 234 คน (ร้อยละ 16.6) ไอพอด จำนวน 93 คน (ร้อยละ 6.6) และเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ คือ โทรศัพท์มือถือธรรมดา จำนวน 11 คน (ร้อยละ 0.8) ดังผลตามตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของเครื่องมือสื่อสารของกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือสื่อสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมาร์ทโฟน	**448**	**31.7**
คอมพิวเตอร์พกพา (โน้ตบุ๊ค)	323	22.9

เครื่องมือสื่อสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ(PC)	304	21.5
แท็บเล็ต	234	16.6
ไอพอด	93	6.6
อื่นๆ	11	0.8

2. สื่อออนไลน์ที่ใช้เป็นหลัก

จากการสำรวจ พบว่า สื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นหลักคือ Facebook มีจำนวน 470 คน (ร้อยละ 27.8) รองลงมาคือ Youtube จำนวน 379 คน (ร้อยละ 22.4) ลำดับถัดมาคือ E-mail จำนวน 264คน (ร้อยละ 15.6) ตามมาด้วย Instagram จำนวน 230 คน (ร้อยละ 13.6) Twitter จำนวน 106 คน (ร้อยละ 6.3) GooglePlus จำนวน 99 คน (ร้อยละ 5.9) Socialcam จำนวน 64 คน (ร้อยละ 3.8) Line จำนวน 50 คน (ร้อยละ 2.9) Hi5 จำนวน 18 คน (ร้อยละ 1.1) และมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อออนไลน์อื่น ๆ (Whatsapp, Wechat, Livejournal, Garena Plus, Tango, Vimeo) จำนวน 12 คน (ร้อยละ 0.7) อันแจกแจงได้ตามตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นหลัก

สื่อออนไลน์ที่ใช้เป็นหลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Facebook	470	27.8
YouTube	379	22.4
E-mail	264	15.6
Instagram	230	13.6
Twitter	106	6.3
GooglePlus	99	5.9
Socialcam	64	3.8
Line	50	2.9
Hi5	18	1.1
อื่นๆ	12	0.7

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3. ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ผลการสำรวจวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ ใช้ทุกวัน จำนวน 448 คน (ร้อยละ 81.9) รองลงมาคือ ใช้วันเว้นวัน จำนวน 43 คน (ร้อยละ 7.9) ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2-3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 42 คน (ร้อยละ 7.7) ลำดับถัดมาเป็น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าสัปดาห์ละวัน จำนวน 8 คน และลำดับสุดท้ายคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์สัปดาห์ละวัน จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.1) ดังผลในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้ทุกวัน	448	81.9
วันเว้นวัน	43	7.9
2-3 วันต่อสัปดาห์	42	7.7
สัปดาห์ละวัน	6	1.1
น้อยกว่าสัปดาห์ละวัน	8	1.5

4. ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมในแต่ละวัน

จากผลการสำรวจ พบว่า ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์โดยรวม คือ มากกว่า 3 ชั่วโมง ในแต่ละวัน โดยมีจำนวน 261 คน (ร้อยละ 47.7) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อออนไลน์โดยรวม 2-3 ชั่วโมง ในแต่ละวัน จำนวน 136 คน (ร้อยละ 24.9) ลำดับถัดมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อออนไลน์โดยรวม 1-2 ชั่วโมง ในแต่ละวัน จำนวน 108 คน (ร้อยละ 19.7) และลำดับสุดท้ายคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อออนไลน์โดยรวมน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ในแต่ละวัน จำนวน 42 คน (ร้อยละ 7.7) ตามผลในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์โดยรวมในแต่ละวัน

ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมในแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่า 3 ชั่วโมง	261	47.7
2-3 ชั่วโมง	136	24.9
1-2 ชั่วโมง	108	19.7
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	42	7.7

5. วัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ผลการสำรวจวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อสารพูดคุยกับเครือข่าย คนรู้จัก จำนวน 407 คน (ร้อยละ 19.2) ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อ สืบค้นข้อมูล จำนวน 380 คน (ร้อยละ 17.9) ลำดับถัดมาคือ ดูคลิปหรือมิวสิควิดีโอ จำนวน 351 คน (ร้อยละ 16.5) ติดตามข่าวสาร จำนวน 335 คน (ร้อยละ 15.8) เล่นเกม จำนวน 266 คน (ร้อยละ 12.5) เข้ากลุ่มที่ตนเองสนใจ จำนวน 163 คน (ร้อยละ 7.7) และใช้เพื่อวัตถุประสงค์หลักอื่นๆ ได้แก่ อ่านนิยายออนไลน์ ซื้อสินค้าออนไลน์ สมัครเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา จำวน 15 คน สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ตามตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสารพูดคุยกับเครือข่าย คนรู้จัก	407	19.2
สืบค้นข้อมูล	380	17.9
ดูคลิปวิดีโอ/มิวสิควิดีโอ	351	16.5
ติดตามข่าวสาร	335	15.8
เล่นเกม	266	12.5
ดูทีวีย้อนหลัง	207	9.7
เข้ากลุ่มที่ตนเองสนใจ	163	7.7
อื่นๆ	15	0.7

6. รูปแบบการเปิดรับข่าวสารออนไลน์

จากผลการสำรวจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการเปิดรับข่าวสารออนไลน์ คือ ตามอ่านจากหน้าแรก (Feed) ของเฟซบุ๊ก ที่เพื่อนแชร์มา จำนวน 247 คน (ร้อยละ 45.2) รองลงมาคือ อ่านตามเวบไซต์หนังสือพิมพ์ที่น่าเชื่อถือ จำนวน 163 คน (ร้อยละ 29.8) อ่านจากเวบบอร์ดที่มีคนมาคุยแลกเปลี่ยนกัน จำนวน 70 คน (ร้อยละ 12.8) และอ่านตามเวบไซต์ท่า ที่ไม่ใช่เวบไซต์ของหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะ จำนวน 67 คน (ร้อยละ 12.2) ตามลำดับ ดังผลตามตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการเปิดรับข่าวสารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบการเปิดรับข่าวสารออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตามอ่านจากหน้าแรก (Feed) ของเฟซบุ๊ก ที่เพื่อนแชร์มา	247	45.2
อ่านตามเวบไซต์หนังสือพิมพ์ที่น่าเชื่อถือ	163	29.8
อ่านตามเวบไซต์ท่า ที่ไม่ใช่เวบไซต์ของหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะ	70	12.8
อ่านจากเวบบอร์ดที่มีคนมาคุยแลกเปลี่ยนกัน	67	12.2

7. รูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

จากผลการสำรวจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคือ ติดตามฟังข่าวหรือดูรายการเล่าข่าวจากทางวิทยุหรือโทรทัศน์ จำนวน 200 คน (ร้อยละ 36.6) ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันกับ กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามฟังข่าวหรือดูการรายงานข่าว เช่น ข่าวภาคเช้า ข่าวภาคค่ำ เป็นต้น จำนวน 195 คน (ร้อยละ 35.6) ลำดับถัดมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์เลย มีจำนวน 110 คน (ร้อยละ 20.1) และกลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ จำนวน 42 คน (ร้อยละ 7.7) อันแจกแจงได้ตามตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ติดตามฟังข่าวหรือดูรายการเล่าข่าวจากทางวิทยุหรือโทรทัศน์	200	36.6
ติดตามฟังข่าวหรือดูการรายงานข่าว ที่ไม่ใช่เล่าข่าว เช่น ข่าวภาคเช้า ข่าวภาคค่ำ เป็นต้น	195	35.6

รูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่อ่านหนังสือพิมพ์เลย	110	20.1
อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ	42	7.7

คำถามวิจัยข้อ 2. ค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลมีความคล้ายคลึงกับค่านิยมพื้นฐานของเยาวชนยุคดิจิทัลในระดับสากลหรือไม่ อย่างไร

1. ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ

ผลการวิจัยเชิงสำรวจพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมด้านเสรีภาพในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ดังผลในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. กฎเกณฑ์ต่างๆ บางทีก็ไม่จำเป็น ควรให้คนใช้วิจารณญาณที่ดีของตัวเอง	3.92	0.86	มีค่านิยมด้านเสรีภาพในระดับมาก
2. ผู้คนมีสิทธิ์ที่จะพูด เขียน หรือแสดงออกถึงความคิดอะไรก็ได้ ตราบใดที่ไม่ทำให้ใครเดือดร้อน	4.31	0.75	มีค่านิยมด้านเสรีภาพในระดับมากที่สุด
3. การแบนละครเหนือเมฆเป็นเรื่องปกติ ที่ผู้บริหารช่อง 3 สามารถสั่งแบนได้ เพราะถือเป็นการตัดสินใจทางธุรกิจขององค์กร	3.35	0.98	มีค่านิยมด้านเสรีภาพในระดับปานกลาง
4. สื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยเพิ่มเสรีภาพทางการสื่อสารให้คนไทยโดยเฉพาะจากสื่อที่ควบคุมโดยรัฐอย่างวิทยุ โทรทัศน์	3.97	0.78	มีค่านิยมด้านเสรีภาพในระดับมาก
รวม	**3.88**	**0.47**	**มีค่านิยมด้านเสรีภาพในระดับมาก**

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเด็กและเยาวชนไทยในประเด็นค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างพฤติกรรมอันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพอย่างกรณีของอั้ม เนโกะ[70] จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่คิดว่า เป็นการแสดงออกที่ไม่สมควรทำ

“มันไม่ควรทำ ผมคิดว่าเป็นการประท้วงที่กวนประสาทมาก ท้าทายอาจารย์มาก คนเราจะแสดงความเห็นที่ต่างกับคนอื่นได้ ผมก็มักคิดต่างในบางเรื่องเหมือนกัน” (บุ๊ค)

“ไม่สมควรนะคะ คิดว่า การโพสต์แบบนั้นเท่าที่เห็นจะมีแต่การโจมตีด้านเดียว คือจะไม่เห็นด้วยก็ได้ แต่ต้องแสดงออกอย่างมีขอบเขตและเหมาะสมค่ะ ไม่ควรสื่อถึงชุดนักศึกษาในแบบนี้ มันดูไม่ดี” (เฟี้ยต)

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กและเยาวชนกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ในประเด็นค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ สามารถสรุปได้ดังนี้

ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์[71] แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพว่า วัยรุ่นทั่วโลกก็ต้องการแสดงออกถึงตัวตน ความคิด ความรู้สึก โดยสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นช่องทางหนึ่งที่เด็กและเยาวชนไทยสามารถใช้เพื่อแสดงความคิดเห็นของตนได้อย่างเสรีมากกว่าสื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ และวิทยุ

“ผมคิดว่าน่าจะเป็นวัยรุ่นทั่วโลกนั่นแหละเขาต้องการที่จะแสดงออกถึงตัวตนของเขาทั้งความคิดเรื่องของความรู้สึกเรื่องอะไรต่างๆ เพียงแต่ว่าที่ผ่านมา ถ้าเป็นช่องทางการสื่อสารแบบเดิมทั้งในเรื่องของทีวีหรือหนังสือพิมพ์หรือ วิทยุยังพอมีอยู่บ้างคลื่นที่สำหรับวัยรุ่นที่เขาสามารถที่จะไปพูดไประบายบ้างนะครับ แต่ว่าโอกาสที่จะแสดงความคิดเห็นหรือว่าอะไรต่างๆเนี่ยมีไม่มากเท่าพอมันมีตัวของโซเชียลมีเดียขึ้นมาหรือมีสื่อใหม่ขึ้นมามันก็เป็นช่องทางนึงที่เขาที่จะสามารถที่จะแสดงความเห็นได้อย่างเสรี ในหลายๆ เรื่องที่เขารู้สึกว่า แค่เขาตื่นขึ้นมาเขาอยากเรียน ไม่อยากเรียน เขาอยากตื่นไม่อยากตื่น อยากจะทำอะไรเนี่ยเขาก็บ่นของเขาไปได้โดยปกติทั่วไป เขามีเสรีภาพมากขึ้นในการที่จะเห็นต่างกับผู้ใหญ่ มีช่องทางการสื่อสารมากขึ้น”

สอดคล้องกับอาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล[72] ที่แสดงความคิดเห็นว่า วัยรุ่นทุกยุคสมัยนั้นหาพื้นที่ในการแสดงออกให้ตัวเอง นอกจากนี้ยังได้กล่าวเสริมว่า การที่เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลด้าน

---

[70] นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่โพสต์ภาพโปสเตอร์เป็นภาพชายหญิงในชุดนักศึกษาแสดงท่าทางการมีเพศสัมพันธ์ และมีข้อความว่า midterm ที่ผ่านมาคุณยังต้องใส่ชุดนักศึกษาอยู่หรือเปล่า?, ปลดแอกความเป็นมนุษย์ของคุณออกมา, ชุดนักศึกษามีเซ็กซ์มันส์กว่าป่ะ? เพื่อต่อต้านระเบียบการแต่งกายนักศึกษาเข้าห้องเรียนของอาจารย์ผู้สอนรายวิชา TU130 หรือวิชาสหวิทยาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ของคณะวิทยาศาสตร์ โดยวิชานี้เป็นวิชาบังคับของนักศึกษาปี 1 ทุกคนและทุกคณะต้องเรียน หากไม่แต่งชุดนักศึกษาก็จะไม่สามารถทำข้อสอบเก็บคะแนนเรียนในห้องเรียนได้ ซึ่งมีการส่งต่อและโพสต์ภาพโปสเตอร์ดังกล่าวในโลกออนไลน์ในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2556

[71] มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, "สัมภาษณ์," (2557).

[72] อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล, "สัมภาษณ์," (2557).

เสรีภาพในระดับมากนั้น นอกจากจะเป็นเพราะความที่วัยรุ่นเองต้องการพื้นที่ในการแสดงออกแล้ว พ่อแม่ผู้ปกครองในปัจจุบันก็ยอมรับและให้คุณค่ากับการกล้าแสดงออก โดยมีสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ในการแสดงออกที่ทุกคนเข้าถึงได้

"ต่อให้มันไม่มีอินเทอร์เนตอะไรพวกนี้เนี่ย วัยรุ่นยุคไหนก็เรียกร้องหาพื้นที่ให้ตัวเองอยู่แล้วในการแสดงออก พร้อมกับในยุคสมัยนี้ด้วยที่พ่อแม่เองก็รู้สึกว่าการกล้าแสดงออกเนี่ยมันเป็นคุณค่าอย่างหนึ่งที่สังคมยอมรับและให้คุณค่า หลายๆ คนผลักดันให้ลูกตัวเองแสดงออกโน่นนั่นนี่ เยอะๆ ด้วยซ้ำ พาไปประกวดโน่นประกวดนี่ คืออธิบายในแง่ช่วงวัย การแสดงออกไม่ว่าอยู่ไหนมันก็เป็นอย่างนี้อยู่แล้ว หมายถึงว่าในยุคสมัยนี้ที่มันเปลี่ยน การกล้าแสดงออกมันมีการยอมรับมากขึ้น มีการส่งเสริมทำตามปกติมากขึ้นไปด้วยกัน ประกอบกับเมื่อก่อนจะลำบากหาพื้นที่หาเวทีในด้านการแสดงเวทีประกวด เวทีอะไรพวกนี้ มันมีจำกัด อาจจะมีเฉพาะส่วนกลาง หรือในเมืองใหญ่ๆ ไม่ใช่ว่าทุกคนจะเข้าถึงได้"

2 ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใส

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ดังผล ในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสของกลุ่มตัวอย่าง

ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใส	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. การโหลดเพลงจากอินเทอร์เน็ต ไม่ถือว่าเป็นการเอาเปรียบคนที่ผลิตและทำเพลง แต่เป็นการแบ่งปันกันเพื่อความบันเทิง	2.90	0.94	มีค่านิยมด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสในระดับปานกลาง
2. รถที่ขับถูกช่องทางจราจรแม้จะไปถึงที่หมายช้ากว่าคันที่ชอบปาดแซงคนอื่น แต่ก็รู้สึกดีกว่า	4.13	0.88	มีค่านิยมด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสในระดับมาก
3. งานสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาและความพยายาม เราจึงควรอุดหนุนผลงานลิขสิทธิ์มากกว่าของเลียนแบบหรือทำซ้ำ	4.15	0.79	มีค่านิยมด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสในระดับมาก
4. ฉันจะไม่ลงคะแนนเลือกนักการเมืองที่มีประวัติทุจริตมาก่อน	4.13	0.99	มีค่านิยมด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสในระดับมาก

ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใส	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
5. การลอกการบ้านเพื่อนไม่ใช่เรื่องเสียหายเพราะเป็นเรื่องปกติธรรมดาของนักเรียนนักศึกษา	2.86	0.98	มีค่านิยมด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสในระดับปานกลาง
6. เมื่อนำข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมาใช้ทำรายงาน ก็ควรเขียนบรรณานุกรมอ้างอิงแหล่งที่มาเสมอ	4.34	0.71	มีค่านิยมด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสในระดับมากที่สุด
รวม	**3.75**	**0.43**	**มีค่านิยมด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสในระดับมาก**

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างในประเด็นค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใส ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างพฤติกรรมอันเกี่ยวข้องกับความซื่อสัตย์โปร่งใสอย่างการอ้างอิงแหล่งที่มาเมื่อมีการทำรายงานส่งอาจารย์ ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดมีความเห็นตรงกันว่า ควรเขียนอ้างอิงถึงข้อมูลที่นำมาใช้ในการทำรายงาน โดยผู้ร่วมสัมภาษณ์ให้เหตุผลที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกันว่า การเขียนอ้างอิงแหล่งที่มาถือเป็นการให้เกียรติเจ้าของข้อมูล ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังตระหนักถึงความยากลำบากของการได้มาซึ่งข้อมูล และมองเห็นข้อดีของการอ้างอิงในมิติอื่นๆ เช่น เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมอีกด้วย

“ควรจะอ้างอิงนะคะ เพราะว่า เหมือนกับ กว่าเขาจะทำงานนี้มาได้ เขาก็เหมือนพยายามมาเยอะอ่าค่ะ แล้วกับการที่เราแค่ไปก๊อปของเขามา แล้วก็มาทำเป็นเหมือนใส่ชื่อเป็นงานของเรา มันก็เหมือนเป็นการไม่ให้เกียรติเขา แล้วก็ไปขโมยงานของคนอื่นมา” (ข้าวฟ่าง)

“ควรเขียนค่ะเพราะเราไปนำข้อมูลของเขามาเราไม่ได้เป็นคนคิดเองเราต้องให้เกียรติเขาด้วย” (บิวท์)

“ก็ควรเขียนค่ะ เพราะเป็นการให้เกียรติกับผลงานที่เค้าได้ทำมา และอ้างอิงจากแหล่งที่มาเพื่อเอาไว้สำหรับศึกษาเพิ่มเติม” (วิรุฬห์)

“ควรเขียนอ้างอิงเพราะกว่าผู้รวบรวมจะรวบรวมข้อมูลได้ก็ต้องใช้เวลานานพอสมควรและอาจจะรวบรวมให้ได้ใจความที่ดีและเป็นประโยชน์นั้นยากดังนั้นเมื่อนำข้อมูลเขามาก็ควรอ้างอิงเพื่อให้ทราบถึงที่มาและเป็นการขอบคุณเขาทางอ้อมด้วย” (ตั๊ก)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ในส่วนของการเขียนอ้างอิงแหล่งที่มาเมื่อทำรายงานส่งอาจารย์ ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีการเขียนอ้างอิงแหล่งที่มา มีเพียงผู้ให้สัมภาษณ์บางคนที่ยอมรับว่าเขียนอ้างอิงที่มาแต่ไม่ครบถ้วนเท่ากับที่นำข้อมูลมาใช้ในรายงาน เนื่องจากมีความกังวลเรื่องความสวยงามของเล่มรายงาน ในขณะที่บางคนให้เหตุผลว่า ลืมและรีบทำรายงานส่ง ข้อมูลที่นำมาใช้ในรายงานมีจำนวนมากการอ้างอิงจึงเกิดการตกหล่น

“เขียนครับแต่เป็นส่วนน้อยมาก ๆ ครับ เพราะมันมีลิงค์ เดี๋ยวเล่มรายงานไม่สวยครับ ” (บูรณ์)

“เขียนค่ะ แต่อาจจะไม่ครบทุกเวบ บางครั้งเปิดแล้วพอดูไปเรื่อยๆแล้วเปิดถัดไปเว็บใหม่ก็ไม่กลับไปเอาเว็บก่อนบางทีก็ลืมบางทีก็รีบ” (ตั๊ก)

“เขียนค่ะแต่ไม่ครบถ้วน เพราะบางรายงานเอาข้อมูลคำพูดแต่คนแต่ละอันเยอะเกินไป ก็ตกหล่นค่ะ” (เฟี้ยต)

ทั้งนี้ ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์ได้ให้ข้อสังเกตในประเด็นค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสไว้ว่า แม้เด็กและเยาวชนไทยรู้ว่าอะไรคือการกระทำที่ถูกหรือการกระทำที่ผิด แต่หลายครั้งก็เลือกทำในสิ่งที่รู้ว่าเป็นการกระทำที่ผิด เพราะมีตัวอย่างในสังคมแสดงให้เห็นว่า แม้เรากระทำในสิ่งที่ผิดแต่ในบางเงื่อนไขเราสามารถทำได้

“คิดว่าเป็น Dilemma พอสมควรมันสองทางคือทางนึงเขารู้ว่าอะไรถูกอะไรไม่ถูกนะครับ ผมคิดว่าไม่ใช่เฉพาะวัยรุ่นไทยหรอกผู้ใหญ่ไทยก็เป็น คนไทยก็เป็นบางทีเนี่ยเราทำหรือสิ่งที่ทำเนี่ยรู้ว่ามันไม่ถูกต้อง แต่พอเวลาจริงเลือกตัดสินใจทำไม่ทำเขากลับทำ คนไทยเราในเรื่องความซื่อสัตย์อาจจะยังมีปัญหาตั้งแต่เรื่องของจิตสำนึกพอสมควร เพราะตั้งแต่โตขึ้นมาเด็กอาจจะเห็นตั้งแต่แรกเลยว่าพูดถึงเรื่องทำผิดกฎระเบียบทำผิดกฎวินัยต่างๆ รู้ว่าอะไรถูกอะไรไม่ถูก ในขณะเดียวกันมันก็มีช่องที่จะให้ทำสิ่งที่ตรงกันข้ามอยู่พอสมควรแต่สิ่งที่ และก็หลายๆ ครั้งเขาเลือกทำในสิ่งที่ตรงกันข้ามเขาก็รู้ว่ามันผิด เช่นยกตัวอย่าง สมมติว่าขับรถผิดกฎจราจร ปุ๊บเนี่ยในหลายๆ ประเทศเนี่ยที่เขาเคร่งเรื่องนี้มีวินัยเรื่องนี้เขาถูกบ่มเพาะมาตั้งแต่เด็ก แต่เขาไม่ได้บ่มเพาะโดยบอกให้เด็กทำแต่สิ่งที่เห็นคือสังคมทั้งสังคมทำ ตัวพ่อแม่ตัวผู้ใหญ่เองก็ทำตามกฎระเบียบตรงนั้น ถ้าทำผิดเขามีมาตรการลงโทษที่ชัดเจน จะปรับจะอะไรต่างๆ แต่ของสังคมไทยมันเป็นสังคมที่อิหลักอิเหลื่อพอสมควร เช่น สมมติว่าคุณทำผิดอ่ะจ่ายเงินใต้โต๊ะหน่อยหนึ่งมั้ย หรือหยิบอะไรโปะให้ตำรวจได้มั้ย มันก็บ่มเพาะคนในสังคมตั้งแต่เด็กให้รู้ว่า อันนี้ไม่ดีนะ แต่ในขณะเดียวกันก็สอนเด็กกึ่งศรีธนญชัยว่า ถ้าบางเงื่อนไขคุณสามารถทำได้นะ”

3. ค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือ

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมด้านด้านการประสานความร่วมมือในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ดังผลในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัล
ด้านการประสานความร่วมมือของกลุ่มตัวอย่าง

ค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. การช่วยแบ่งปันหรือแชร์ข้อความที่ต้องการความช่วยเหลือผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ตามหาเด็กหาย ขอบริจาคเลือด ถือว่าเป็นทางหนึ่งที่สามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้	4.21	0.87	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือในระดับมากที่สุด
2. การสานเสวนาที่เปิดเวทีให้ทุกภาคส่วนมาอภิปรายร่วมกันคือหนทางสู่การแก้ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองในสังคมไทย	3.63	0.91	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือในระดับมาก
3. การโพสต์คำถามผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาคำตอบหรือทางออกเป็นการกระทำที่แสดงถึงความโง่เขลาและอับจนของผู้โพสต์	3.70	0.87	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือในระดับมาก
4. ทุกคนมีจุดแข็งจุดอ่อนต่างกัน การทำงานเป็นกลุ่มที่ทดแทนข้อเสีย หรือส่งเสริมข้อดีของกัน ย่อมดีกว่าการทำงานคนเดียว	4.17	0.82	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือในระดับมาก
5. สารานุกรมออนไลน์อย่างวิกิพีเดีย (Wikipedia) แม้เป็นสารานุกรมที่ให้อาสาสมัครเขียน แต่มีความน่าเชื่อถือเพราะมีการตรวจสอบความถูกต้องทั้งเนื้อหาและเรื่องลิขสิทธิ์	3.66	0.94	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือในระดับมาก
รวม	**3.89**	**0.46**	**มีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือในระดับมาก**

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือ ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างพฤติกรรมอันเกี่ยวข้องกับการประสานความร่วมมืออย่างการโพสต์ประกาศตามหาเด็กหาย ขอบริจาคเลือด หรือโพสต์ตั้งคำถาม ถามเพื่อนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ จากการสัมภาษณ์

พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่คิดว่า การโพสต์ขอความช่วยเหลือในลักษณะดังกล่าว เป็นหนทางที่ช่วยแก้ปัญหาได้

“จริงจ้า เพราะเคยเห็นว่ามีคนโพสต์แล้วก็มีบินซ์ บันลือฤทธิ์ไปหาจริงๆ” (ชะม้อย)

“ช่วยได้นะ เพราะนอกจากคนที่เล่นไปวันๆแล้ว คนที่เขาสามารถให้ความช่วยเหลือได้ก็มีอีกเยอะ” (มินท์)

“ก็เป็นอีกทางหนึ่งที่สามารถช่วยได้ ในความคิดของผมอะไรก็เกิดขึ้นได้ ไม่ว่าจะเป็นความบังเอิญก็ตาม โพสต์ไว้ไม่เสียหาย” (บุ๊ค)

ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนเคยเป็นผู้โพสต์ขอความช่วยเหลือ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งมีผู้ที่โพสต์ขอความช่วยเหลือแล้วได้รับความช่วยเหลืออย่างแท้จริง

“ผมก็เคยเอาลงครับ ฮาร์ดดิสก์ผมหายครับ แต่ไม่ได้กลับคืนมา” (บูรณ์)

“เคยเจอมาแล้วค่ะ เจอกับตัวค่ะ คนไทยมีน้ำใจ ลุงเพื่อนค่ะ ต้องการเลือดด่วนมาก เป็นกรุ๊ปที่หายากค่ะ เลยช่วยโพสต์ลงเฟซบุ๊ก สักพักมีเพื่อนมาตอบเยอะมากและก็ได้เลือดค่ะ” (ปุ้ย)

สำหรับการสัมภาษณ์ผ็เชี่ยวชาญในประเด็นค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือ สรุปได้ ดังนี้

ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์[73] มองว่าเด็กและเยาวชนไทยยุคดิจิทัลมีความพร้อมที่จะประสานความร่วมมือผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยการทำงานร่วมกันนี้คือการกระจายงานออกเป็นส่วนๆ รับผิดชอบในส่วนของตัวเองแล้วนำมารวมกันกับงานในส่วนของคนอื่น ทั้งนี้ ดร.มานะ เห็นว่า การประสานความร่วมมือนี้จะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นต่อการเรียนรู้และการพัฒนา

“ผมว่าเด็กรุ่นใหม่ที่อยู่ในโลกออนไลน์เขาพร้อมที่จะทำงานร่วมกันกับหลายๆ ส่วนได้มากขึ้น ทำร่วมกันได้มากขึ้น ในออนไลน์เราสามารถแบ่งงานเป็นจ็อบๆ และก็ทำเฉพาะจ็อบของตัวเองแล้วมาเสริมเข้าไปได้ แต่ว่า ถ้าในส่วนของออฟไลน์บางทีมันเหลื่อมล้ำกันอยู่พอสมควรต้องมีปฏิสัมพันธ์ ซึ่งตรงนี้เด็กไทยหลายๆ คนอาจจะอ่อนในบางเรื่อง เช่น บางคนอาจจะมีการเอาเปรียบบางคนอาจจะทำบ้างไม่ทำบ้างอะไรอย่างนี้ แต่ถ้าในออนไลน์ โอเค คุณทำแค่ตรงนี้เต็มใจที่จะทำ การร่วมมือกันในออนไลน์ที่แบ่งเป็นพาร์ทย่อยๆ ออกมาแล้วก็กระจายออกไปให้คนต่างๆ ได้มีการทำเนี่ย มันอาจจะสามารถทำให้มีความร่วมมือกันได้ซึ่งในอนาคตตรงนี้น่าจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นทั้งในเรื่องของการ

[73] มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, "สัมภาษณ์."

เรียนรู้ทั้งการพัฒนาอะไรหลายๆ อย่าง เริ่มจากความสัมพันธ์จากการทำงานร่วมกันมากขึ้นข้ามพรมแดนมากขึ้น ซึ่งอินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยในเรื่องนี้”

ขณะที่ อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล[74] ให้ความเห็นเกี่ยวกับค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือว่า การที่เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมด้านการประสานความร่วมมือในระดับมากนั้น เป็นเพราะค่านิยมนี้เป็นที่คาดหวังของสังคมทั่วไป หน่วยงานสถานศึกษาจึงพยายามส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนไทยรู้จักการทำงานเป็นกลุ่ม

“อันนี้มันก็เป็นค่านิยมที่สังคมทั่วไปคาดหวังจากเด็กมากขึ้นเรื่อยๆ ที่ผ่านมา เราได้ยินคนพูดตลอดเวลาว่าคนไทยเก่งในกีฬาเดี่ยว เช่นถ้าเป็นกีฬามวยเทนนิส แบดมินตัน ยกน้ำหนัก คนไทยเราได้เหรียญทองโอลิมปิกและได้ชิงแชมป์โลก ฉะนั้นทุกคนจะมองว่าคนไทยทำงานเป็นทีมก็ไม่เป็น คือความคิดชุดเดียวกันเนี่ยอยู่ในระบบการศึกษาด้วย คนที่อยู่ในหน่วยงานการศึกษาเขาก็พยายามผลักดัน ด้วยความหวังดีว่าอยากจะส่งเสริมเด็กไทย การสั่งงานของครูหรือว่าการทำงานต่างๆ ก็มีความพยายามจะให้เด็ก นักศึกษา หรือนักเรียนทำงานเป็นกลุ่มมากขึ้น ผมคิดว่าอันนี้อาจเป็นผลจากการผลักดันด้วย”

4. ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมด้านความบันเทิงในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.47) ดังผลในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง

ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. เมื่อมีละครเรื่องโปรดฉันก็จะต้องตามดูทุกตอน ถ้าไม่มีโอกาสได้ดูช่วงที่ละครออกอากาศฉันก็ต้องไปดูย้อนหลัง	3.77	1.02	มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมาก
2. เมื่อปรึกษากันเรื่องงานกลุ่ม คนในกลุ่มก็ไม่ควรชวนกันคุยเล่นเรื่องอื่น เพราะจะทำให้ไม่มีสมาธิคิดเรื่องงาน	2.63	1.01	มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับปานกลาง
3. การเข้าไปเล่นเฟซบุ๊กระหว่างการทำงานไม่ใช่เรื่องเสียหายอะไร ถือว่าเป็นการคลายเครียด	3.47	1.08	มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมาก

[74] อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล, "สัมภาษณ์."

ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
4. ฉันสามารถจะดูหนังฟังเพลงได้ทุกที่ทุกเวลา	3.70	1.01	มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมาก
5. ถ้าจะเลือกงานทำในอนาคต ฉันจะเลือกงานที่ทำแล้วสนุก แม้ว่าจะได้ค่าตอบแทนน้อยกว่างานที่ไม่สนุกก็ตาม	3.68	0.99	มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมาก
6. เมื่อดูข่าว ฉันก็จะเลือกดูข่าวเบาสมองหรือข่าวบันเทิง	3.60	1.00	มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมาก
รวม	**3.47**	**0.54**	มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมาก

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เล่นเกม เล่นเฟซบุ๊กระหว่างทำงานไปด้วย ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนฟังเพลง แชทกับเพื่อนขณะทำการบ้านหรืออ่านหนังสือเรียน โดยให้เหตุผลว่า บางครั้งงานน่าเบื่อและเครียดเกินไป การเล่นเกม เล่นเฟซบุ๊กหรือฟังเพลงไปด้วยก็จะช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด ช่วยให้หายเหงาได้ นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนยังใช้เวลาในความบันเทิงปะปนกับการทำงาน โดยส่งไฟล์งาน ถามงาน ถามการบ้านจากเพื่อนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์อีกด้วย

“ค่ะ เพราะแบบเวลาเราทำการบ้านทำงานมันก็เครียดไป เราก็ให้เพลงมาทำให้เราสดชื่นขึ้น สนุกสนานขึ้นในการทำงาน เล่นแล้วก็แบบถามเพื่อน ว่าข้อนี้ทำยังไง ก็ให้เพื่อนเขาช่วยด้วย” (น้ำอ้อย)

“นานๆ ทีจะแว้บไปเล่นเกมครับ นานมาก เพราะเบื่อ มันขี้เกียจ” (บีม)

“ผมเคยทำครับและประจำด้วย ผมจะออนเฟซทิ้งไว้แล้วค่อยทำงาน พอทำงานอยู่เพื่อนก็มาทัก และบางคราวผมก็ไปทักเพื่อน” (บูรณ์)

“ส่วนใหญ่ของหนูจะเปิดเพลงฟังไปด้วย ใน Youtube หรือไม่ก็เปิดเพลงในโทรศัพท์ฟังไปด้วย” (พลอย)

“ใช่ค่ะ บางทีอ่านหนังสือสอบ ทำงาน เครียดก็แวะมาดูเรื่องชาวบ้านค่ะ” (ปุ้ย)

“จริงค่ะ มีเรื่องต้องคุยตลอด บางทีงานก็อยู่ในเฟซบุ๊กค่ะ ส่งงานกันในนั้นเลย” (กานต์)

“จริงครับ ทุกเวลา เรียนยังแชท ตอนทำงานก็ออนทิ้งไว้ครับ อ่านหนังสือก็ออนทิ้งครับ นานๆ ตอบ ผมว่า มันช่วยให้เราหายเหงานะครับ” (แมน)

“บางครั้งมันเป็นการช่วยผ่อนคลายได้ เคยอ่านหนังสือด้วยฟังเพลงด้วยเพราะทำให้รู้สึกว่าช่วยลดความเครียดความตื่นเต้นหรือความกังวลได้” (ตั๊ก)

ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วน มีทัศนคติด้านความบันเทิงแตกต่างออกไป โดยมีความคิดเห็นว่าการใช้เวลากับความบันเทิงควรแยกขาดกันกับเวลาอ่านหนังสือ ทำการบ้านหรือทำงาน โดยให้เหตุผลว่าการเล่นเกม เล่นเฟซบุ๊ก หรือแชทกับเพื่อนระหว่างทำงาน จะทำให้ไม่มีสมาธิในการทำงาน

“ไม่ได้ค่ะ เพราะว่าถ้าเล่น Facebook ทำการบ้านไปด้วยแล้วมันไม่มีสมาธิในการทำการบ้าน” (ปาร์ตี้)

“รู้สึกว่า เวลาทำงานไปเล่นไปด้วยก็ไม่ค่อย concentrate กับงานเท่าไหร่ค่ะ มันก็เลยดูเป็นการรบกวนสมาธิของเรา งานมันก็ไม่ค่อยเดินอ่าค่ะ” (ข้าวฟ่าง)

“หนูแบ่งเวลาได้ค่ะ ถ้าถึงเวลาต้องอ่านหนังสือสอบก็อ่านค่ะ อย่างในห้องถ้าเรียนก็จะตั้งใจเรียน ไม่ยุ่งกับมือถือค่ะ” (ลูกนัท)

“ไม่ค่อยเล่นนะครับ ถ้าเรียนหนักมาส่วนมากตัดขาดเลย เพราะไม่มีเวลาเล่น ไลน์ส่วนมากปิดเสียง เพราะผมเป็นมาละ ถ้าได้ยินเสียงนะยังไงก็วางหนังสือ” (ทัวร์)

ทั้งนี้ ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง พบว่า

อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล[75] มองว่า การที่เด็กและเยาวชนไทยยุคอินเทอร์เน็ตมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมากนั้น เป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะของอุปกรณ์เทคโนโลยีในการให้ความบันเทิงที่ไม่มีข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ อีกทั้งอินเทอร์เน็ตมีความเร็วพอ จึงเอื้อให้ผู้ใช้สามารถมีกิจกรรมด้านความบันเทิงผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้

“ในปัจจุบันอุปกรณ์ในการให้ความบันเทิงมันถูกยุบรวมกันมาอยู่ในอุปกรณ์เดียวแล้ว คือในแง่ของอุปกรณ์เราดูหนังจากคอมพิวเตอร์ เราฟังเพลงจากคอมพิวเตอร์หรือแท็บเล็ต เราทำงานจากเครื่องมือเดียวกัน อุปกรณ์เดียวกันคือแท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ ถือว่าอุปกรณ์มันเอื้อ และในลักษณะของตัวพื้นที่คือการสื่อสารทางอินเตอร์เน็ตนั้นสามารถไปที่ไหนได้ทุกที่และมีความเร็วพอ ที่จะเปิดหนังหรืออะไรต่างๆ คนไม่ต้องย้ายพื้นที่ที่จะทำกิจกรรมต่างๆ แต่กิจกรรมต่างๆ สามารถวิ่งผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ตมาหาตัวคนได้ ไม่ว่าเขาจะอยู่ที่ไหนก็ตาม เพราะฉะนั้น ในแง่เทคโนโลยีเช่นมือถือ ก็เปิดโอกาสให้คนมีกิจกรรมด้านความบันเทิงได้”

[75] Ibid.

ในขณะที่ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล[76] ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นที่เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมากไว้ว่า เด็กและเยาวชนไทยในปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาวะแรงกดดันและความเครียดทำให้เด็กและเยาวชนไทยต้องพึ่งพาความบันเทิง นอกจากนี้ ดร. ธาตรี ยังได้ตั้งข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า ความบันเทิงยังถูกสอดแทรกเข้ามาในเรื่องการเรียนการสอน เช่น อาจารย์ในสถาบันกวดวิชาที่ได้รับความนิยมเพราะมีเทคนิคลูกเล่นในการถ่ายทอด ให้เด็กรู้สึกสนุก

"ความบันเทิงเป็นปัจจัยสำคัญ อาจจะด้วยสภาพทุกวันนี้แรงกดดันรอบตัว แม้แต่เด็กก็มีความเครียดอ่ะ เครียดตั้งแต่ก่อนเข้าเตรียมอนุบาลแล้ว ก็ต้องมีการแข่งขันมีการจับฉลาก มันบีบคั้นเราเลยต้องพึ่งพาความบันเทิง เด็กยุคปัจจุบันไม่ว่าจะการเรียนการสอนก็ต้องทำให้เป็นบันเทิง เพราะสังเกตดูอาจารย์ที่มีเด็กชอบเข้าไปเรียนเยอะก็ต้องแบบมีลูกเล่น มิฉะนั้นทำไมสถานที่กวดวิชาคนถึงเข้าไปเยอะ เพราะมันมีลูกเล่นมีเทคนิคในการถ่ายทอด เวลาสอนเด็กเด็กจะเบื่อมากแต่ถ้าทำให้เป็นเรื่องสนุกปั๊บเด็กจะเปิดรับ"

สอดคล้องกับดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์[77] ที่มองว่าการเรียนรู้นั้นต้องมีความสนุกสนานเนื่องจากเด็กและเยาวชนจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ อีกทั้งให้เหตุผลที่เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมากนั้น เนื่องจาก ความบันเทิงเป็นเรื่องปกติ เป็นส่วนหนึ่งของการพักผ่อน ประกอบกับวัยรุ่นที่ยังไม่ต้องมีความรับผิดชอบสูง จึงทำให้เด็กและเยาวชนมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับมาก

"จริงๆ เราเห็นตั้งแต่เรื่องการเรียนแล้วล่ะ การเรียนต้องดูเหมือนดูโชว์มากขึ้น อาจารย์ต้องสอนเหมือนกับดูโชว์มากขึ้น ซึ่งเขารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้เลยต้องสนุกซึ่งถามผมโอเคก็จริงน่ะแหละ เพียงแต่ว่าเรายึดติดกับการเรียนรู้แบบ traditional ที่เรียนรู้แล้วต้องซีเรียส เรียนรู้แล้วต้องจริงจังเพียงอย่างเดียว ความบันเทิงเป็นเรื่องปกติของทุกคนอยู่แล้วโดยเฉพาะเด็กวัยรุ่นที่ที่เขายังไม่ต้องมีความรับผิดชอบอะไรสูง ความบันเทิงส่วนหนึ่งของการพักผ่อนของคนอยู่แล้วเพียงแต่ว่าเขาจะรู้สึกว่าความรู้หรือการเรียนรู้การทำงานหรืออะไรต่างๆ มันต้องสนุกเขาถึงอยากทำ"

นอกจากนี้ ดร. มานะ ยังเพิ่มประเด็นการทำงาน บรรยากาศสถานที่ทำงานของบริษัทที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ก็จะไม่แยกส่วนการทำงานกับส่วนการเล่น ซึ่งคนรุ่นใหม่ก็จะรู้สึกมีความสุขกับงานในลักษณะนี้

"อาจจะต้องตั้งคำถามโยงถึงเรื่องระบบการทำงาน จะทำงานแบบไหน ซึ่งปรัชญาการทำงานสมัยใหม่หลายๆ อย่างเริ่มเปลี่ยนไป เช่น ที่ทำงานก็ไม่จำเป็นเหมือนกับนั่งเป็นบล็อกๆ ความสนุกกับ

---

[76] ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, "สัมภาษณ์," (2557).

[77] มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, "สัมภาษณ์."

การทำงานเริ่มเหลื่อมกันมาขึ้น มองย้อนกลับไปที่ออฟฟิศทำงานของพวกครีเอทีฟต่างๆ แม้กระทั่งกูเกิ้ล Silicon Valley เนี่ยมันจะมีลักษณะกึ่งเล่นกึ่งทำงานมีโต๊ะปิงปองมีของเล่นเพื่อให้ครีเอทีฟได้เต็มที่ หรือเพื่อให้ทำงานได้เต็มที่ เขาจะไม่แยกส่วนของการทำงานกับส่วนของการละเล่นหรือความสนุกเขาจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับมัน คนรุ่นใหม่จะรู้สึกแฮปปี้กับลักษณะการทำงานแบบนั้นซึ่งอาจจะตรงกันข้ามกับสิ่งที่คนรุ่นก่อนหน้านี้รู้สึก"

5. ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมด้านนวัตกรรมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ดังผลในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม ของกลุ่มตัวอย่าง

ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. ถ้าจะให้รางวัลบุคคลแห่งปี ฉันคิดว่าสตีฟ จอบส์ ควรได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลนี้	3.61	1.00	มีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมในระดับมาก
2. โทรศัพท์มือถือธรรมดาก็ใช้ได้ดี ไม่จำเป็นต้องใช้สมาร์ทโฟน เพราะใช้โทรออก-รับสายได้เหมือนกัน และช่วยประหยัดแบตเตอรี่ได้มากกว่า	2.88	1.00	มีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมในระดับปานกลาง
3. การสร้างนวัตกรรมหรือการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ แม้สิ่งที่มีอยู่เดิมหายไป ก็ควรต้องทำเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่	3.91	0.85	มีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมในระดับมาก
4. คนไทยควรเลิกคิดพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เองได้แล้ว เพราะการคิดค้น พัฒนาโปรแกรมเหล่านี้ต้องใช้เวลานานและเงินทุนมหาศาล ซื้อเอาจากต่างประเทศจะได้โปรแกรมที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพและสะดวกกว่า	3.64	0.99	มีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมในระดับมาก
รวม	**3.51**	**0.47**	มีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมในระดับมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เมื่อยกตัวอย่างนวัตกรรม สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาใหม่อย่างสมาร์ทโฟน โดยเปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือธรรมดา ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การมีสมาร์ทโฟนมาแทนที่โทรศัพท์มือถือธรรมดานั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสีย อีกทั้งสมาร์ทโฟนจะดีหรือไม่นั้นขึ้นอยู่ที่ผู้ใช้งาน

"ก็ดีนะคะ บางทีเราทำงานอย่างนี้ เราก็หาข้อมูลในเน็ตได้ บางทีไม่ต้องเปิดคอมหรือบางทีที่บ้านใช้คอมกันเยอะ ก็หลบมาใช้ ทำงานคนเดียว อยากทำงานเงียบๆ ก็มานั่งเปิดไอโฟนหาข้อมูล ข้อเสียก็มีคือ ระหว่างทำงาน คือหนูจะเป็นคนไวต่อโซเชียลเน็ตเวิร์คมาก ไลน์มาอย่างนี้ก็ยาวเลย" (พลอย)

"ดี คือมันเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างหนึ่ง มันดีกว่า แต่เราไม่ควรติดแค่นั้นแหละ ใช้ให้มันเกิดประโยชน์ก็ได้แต่คนส่วนใหญ่ใช้ในทางผิด แอพฯ การศึกษาดีดีมีประโยชน์มีเยอะแยะ" (ชะม้อย)

"ก็ดีนะคะ โลกมันก้าวไปเรื่อยๆ ยังไงก็หยุดไม่ได้อยู่แล้วค่ะ มันอยู่ที่คนมากกว่า เทคโนโลยีมันก็มีทั้งดีทั้งเสีย แล้วแต่ใครจะใช้ประโยชน์จากมันได้เยอะแค่ไหน" (ลูกนัท)

"ผมว่ามันทั้งดีและไม่ดี ดีที่มันสะดวกรวดเร็ว อย่างงานรีบๆ ก็ทำได้สบายทำได้หลากหลาย แต่เรื่องไม่ดี ผมกลับมองเป็นสังคมก้มหน้าผมเคยได้ยินจากไหนสักที่จำไม่ได้ คนกลับไม่มองรอบข้าง เอาแต่ก้มกดมือถือ ใช้ชีวิตส่วนตัวไม่สนคนอื่นมากขึ้นทุกวัน ผมเลือกสมาร์ทโฟนนะครับ ผมว่ายุคนี้มันต้องทันข้อมูล มันต้องไวยุคแข่งขัน มันอยู่ที่คนใช้ ถ้าใช้เป็นใช้ถูกไม่หมกมุ่นเกินไป ยังไงก็มีแต่ข้อดีครับ" (ทัวร์)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม สรุปได้ดังนี้

อิทธิพล ปรีติประสงค์[78] ยกตัวอย่างที่มาของเฟซบุ๊ก ที่เกิดขึ้นได้ด้วยความอยากทดลองของมาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก หนึ่งในผู้ก่อตั้งเวบไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

"ค่านิยมที่ว่านวัตกรรมอันนี้เป็นไปได้มากว่า เด็กส่วนใหญ่อาจจะมีแนวโน้มของการทดลองและพัฒนาความน่าสนใจของการใช้ไอทีมากขึ้นเรื่อยๆ อันนี้มีความเป็นไปได้ สาเหตุเพราะ เด็กวัยรุ่นจะมีความอยากทดลอง ความอยากรู้อยากเห็น ยกตัวอย่างว่า มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก ทำไมถึงได้ทำเฟซบุ๊กขึ้นมา ก็เพราะวัยรุ่น ด้วยความอยากทดลอง ฉันอยากทำอะไรที่เป็นพื้นที่คุยกันของเด็กในมหาวิทยาลัย พอทำเริ่มสำเร็จมันก็มีความอยากมากขึ้นไปอีก เพราะความอยากรู้อยากเห็น อยากลองของเด็กมันก็เลยเป็นที่มาของตัวเฟซบุ๊ก"

---

[78] อิทธิพล ปรีติประสงค์, "สัมภาษณ์," (2557).

ในขณะที่ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล[79] มองว่า เนื่องจาก สังคมปัจจุบันอยู่ในยุคเทคโนโลยี เราจึงยอมรับสิ่งประดิษฐ์ใหม่ นวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่

"เราอยู่ในโลกเทคโนโลยี เพราะฉะนั้นเทคโนโลยีกลายเป็นพระเจ้าใหม่ เพราะฉะนั้นอะไรที่เป็นสิ่งใหม่ๆ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆเป็นเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมแนวคิดแบบใหม่ก็จะได้รับการยอมรับ"

ความคิดดังกล่าวคล้ายคลึงกับที่ ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์[80] มองว่า เนื่องจากเด็กและเยาวชนไทยยุคดิจิทัลเกิดและเติบโตมาในยุคที่มีนวัตกรรมอยู่แล้ว เด็กและเยาวชนไทยจึงมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมในระดับมาก

"เขาอาจจะโตมากับเรื่องพวกนี้อยู่แล้ว นวัตกรรมเองบางทีไม่ใช่เป็นเรื่องที่ใหม่ทุกอย่าง มันอาจจะเป็นแบบเดิมที่มีอะไรเพิ่มขึ้นมาอีกนิด หรือเอาฟังชันก์เก่าบางอย่าง สามสี่อย่างมารวมกันแล้วทำได้แบบใหม่ก็ได้ แต่ก็จะเป็นสิ่งหนึ่งที่เขาโตขึ้นมา คือเขาเกิดมาอย่างนี้"

6. ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลัก

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) ดังผลในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักของกลุ่มตัวอย่าง

ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลัก	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. เมื่อเดินเข้าไปในห้องเรียน แล้วเพื่อนๆ หันมามองฉัน ฉันคิดว่าคนอื่นกำลังพูดถึงฉัน	3.31	1.03	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักในระดับปานกลาง
2. ทุกคนชอบให้ฉันเล่าเรื่องของตัวเองให้ฟัง	3.05	1.01	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักในระดับปานกลาง
3. ทำดีแล้วเด่นจะเป็นภัย ไม่มีใครอยากเห็นเราเด่นเกิน	2.79	1.06	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักในระดับปานกลาง

[79] ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, "สัมภาษณ์."

[80] มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, "สัมภาษณ์."

ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลัก	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
4. ก่อนจะว่าใคร ฉันพยายามลองคิดว่า ฉันจะรู้สึกอย่างไร ถ้าฉันเป็นคนๆ นั้น	2.54	0.95	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักในระดับน้อย
5. คนเราไม่ควรตัดสินคนอื่นเพราะสถานการณ์ในชีวิตแต่ละคนไม่เหมือนกัน	2.09	1.03	มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักในระดับน้อย
รวม	**2.76**	**0.48**	**มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักในระดับปานกลาง**

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า “เด็กสมัยนี้เห็นแต่ตัวเอง ยึดตัวเองเป็นหลัก ไม่สนใจความรู้สึกคนอื่น” โดยได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่า เด็กสมัยนี้คิดว่าตัวเองถูกต้องเสมอ ตัวเองต้องมาก่อน และเป็นเด็กที่เอาแต่ใจ นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังบอกเล่าสถานการณ์ตัวอย่างที่แต่ละคนพบแตกต่างกันไป เช่นเป็นเรื่องที่เพื่อน ไม่มีน้ำใจช่วยตนเองเรื่องส่งงานอาจารย์ ไม่มีน้ำใจช่วยเหลืองานส่วนรวม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“..คือแบบว่าเรามีปัญหาอ่ะค่ะ บางทีเรื่องเรียนเพราะเราไม่มาโรงเรียนบางอย่างก็ไม่รู้เรื่องอ่ะค่ะ ก็จะหาคนถามพอไปถามใครทุกคนก็บอกว่าไม่รู้ แต่พอถึงเวลาส่งงานทุกคนกลับทำได้ดี บางคนก็บอกไม่ว่างๆ เรื่องให้ช่วยงานก็ไม่ช่วย พอบอกให้ช่วยหน่อยก็บอกว่าก็ช่วยแล้วไง” (พลอย)

“อย่างงานกลุ่มนะคะ เพื่อนไม่ช่วยเลยค่ะ ขนาดให้งานไปแล้ว บางทีก็ทำ แต่ทำมาส่งๆอ่ะค่ะ มันน่าเบื่อมากเลย แล้วก็ไม่ค่อยจะมีจิตสาธารณะกันนะคะ เวรก็ไม่ทำ งานอะไรๆที่ครูขอให้ช่วยส่วนใหญ่ก็ไม่ช่วย ไอ้คนที่ช่วยก็ช่วยทุกงาน ไอ้คนไม่ทำก็ไม่เคยคิดจะทำเลย พอโดนด่า ก็มองหน้ากัน บางทีถึงกับค้อนครูด้วย พอครูด่าเสร็จ หลังจากนั้น ประมาณ 10 วิ จะร่าเริงกันเหมือนเดิม เหมือนไม่สำนึกอ่ะค่ะ” (กระต่าย)

“ทุกคนก็คิดว่าตัวเองถูกเสมอ ตัวเองต้องมาก่อน แม้กระทั่งผมเองก็เป็นบางครั้งเหมือนกัน” (ปุ๊ค)

“ก็จริงค่ะ เพราะสังคม เพื่อน เทคโนโลยีมีวิวัฒนาการที่รวดเร็ว เด็กสมัยนี้โลกส่วนตัวสูง เค้าก็จะเอาแต่ใจ ยึดตนเองเป็นหลัก” (เฟี้ยต)

ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์บางคน ไม่เห็นด้วยกับคำพูดดังกล่าว โดยแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ผู้ที่คำนึงถึงตนเองเป็นหลักนั้น ย่อมมีเหตุผลที่แตกต่างกัน และผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมีความคิดเห็นว่า คำพูดดังกล่าวเป็นการมองเพียงด้านเดียวและเป็นการมองโลกในแง่ร้ายเกินไป

“ก็เป็นบางส่วนบางกลุ่มคนไม่จริงทั้งหมดเพราะทุกคนมีทั้งดีและไม่ดีซึ่งการนึกถึงแต่ตัวเองเนี่ยก็ต้องดูจากต้นสายปลายเหตุบางประการด้วยว่าเป็นมาอย่างไรเนื่องจากบางคนอาจทำเพื่อความอยู่รอดแต่บางคนกลับทำเพื่อความสะดวกสบายของตน” (ตั๊ก)

“ผมว่าไม่จริงนะ ผมว่าคนพูดแบบนั้น เห็นคนด้านเดียวมากกว่ามองโลกในแง่ร้ายเกินไป ถ้าเห็นคนมาเยอะพอเห็นคนมาหลากหลาย คนที่มีน้ำใจและมีแต่ให้คนอื่น มีเยอะแยะไป” (ทัวร์)

นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า “ทำดีแล้วเด่นจะเป็นภัย ไม่มีใครอยากเห็นเราเด่นเกิน” โดยผู้ให้สัมภาษณ์บางคนเคยมีประสบการณ์ตรง และบางคนเคยพบเจอเหตุการณ์ที่สามารถอธิบายถึงคำพูดดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

“จริงค่ะ เพราะโดนเองเลย คือหนูก็พยายามทำงานส่งครบ พออาจารย์ชม เพื่อนเค้าก็จะชมแบบประชดใส่ แล้วก็โดนว่าเหมือนทำเอาใจอาจารย์ค่ะ” (น้ำตาล)

“ผมก็เคยเจอกับตัว ผมทำงานเพื่อสังคมคนหาว่าเอาหน้า” (แมน)

“ก็จริงนะค่ะ สมัยนี้การแก่งแย่งสูง ใครดีใครเด่นก็อิจฉา คิดแต่จะเอาชนะ ผู้หญิงอย่างใครสวยกว่ารวยกว่ายังนินทากันเลย” (เฟี๊ยต)

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสาเหตุที่เด็กและเยาวชนไทยไม่มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึตนเองเป็นหลักในระดับมาก สามารถสรุปได้ดังนี้

เข็มพร วิรุณราพันธ์[81] มองว่าสาเหตุที่เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักในระดับปานกลาง ไม่ได้อยู่ในระดับมากเหมือนกับเด็กและเยาวชนในระดับสากล นั้นเป็นเพราะปัจจัยด้านครอบครัว วัฒนธรรมของครอบครัวในสังคมไทยที่มีความผูกพันกัน และมีค่านิยมเรื่องความกตัญญู ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ จึงมีส่วนทำให้เด็กและเยาวชนไทยไม่ได้มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักในระดับมาก

“อาจจะเป็นเรื่องบริบทเรื่องของการเลี้ยงดู เรื่องปัจจัยด้านครอบครัว ซึ่งในสังคมอื่นมันอาจจะมีวัฒนธรรมหรือว่าวิถีชีวิต การเลี้ยงดูที่ไม่เหมือนกัน อาจจะไม่ได้เป็นเรื่องของตัวอินเทอร์เน็ตล้วนๆ การเลี้ยงดูหรือการที่ครอบครัวที่ต่างคนต่างอยู่ ไม่เหมือนสังคมไทยถึงแม้ว่าจะเป็นสังคม

---

[81] เข็มพร วิรุณราพันธ์, "สัมภาษณ์," (2557).

สมัยใหม่แล้ว แต่ว่าวัฒนธรรมของครอบครัวของคนหลาย generation ที่มีความผูกพันกัน และมีค่านิยมตัวอื่นที่มาดึงอยู่ ก็คือเรื่องของความกตัญญู ความช่วยเหลือเผื่อแผ่ ในมิติทางด้านโลกตะวันออกเรามีตรงนี้อยู่ด้วยมันก็เป็นตัวมาเสริมที่ทำให้ของเราไม่มากเหมือนของคนอื่น”

สอดคล้องกับที่ ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์[82] ได้แสดงความคิดเห็นว่า เนื่องจากการเลี้ยงดูของครอบครัวในวัฒนธรรมแบบเอเชีย จึงทำให้เด็กและเยาวชนไทยยังพึ่งพิงครอบครัวอยู่

“น่าจะเกิดจากเรื่องของสถาบันครอบครัวของแต่ละครอบครัวที่เปิดโอกาสให้เด็กได้มากน้อยแค่ไหน ในการที่ดูเรื่องของส่วนตัว เรื่องของตัวเอง บางครอบครัวอาจจะเด็กไม่สามารถแสดงความคิดเห็นอะไรได้มากโดยวัฒนธรรมแบบเอเชีย แต่บางคนบางครอบครัวก็อาจจะเปิดให้มากขึ้นในการที่เขาจะสามารถที่จะแสดงตัวตนแล้วเขาจะมองตัวเองมากขึ้น คือมันอาจจะต่างกันแต่ละประเทศอย่างประเทศในตะวันตก เด็กวัยรุ่นพอโตปุ๊บเขาแทบจะเป็นตัวของตัวเองทุกอย่าง เขาพร้อมที่ทำงานหากินด้วยตนเอง พร้อมที่จะไปทุกอย่างลุยด้วยตนเองโดยที่ไม่พึ่งพิงผู้ใหญ่ แต่ของเด็กไทยยังขอเงินพ่อแม่ค่าเรียน ค่าข้าว ค่าโน้นค่านี่ มันก็เหมือนกับกึ่งเด็กที่อยู่ในครอบครัว ยังพึ่งพิงครอบครัวอยู่พอสมควร”

จากผลการวิจัยเชิงสำรวจสามารถสรุปได้ว่า เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลอย่างเสรีภาพ ความซื่อสัตย์โปร่งใส การประสานความร่วมมือและนวัตกรรม อันอยู่ในแบบแผนใกล้เคียงกับค่านิยมดิจิทัลในระดับสากล แต่ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักนั้นไม่มีความคล้ายคลึงกับค่านิยมดิจิทัลของเด็กและเยาวชนในระดับสากล

พฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์

1. พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับเสรีภาพในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) ดังผลในตารางที่ 24

CHULALONGKORN UNIVERSITY

[82] มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, "สัมภาษณ์."

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์	**ค่าเฉลี่ย**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**ความหมาย**
1. หลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมาผ่านสเตตัสและคอมเมนท์บนเฟซบุ๊ก ถ้าความเห็นนั้นขัดแย้งกับสิ่งที่เพื่อนในเครือข่ายโพสต์ เพราะกลัวจะทะเลาะกัน	2.82	1.07	มีพฤติกรรมในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
2. กดถูกใจ (Like) เฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อแสดงจุดยืนทางความคิดในเรื่องต่างๆ เช่น เพจ ฉันเป็น “ลิเบอรัล”, มั่นใจคนไทยเกินล้านอยากดู “เหนือเมฆ 2” เป็นต้น	3.04	1.25	มีพฤติกรรมในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
3. หลีกเลี่ยงการโพสต์หรือแชร์เนื้อหาทางการเมืองเพราะกลัวว่าจะขัดแย้งกับเพื่อนที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองต่างๆ กัน	2.73	1.39	มีพฤติกรรมในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
4. ไม่กดแชร์สเตตัสที่วิจารณ์การกระทำของคนในสังคมเพราะกลัวจะมีคนตำหนิ	2.87	1.36	มีพฤติกรรมในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
5. ไม่โพสต์สเตตัสที่เป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็น เชิงลบ หรือว่ากล่าวตำหนิบุคคลอื่น แม้จะไม่เอ่ยชื่อ เพราะกลัวว่าจะถูกมองไม่ดีและกระทบความรู้สึก ของคนอื่นที่อยู่ในเครือข่ายเพื่อน (friends)	2.79	1.21	มีพฤติกรรมในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
รวม	**2.85**	**0.80**	**มีพฤติกรรมในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง**

พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกนั้นนอกจากจะหมายความถึงการกระทำที่เป็นการแสดงออกอันบ่งบอกถึงความมีเสรีภาพ เช่น การแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก เป็นต้น นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่แตกต่างจากความคิดเห็นของผู้อื่นด้วย

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ขณะที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ แล้วพบว่าตนมีความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากเพื่อนในเครือข่าย ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่งเลือกที่จะหลีกเลี่ยง ไม่แสดงความคิดเห็นของตนอย่างตรงไปตรงมา โดยให้เหตุผลว่า คิดว่าไม่มีประโยชน์ที่จะแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกับคนอื่น และบางคนก็เกรงว่าจะทะเลาะกับเพื่อน

“เราก็ถือว่าเค้าคิดแบบนั้นก็เรื่องของเค้า ไม่มีประโยชน์ถ้าเราจะไปแย้งเค้าอะค่ะ” (น้ำตาล)

“ก็อาจจะไม่ครับ ถ้าสมมติเราแสดงความคิดเห็นในที่สาธารณะอย่างเพจอะไรอย่างนี้ แล้วแสดงไม่เหมาะสม เราอาจจะโดนโจมตีหรือว่าอาจจะโดนบล็อกได้ แล้วก็ในหมู่เพื่อนอาจจะมีความเห็นไม่ตรงกันทำให้เราทะเลาะกัน” (ปีม)

ในขณะเดียวกันก็มีผู้ให้สัมภาษณ์อีกจำนวนหนึ่งที่เลือกที่จะแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งนั้นผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ แม้จะรับรู้ว่าเพื่อนในเครือข่ายจะรู้สึกไม่พอใจ บางส่วนนั้นเชื่อมั่นในเหตุผลของตัวเอง จึงไม่ได้กลัวว่าจะทะเลาะกับเพื่อนในเครือข่าย

“ถ้าอารมณ์ตอนนั้นมันขึ้น ก็เมนท์ค่ะเต็มที่ กลัวรู้สึกอยู่แล้วค่ะว่าเพื่อนคงไม่พอใจ ทำไรไม่ได้แต่ก็ไม่ได้แคร์อะไรมากค่ะ” (กานต์)

“ก็แย้งนะคะ ถ้ามันไม่ถูกก็แย้ง (แล้วกลัวทะเลาะกับเพื่อนมั้ย) ก็ถ้าเรามีเหตุผลมากพอ มันก็ไม่น่ากลัวนะคะ” (ปุ้ย)

“โพสต์ค่ะ ไม่ชอบก็กากบาทออกไปค่ะ แต่ถ้าเป็นแบบ ทำร้ายความรู้สึกคนอื่นก็ไม่โพสต์นะคะ” (ลูกนัท)

2. พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.84) ดังผลในตารางที่ 25

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. เมื่อแบ่งปัน (Share) คำพูด/รูปภาพจากใครก็ตามในเฟซบุ๊ก ฉันจะบอกกล่าว/ขออนุญาตเจ้าของคำพูด/รูปภาพนั้นก่อน	3.07	1.18	มีพฤติกรรมในการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
2. ฉันดาวน์โหลดเพลงที่มีลิขสิทธิ์ โดยจ่ายเงินซื้ออย่างถูกต้อง เช่น ซื้อใน ITunes หรือดาวน์โหลดเพลงจากค่ายเพลงต่างๆ	3.73	1.17	มีพฤติกรรมในการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก
3. ฉันมักจะใช้การ copy ข้อความโดนใจหรือข้อมูลดีๆ มาโพสต์เป็นสเตตัสของตัวเอง มากกว่าใช้การกด share จากแหล่งที่มาของข้อมูลนั้น	2.43	1.31	มีพฤติกรรมในการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับน้อย
4. ฉันมักจะไม่ระบุแหล่งที่มา/อ้างอิงแหล่งข้อมูลในรายงานที่ทำส่งอาจารย์ ถ้าข้อมูลนั้นสืบค้นได้จากเว็บไซต์ทั่วไปที่ไม่ได้เป็นเว็บไซต์เชิงวิชาการหรือของสถาบันการศึกษา	2.47	1.19	มีพฤติกรรมในการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับน้อย
5. ฉันมักจะ copy โปรแกรมคอมพิวเตอร์จากเพื่อน หรือซื้อแผ่นโปรแกรมที่มีคนทำ copy ขาย มากกว่าซื้อแผ่นลิขสิทธิ์	2.49	1.27	มีพฤติกรรมในการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับน้อย
6. ฉันมักจะติดตามอ่านข่าวสารจากเว็บไซต์ที่เป็นต้นตอหรือแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ อย่างเช่น เว็บไซต์ข่าว และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ มากกว่าเว็บไซต์ที่ดูเหมือนจะคัดลอกเอาเนื้อหาข่าวมาจากที่อื่นโดยไม่ได้อ้างถึงที่มา	2.83	1.03	มีพฤติกรรมในการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
รวม	**2.84**	**0.54**	**มีพฤติกรรมในการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง**

ข้อค้นพบที่น่าสนใจจากผลการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แม้เด็กและเยาวชนไทยจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสมาก แต่กลับมีพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านทางการใช้สื่อออนไลน์โดยการดาวน์โหลดเพลงฟรี ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สวนทางกันกับค่านิยมดิจิทัลที่เด็กและเยาวชนไทยมี

อีกทั้งผลจากการสำรวจพบว่า แม้เด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารอย่างการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาข้อคำถามอันเกี่ยวข้องกับประเด็นการดาวน์โหลดเพลงโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแล้ว ผู้วิจัยพบว่า เด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารอย่างการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก จึงได้สอบถามผู้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์เพิ่มเติม

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์เกือบทั้งหมดยอมรับว่า เคยโหลดเพลงทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียเงิน โดยสาเหตุที่ผู้ให้สัมภาษณ์เลือกที่จะไม่จ่ายเงิน หรือซื้ออัลบัมเพลงที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์นั้นเพราะไม่มีเงินซื้ออัลบัมเพลงที่ถูกลิขสิทธิ์ ของถูกลิขสิทธิ์นั้นมีราคาแพง และการซื้อเพลงทั้งอัลบัมโดยที่มีเพลงที่ตนชื่นชอบอยู่ไม่กี่เพลงถือเป็นการใช้เงินสิ้นเปลือง ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนตัดสินใจซื้ออัลบัมเพลงที่ถูกลิขสิทธิ์เมื่ออัลบัมเพลงนั้นเป็นของศิลปินที่ตนชื่นชอบ หรือในกรณีที่ไม่สามารถหาโหลดเพลงโปรดจากทางอินเทอร์เน็ตได้

“โหลดครับ เกือบทุกวันครับ เพราะเหตุผลง่ายๆ เลย คือไม่มีเงินซื้อแผ่นแท้ 1 อัลบัมมีไม่กี่เพลงที่เราชอบ มันไม่คุ้มครับ” (บูรณ์)

“โหลดครับ มันดูเป็นของสิ้นเปลืองครับ ยกเว้นถ้าอันไหนเราชื่นชอบจริงๆ ก็ค่อยซื้อตัวของจริงมา ถ้าซื้อของจริงมาก็เราอยากเก็บสะสม ส่วนหนึ่งก็เพราะเราชื่นชอบคนๆ นั้น เราก็อยากเก็บไว้จะได้ดูไม่เป็นความผิด ยกเว้นถ้าของที่เราเฉยๆ ถ้าซื้อไปมันไม่คุ้ม เราก็ไม่เอา” (บีม)

“โหลดค่ะ ที่บ้านก็ไม่ค่อยได้รวยมาก แต่เคยซื้อแผ่นแท้ เพราะเพลงฟรีมันหายากค่ะ เสิร์ชในเน็ตแล้วไม่เจอ จ่ายตังค์ก็เลยต้องจำเป็น” (กระต่าย)

อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ให้สัมภาษณ์เคยโหลดเพลงทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียเงิน แต่ส่วนใหญ่ก็รู้สึกว่าการกระทำเช่นนี้เป็นการเอาเปรียบและส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตเพลงและศิลปิน ดังตัวอย่างคำตอบต่อไปนี้

“เป็นการเอาเปรียบคนทำเพลงครับ แต่ผมก็ทำครับ เหมือนโกงอะครับ แทนที่จะซื้อมาฟัง แต่เราก็โหลดฟรี” (บูรณ์)

“บริษัทค่ายเพลงขาดทุนและนักร้องก็ขาดกำลังใจ แล้วก็ทำให้มีผลเสียต่อนักร้องด้วย” (บิวท์)

“รู้ว่าผิด เคยทำ ไม่ค่อยได้ทำแล้วค่ะ แล้วก็คิดว่าไม่ควรทำ เพราะว่ากว่าเขาจะผลิตผลงานออกมา เขาก็ต้องใช้เวลาเหมือนกัน” (ปาร์ตี้)

“เป็นการเอาเปรียบมากๆ ค่ะ คนทำเพลงเสียกำลังใจ” (กานต์)

ผลจากการสัมภาษณ์ยังพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการโหลดเพลงทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียเงินว่า การกระทำเช่นนี้กลับส่งผลดีต่อตัวศิลปิน ทำให้มีคนรู้จักเพิ่มมากขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนแสดงความคิดเห็นว่า ไม่ถือเป็นการเอาเปรียบหรือส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตเพลงและศิลปิน โดยให้เหตุผลว่า นอกเหนือจากรายรับที่ได้จากการจัดจำหน่ายอัลบัมเพลงที่ถูกลิขสิทธิ์แล้ว ศิลปินยังมีรายรับในส่วนอื่นๆ อีกหลายทาง เช่น รายรับจากการจัดคอนเสิร์ต การร้องเพลงตามร้านอาหาร เป็นต้น ดังตัวอย่างคำตอบต่อไปนี้

“หนูว่าโหลดเพลงมันก็ถือเป็นการช่วยโปรโมทเค้าไปในตัว ยิ่งคนเข้าถึงผลงานได้ง่าย เค้าก็ยิ่งเป็นที่รู้จัก เดี๋ยวก็มีงานเข้ามาเรื่อยๆ ค่ะ” (ลูกนัท)

“ส่งผลกระทบกับเค้ามั้ย ผมเฉยๆ เพราะผมไม่รู้เขาแบ่งเงินกันยังไงส่วนนั้นในการโหลด เพราะแค่เค้าออกเดินสายร้องเพลง ก็เยอะมากแล้ว” (ทัวร์)

“..แต่ถ้าผมเป็นนักร้อง ผมคงไม่คิดว่าคนที่โหลดเพลงของผมเอาเปรียบผมหรอกครับ เพราะการที่เขามาโหลดเพลงของเราแสดงว่าเขาชอบเสียงของเรา กลับกัน ผมมองว่ามีแฟนคลับเพิ่มเสียอีก ถ้าคนโหลดเพลงฟรีเยอะๆ ก็ขาดทุน ผมว่านักร้องสมัยนี้ได้เงินมาหลายทางนะครับ แค่นี้คงไม่ทำให้ถึงกับจนหรอกครับ เช่น ออกคอนเสิร์ต ร้องเพลงตามร้านอาหาร” (บุ๊ค)

นอกจากนี้ ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อช่วยอธิบายสาเหตุที่เด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างการดาวน์โหลดเพลงผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ฟรีนั้น สรุปได้ดังนี้

อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล[83] แสดงความคิดเห็นว่า สาเหตุหนึ่งที่คนฟังเพลงด้วยการดาวน์โหลดเพลงฟรีเนื่องจากความสะดวกแม้เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

“สาเหตุหนึ่งที่คนฟังเพลงด้วยการดาวน์โหลดแม้ว่าจะผิดลิขสิทธิ์ก็ตาม มีหลักว่ามันสะดวกกว่า คือหลายครั้งเพลงที่เราอยากฟังเนี่ยคือยังไงเขาจะดาวน์โหลดคือการดาวน์โหลดเป็นวิธีการได้มาซึ่งเพลงที่เป็นวิธีการหลักของเขา ถ้าเกิดว่ามีช่องทางที่ทำให้มันถูกลิขสิทธิ์ได้เขาอาจจะทำ แต่ถ้าไม่มีเขาก็จะทำแบบผิดลิขสิทธิ์ แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตามเขาจะไม่ใช้วิธีอื่น การเข้าถึงดนตรีของคนสมัยนี้ก็คือการดาวน์โหลด อาจจะไม่มีช่องทางนอกเหนือจากละเมิดลิขสิทธิ์ที่มันสะดวก คือกลายเป็นว่าการละเมิดลิขสิทธิ์มันสะดวกกว่า ก็เลยเลือกทำแบบนี้”

สอดคล้องกับ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล[84] ที่มองว่าสาเหตุเพราะการดาวน์โหลดเพลงฟรีผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ง่าย ไม่มีการลงโทษ คนอื่นในสังคมก็ทำ อีกทั้งเด็กและเยาวชนคิดถึงตัวเองเป็นหลักไม่คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น

---

[83] Ibid.

[84] ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, "สัมภาษณ์."

“อันหนึ่งก็คือ มันเข้าถึงง่าย มันทำแล้วไม่มีการลงโทษ พอไม่มีการลงโทษ ใครๆ เขาก็ทำกัน เป็นเรื่องที่ยอมรับได้ เขารู้ว่าอะไรดีอะไรไม่ดีแต่พอถึงเวลา พอลงมือกระทำก็มองที่ตนเองเป็นหลัก ไม่ได้มองผลกระทบที่เกิดขึ้นกับคนอื่น เพราะฉะนั้นมันก็เลยเกิดความขัดแย้งแล้วประกอบกับเขามองไปเขาทำได้กัน...เลยเกิดปรากฏการณ์นี้”

นอกจากนี้ ผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างการแบ่งปันรูปภาพ คำคม หรือข้อมูลผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์นั้น เด็กและเยาวชนไทยส่วนใหญ่ไม่ได้ขออนุญาตเจ้าของรูปภาพ คำคม หรือข้อมูลเหล่านั้น เพราะถ้ากดตัวเลือกแบ่งปัน (Share) ก็จะบอกที่มาของรูปภาพ คำคม หรือข้อมูลที่นำมาแบ่งปันว่านำมาจากใครหรือจากเวบไซต์แฟนเพจอะไร และรูปนั้นจะระบุที่มาหรือเจ้าของคนคิดคำคมอยู่แล้ว แต่ถ้าหากนำรูปภาพ คำคม หรือข้อมูลมาจากเวบไซต์อื่นๆ และไม่มีการระบุที่มา ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ก็จะอ้างอิงแหล่งที่มาของรูปภาพ คำคมและข้อมูลเหล่านั้น

“อันไหนมีคนแชร์แล้วเยอะๆ ก็ไม่ได้ให้เครดิต มันขึ้นอยู่ด้วยอ่ะค่ะว่า แชร์มาจากที่ไหน เวลาแชร์มันก็ขึ้นอยู่แล้วว่าแชร์มาจากที่ไหน แต่ถ้าก้อปภาพมาจากเว็บมันไม่ขึ้นว่าก้อปมาก็ใส่เครดิตให้ค่ะ” (กานต์)

“คำพูดคิดเอง แต่ถ้าก้อปก็ใส่เครดิตค่ะ ถ้าแชร์กดแชร์จากเพจ มันจะมีเครดิตอยู่แล้ว ถ้าเค้าไม่ได้ใส่เครดิตแต่แรกก็จะใส่เครดิตให้ เพราะมันเป็นความคิดเค้า” (ปุ้ย)

ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนไม่ได้ขออนุญาตเจ้าของรูปภาพ คำคม หรือข้อมูล รวมทั้งไม่ได้อ้างอิงแหล่งที่มาก่อนนำมาแบ่งปันผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยให้เหตุผลว่า เนื่องจากตนนำรูปภาพเหล่านั้นมาจากเวบไซต์ทั่วไป จึงคิดว่าไม่จำเป็นต้องขออนุญาตและอ้างอิงที่มาของรูปภาพ คำคม ข้อมูลต่างๆ ก่อนนำมาแบ่งปันผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

“ไม่ได้ขอเนื่องจากรูปภาพส่วนใหญ่จะเอามาจากเวบทั่วไปเช่น google อาจจะเป็นรูปการ์ตูนแต่ไม่ได้แชร์รูปคนจริงๆ ถ้าเป็นรูปการ์ตูนคำคมไม่ได้ขอก่อนค่ะ” (ตั๊ก)

“อ่อ ไม่ค่อยค่ะ มีบางครั้ง แชร์เพลงจากยูทูบ ก้อบข้อความโดนใจมาโพสต์โดยไม่ได้ให้เครดิตแบบนานๆ ที ตอนนั้นคิดว่าไม่จำเป็นหรอก” (เฟี้ยต)

และผู้ให้สัมภาษณ์บางคนให้เหตุผลเพิ่มเติมว่าเนื่องจากมีคนโพสต์ข้อความเป็นจำนวนมากในเวลาอันสั้นผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อตนแบ่งปันข้อความเหล่านั้นจึงไม่เห็นความสำคัญที่จะต้องอ้างอิงแหล่งที่มา

“จะเป็นแชร์เพลง แชร์ข้อความโดนๆ จากเว็บต่างๆ มีไปอ่านเจอคำโดนๆ แล้วเอามาตั้งสเตตัส แต่ส่วนมากผมจะเปลี่ยนคำนิดหน่อย อันนั้นผมก็ไม่ค่อยได้เขียนเครดิตแต่ไม่บ่อย บางทีได้จากเว็บมาก็มักง่าย ยกมาแบบนั้นแหละและก็โพสต์ดื้อ พวกข้อความมันผุดขึ้นมานาทีเป็น 100 ข้อความ เลยไม่ค่อยได้ให้ความสำคัญ” (ทัวร์)

3. พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) ดังผลในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์	**ค่าเฉลี่ย**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**ความหมาย**
1. ฉันมักจะหลีกเลี่ยงการโพสต์รูปที่ดูไม่เหมาะสม เช่น รูปแต่งตัวโป๊ ดื่มเหล้า หรือ แสดงกิริยาท่าทางไม่เหมาะสม เพราะไม่อยากให้คนอื่นมองไม่ดี	2.25	1.41	มีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับน้อย
2. ฉันมักจะแชร์เพลงหรือคลิปวิดีโอที่ตัวเองชอบและสนใจในเฟซบุ๊ก	3.40	1.34	มีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก
3. ฉันมักจะโพสต์สถานะ(Status) ที่เป็นคำคมโดนใจหรือคำพูดที่คิดว่าคนอื่นจะชอบ	3.14	1.33	มีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
4. ฉันไม่เชคอิน (check in) สถานที่และแชร์ในเฟซบุ๊กเมื่อไปสถานที่ต่างๆ เพราะไม่อยากให้คนอื่นรู้ความเคลื่อนไหว และไม่อยากเป็นที่สนใจ	3.01	1.24	มีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
5. ฉันมักจะเลือกลงรูปถ่ายตอนที่ได้ทำกิจกรรมที่ตัวเองชอบ เป็นตัวของตัวเองและดูดี เพื่อให้เป็นที่สนใจและติดตามจากเพื่อนในเครือข่ายเฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรม	3.47	1.24	มีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก
รวม	**3.06**	**0.77**	**มีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง**

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าเด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารคือการแสดงความเป็นตัวตนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์วัดค่าเฉลี่ยได้ระดับปานกลาง หมายความว่า

พฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวตนนั้น ไม่ได้ปรากฏเด่นชัดในเด็กและเยาวชนไทยเหมือนกับเยาวชนยุคดิจิทัลระดับสากล

ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์[85] มองว่า สาเหตุที่เด็กและเยาวชนไทยไม่มีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวตนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์มากนัก เนื่องจากเด็กและเยาวชนมีหลายตัวตนในสื่อสังคมออนไลน์และบางคนที่เคยมีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวตนผ่านสื่อสังคมออนไลน์อาจโดนต่อต้านจากคนในสังคม

"เขาอาจจะมีความระวังอยู่พอสมควรในเด็กบางคน และเด็กบางคนถึงขั้นไม่ได้มีตัวตนเดียวอยู่ในโลกออนไลน์เขามีอยู่หลายตัวตนอยู่ในโลกออนไลน์ เขาเล่นกับตัวตนที่หลากหลายที่อยู่ในโลกออนไลน์ก็มี เขาอาจจะแสดงออกแต่แสดงออกคนละแบบ เช่นเด็กบางคนมีพฤติกรรม มีเฟซบุ๊กอยู่หลายเพจ มีหลายๆ account account เด็กดี ชื่อของตัวเอง เวลาสมัครงานพวกนี้มันจะรู้คำนึงถึงเวลาสมัครงานต้องชื่อจริง นามสกุล เวลาเสิร์ชในอีเมลล์ต้องอย่างนี้ หรือว่าเด็กเราอาจจะมีกรอบบางอย่างอยู่บ้างในเรื่องของวัฒนธรรมสังคมอะไรบางอย่าง พอมากไป ผู้คนที่อยู่ในออนไลน์ก็อาจจะพูดถึงแล้วเขาก็อาจต้องป้องกันตนเองพอสมควร เขาจะไปแบบเต็มที่ทุกอย่างก็อาจจะไม่ได้นัก อาจจะมีเด็กบางคน คนที่ทำจะโดนแอนตี้จากคนที่อยู่ในสังคมของเขาเอง ทำให้เขาทำอย่างนั้นไม่ได้เต็มที่มากนัก"

ในขณะที่ เข็มพร วิรุณราพันธ์[86] มองว่าการที่เด็กและเยาวชนไทยไม่ได้มีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวตนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นเพราะประสบการณ์ที่ไม่ได้รับการยอมรับ

"บางเรื่องมันเป็นธรรมชาติของมนุษย์นะ คือทุกคนก็ต้องการการยอมรับ ต้องการความสนใจเป็นพัฒนาการทางธรรมชาติที่ปกติ พื้นฐานเขาก็ไม่ได้เห็นแก่ตัวเองเป็นหลัก ต้องการการยอมรับต้องการความสนใจ เวลาที่โพสต์รูปแล้วมีคนกดไลค์ก็ชอบเหมือนเป็นพื้นฐาน แต่เขาก็อาจจะมีประสบการณ์ที่รู้สึกว่า การทำแบบนั้น (การแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์) เขาไม่ได้รับการยอมรับก็ได้ มันเป็นประสบการณ์ที่เขาแต่ละคนอาจจะมีต่างกัน"

ในทางกลับกัน ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเด็กและเยาวชนไทย กลับพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มักมีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยส่วนใหญ่แล้วเลือกที่จะโพสต์รูปถ่ายตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อแสดงให้เพื่อนในเครือข่ายเห็นตัวเอง, สถานที่ที่ตัวเองไปเที่ยว, กิจกรรมที่ตัวเองทำ และอารมณ์ความรู้สึก ณ ขณะที่ตัวเองโพสต์

"รูปตัวเอง วิว เพื่อนช่วงเวลาสำคัญ รูปถ่ายคือการเก็บความทรงจำของหนูค่ะ ชอบถ่ายภาพ" (ปุ้ย)

---

[85] Ibid.

[86] Ibid.

“ส่วนใหญ่รูปที่อัพจะเป็นรูปตนเองที่ไปเที่ยวต่างสถานที่ หรือเป็นรูปตนเองเวลาว่างๆ ไม่ได้ทำอะไรก็ถ่ายรูปเล่นแล้วก็อัพเล่น” (ตั๊ก)

“ส่วนใหญ่เป็นรูปตัวเอง รูปชีวิตประจำวัน ทำนู้นทำนี่ เพราะผมไม่มีอะไรให้ถ่าย เหมือนเป็นการอัพเดทให้คนอื่นเห็นไปในตัวด้วย ว่าเราตัดผมใหม่ ไปเที่ยวไหนบ้าง” (ทัวร์)

“อัพรูปบ่อยนะคะ ส่วนใหญ่เป็น รูปตัวเอง รูปธรรมชาติ วิว คิดว่ามันสวย ดูดีก็ลง หรือรูปที่มันบ่งบอกการทำกิจกรรมบางอย่างค่ะ” (เฟี้ยต)

“แล้วแต่อารมณ์ วันไหนอยากเช็คเรทติ้งก็อัพ อัพช่วงเวลาดีๆ ประทับใจด้วยค่ะ แล้วแต่อารมณ์ตอนนั้น เรารู้สึกยังไง ก็ถ่ายทอดออกมาทางรูปภาพให้โลกรู้ค่ะ” (ลูกนัท)

ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเลือกรูปที่จะนำมาโพสต์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ว่า พวกเขาคิดว่าสิ่งสำคัญคือ จะต้องเป็นรูปที่สวยงาม ดูดี เป็นรูปที่ตัวเองชอบและอยากให้คนอื่นได้เห็น

“ก็ต้องเป็นรูปที่สวย รูปที่ดูดีหน่อย” (ชะม้อย)

“ก่อนจะอัพลงเฟซบุ๊ก หนูจะเลือกรูปที่ดูดีและเหมาะสมค่ะ” (บิวท์)

“หนูเลือกรูปที่หนูชอบค่ะ อยากให้เพื่อนคนอื่นได้เห็นค่ะ” (น้ำตาล)

ผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกเกือบทั้งหมดตกแต่งรูปภาพของตน โดยใช้แอพพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือช่วยในการปรับสีและแสงของภาพถ่ายโดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ถ้าไม่ได้แต่งรูปภาพก่อนจะทำให้รูปดูแย่ การแต่งรูปภาพจะทำให้รูปถ่ายดูดีขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนเลือกปรับสีของรูปภาพก่อนโพสต์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อความแปลกตาและให้เข้ากับอารมณ์ความรู้สึกของตน ณ ขณะนั้น

“ต้องแต่งรูปก่อนครับ เพราะที่ถ่ายไว้มันอุบาทว์และดูไม่น่าตื่นเต้น” (บีม)

“แต่งรูปทุกครั้งค่ะเป็นประจำ เพราะรูปจริงไม่สวยเลยต้องใช้แอพช่วยเพื่อให้ตัวเองดูดีกับเขาบ้าง” (บิวท์)

“ถ้าหน้าไม่ไหวนี่ก็นิดนึงค่ะปรับแสงนิดหน่อย อย่างภาพธรรมชาตินี่ถ้าปรับแสงหน่อยมันจะได้อารมณ์ที่ต่างกัน ให้เข้ากับอารมณ์ความรู้สึกเราตอนนั้น” (ลูกนัท)

แต่ในบางครั้ง ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนก็ไม่ได้แต่งรูปภาพก่อนโพสต์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เลย เพราะมีความมั่นใจว่ารูปภาพที่ตนถ่ายนั้นแสงดีและสวยงามอยู่แล้ว

“บางรูปแสงดีก็ไม่ใช้ค่ะ มันสวยอยู่แล้ว เลยไม่ต้องแต่งเพิ่มก็ได้” (กานต์)

“ไม่ค่อยได้ใช้แอพแต่งรูปหรอกค่ะ หนูมั่นใจหนูถ่ายสวย” (ปุ้ย)

แม้ผู้ให้สัมภาษณ์เกือบทั้งหมดเลือกที่จะแต่งรูปถ่ายของตนก่อนโพสต์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แต่พวกเขาก็มีความคิดเห็นสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เด็กและเยาวชนไม่จำเป็นต้องสร้างภาพให้ตัวเองดูดีผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ควรเป็นตัวของตัวเอง ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนให้เหตุผลว่า คนอื่นจะมองว่าดูดีได้อยู่ที่การกระทำของตัวเองมากกว่าการสร้างภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และบางคนแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า หากคนอื่นรู้ความจริงว่า ตนสร้างภาพก็จะโดนตำหนิมากกว่าได้รับคำชมและทำให้ไม่มีเพื่อนอยากคบ

“คิดว่าไม่จำเป็นหรอก เพราะว่ามันคือสื่อที่แสดงความเป็นตัวตนของเรา ดังนั้นเผยไปเลย ไม่ต้องสร้างภาพ” (ชะม้อย)

“แต่ละคนก็มีแต่ละแง่ของตัวเอง บางคนอาจใช้โลกออนไลน์สร้างภาพตัวเอง บางคนอาจไม่ใช้ ส่วนสำหรับผม ผมไม่จำเป็นต้องใช้สื่อออนไลน์ เพราะ การที่เราจะดูดีขึ้นอยู่กับการกระทำของเรา ดังนั้น หากผม เป็นคนดีในโลกของความเป็นจริง ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องสร้างภาพในโลกออนไลน์” (บุ๊ค)

“ไม่ค่ะ ไม่ต้องสร้างภาพหรอก เป็นตัวเองดีสุด ไม่ต้องเสแสร้ง เจอตัวจริงแล้วเงิบแบบนั้นไม่เอา” (เฟี้ยต)

“ผมว่าไม่ สุดท้ายสร้างภาพไปคนมารู้ความจริง โดนด่ามากกว่าซมสิบเท่า สุดท้ายจากมีเพื่อนกลายเป็นหายหมด” (ทัวร์)

เมื่อผู้วิจัยสอบถามความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ว่า พวกเขาเห็นด้วยหรือไม่กับการโพสต์รูปตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนให้ความเห็นว่า การโพสต์รูปตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์นั้นขึ้นอยู่กับความสมัครใจ เนื่องจากพื้นที่ทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ส่วนตัวของบุคคลนั้นๆ

“..มันอยู่ที่ความสมัครใจค่ะ มันไร้สาระที่ทุกคนจะต้องอัพ แต่ถ้าคนส่วนมากสมัครใจจะลงเอง ก็โอเคค่ะ ไม่ใช่ต้องลงรูปตัวเองเป็นเรื่องเป็นราว” (เฟี้ยต)

“คือมันก็เป็นพื้นที่ส่วนตัวของเรา มองอีกด้านก็เกรงใจคนเห็น” (ชะม้อย)

ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนแสดงความคิดเห็นว่า เห็นด้วยกับการโพสต์รูปตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยให้เหตุผลว่า เพื่อเป็นการแสดงความจริงใจต่อกัน และถ้ามีการส่งเสริมให้มีการโพสต์รูปตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ก็จะทำให้ตนได้ทราบความเคลื่อนไหวของบุคคลผู้มีชื่อเสียงในสังคม

"เห็นด้วยกับการเอารูปตัวเองลงเพราะถือว่าเป็นการแสดงความจริงใจต่อกันอย่างหนึ่งเพราะอย่างน้อยเราก็รู้ว่าคนๆ นี้มีหน้าตาเป็นอย่างไรแต่ถ้าเอารูปคนอื่นลงเราก็ไม่สามารถรู้ได้ว่าหน้าตาเขาเป็นอย่างไรนอกจากเคยรู้จักกันมาก่อน" (ตั๊ก)

"อื้ม ผมว่ามันดีนะ ยิ่งเป็นคนมีชื่อเสียง ยังไงก็อยากรู้ความเคลื่อนไหวของเค้า" (ทัวร์)

คำถามวิจัยข้อ 3. เด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลที่มีปัจจัยทางสังคมประชากรที่ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณตามสมมติฐานการวิจัย

<u>สมมติฐานข้อ 1. เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ แตกต่างกัน</u>

สมมติฐานข้อ 1.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในระดับการศึกษาต่างๆ มีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพใกล้เคียงกัน แต่มีกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างเด่นชัด โดยกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพมากกว่ากลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น

สมมติฐานข้อ 1.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับชั้นปริญญาตรีมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างชัดเจน โดยกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นปริญญาตรีมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 1.3 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละระดับชั้นมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือใกล้เคียงกัน แต่กลุ่มตัวอย่างระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือแตกต่างกันอย่างเด่นชัด โดยกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 1.4 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.162 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 1.5 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.016 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) แสดงผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละระดับชั้นมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมใกล้เคียงกัน มีเพียงกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นปริญญาตรีอย่างเด่นชัด โดยกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 1.6 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) แสดงผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว ไม่พบว่ามีระดับการศึกษาคู่ใดที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) แสดงผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัล ด้านต่างๆ กับระดับการศึกษาและเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของระดับการศึกษารายคู่

ค่านิยมดิจิทัล	ระดับการศึกษา	Mean	S.D.	F	Sig.	รายละเอียด
เสรีภาพ	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.81	0.476	5.703	**0.004***	มัธยมศึกษาตอนปลาย >มัธยมศึกษาตอนต้น
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.98	0.489			
	ปริญญาตรี	3.89	0.468			
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.73	0.411	9.942	**0.000***	ปริญญาตรี > มัธยมศึกษาตอนต้น, ปริญญาตรี > มัธยมศึกษาตอนปลาย
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.66	0.470			
	ปริญญาตรี	3.86	0.389			
การประสานความร่วมมือ	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.96	0.452	6.190	**0.002***	มัธยมศึกษาตอนต้น > มัธยมศึกษาตอนปลาย
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.79	0.490			
	ปริญญาตรี	3.90	0.436			
ความบันเทิง	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.47	0.565	1.826	**0.162**	
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.54	0.550			
	ปริญญาตรี	3.43	0.502			
นวัตกรรม	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.48	0.493	4.196	**0.016***	มัธยมศึกษาตอนปลาย >ปริญญาตรี
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.60	0.448			
	ปริญญาตรี	3.46	0.457			
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	มัธยมศึกษาตอนต้น	2.80	0.476	3.228	**0.040***	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	2.78	0.501			
	ปริญญาตรี	2.69	0.450			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

<u>2. เด็กและเยาวชนไทยที่มีปัจจัยด้านความเป็นตะวันตกต่างกัน เช่น ทัศนคติความเป็นสากล ประสบการณ์ในประเทศตะวันตก พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตก จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ แตกต่างกัน</u>

สมมติฐานข้อ 2.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 2.1.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

$\mathbf{H_0}$: เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพไม่ต่างกัน

$\mathbf{H_1}$: เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก ($\mathbf{H_0}$) = 0.292 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก($\mathbf{H_0}$) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 2.1.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

$\mathbf{H_0}$: เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสไม่ต่างกัน

$\mathbf{H_1}$: เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก ($\mathbf{H_0}$) = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก($\mathbf{H_0}$) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลน้อยกับกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลปานกลางที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสแตกต่างกันอย่างเด่นชัด ทั้งนี้ ผลการทดสอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลน้อยมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 2.1.3 เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลน้อยกับกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลปานกลางที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือแตกต่างกันอย่างเด่นชัด ทั้งนี้ ผลการทดสอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลน้อยมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 2.1.4 เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลน้อยกับกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลปานกลางที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงแตกต่างกันอย่างเด่นชัด โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลปานกลาง มีค่านิยมดิจิทัล

ด้านความบันเทิงมากกว่า นอกจากนี้ ผลการทดสอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติความเป็นสากลมากมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 2.1.5 เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) =0.285 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 2.1.6 เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.013 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน**

Chulalongkorn University

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว ไม่พบว่ามีกลุ่มทัศนคติความเป็นสากลคู่ใดที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) แสดงผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัล ด้านต่างๆ กับทัศนคติความเป็นสากลและเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัล ด้านต่างๆ ของทัศนคติความเป็นสากลรายคู่

ค่านิยมดิจิทัล	ทัศนคติความเป็นสากล	Mean	S.D.	F	Sig.	รายละเอียด
	น้อย	3.86	0.442			
	ปานกลาง	3.89	0.479			
เสรีภาพ	มาก	4.14	0.283	1.235	**0.292**	
	น้อย	3.92	0.405			
	ปานกลาง	3.69	0.417			
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	มาก	3.64	0.682	5.914	**0.000***	น้อย > ปานกลาง
	น้อย	4.04	0.466			
	ปานกลาง	3.83	0.448			
การประสานความร่วมมือ	มาก	3.86	0.486	1.845	**0.000***	น้อย > ปานกลาง
	น้อย	3.33	0.595			
	ปานกลาง	3.52	0.511			
ความบันเทิง	มาก	3.62	0.504	7.442	**0.001***	ปานกลาง > น้อย
	น้อย	3.47	0.478			
	ปานกลาง	3.52	0.466			
นวัตกรรม	มาก	3.71	0.548	1.258	**0.285**	
	น้อย	2.68	0.513			
	ปานกลาง	2.79	0.452			
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	มาก	2.46	0.798	4.374	**0.013***	ไม่พบความแตกต่างรายคู่

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สมมติฐานข้อ 2.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 2.2.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

$\mathbf{H_0}$: เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพไม่ต่างกัน

$\mathbf{H_1}$ เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก ($\mathbf{H_0}$) = 0.152 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก($\mathbf{H_0}$) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ด้านค่านิยมตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 2.2.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

$\mathbf{H_0}$: เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสไม่ต่างกัน

$\mathbf{H_1}$ เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก ($\mathbf{H_0}$) = 0.136 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก($\mathbf{H_0}$) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ด้านค่านิยมตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสไม่ต่างกัน**

Chulalongkorn University

สมมติฐานข้อ 2.2.3 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

$\mathbf{H_0}$: เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือไม่ต่างกัน

$\mathbf{H_1}$ เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.203 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ด้านค่านิยมตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 2.2.4 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงไม่ต่างกัน

H_1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกมาก มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับที่แตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตก และกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกในระดับอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกมาก มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงน้อยที่สุด

สมมติฐานข้อ 2.2.5 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมไม่ต่างกัน

H_1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและ**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตก มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกและกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกน้อย ที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกน้อย มีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 2.2.6 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่ต่างกัน

H_1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.200 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ด้านค่านิยมตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่ต่างกัน**

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) แสดงผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับประสบการณ์ในประเทศตะวันตกและเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของประสบการณ์ในประเทศตะวันตกรายคู่

ค่านิยมดิจิทัล	ประสบการณ์ในประเทศตะวันตก	Mean	S.D.	F	Sig.	รายละเอียด
	ไม่มี	3.87	0.460			
	น้อย	3.90	0.504			
	ปานกลาง	4.06	0.386			
เสรีภาพ	มาก	4.09	0.386	1.769	**0.152**	
	ไม่มี	3.75	0.423			
	น้อย	3.71	0.432			
	ปานกลาง	3.90	0.417			
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	มาก	3.94	0.527	1.854	**0.136**	
	ไม่มี	3.90	0.460			
	น้อย	3.83	0.466			
การประสาน	ปานกลาง	4.02	0.536			
ความร่วมมือ	มาก	3.75	0.397	1.541	**0.203**	
	ไม่มี	3.47	0.550			
	น้อย	3.53	0.493			ไม่มี > มาก,
	ปานกลาง	3.68	0.372			น้อย > มาก,
ความบันเทิง	มาก	3.05	0.570	4.370	**0.005***	ปานกลาง > มาก
	ไม่มี	3.48	0.474			
	น้อย	3.63	0.441			
	ปานกลาง	3.60	0.494			
นวัตกรรม	มาก	3.31	0.423	4.361	**0.005***	น้อย > ไม่มี
	ไม่มี	2.75	0.469			
	น้อย	2.81	0.507			
การคำนึงถึงตนเอง	ปานกลาง	2.55	0.483			
เป็นหลัก	มาก	2.65	0.403	1.552	**0.200**	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สมมติฐานข้อ 2.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกของเด็กและเยาวชนไทย มีความสัมพันธ์กับค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ การประสานความร่วมมือ และนวัตกรรมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.14, 0.05 และ 0.15 ตามลำดับ และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แสดงว่า ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกมาก ก็จะยิ่งมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ การประสานความร่วมมือ และนวัตกรรมในเชิงบวกมาก ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = -0.10 อีกทั้งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำเช่นเดียวกัน แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกมาก แต่กลับมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักน้อย อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ดังกล่าวมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกของเด็กและเยาวชนไทย มีความสัมพันธ์กับค่านิยมดิจิทัลเฉพาะด้านเสรีภาพ การประสานความร่วมมือ และนวัตกรรม ในทิศทางแปรผันตามกัน แต่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกไม่มีความสัมพันธ์กับค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสและความบันเทิง อีกทั้งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกมีความสัมพันธ์กับค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักในทิศทางแปรผกผันกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 2.3

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกของเด็กและเยาวชนไทยกับค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ และรายละเอียดระดับความสัมพันธ์ สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 30 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกของเด็กและเยาวชนไทยกับค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ

ค่านิยมดิจิทัล	ค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตก	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
เสรีภาพ	0.14*	0.001	ต่ำ
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	0.05	0.849	-
การประสานความร่วมมือ	0.05*	0.000	ต่ำ
ความบันเทิง	0.05	0.863	-
นวัตกรรม	0.15*	0.028	ต่ำ
การคำนึงถึงตัวเองเป็นหลัก	-0.10	0.026	ต่ำ

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

คำถามวิจัยข้อ 4. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

<u>สมมติฐานข้อ.3. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ ความถี่และระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ แตกต่างกัน</u>

สมมติฐานข้อ 3.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 3.1.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.148 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว ไม่พบว่ามีกลุ่มความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คู่ใดที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อ 3.1.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.802 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 3.1.3 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.273 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อ 3.1.4 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงใกล้เคียงกัน มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ปานกลางอย่างชัดเจน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 3.1.5 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมใกล้เคียงกัน มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมที่แตกต่างจากกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ปานกลางอย่างชัดเจน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 3.1.6 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.317 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่ต่างกัน**

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) แสดงผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 31 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์รายคู่

ค่านิยมดิจิทัล	ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	Mean	S.D.	F	Sig.	รายละเอียด
เสรีภาพ	น้อย	3.91	0.464	3.287	**0.038***	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
	ปานกลาง	3.81	0.474			
	มาก	3.66	0.486			
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	น้อย	3.75	0.433	0.220	**0.802**	
	ปานกลาง	3.74	0.405			
	มาก	3.82	0.469			
การประสานความร่วมมือ	น้อย	3.88	0.464	1.302	**0.273**	
	ปานกลาง	3.95	0.426			
	มาก	3.76	0.603			
ความบันเทิง	น้อย	3.51	0.527	6.714	**0.001***	มาก > ปานกลาง
	ปานกลาง	3.30	0.568			
	มาก	3.26	0.580			
นวัตกรรม	น้อย	3.54	0.466	5.708	**0.004***	มาก > ปานกลาง
	ปานกลาง	3.40	0.452			
	มาก	3.23	0.567			
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	น้อย	2.74	0.475	1.153	**0.317**	
	ปานกลาง	2.79	0.488			
	มาก	2.91	0.475			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

สมมติฐานข้อ 3.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 3.2.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.041 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว ไม่พบว่ามีกลุ่มระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คู่ใดที่มีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อ 3.2.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.246 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 3.2.3 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.483 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 3.2.4 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ปานกลาง มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้ผลการทดสอบยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อย มีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงมากที่สุด

สมมติฐานข้อ 3.2.5 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.579 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 3.2.6 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.095 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่ต่างกัน**

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) แสดงผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 32 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัล ด้านต่างๆ กับระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์รายคู่

ค่านิยมดิจิทัล	ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	Mean	S.D.	F	Sig.	รายละเอียด
เสรีภาพ	น้อย	3.94	0.280	3.210	**0.041***	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
	ปานกลาง	3.85	0.031			
	มาก	3.79	0.073			
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	น้อย	3.74	0.432	1.407	**0.246**	
	ปานกลาง	3.75	0.43			
	มาก	3.85	0.397			
การประสานความร่วมมือ	น้อย	3.88	0.467	0.730	**0.483**	
	ปานกลาง	3.90	0.457			
	มาก	3.81	0.472			
ความบันเทิง	น้อย	3.55	0.553	7.748	**0.000***	มาก > ปานกลาง, มาก > น้อย
	ปานกลาง	3.43	0.546			
	มาก	3.23	0.528			
นวัตกรรม	น้อย	3.53	0.478	0.548	**0.579**	
	ปานกลาง	3.50	0.465			
	มาก	3.45	0.463			
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	น้อย	2.71	0.468	2.369	**0.095**	
	ปานกลาง	2.80	0.486			
	มาก	2.79	0.466			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

คำถามวิจัยข้อ 5. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร

<u>สมมติฐานข้อ 4. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ ความถี่และระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน</u>

สมมติฐานข้อ 4.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 4.1.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.767 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 4.1.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว ไม่พบว่ามีกลุ่มความถี่ใน

การใช้สื่อสังคมออนไลน์คู่ใดที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อ 4.1.3 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองมากที่สุด

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) แสดงผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 33 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ประเด็นต่างๆ กับความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ประเด็นต่างๆ ของความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์รายคู่

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์	ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	Mean	S.D.	F	Sig.	รายละเอียด
ประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก	น้อย	2.86	0.798	0.265	**0.767**	
	ปานกลาง	2.80	0.790			
	มาก	2.79	0.943			
ประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์	น้อย	2.86	0.538	3.691	**0.026***	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
	ปานกลาง	2.73	0.561			
	มาก	2.60	0.442			
ประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง	น้อย	3.10	0.765	4.751	**0.009***	มาก > น้อย
	ปานกลาง	2.94	0.733			
	มาก	2.54	0.975			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

สมมติฐานข้อ 4.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 4.2.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.377 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชน**

ไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อ 4.2.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.054 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ไม่ต่างกัน**

สมมติฐานข้อ 4.2.3 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองต่างกัน

H_0 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองไม่ต่างกัน

H_1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) จึงสรุปได้ว่า **เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองต่างกัน**

และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ปานกลาง มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองต่างกันอย่างชัดเจน อีกทั้ง กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อย มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองต่างกันอย่างชัดเจน นอกจากนี้ผลการทดสอบยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ปานกลางกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคม

ออนไลน์น้อย มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองต่างกันอย่างชัดเจน เช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาก มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองมากที่สุด

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) แสดงผลการทดสอบ ด้วยค่าสถิติ Scheffe เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 34 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ประเด็นต่างๆ กับระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ประเด็นต่างๆ ของระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์รายคู่

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์	ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	Mean	S.D.	F	Sig.	รายละเอียด
ประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก	น้อย	2.89	0.738	0.978	**0.377**	
	ปานกลาง	2.80	0.837			
	มาก	2.89	0.936			
ประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์	น้อย	2.89	0.531	2.932	**0.054**	
	ปานกลาง	2.80	0.561			
	มาก	2.71	0.473			
ประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง	น้อย	3.22	0.710	15.374	**0.000***	มาก > ปานกลาง, มาก > น้อย , ปานกลาง > น้อย
	ปานกลาง	2.95	0.772			
	มาก	2.63	0.867			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

คำถามวิจัยข้อ 6. ค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานข้อ 5. ค่านิยมดิจิทัล ได้แก่ เสรีภาพ ความซื่อสัตย์โปร่งใส การประสานความร่วมมือ ความบันเทิง นวัตกรรมและการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารอย่างเสรีภาพในการแสดงออก การละเมิดลิขสิทธิ์และการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

สมมติฐานข้อ 5.1 ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ

สมมติฐานข้อ 5.1.1 ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.087 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แสดงว่ายิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพมาก ก็จะยิ่งมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกมาก ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สรุปได้ว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกในทิศทางแปรผันตามกัน สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 5.1.1

สมมติฐานข้อ 5.1.2 ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 5.1.2 ที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อ 5.2 ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในทิศทางแปรผกผันกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.284 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสมาก แต่กลับมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์น้อย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

Chulalongkorn University

สรุปได้ว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในทิศทางแปรผกผันกัน สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 5.2

สมมติฐานข้อ 5.3 ค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในทิศทางแปรผันตามกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 11

สมมติฐานข้อ 5.4 ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ
สมมติฐานข้อ 5.4.1 ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.173 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แสดงว่า ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงมาก ก็จะยิ่งมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์มาก ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สรุปได้ว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในทิศทางแปรผันตามกัน สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 5.4.1

สมมติฐานข้อ 5.4.2 ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองในทิศทางแปรผันตามกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.187 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แสดงว่า ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงมาก ก็จะยิ่งมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองมาก ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สรุปได้ว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองในทิศทางแปรผันตามกัน สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 5.4.2

CHULALONGKORN UNIVERSITY

สมมติฐานข้อ 5.5 ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ
สมมติฐานข้อ 5.5.1 ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกในทิศทางแปรผันตามกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 5.5.1

สมมติฐานข้อ 5.5.2 ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในทิศทางแปรผันตามกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 5.5.2

สมมติฐานข้อ 5.6 ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ
สมมติฐานข้อ 5.6.1 ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกในทิศทางแปรผันตามกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.106 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แสดงว่า ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักมาก ก็จะยิ่งมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกมาก ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สรุปได้ว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกในทิศทางแปรผันตามกัน สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 14.1

สมมติฐานข้อ 5.6.2 ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเองในทิศทางแปรผันตามกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 14.2

สรุปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและระดับความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 35 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและระดับความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ค่านิยมดิจิทัล	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
เสรีภาพ	เสรีภาพในการแสดงออก	0.087*	0.043	ต่ำ
	การละเมิดลิขสิทธิ์	0.023	0.598	-
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	การละเมิดลิขสิทธิ์	-0.284*	0.000	ต่ำ
การประสานความร่วมมือ	การละเมิดลิขสิทธิ์	-0.079	0.064	-
ความบันเทิง	การละเมิดลิขสิทธิ์	0.173*	0.000	ต่ำ
	การแสดงความเป็นตัวเอง	0.187*	0.000	ต่ำ
นวัตกรรม	เสรีภาพในการแสดงออก	-0.023	0.593	-
	การละเมิดลิขสิทธิ์	-0.023	0.860	-
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	เสรีภาพในการแสดงออก	0.106*	0.013	ต่ำ
	การแสดงความเป็นตัวเอง	0.032	0.450	-

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กและเยาวชนไทยกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากช่วยในการอธิบายผลจากการสำรวจวิจัยครั้งนี้ให้มีความชัดเจนมากขึ้นแล้ว ผู้วิจัยยังได้หยิบยกปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในยุคแห่งการสื่อสารดิจิทัลและมีความเกี่ยวพันกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชนในระดับสากล อย่างปรากฏการณ์ Me Me Me Generation เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ อันจะเป็นการช่วยทำความเข้าใจเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลได้อย่างถ่องแท้มากขึ้น

Me Me Me Generation เป็นชื่อเรียกรุ่นอีกชื่อหนึ่งของเยาวชนยุคดิจิทัล ซึ่งปรากฏอยู่ในนิตยสาร Times[87] โดยเป็นกลุ่มคนที่มองว่าตัวเองสำคัญที่สุด ตนเป็นศูนย์กลางของทุกสิ่ง สนใจแต่เรื่องของตนเอง หลงตัวเองและขาดความเอาใจใส่ผู้อื่น จึงเป็นที่น่าสนใจว่า ในบริบทสังคมไทย การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชนไทยซึ่งนับได้ว่าเป็นเยาวชนยุคดิจิทัลนั้น มีส่วนทำให้เกิดปรากฏการณ์ Me Me Me Generation ได้มากน้อยเพียงใด โดยจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กและเยาวชนไทยกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต สามารถสรุปได้ดังนี้

ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์[88] ให้ความเห็นเกี่ยวกับปรากฏการณ์ Me Me Me Generation กับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชนไทยว่า สื่ออินเทอร์เน็ตอาจเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งที่เป็นช่องทางให้เด็กและเยาวชนไทยได้แสดงออก

“ผมว่าสื่ออินเตอร์เน็ตเป็นการ express ทางหนึ่งของเขาเท่านั้นเอง มันอาจจะมีปัจจัยอยู่บ้างเพียงแต่ว่าไป blame มันอย่างเดียวว่าเป็นเพราะอินเตอร์เน็ตทำให้คนรุ่นนี้กลายเป็นแบบนี้ อาจจะไม่ถูกนัก ผมว่าอินเตอร์เน็ตทำให้เห็นได้มากขึ้น ทำให้เขาสามารถบอกตัวตนของเขาได้มากขึ้น ว่าเขาเป็นอย่างไร เขาคิดยังไงหรือซึ่งเด็กวัยรุ่นในสมัยก่อนมันไม่มีโอกาสที่จะทำอย่างนี้ ได้พูดอย่างนี้ หรือได้แสดงออกอย่างเต็มที่ ถ้าสามารถที่จะมีอย่างนี้ปุ๊บ ผมว่าไม่ว่าเด็กรุ่นไหนพร้อมที่จะทำตรงนี้อยู่แล้ว”

สอดคล้องกับ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล[89] ที่มองว่า อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เด็กและเยาวชนไทยได้แสดงความเป็นตัวเอง มนุษย์ในยุคปัจจุบันมีความเป็นปัจเจกและอยู่ท่ามกลางภาวะของการแข่งขัน จึงทำให้เห็นปรากฏการณ์ Me Me Me Generation ได้ชัดขึ้น

“อินเทอร์เน็ตเป็นตัวหนึ่งที่ทำให้วัยรุ่นปลดปล่อยความเป็นตัวเอง แล้วด้วยโซเชียลมีเดียมันไม่ต้องแสดงตัวตนที่แท้จริง พออำพรางปุ๊บมันเลยเยอะมาก แล้วสิ่งที่อยู่ในใจมันก็จะออกมา อีกประเด็นนึง ถ้าเราทำความเข้าใจมนุษย์ในยุคปัจจุบัน เราอยู่ท่ามกลางวิธีคิดเราเปลี่ยนไป เดิมวิธีคิดคือเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยกัน ลดความเป็นตัวเอง แต่ปัจจุบันเรื่องของลัทธิปัจเจก ปัจเจกมันก็คือเรื่อง me มันเป็นตัวเติมเชื้อไฟของ me เลย อันที่สองนอกจากเรื่องของปัจเจกแล้ว เราอยู่ท่ามกลางภาวะของการแข่งขัน ทัศนคติของการดำรงชีวิตมันเปลี่ยนไป การแข่งขันก็คือว่า ถ้าคุณไม่ outstanding ออกมา ถ้าคุณไม่สามารถทำให้คนอื่นสนใจคุณได้คุณก็จะอยู่ในเงามืด ทุกคนรู้ว่าต้องกล้าแสดงออก ทุกคนต้องแสดงตัวเองเพราะมิฉะนั้นคนก็จะไม่เห็น เพราะฉะนั้นก็แข่งกัน มันก็ทำให้ me ชัดเจนขึ้น”

“ประเด็นที่มันน่าสนใจก็คือว่าเวลาคนที่ติดเทคโนโลยีก็จะมีอาการแบบนี้เยอะ พอมีอาการแบบนี้เยอะสิ่งที่เกิดขึ้นคืออะไรก็จะหลบสังคม เพราะอยู่ตรงนี้ได้แสดงตนได้เต็มที่ พออยู่ในสังคมทำไม่ได้มีข้อจำกัดมีโน้นนี่นั่นเยอะแยะไปหมด เพราะฉะนั้นฉันก็ไม่เข้าสังคมอยู่แต่ในโลกจินตนาการ”

---

[87] Stein, "Miillennials : The Me Me Me Generation."

[88] มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, "สัมภาษณ์."

[89] ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, "สัมภาษณ์."

เนื่องจากเด็กและเยาวชนไทยอยู่ในช่วงวัยที่ทั้งสถาบันครอบครัวและสถาบันการศึกษาช่วยกันดูแล ให้ความเอาใจใส่ให้เติบโตเป็นพลเมืองที่มีศักยภาพในอนาคต อีกประการหนึ่งคือ ค่านิยมดิจิทัลเป็นรากฐานที่สำคัญของความคิด ความเชื่อของเด็กและเยาวชนไทย ว่าสิ่งใดมีคุณค่า ควรแก่การยึดถือและกระทำ อันจะนำไปสู่พฤติกรรมที่เด็กและเยาวชนตัดสินใจกระทำไม่ว่าในทิศทางที่ดีหรือทิศทางที่เลวร้าย จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญโดยมีทั้งนักปฏิบัติ ผู้คร่ำหวอดในภาคประชาสังคมและนักวิชาการผู้มีความสนใจศึกษาในประเด็นเด็กและเยาวชนกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมาอย่างเข้มข้นและยาวนาน สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

1. ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ

เข็มพร วิรุณราพันธ์[90] มองว่าค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพส่งผลเชิงบวกต่อเด็กและเยาวชนไทย

“...ถ้าให้ใช้(ค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ)กับคนที่เขาถูกปิดกั้นจริงๆ มันก็จะเกิดประโยชน์มากเลย ในกลุ่มที่ไม่มีสิทธิ์มีเสียงในสังคม ผู้หญิงมุสลิม ผู้หญิงในโลกที่เขายังปิดกั้นไม่ให้แสดงความคิดเห็นหรือว่าคนตาบอด อันนี้ก็จะกลายเป็นเชิงบวกของเขาเลยที่เปิดพื้นที่ใหม่ๆ เห็นคุณค่าของมัน”

2. ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใส

ดร.ธาตรี ใต้ฟ้าพูล[91] มองว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสนั้น บางเงื่อนไขก็จำเป็นต้องปิดบังก่อน ค่านิยมดิจิทัลด้านความซื่อสัตย์โปร่งใสจึงไม่ได้ส่งผลเชิงบวกเสมอไปในบางเรื่อง

“ในโลกของความเป็นจริงในบางครั้ง เราซื่อสัตย์เป็นสิ่งที่ดีแต่บางครั้งโปร่งใสมันก็ต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขบางอย่างถ้าบางครั้งเราต้องปิดก่อน เพื่อให้สังคมมันเดินไปได้มันก็มีความจำเป็นแต่อันนี้ความจำเป็นในส่วนนั้นมันน่าจะน้อย ถ้าเราทำอย่างทุกขั้นตอนแล้วทุกคนสามารถรู้ได้หมดมันก็ทำให้การทำงานขับเคลื่อนไปไม่ได้ อเมริกาเองที่เน้นเรื่องธรรมาภิบาลก็ไม่ได้โปร่งใสขนาดนั้นเพียงแต่ว่าเขามีเวลา เช่นคดีแบบนี้ผ่านไปแล้ว 20 ปี 30 ปี ถึงจะเปิดข้อมูลเพราะมีผลกระทบที่จะเกิดขึ้น แต่อันนี้ในเมืองไทยยังไม่มี ถ้ามีอย่างนั้นมันก็จะดีขึ้นเราจะได้รู้จักบทเรียนในอดีต”

3. ค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือ

เข็มพร วิรุณราพันธ์[92] ได้แสดงความคิดเห็นว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือส่งผลเชิงบวกต่อเด็กและเยาวชน

“การประสานความร่วมมือ อาจจะได้ในมิติของการสร้างเครือข่ายที่เป็นพลังโดยไม่ต้องมารวมตัว มารวมกลุ่มกัน คืออันนี้จะกลายเป็นพลังที่ที่ทำให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ ถ้าใช้ได้ดี อันนี้มีตัวอย่างของความร่วมมือในเชิงบวกเยอะมากที่ทำให้เกิดพลังในการเปลี่ยนแล้วก็กลายเป็นพลังจากพลเมือง

---

[90] เข็มพร วิรุณราพันธ์, "สัมภาษณ์."

[91] ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, "สัมภาษณ์."

[92] เข็มพร วิรุณราพันธ์, "สัมภาษณ์."

จากประชาชนไปสู่การเปลี่ยนอะไรที่เคยครอบงำ หรือถูกผูกขาด อันนี้เป็นเรื่องที่ดีและเชิงบวกมากแต่ว่ามันจะต้องมีคนนำที่นำมาใช้ประโยชน์ที่ดี”

ในขณะที่ ดร.ธาตรี ใต้ฟ้าพูล[93] มองว่าบางครั้งการประสานความร่วมมือแต่เพียงอย่างเดียวก็ไม่สามารถทำให้งานดำเนินต่อไปได้

“ในบางครั้ง โลกความจริงเราก็ต้องใช้คำสั่ง ถ้าเราประสานอย่างเดียวกันเรื่องมันจะไม่จบ เช่นประชุมกันสิบครั้งก็คุยแต่เรื่องเดิมแล้วก็มาบ่นๆ เสร็จแล้วก็ไป โดยมองการมานั่งคุยคือความร่วมมือ อย่างนี้งานไม่เดิน มันไปไม่ได้ บางทีมันก็ยึดติดในรูปแบบเกินไป มันคือการประกอบพิธีกรรมหรือเปล่า ซึ่งอันนี้เพราะว่ามันก็คือถ้าใช้ความร่วมมือจะใช้ด้านดีๆ แต่ถ้าใช้เป็นข้อแก้ตัวบางอย่างมันก็จะไม่เกิดประโยชน์”

4. ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิง

ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์[94] ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงว่า เป็นค่านิยมเชิงบวกต่อเด็กและเยาวชนไทยในด้านการเรียนรู้

“เรื่องการเรียนรู้ของหลายๆ ที่ในต่างประเทศเนี่ยเขาไม่แยกระหว่างการเรียนรู้หลักกับเรื่องของเล่นตั้งแต่เด็ก เด็กเองตั้งแต่ทารกเนี่ยหรือตั้งแต่เด็กขึ้นมาปุ๊บเนี่ยเล่นคือการเรียนรู้ เช่นเขาเล่นของเล่นนั้นคือการเรียนรู้ของเขา คอนเซปท์เรื่องเพลิน Play and learn คือกลายเป็นเพลินก็มีอยู่ความบันเทิงถ้าโดยส่วนตัวผมก็ยังบวก”

ในขณะที่ ดร.ธาตรี ใต้ฟ้าพูล[95] มองว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงหากมีมากเกินไปก็จะส่งผลเชิงลบต่อตัวเด็กและเยาวชนไทย

“ความบันเทิงเป็นสิ่งที่อยู่คู่โลก มนุษย์ต้องการความบันเทิง แต่ความบันเทิงใช้เยอะเกินไปก็ฟุ้งเฟ้อจินตนาการ เด็กปัจจุบันบางคนพอบันเทิงเยอะ พ่อแม่ก็มุ่งมั่นเพราะความบันเทิงมันคือความคือความฉาบฉวย ได้ผลตอบแทนสูงมาก แต่ถ้าความบันเทิงมันมากไปก็ดูเหมือนอยู่ในโลกของความหลอกลวง และความบันเทิงไม่มีอะไรที่มันจีรังยั่งยืน พอถึงเวลามันก็จะเคว้ง ซึ่งถ้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากเกินไปก็จะหลบหนีจากโลกความเป็นจริง”

5. ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรม

เข็มพร วิรุณราพันธ์[96] แสดงความเห็นว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านนวัตกรรมส่งผลเชิงบวกต่อเด็กและเยาวชนไทย

---

[93] ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, "สัมภาษณ์."

[94] มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, "สัมภาษณ์."

[95] ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, "สัมภาษณ์."

“นวัตกรรมเกิดขึ้นได้ถ้าใช้ให้เป็นจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน เทคโนโลยีตรงนี้ทำให้นำไปสู่เรื่องของอาชีพใหม่ๆ การคิดค้น เอาข้อมูลต่างๆซึ่งแต่เดิมอาจจะผูกขาดอยู่แค่นักวิจัยหรือว่านักวิทยาศาสตร์ธรรมดาที่เขามีเนี่ยก็สามารถที่จะเอาเรื่องใหม่ๆของตัวเองเนี่ยสะท้อนออกมาสู่สังคมได้โดยง่าย”

6. ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก

อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล[97] ได้แสดงความคิดเห็นว่า ค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักนั้นส่งผลเชิงลบต่อเด็กและเยาวชนไทย

“เราก็ต้องให้เขาคิดถึงตัวเองอยู่แล้ว แต่ถ้าไม่คิดถึงคนอื่นเลย เป็นลบแน่ เพราะว่าสุดท้ายก็อาจจะทำให้เขาอยู่ร่วมกับคนอื่นไม่ได้ ค่านิยมหลายๆ อย่างเป็นคุณค่าที่ต้องผูกกับคนอื่น เป็นคุณค่าในลักษณะความสัมพันธ์ อย่างเช่นค่านิยมเรื่องความซื่อสัตย์โปร่งใส ถ้าไม่คิดถึงใจเขาใจเราไม่คิดถึงคนอื่นเลย คุณอยากได้ความซื่อสัตย์จากคนอื่นแต่คุณไม่เคยให้ความซื่อสัตย์กับคนอื่นมันก็ไปกันไม่ได้ การทำงานร่วมกันก็เหมือนกัน หรือว่าสิทธิเสรีภาพ เสรีภาพพออยู่กันสองคนคนหนึ่งก็มีเสรีภาพ มันจะมีเสรีภาพด้วยกันทั้งคู่ได้อย่างไร ถ้าคิดในกรอบแบบนี้ การไม่คิดถึงคนอื่นเลยเนี่ยมันเป็นลบแน่”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

[96] เข็มพร วิรุณราพันธ์, "สัมภาษณ์."

[97] อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล, "สัมภาษณ์."

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น จำนวน 547 ชุด การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์นักเรียนและนักศึกษาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 20 คน และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นเด็กและเยาวชนกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 5 คน

โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัล พฤติกรรมทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มเด็กและเยาวชนไทยที่มีปัจจัยทางสังคมที่แตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลกับพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับเสรีภาพในการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลกับพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมของเยาวชนยุคดิจิทัลกับพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อตอบคำถามวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อย่างไร
2. ค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลมีความคล้ายคลึงกับค่านิยมพื้นฐานของเยาวชนยุคดิจิทัลในระดับสากลหรือไม่ อย่างไร
3. เด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลที่มีปัจจัยทางสังคมประชากรที่ต่างกันจะมีค่านิยมดิจิทัลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
4. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
5. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร
6. ค่านิยมของเด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ตามหัวข้อต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

ส่วนที่ 2 ค่านิยมดิจิทัล

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

ผู้วิจัยศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 547 คน ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่น่าสนใจคือ เป็นเพศหญิงจำนวน 327 คน เพศชาย 220 คน ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นตอนกลาง (อายุ 15-17 ปี) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับครอบครัวเดี่ยวและให้ความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัวในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นกิจกรรมยามว่างสูงที่สุด และมีทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นสากลในระดับปานกลาง ขณะเดียวกัน ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตก และมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกในระดับปานกลาง

<u>เครื่องมือสื่อสาร</u>

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเครื่องมือสื่อสารคือ สมาร์ทโฟน รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์พกพา (โน้ตบุ๊ค) ลำดับถัดมาคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ(PC)

<u>สื่อออนไลน์ที่ใช้เป็นหลัก</u>

สื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นหลักคือ Facebook รองลงมาคือ Youtube ลำดับถัดมาคือ E-mail

<u>ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์</u>

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ ใช้ทุกวัน รองลงมาคือ ใช้วันเว้นวัน ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2-3 วันต่อสัปดาห์

<u>ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมในแต่ละวัน</u>

ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์โดยรวม คือ มากกว่า 3 ชั่วโมง ในแต่ละวัน รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อออนไลน์โดยรวม 2-3 ชั่วโมง ในแต่ละวัน และลำดับถัดมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อออนไลน์โดยรวม 1-2 ชั่วโมง ในแต่ละวัน

<u>วัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์</u>

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อสารพูดคุยกับเครือข่าย คนรู้จัก ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อ สืบค้นข้อมูล ลำดับที่สามคือ ดูคลิปหรือมิวสิควิดีโอ

<u>รูปแบบการเปิดรับข่าวสาร</u>

รูปแบบการเปิดรับข่าวสารออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการเปิดรับข่าวสารออนไลน์คือ ตามอ่านจากหน้าแรก (Feed) ของเฟซบุ๊ก ที่เพื่อนแชร์มา รองลงมาคือ อ่านตามเวบไซต์หนังสือพิมพ์ที่น่าเชื่อถือ อ่านจากเวบบอร์ดที่มีคนมาคุยแลกเปลี่ยนกัน

<u>รูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน</u>

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคือ ติดตามฟังข่าวหรือดูรายการเล่าข่าวจากทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันกับ กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามฟังข่าวหรือดูการรายงานข่าว เช่น ข่าวภาคเช้า ข่าวภาคค่ำ เป็นต้น ลำดับถัดมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์เลย

ส่วนที่ 2 ค่านิยมดิจิทัล

โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ รายละเอียดตามตารางที่ 36

ตารางที่ 36 แสดงความหมายระดับค่าเฉลี่ยค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ ของเด็กและเยาวชนไทย

ค่านิยมดิจิทัล	
ระดับมาก	**ระดับปานกลาง**
เสรีภาพ	การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	
การประสานความร่วมมือ	
ความบันเทิง	
นวัตกรรม	

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมทางการสื่อสารด้านต่างๆ ดังรายละเอียดตามตารางที่ 37

ตารางที่ 37 แสดงความหมายระดับค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

พฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์
ระดับปานกลาง
ประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก
ประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์
ประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

<u>สมมติฐานข้อ 1 : เด็กและเยาวชนไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ แตกต่างกัน</u> ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 38

ตารางที่ 38 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับระดับการศึกษา

ค่านิยมดิจิทัล	ผลการทดสอบ	รายละเอียด
เสรีภาพ	**แตกต่างกัน**	มัธยมศึกษาตอนปลาย > มัธยมศึกษาตอนต้น
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	**แตกต่างกัน**	ปริญญาตรี > มัธยมศึกษาตอนต้น, ปริญญาตรี > มัธยมศึกษาตอนปลาย
การประสานความร่วมมือ	**แตกต่างกัน**	มัธยมศึกษาตอนต้น > มัธยมศึกษาตอนปลาย
ความบันเทิง	**ไม่แตกต่างกัน**	
นวัตกรรม	**แตกต่างกัน**	มัธยมศึกษาตอนปลาย > ปริญญาตรี
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	**แตกต่างกัน**	ไม่พบความแตกต่างรายคู่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2. เด็กและเยาวชนไทยที่มีปัจจัยด้านความเป็นตะวันตกต่างกัน เช่น ทัศนคติความเป็นสากล ประสบการณ์ในประเทศตะวันตก พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตก จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 2.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีทัศนคติความเป็นสากลต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 39

ตารางที่ 39 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับทัศนคติความเป็นสากล

ค่านิยมดิจิทัล	ผลการทดสอบ	รายละเอียด
เสรีภาพ	**ไม่แตกต่างกัน**	
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	**แตกต่างกัน**	น้อย > ปานกลาง
การประสานความร่วมมือ	**แตกต่างกัน**	น้อย > ปานกลาง
ความบันเทิง	**แตกต่างกัน**	ปานกลาง > น้อย
นวัตกรรม	**ไม่แตกต่างกัน**	
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	**แตกต่างกัน**	ไม่พบความแตกต่างรายคู่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สมมติฐานข้อ 2.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกที่แตกต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 40

ตารางที่ 40 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับประสบการณ์ในประเทศตะวันตก

ค่านิยมดิจิทัล	ผลการทดสอบ	รายละเอียด
เสรีภาพ	**ไม่แตกต่างกัน**	
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	**ไม่แตกต่างกัน**	
การประสานความร่วมมือ	**ไม่แตกต่างกัน**	
ความบันเทิง	**แตกต่างกัน**	ไม่มี > มาก, น้อย > มาก, ปานกลาง > มาก
นวัตกรรม	**แตกต่างกัน**	น้อย > ไม่มี
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	**ไม่แตกต่างกัน**	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สมมติฐานข้อ 2.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกของเด็กและเยาวชนไทย มีความสัมพันธ์กับค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 41

ตารางที่ 41 แสดงระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อตะวันตกกับค่านิยมดิทัลด้านต่างๆ

ค่านิยมดิจิทัล	ระดับความสัมพันธ์
เสรีภาพ	ต่ำ
การประสานความร่วมมือ	ต่ำ
นวัตกรรม	ต่ำ
การคำนึงถึงตัวเองเป็นหลัก	ต่ำ

<u>สมมติฐานข้อ.3. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ ความถี่และระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ แตกต่างกัน</u>

สมมติฐานข้อ 3.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 42

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 42 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ค่านิยมดิจิทัล	ผลการทดสอบ	รายละเอียด
เสรีภาพ	**แตกต่างกัน**	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	**ไม่แตกต่างกัน**	
การประสานความร่วมมือ	**ไม่แตกต่างกัน**	
ความบันเทิง	**แตกต่างกัน**	มาก > ปานกลาง
นวัตกรรม	**แตกต่างกัน**	มาก > ปานกลาง
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	**ไม่แตกต่างกัน**	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สมมติฐานข้อ 3.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 43

ตารางที่ 43 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ค่านิยมดิจิทัล	ผลการทดสอบ	รายละเอียด
เสรีภาพ	**แตกต่างกัน**	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	**ไม่แตกต่างกัน**	
การประสานความร่วมมือ	**ไม่แตกต่างกัน**	
ความบันเทิง	**แตกต่างกัน**	มาก > ปานกลาง, มาก > น้อย
นวัตกรรม	**ไม่แตกต่างกัน**	
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	**ไม่แตกต่างกัน**	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>สมมติฐานข้อ 4. เด็กและเยาวชนไทยที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ ความถี่และระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน</u>

สมมติฐานข้อ 4.1 เด็กและเยาวชนไทยที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 44

ตารางที่ 44 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารด้านต่างๆ กับความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์	ผลการทดสอบ	รายละเอียด
ประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก	ไม่แตกต่างกัน	
ประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์	แตกต่างกัน	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
ประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง	แตกต่างกัน	มาก > น้อย

Chulalongkorn University

สมมติฐานข้อ 4.2 เด็กและเยาวชนไทยที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 45

ตารางที่ 45 แสดงผลการทดสอบและรายละเอียดจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารด้านต่างๆ กับระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์	ผลการทดสอบ
ประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก	ไม่แตกต่างกัน
ประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์	ไม่แตกต่างกัน
ประเด็นการแสดงความเป็นตัวเอง	ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สมมติฐานข้อ 5. ค่านิยมดิจิทัล ได้แก่ เสรีภาพ ความซื่อสัตย์โปร่งใส การประสานความร่วมมือ ความบันเทิง นวัตกรรมและการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงประเด็นทางการสื่อสารอย่างเสรีภาพในการแสดงออก การละเมิดลิขสิทธิ์และการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 46

ตารางที่ 46 สรุปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ

ค่านิยมดิจิทัล	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์	ระดับความสัมพันธ์
เสรีภาพ	เสรีภาพในการแสดงออก	ต่ำ
ความซื่อสัตย์โปร่งใส	การละเมิดลิขสิทธิ์	ต่ำ
ความบันเทิง	การละเมิดลิขสิทธิ์	ต่ำ
	การแสดงความเป็นตัวเอง	ต่ำ
การคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก	เสรีภาพในการแสดงออก	ต่ำ

อภิปรายผล

ความเป็นสากลของค่านิยมดิจิทัลในบริบทของเด็กและเยาวชนไทยกับการสื่อสารออนไลน์

จากการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ พบว่า กิจกรรมยามว่างที่เด็กและเยาวชนไทยเลือกทำเป็นอย่างแรกคือ ใช้อินเทอร์เน็ต มีความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน และระยะเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์โดยรวมนั้นมากกว่า 3 ชั่วโมงในแต่ละวัน จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ในระดับที่สูงมาก ผลการศึกษาวิจัยยังพบว่า เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ ความซื่อสัตย์โปร่งใส การประสานความร่วมมือ ความบันเทิงและนวัตกรรม ซึ่งปรากฏค่านิยมดิจิทัลดังกล่าวในระดับมากทุกค่านิยม ผลการศึกษาวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยที่ศึกษาค่านิยมพื้นฐานของเยาวชนยุคดิจิทัลในระดับสากลของ Don Tapscott [98] อันเป็นการยืนยันว่า ค่านิยมดิจิทัลของเด็กและเยาวชนไทยอยู่ในแบบแผนใกล้เคียงกับค่านิยมพื้นฐานของเยาวชนในระดับสากล

[98] Tapscott, D.,Grown Up Digital:How the Net Generation is Changing Your World (New York:McGraw-Hill, 2008), 74.

แบนดูรา[99] ได้อธิบายถึงทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมว่า การเรียนรู้ในแต่ละกระบวนการจะเป็นไปอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (Personal) ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม (Environmental) และปัจจัยทางพฤติกรรม (Behavior) และกล่าวถึงแหล่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคมหลายแหล่ง หนึ่งในนั้นคือ การเรียนรู้ทางสังคมในกลุ่มเพื่อน โดยอธิบายว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องการแต่งกาย กิริยาท่าทาง ความเชื่อ เจตคติ รสนิยมและค่านิยม ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมกับการที่เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลภายใต้บริบทการสื่อสารออนไลน์แล้วพบว่า เด็กและเยาวชนไทยมีการสื่อสารพูดคุยกับเครือข่ายคนรู้จัก (ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นปัจจัยพฤติกรรม) ผ่านทางสื่อออนไลน์ (ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อม) ค่านิยมดิจิทัลของเด็กและเยาวชนไทยถูกส่งและมีอิทธิพลถึงเด็กและเยาวชนคนอื่นๆ ผ่านทางการสื่อสารพูดคุยกันในเครือข่าย ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคมผ่านทางการติดต่อสื่อสารออนไลน์อันเป็นอีกปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเรียนรู้ทางสังคม และส่งผลเชื่อมโยงให้เด็กและเยาวชนไทยต่างมีค่านิยมดิจิทัลในด้านต่างๆ ที่มีความคล้ายคลึงกัน

ในอีกด้านหนึ่ง การให้คุณค่ากับค่านิยมดิจิทัลในหลายๆ ด้านก็อาจมีความเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ทางสังคมอันสืบเนื่องจากการใช้สื่อออนไลน์อย่างเข้มข้น ซึ่งในจุดนี้ มุมมองทางทฤษฎีที่สำคัญที่เน้นเกี่ยวกับคุณลักษณะสื่อและพฤติกรรมของผู้ใช้ในสังคมและอาจช่วยสร้างความกระจ่างมากขึ้น ก็คือ แนวคิด “สื่อคือสาร” (the medium is the message) ของ มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan)[100] ที่มองว่า ผลกระทบของการสื่อสารต่อปัจเจกบุคคลและสังคมมาจากคุณลักษณะของสื่อ เมื่อพิจารณาถึงสื่อออนไลน์อย่างอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่เด็กและเยาวชนไทยส่วนใหญ่ได้ให้เวลาทุกวัน และวันละไม่ต่ำกว่า 3 ชั่วโมงในการเข้าใช้เช่นเดียวกับเด็กและเยาวชนในระดับสากลแล้ว สื่อออนไลน์มีลักษณะเปิดกว้าง เป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็น ตลอดจนความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ได้โดยไม่ถูกปิดกั้น ด้วยคุณลักษณะของสื่อข้อนี้จึงทำให้เด็กและเยาวชนไทยที่เกิดและเติบโตมากับการใช้สื่อออนไลน์มีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ ด้วยความคุ้นชินกับความมีอิสระเสรี อันเป็นสิ่งที่สื่ออินเทอร์เน็ตมีให้ภายใต้บริบทการสื่อสารออนไลน์

ขณะเดียวกัน คุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถสร้าง แลกเปลี่ยนและแบ่งปัน ตลอดจนร่วมกันจัดทำเนื้อหาในลักษณะที่เสริมแรงและเกื้อหนุนกันได้แล้วก็มีส่วนเอื้อให้เด็กและเยาวชนไทยเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงของการใช้สื่อออนไลน์ อาทิ การช่วยแบ่งปันหรือแชร์ข้อความผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อย่างการ ตามหาเด็กหาย หรือการขอบริจาคเลือดว่าเป็นทางหนึ่งที่สามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้ การเชื่อมั่นในพลังของสารานุกรมออนไลน์วิกิพีเดีย (wikipedia) ตามที่ปรากฏในผลการวิจัยในส่วนของการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถามก็นับเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือของเด็กและเยาวชนไทยได้อย่างชัดเจน

---

[99] ชนัญสรา อรนพ ณ อยุธยา, "การใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการแสวงหาและการเรียนรู้จริยธรรมของเยาวชน."

[100] แก้วเทพ, สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา

สื่อออนไลน์มีคุณลักษณะแบบที่ไม่มีการแบ่งแยกมิติด้านพื้นที่และมิติด้านเวลาอย่างชัดเจน เป็นสื่อที่เปิดกว้างสำหรับคนทุกวัยและด้วยลักษณะของอุปกรณ์เทคโนโลยีในการให้ความบันเทิงแบบไม่มีอุปสรรคด้านพื้นที่และเวลา จึงเอื้อให้เด็กและเยาวชนไทยเกิดค่านิยมด้านความบันเทิงอย่างเต็มที่ โดยไม่มีเส้นแบ่งขาดระหว่างงานกับความบันเทิง ประกอบกับด้วยค่านิยมพื้นฐานของคนไทยที่รักความสนุกสนาน ความสนุกสนานมีแฝงในกิจกรรมต่างๆ ของคนไทยเสมอ ทั้งในยามว่างหรือยามทำงาน [101] และด้วยแนวคิดของ Oldenburg[102] ที่กล่าวถึงเรื่อง พื้นที่ลำดับที่ 3 (third space) ว่าชีวิตของมนุษย์นั้นจำเป็นที่จะต้องมีพื้นที่ลำดับที่ 3 ซึ่งพื้นที่ลำดับที่ 3 ในยุคแห่งการมีเทคโนโลยีสื่ออินเทอร์เน็ต สำหรับวัยรุ่นแล้วก็เปรียบได้กับสื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาซึ่งความบันเทิง ด้วยปัจจัยด้านค่านิยมพื้นฐานของความเป็นคนรักความสนุกสนาน คุณลักษณะของสื่อออนไลน์ที่เอื้อให้เกิดความบันเทิงได้อย่างเต็มที่ ประกอบกับพื้นที่แห่งความบันเทิงที่ถือเป็นพื้นที่ที่จำเป็นสำหรับเด็กและเยาวชน จึงมีส่วนทำให้เด็กและเยาวชนไทยให้คุณค่ากับค่านิยมดิจิทัลด้านความบันเทิงเป็นอย่างมาก

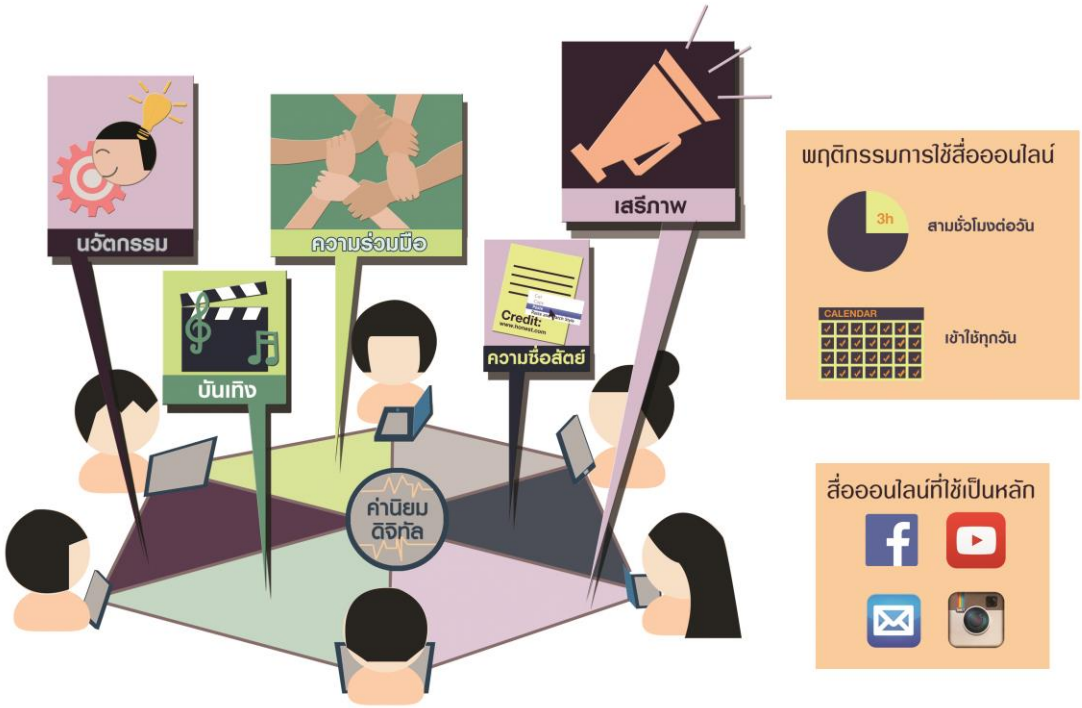
สรุปได้ว่า เด็กและเยาวชนไทยมีการเรียนรู้ทางสังคมผ่านพฤติกรรมการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์อย่างเข้มข้น ประกอบกับคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น สามารถอธิบายได้ด้วยภาพที่ 1 ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

[101] ฐิติพร ตั้งไตรธรรม, "การวัดค่านิยมและลักษณะการยอมรับนวัตกรรมของวัยรุ่นไทย ".

[102] Yong Zhao, *Social Networking, Social Gaming, Texting*.

ภาพที่ 1 แสดงค่านิยมดิจิทัลอันเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเข้มข้นของเด็กและเยาวชนไทย



หากพิจารณาในฐานะที่ผู้ใช้เป็นเด็กและเยาวชนไทย ผู้เติบโตมากับการปลูกฝังจากสถาบันการศึกษาไทย ผู้วิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ไม่ใช่พียงปัจจัยเดียวที่เอื้อให้เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลด้านต่างๆ อย่างอาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล[103] ซึ่งทำงานคร่ำหวอดในภาคประชาสังคมอันเกี่ยวข้องกับเสรีภาพอินเทอร์เน็ตให้เหตุผลว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เด็กและเยาวชนไทยให้คุณค่ากับการประสานความร่วมมือนั้นเนื่องจาก การประสานความร่วมมือเป็นค่านิยมที่สถาบันการศึกษาในประเทศไทยคาดหวังและพยายามผลักดัน สอดคล้องกับที่สถาบันการศึกษาได้นำแนวคิดคุณธรรมพื้นฐาน 8 ประการ[104] ตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการไปใช้ในสถาบันการศึกษาของตน โดยคุณธรรมหนึ่งที่อยู่ในคุณธรรม 8 ประการ คือ ความสามัคคี ที่ว่า เด็กและเยาวชนจะต้องมีความมุ่งมั่นต่อการรวมพลัง ช่วยเหลือเกื้อกูลกันเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วง ทั้งคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ และการที่ครูอาจารย์ในสถานศึกษานำคุณธรรมพื้นฐาน 8 ประการอย่างเรื่องความสามัคคีมาใช้ นับได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลด้านการประสานความร่วมมือในระดับสูงตามที่ปรากฏในผลการวิจัย

---

[103] อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล, "สัมภาษณ์."

[104] สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, รายงานการวิจัยประเมินผลคุณธรรม *8* ประการของผู้เรียน : เจตคติและพฤติกรรม (กรุงเทพฯ: บริษัทเพลิน สตูดิโอ จำกัด, 2551).

ในประเด็นของการให้คุณค่ากับเสรีภาพและนวัตกรรม สิ่งที่มีส่วนส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนไทยมีค่านิยมดิจิทัลดังกล่าว น่าจะมาจากปัจจัยทางจิตวิทยาของวัยรุ่น ตามที่ Hurlock[105] ได้กล่าวถึงลักษณะความสนใจพื้นฐานของวัยรุ่นไว้ว่า วัยรุ่นมีความสนใจในการแสวงหาการแสดงออกอย่างอิสระเสรี และธรรมชาติของวัยรุ่นคือ มีความอยากรู้อยากเห็น และอยากค้นคว้าทดลอง โดยเฉพาะกับสิ่งใหม่ๆหรือแนวทางใหม่ๆที่ไม่ซ้ำซากจำเจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางที่ให้คุณค่ากับเสรีภาพและนวัตกรรม

ปรากฏการณ์ Me Me Me Generation ที่ยังไม่โดดเด่นในบริบทวัฒนธรรมไทย

ปรากฏการณ์ Me Me Me Generation หรือการที่บุคคลสนใจแต่เรื่องของตนเองเป็นหลัก มองว่าตัวเองสำคัญที่สุด ตนเป็นศูนย์กลางของทุกสิ่ง สนใจแต่เรื่องของตนเอง หลงตัวเอง ขาดความเอาใจใส่ผู้อื่นและมีโลกส่วนตัวสูง โดยวลีที่ว่า Me Me Me Generation นั้นเป็นชื่อเรียกเยาวชนยุคดิจิทัล ผู้ที่เกิดและเติบโตมากับสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีอยู่ก่อน

ตามที่ ดร.ธาตรี ใต้ฟ้าพูล[106] มองว่า อินเทอร์เน็ตเป็นตัวหนึ่งที่ทำให้วัยรุ่นปลดปล่อยความเป็นตัวเอง และที่ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์[107] ได้ให้ความเห็นไว้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเพียงช่องทางหนึ่งที่ให้เด็กและเยาวชนได้แสดงความเป็นตัวตนหรือแสดงออกได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ Boyd และ Heer[108] ที่พบว่า บรรดากิจกรรมอันหลากหลายตั้งแต่การสร้างและอัพรูปโพรไฟล์ การแบ่งปัน การสร้างข้อความและเสียงวีดิโอผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ นี้ เด็กได้มีโอกาสที่จะแสดงออกและนำเสนอตัวตนของตัวเอง

และอีกประการหนึ่งคือ ด้วยความที่วัยรุ่นมีความสนใจในการแสวงหาความเป็นอิสระ แสวงหาวิธีการสร้างความสัมพันธ์ที่ทำให้มีความสุขและแสดงออกอย่างอิสระเสรี[109] ประกอบกับด้วยคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกออกแบบให้มีการเชื่อมต่อและส่งอิทธิพลถึงกันไม่ว่าเมื่อไรและไม่ว่าที่ใด[110] จึงไม่น่าแปลกใจที่เมื่อเด็กและเยาวชนที่เติบโตมาในยุคของอินเทอร์เน็ต จะใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนได้อย่างเต็มที่ และในขณะเดียวกัน เมื่อเด็กและเยาวชนใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับอินเทอร์เน็ต ก็จะทำให้เด็กและเยาวชนไม่มีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบ

---

[105] พรพิมล เจียมนาครินทร์, พัฒนาการของวัยรุ่น (กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ แกรมมี่, 2539).

[106] ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, "สัมภาษณ์."

[107] มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, "สัมภาษณ์."

[108] Boyd and Heer. Profiles as conversation: Networked Identity performance on Friendster. Paper presented at the Hawi\ai'I International Conference on System Sciences, Kauai,HI Qouted in Yong Zhao, Wei Qiu, and Naiyi Xie. "Social Networking, Social Gaming, Texting." Handbook of children and the media, 102. Los Angeles: SAGE, 2012.

[109] Hurlock, E.B. Development Psychology. 3: -. New York: McGraw Hill, 1973. อ้างถึงใน พรพิมล เจียมนาครินทร์. "ความสนใจของวัยรุ่น." พัฒนาการของวัยรุ่น, 2539: 121.

[110] Yong Zhao, *Social Networking, Social Gaming, Texting*.

ข้าง หมกมุ่นอยู่ในโลกของตัวเอง จึงเป็นไปได้ที่เด็กและเยาวชนจะมีโลกส่วนตัวสูง ขาดความเอาใจใส่ผู้อื่น และคำนึงถึงแต่ตนเองเป็นหลัก [111]

ทว่าจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกลับค้นพบว่า เด็กและเยาวชนไทยไม่ได้มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเป็นหลักในระดับสากล นอกจากนี้ ผลการศึกษาวิจัยยังพบว่า พฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ปรากฏผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

เนื่องจากค่านิยมเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ดังนั้น ครอบครัว การอบรมสั่งสอนสิ่งต่างๆ อีกทั้งสังคม อิทธิพลของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละสังคมย่อมมีอิทธิพลต่อค่านิยมของเด็ก[112] การที่เด็กและเยาวชนไทยไม่ได้มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองเหมือนกับเด็กและเยาวชนในระดับสากลนั้น อาจเพราะปัจจัยด้านครอบครัว วัฒนธรรมของครอบครัวในสังคมไทยที่มีความผูกพันกัน และด้วยค่านิยมเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่[113] จึงมีส่วนทำให้เด็กและเยาวชนไทยไม่ได้มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเอง ความคิดเห็นดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของธนยศ ศิริดำรงศักดิ์[114] ที่อธิบายว่า เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมเกษตรกรรม มีการรวมกลุ่ม ทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน คนในสังคมอยู่กันแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย เกื้อกูลกันและมีความจริงใจต่อกัน จึงส่งผลให้เกิดความรู้สึกผูกพันกันอย่างใกล้ชิด ซึ่งความผูกพันนั่นเองที่ทำให้เกิด ความรักความสามัคคีกัน การสำนึกรู้คุณ และความเห็นอกเห็นใจ

และเมื่อพิจารณาผลงานวิจัย คุณลักษณะเด่น 5 อันดับแรกของคนโดยรวม ยังพบว่ามีความสอดคล้องกับการศึกษาค่านิยมทางวัฒนธรรมของ Hofstede[115] ที่ว่ากลุ่มประเทศในแถบเอเชีย (ซึ่งหมายรวมถึงประเทศไทย) นั้น มีค่านิยมทางวัฒนธรรมแบบความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นทางสังคม (Collectivism) อยู่กันเป็นกลุ่มในแบบครอบครัว เครือญาติและเพื่อนรักพวกพ้อง เน้นการพึ่งอาศัย ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

นอกจากนี้ ลักษณะของคนไทยที่เป็นคนเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ สืบเนื่องจากในสมัยก่อน คนไทยมีอาชีพในการเกษตรกรรม ก็จะช่วยกันทำนา อยู่กันแบบใกล้ชิดสนิทสนม มีลักษณะแบบกลุ่มปฐมภูมิที่

---

[111] เข็มพร วิรุณราพันธ์, "สัมภาษณ์."

[112] พรพิมล เจียมนาครินทร์.

[113] เข็มพร วิรุณราพันธ์, "สัมภาษณ์."

[114] ธนยศ ศิริดำรงศักดิ์, "ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเด่น ความพึงพอใจในชีวิตและความพึงพอใจในการทำงานของคนงานไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552).

[115] Hofstede 1980,1991 อ้างถึงใน สิริอร วิชชาวุธ, 2544 อ้างถึงใน ธนยศ ศิริดำรงศักดิ์, “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเด่น ความพึงพอใจในชีวิตและความพึงพอใจในการทำงานของคนงานไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล,” (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552).

ทุกคนรู้จักกันหมด การพึ่งพาอาศัยกันจึงมีมาก[116] นิสัยนี้จึงอาจยังมีอยู่ในตัวคนไทย และนอกจากนี้จากการที่ที่กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ในเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นเสรีภาพในการแสดงออก โดยกล่าวว่า ตนจะไม่แสดงความคิดเห็นที่ทำร้ายความรู้สึกคนอื่น และอีกคนที่ให้สัมภาษณ์ว่า จะไม่แสดงความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากเพื่อนในเครือข่าย เพราะกลัวว่าจะทะเลาะกัน เหตุผลเหล่านี้ช่วยสะท้อนให้เห็นการนึกถึงใจผู้อื่น ไม่ได้นึกถึงแต่ตัวเองคนเดียว สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยค่านิยมพื้นฐานในสังคมไทยของ Komin ในประเด็นที่ว่า คนไทยมีค่านิยมในการรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลหรือการรักษาน้ำใจและเกรงใจกัน อีกทั้งคนไทยมีค่านิยมในการรักษาน้ำใจกัน โดยเฉพาะการแสดงความเป็นห่วงเป็นใยและพร้อมที่จะช่วยเหลือ[117] แสดงให้เห็นว่า คนไทยมีน้ำใจต่อผู้อื่นไม่ได้คิดว่าตนเองสำคัญหรือมีคุณค่ามากกว่าคนอื่นเท่าใดนัก จึงเป็นไปได้ที่เด็กและเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลจะไม่มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตนเองมากเท่ากับเด็กและเยาวชนยุคดิจิทัลในระดับสากล

นอกจากบริบททางวัฒนธรรมไทยแล้ว การเรียนรู้ทางสังคมผ่านการสื่อสารออนไลน์ก็นับได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้ปรากฏการณ์ Me Me Me Generation ในประเด็นพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ไม่โดดเด่นมากนักในกลุ่มเด็กและเยาวชนไทย อธิบายได้ด้วยกระบวนการเรียนรู้ด้วยการสังเกต ในขั้นตอนที่ 4 ภายใต้แนวคิดการเรียนรู้ทางสังคมโดย Bandura[118] ได้อธิบายว่า แม้ผู้เรียนอาจได้เรียนรู้ แต่ทว่าเขาก็อาจจะไม่แสดงออก/กระทำพฤติกรรมทุกอย่างที่เขาได้เรียนมา การที่พฤติกรรมใดที่เรียนมาจะได้แสดงออกหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับแรงจูงใจอันเป็นผลลัพธ์ที่ก่อตัวมาจากการได้รับรางวัล/การถูกลงโทษ (reward/punishment) ของพฤติกรรมนั้นๆ หากการกระทำนั้นได้รับรางวัลผู้เรียนรู้ก็จะเรียนรู้ที่จะทำพฤติกรรมนั้นในอนาคต แต่หากการกระทำนั้นถูกลงโทษผู้เรียนก็จะเรียนรู้ที่จะไม่แสดงพฤติกรรมนั้นอีกในอนาคต

เมื่อพิจารณาการเรียนรู้ทางสังคมของเด็กและเยาวชนไทยภายใต้บริบทการสื่อสารออนไลน์ในกรอบสังคมและวัฒนธรรมไทยควบคู่ไปกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมแล้ว ก็เป็นไปได้ว่า บางครั้งเด็กและเยาวชนไทยอาจได้รับการลงโทษ คือการไม่เป็นที่ยอมรับจากเพื่อนฝูงเมื่อตนมีพฤติกรรมการแสดงความเป็นตัวเองผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังเช่น ผลการสัมภาษณ์เด็กและเยาวชนไทยในงานวิจัยชิ้นนี้ ที่พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า “ทำดีแล้วเด่นจะเป็นภัย ไม่มีใครอยากเห็นเราเด่นเกิน” โดยให้เหตุผลว่า ตนได้เห็นตัวอย่างคนที่ทำดีหรือทำตัวเด่น เพื่อนหรือคนรอบข้างจะรู้สึกอิจฉาและหมั่นไส้ ดังนั้นผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนจึงมีความคิดเห็นว่า ตนไม่ควรแสดงออกมากจนเกินไปหรือควรอยู่เฉยๆ จะดีกว่า ความคิดเห็นเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า เด็กและเยาวชนไทยมีแนวโน้มที่จะไม่แสดงความเป็นตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ นั่นอาจเป็นเพราะได้

---

[116] ธนยศ ศิริดำรงศักดิ์, "ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเด่น ความพึงพอใจในชีวิตและความพึงพอใจในการทำงานของคนงานไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล."

[117] ฐิติพร ตั้งไตรธรรม, "การวัดค่านิยมและลักษณะการยอมรับนวัตกรรมของวัยรุ่นไทย ".

[118] กาญจนา แก้วเทพ, คู่มือสื่อใหม่ศึกษา.

ผ่านกระบวนการเรียนรู้จากการสังเกตเห็นการลงโทษ จึงทำให้เด็กและเยาวชนเกิดการเรียนรู้ที่จะไม่แสดงพฤติกรรมดังกล่าว

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยชิ้นนี้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและเยาวชนไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรเก็บข้อมูลกับเด็กและเยาวชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลการวิจัยที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเด็กและเยาวชนไทย ในการทำการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) ในพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับประเด็นอื่นๆ นอกเหนือจากพฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์อันเกี่ยวข้องกับเสรีภาพในการแสดงออก, การละเมิดลิขสิทธิ์และการแสดงความเป็นตัวเอง เพื่อให้เห็นมิติอันหลากหลายของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายการอ้างอิง

"Article 19, Defamation Abc a Simple Introduction to Key Concepts of Defamation Law ". 2013.

hrs, IT 24. "สถิติที่น่าสนใจและผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2011." เข้าถึงได้จาก http://www.it24hrs.com/2012/thailand-internet-user-2011.

Kaplan Andreas, M., and Haenlein, M. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53 (2010).

Lipkin, N.A., and A.J. Perrymore. *Y in the Workplace: Managing the "Me First" Generation*. Career PressInc, 2009.

Livingstone, Sonia. *Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation : Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression*. In New Media&Society. LA: Sage Publications.

Parker, Christopher E. "The Rising Tide of Social Media." *The Federal Lawyer* 58, no. 4 (2011): 16.

Stein, Joel. "Miillennials : The Me Me Me Generation." *TIME*, 20 MAY 2013.

Swigger, N. *The Online Citizen: Is Social Media Changing Citizens' Beliefs About Democratic Values?* OH: Springer, 2012.

Tapscott, Don. *Grown up Digital:How the Net Generation Is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill, 2008.

Yong Zhao, Wei Qiu, and Naiyi Xie,. *Social Networking, Social Gaming, Texting*. Handbook of Children and the Media. Los Angeles: SAGE, 2012.

กาญจนา แก้วเทพ. คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2555.

แก้วเทพ, กาญจนา. สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2551.

ไกรฤกษ์ ศิลาคม "เสรีภาพเชิงปรัชญาและปัญหาการใช้เสรีภาพในสังคมไทย." เข้าถึงได้จาก http://www.gotoknow.org/blogs/posts/494141.

เข็มพร วิรุณราพันธ์. "สัมภาษณ์." 2557.

จอมพล พิทักษ์สันตโยธิน. "หนังโป๊ สื่อลามก และการแสดงความคิดเห็น." ใน มาราธอน: อินเทอร์เน็ตการเมือง วัฒนธรรม ฉบับออกตัว,นฤมล กล้าทุกวัน บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: เครือข่ายพลเมืองเน็ต, 2555.

จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และนันทน อินทนนท์. ลิขสิทธิ์ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล มาตรการทางเทคโนโลยีและทางเลือกสำหรับประเทศไทย กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

เฉลิมวรรณ ห่อทองคำ. "ตรรกะการบริโภคและลักษณะสื่อคือสารของโทรศัพท์เคลื่อนที่." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ชนัญสรา อรนพ ณ อยุธยา. "การใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการแสวงหาและการเรียนรู้จริยธรรมของเยาวชน." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ฐิติพร ตั้งไตรธรรม. "การวัดค่านิยมและลักษณะการยอมรับนวัตกรรมของวัยรุ่นไทย ", วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต โครงการพิเศษ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ณัฐพร ศรีสติ. "ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการของนิสิตนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ไทยรัฐ. "ไทย ‘ติดโผ’ ละเมิดลิขสิทธิ์-ทรัพย์สินทางปัญญา ปีที่ 5 " เข้าถึงได้จาก http://www.thairath.co.th/content/oversea/257135.

ธนยศ ศิริดำรงศักดิ์. "ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเด่น ความพึงพอใจในชีวิตและความพึงพอใจในการทำงานของคนงานไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

ธาตรี ใต้ฟ้าพูล. "สัมภาษณ์." 2557.

ธาม เชื้อสถาปนศิริ "ทำไมคนรุ่นใหม่ถึงคิดถึงแต่ตัวเอง Me Me Me ที่สงสัยมีคำตอบแล้ว." เข้าถึงได้จาก, http://truehits.net/index_ranking.php.

พจนานุกรมแปลภาษา. เข้าถึงได้จาก, http://th.w3dictionary.org/index.php?q=self.

พรพิมล เจียมนาครินทร์. พัฒนาการของวัยรุ่น. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ แกรมมี่, 2539.

พวงผกา คุโรวาท. ศิลปะและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น, 2549.

พิรงรอง รามสูต. โครงการสถานภาพของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย:การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ. กรุงเทพฯ: สำนักงานสนับสนุนกองทุนการวิจัย, 2550.

มานะ ตรีรยาภิวัฒน์. "สัมภาษณ์." 2557.

เมตตา วิวัฒนานุกูล. เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในสังคมไทย, รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพฯ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

วนิดา แสงสารพันธ์. หลักกฎหมายสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: วิญญูชน, 2552.

วรชัย ทองไทย. "มองสังคมอเมริกันผ่านคน’รุ่น’ต่างๆ." ใน ครอบครัวไทยในสถานการณ์เปลี่ยนผ่านทางสังคมและประชากร,สุชาดา ทวีสิทธิ์ ชาย โพธิสิตา บรรณาธิการ, 266. นครปฐม: สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2552.

วิไลรัตน์ เอมเอี่ยม. "Selfie Selfie." A Day Bulletin 2557.

โวฟกัง เบเนเค็ค และ มินนา นิโคโลวา. "ความเข้าใจในสิทธิมนุษยชน : คู่มือการศึกษาสิทธิมนุษยชน." สุริชัย หวันแก้ว และ กนกพรรณ อยู่ชา บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2549.

ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย. "จัดอันดับเวบ." เข้าถึงได้จาก http://truehits.net/index_ranking.php.

สราวุธ ปิติยาศักดิ์. กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ = *Information Technology Law*. กรุงเทพฯ: นิติธรรม, 2555.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. รายงานการวิจัยประเมินผลคุณธรรม 8 ประการของผู้เรียน : เจตคติและพฤติกรรม. กรุงเทพฯ: บริษัทเพลิน สตูดิโอ จำกัด, 2551.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. "การสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554 " เข้าถึงได้จาก, http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ictHSum54.pdf.

สุนิตา เข็มทอง. "ความตระหนักรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานวรรณกรรม งานศิลปะ-การแสดง และโสตทัศน์บนอินเทอร์เน็ต." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

อธิป จิตตฤกษ์. "ฝันของศตวรรษที่ 19 ที่เป็นจริงในศตวรรษที่ 21:ดนตรีสมัยนิยมยุคหลังปฏิวัติดิจิทัลกับการบรรลุความเป็นศิลปินแบบโรแมนติก." ใน มาราธอน:อินเทอร์เน็ต การเมืองวัฒนธรรม ฉบับออกตัว,นฤมล กล้าทุกวัน บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: เครือข่ายพลเมืองเน็ต, 2555.

อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล. "สัมภาษณ์." 2557.

อิทธิพล ปรีติประสงค์. "สัมภาษณ์." 2557.

เอกสารการสอนชุดวิชา 15307 กฎหมายและจริยธรรมด้านนิเทศศาสตร์:กฎหมายลิขสิทธิ์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2550.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ก

ตารางแสดงนามแฝง เพศ และระดับการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์

ลำดับที่	นามแฝง	เพศ	ระดับการศึกษา
1	บีม	ชาย	มัธยมศึกษาตอนต้น
2	พลอย	หญิง	มัธยมศึกษาตอนต้น
3	กระต่าย	หญิง	มัธยมศึกษาตอนต้น
4	ข้าวฟ่าง	หญิง	มัธยมศึกษาตอนต้น
5	ปาร์ตี้	หญิง	มัธยมศึกษาตอนต้น
6	น้ำอ้อย	หญิง	มัธยมศึกษาตอนต้น
7	บูรณ์	ชาย	มัธยมศึกษาตอนต้น
8	ชะม้อย	ชาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย
9	มินท์	หญิง	มัธยมศึกษาตอนปลาย
10	วิรุฬห์	หญิง	มัธยมศึกษาตอนปลาย
11	บิวท์	หญิง	มัธยมศึกษาตอนปลาย
12	บุ๊ค	ชาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย
13	น้ำตาล	หญิง	มัธยมศึกษาตอนปลาย
14	ลูกนัท	ชาย	ปริญญาตรี
15	กานต์	หญิง	ปริญญาตรี
16	ปุ้ย	หญิง	ปริญญาตรี
17	เฟี๊ยต	หญิง	ปริญญาตรี
18	ทัวร์	ชาย	ปริญญาตรี
19	ตั๊ก	หญิง	ปริญญาตรี
20	แมน	ชาย	ปริญญาตรี

ภาคผนวก ข

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>แบบสอบถาม</u>
เรื่อง "ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์
ของเด็กและเยาวชนไทย"

<u>คำชี้แจง</u> แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษาค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย จึงขอความร่วมมือจากคุณในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริงและตามความเห็นของคุณ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา โดยข้อมูลในการตอบแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะภาพรวมเท่านั้น

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ○ หรือเติมคำลงในช่องว่างที่ตรงกับตัวคุณมากที่สุด

<u>ตอนที่ 1</u> ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ ○ หญิง ○ ชาย

2. อายุ ..... ปี

3. ระดับการศึกษา (ที่คุณกำลังศึกษาอยู่)

○ มัธยมศึกษาตอนต้น ○ มัธยมศึกษาตอนปลาย

○ ปริญญาตรี

4. ชีวิตความเป็นอยู่ของคุณ

○ (1) อยู่หอพักคนเดียว

○ (2) แชร์ห้องอยู่กับเพื่อน

○ (3) อยู่กับครอบครัวเดี่ยว (มีพ่อ, แม่, พี่น้อง และตัวคุณเอง)

○ (4) อยู่กับครอบครัวขยาย (มีปู่, ย่า, ตา, ยาย และญาติๆ อยู่ในครัวเรือนเดียวกัน)

5. ทรรศนะของคุณต่อการรับประทานอาหารเย็นกับครอบครัวตรงกับข้อใดมากที่สุด

○ (1) ต้องทานด้วยกันทุกวันให้พร้อมหน้า

○ (2) พยายามจะทานข้าวกันพร้อมหน้า แต่ถ้าไม่สะดวกจริงๆ ก็ไม่เป็นไร

○ (3) ตามสะดวกเลย ถึงอยู่บ้านพร้อมหน้ากัน ก็ไม่จำเป็นต้องทานร่วมโต๊ะเวลาเดียวกัน

○ (4) ไม่จำเป็นเลยที่จะต้องพยายามทานข้าวร่วมโต๊ะกัน เพราะทุกคนก็มีอะไรต้องทำของตัวเอง

6. เมื่อคุณมีปัญหาคุณปรึกษาใครเป็นอันดับแรก

○ (1) ปรึกษาคนที่ไม่รู้จักในอินเทอร์เน็ต

○ (2) ปรึกษาเพื่อน

○ (3) ปรึกษาแฟน

○ (4) ปรึกษาครู

○ (5) ปรึกษาพ่อแม่พี่น้องหรือคนในครอบครัว
○ (6) ปรึกษาผู้ใหญ่ที่รู้จัก
○ (7) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

7. เมื่อมีเวลาว่างคุณจะเลือกทำอะไรเป็นอย่างแรก (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

○ (1) ชมภาพยนตร์ ○ (2) ช้อปปิ้ง
○ (3) อ่านหนังสือ ○ (4) ใช้อินเทอร์เน็ต
○ (5) นอนหลับพักผ่อน ○ (6) ออกกำลังกาย
○ (7) ดูโทรทัศน์ ○ (8) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. คุณเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของคุณมากที่สุด

ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
8.1 ถ้าต้องเดินผ่านผู้ใหญ่ที่นั่งอยู่ ฉันจะก้มตัวขณะเดินผ่านเพื่อเป็นการแสดงความอ่อนน้อมต่อท่าน					
8.2 ถ้าญาติพี่น้องเดือดร้อนเรื่องเงิน ถึงจะลำบากแค่ไหนก็ต้องหาทางช่วย					
8.3 การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นเรื่องปกติในยุคสมัยนี้					
8.4 การใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อของที่ไม่จำเป็น แต่สนองความต้องการทางใจ ถือว่าไม่ใช่เรื่องฟุ่มเฟือย					
8.5 ผู้หญิงควรหลีกเลี่ยงการใส่เสื้อสายเดี่ยวหรือกระโปรงสั้นเพื่อความปลอดภัยของตัวเอง					
8.6 หากเราพึ่งตัวเองและไม่ได้ทำให้ใครเดือดร้อน เราก็คือพลเมืองที่ดีของสังคมแล้ว					
8.7 ออมวันนี้ เพื่อพรุ่งนี้ที่ดีกว่า					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

9. คุณเคยมีประสบการณ์ในประเทศตะวันตก (เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา ยุโรป ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เป็นต้น) ในระดับใด

○ (1) ไม่เคยไปเลย
○ (2) เคยไปเที่ยวระยะสั้นไม่ถึง 1 เดือน
○ (3) เคยไปเรียนภาษาประมาณ 1-2 เดือน หรือเข้าร่วมโครงการ work and travel
○ (4) เคยไปเรียนต่อ/ใช้ชีวิตอยู่กับครอบครัวอย่างต่อเนื่อง 2-6 เดือน
○ (5) เคยไปเรียนต่อ/ใช้ชีวิตอยู่กับครอบครัวมากกว่า 6 เดือน
○ (6) ไม่เคยไปประเทศตะวันตก แต่เคยไปประเทศอื่น เช่น ..... โดยไปเพื่อ.....เป็นระยะเวลา.....

10. ข้อใดที่ตรงกับคุณมากที่สุด

สถานการณ์	บ่อยที่สุด (5)	บ่อย (4)	บางครั้ง (3)	นานๆ ที (2)	ไม่เคยทำ (1)
10.1 ฟังแต่เพลงภาษาอังกฤษเป็นหลักจะได้เรียนรู้ศัพท์ไปด้วย					
10.2 ชมภาพยนตร์/ ซีรีส์ที่เป็นเสียง Sound Track โดยไม่มีคำบรรยายภาษาไทย					
10.3 รับข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/ โทรทัศน์ หรือเว็บไซต์ที่เป็นภาษาอังกฤษ					
10.4 เล่นเกมภาษาอังกฤษ เช่น Crosswords เกมกด เกมออนไลน์ เป็นต้น					

<u>ตอนที่ 2</u> พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

11. คุณมีเครื่องมือสื่อสารใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○ (1) สมาร์ทโฟน ○ (2) แท็บเล็ต เช่น แกแลคซี่ ไอแพด ○(3)ไอพอด
○ (4) คอมพิวเตอร์พกพา (โน้ตบุ๊ค) ○ (5) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ(PC)
○ (6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. คุณใช้สื่อออนไลน์ใดเป็นหลัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○ (1) E-mail ○ (2) Facebook
○ (3) Twitter ○ (4) Instagram
○ (5) YouTube ○ (6) Socialcam
○ (7) GooglePlus ○ (8) Hi5
○ (9) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. คุณใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยเพียงใด

○ (1) ใช้ทุกวัน ○ (2) วันเว้นวัน
○ (3) 2-3 วันต่อสัปดาห์ ○ (4)สัปดาห์ละวัน
○ (5) น้อยกว่าสัปดาห์ละวัน

14. โดยรวมแล้วคุณใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลานานเท่าใดในแต่ละวันที่เข้าใช้

○ (1) มากกว่า 3 ชั่วโมง ○ (2) 2-3 ชั่วโมง
○ (3) 1-2 ชั่วโมง ○ (4) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

15. คุณใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อจุดประสงค์ใดเป็นหลัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○ (1) สืบค้นข้อมูล ○ (2) ติดตามข่าวสาร
○ (3) เล่นเกม ○ (4) สื่อสารพูดคุยกับเครือข่าย คนรู้จัก
○ (5) ดูทีวีย้อนหลัง ○ (6) เข้ากลุ่มที่ตนเองสนใจ
○ (7) ดูคลิปวิดีโอ/มิวสิควิดีโอ ○ (8) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

16. ข้อใดอธิบายรูปแบบการเปิดรับข่าวสารออนไลน์ของคุณได้ดีที่สุด

○ (1) อ่านตามเวบไซต์หนังสือพิมพ์ที่น่าเชื่อถือ เช่น ไทยรัฐออนไลน์ มติชนออนไลน์ เป็นต้น
○ (2) อ่านตามเวบไซต์ท่า ที่ไม่ใช่เวบไซต์ของหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะ เช่น KAPOOK MTHAI เป็นต้น
○ (3) อ่านจากเวบบอร์ดที่มีคนมาคุยแลกเปลี่ยนกัน
○ (4) ตามอ่านจากหน้าแรก (Feed) ของเฟซบุ๊ก ที่เพื่อนแชร์มา

17. ข้อใดตรงกับคุณมากที่สุด

○ (1) ไม่อ่านหนังสือพิมพ์เลย
○ (2) ติดตามฟังข่าวหรือดูรายการเล่าข่าวจากทางวิทยุหรือโทรทัศน์
○ (3) ติดตามฟังข่าวหรือดูการรายงานข่าว เช่น ข่าวภาคเช้า ข่าวภาคค่ำ เป็นต้น
○ (4) อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ

<u>ตอนที่ 3</u> ค่านิยมดิจิทัล

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของคุณมากที่สุด

ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
18. กฎเกณฑ์ต่างๆ บางทีก็ไม่จำเป็น ควรให้คนใช้วิจารณญาณที่ดีของตัวเอง					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
19. ผู้คนมีสิทธิ์ที่จะพูด เขียน หรือแสดงออกถึงความคิดอะไรก็ได้ ตราบใดที่ไม่ทำให้ใครเดือดร้อน					
20. การแบนละครเหนือเมฆเป็นเรื่องปกติ ที่ผู้บริหารช่อง 3 สามารถสั่งแบนได้ เพราะถือเป็นการตัดสินใจทางธุรกิจขององค์กร					
21. สื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยเพิ่มเสรีภาพทางการสื่อสารให้คนไทยโดยเฉพาะจากสื่อที่ควบคุมโดยรัฐอย่างวิทยุโทรทัศน์					
22. การโหลดเพลงจากอินเทอร์เน็ต ไม่ถือว่าเป็นการเอาเปรียบคนที่ผลิตและทำเพลง แต่เป็นการแบ่งปันกันเพื่อความบันเทิง					
23. รถที่ขับถูกช่องทางจราจรแม้จะไปถึงที่หมายช้ากว่าคันที่ชอบปาดแซงคนอื่น แต่ก็รู้สึกดีกว่า					
24. งานสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาและความพยายาม เราจึงควรอุดหนุนผลงานลิขสิทธิ์มากกว่าของเลียนแบบหรือทำซ้ำ					
25. ฉันจะไม่ลงคะแนนเลือกนักการเมืองที่มีประวัติทุจริตมาก่อน					
26. การลอกการบ้านเพื่อนไม่ใช่เรื่องเสียหายเพราะเป็นเรื่องปกติธรรมดาของนักเรียนนักศึกษา					
27. เมื่อนำข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมาใช้ทำรายงาน ก็ควรเขียนบรรณานุกรมอ้างอิงแหล่งที่มาเสมอ					
28. การช่วยแบ่งปันหรือแชร์ข้อความที่ต้องการความช่วยเหลือผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ตามหาเด็กหาย ขอบริจาคเลือด ถือว่าเป็นทางหนึ่งที่สามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้					
29. การสานเสวนาที่เปิดเวทีให้ทุกภาคส่วนมาอภิปรายร่วมกันคือหนทางสู่การแก้ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองในสังคมไทย					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
30. การโพสต์คำถามผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาคำตอบหรือทางออกเป็นการกระทำที่แสดงถึงความโง่เขลาและอับจนของผู้โพสต์					
31. ทุกคนมีจุดแข็งจุดอ่อนต่างกัน การทำงานเป็นกลุ่มที่ทดแทนข้อเสีย หรือส่งเสริมข้อดีของกัน ย่อมดีกว่าการทำงานคนเดียว					
32. สารานุกรมออนไลน์อย่างวิกิพีเดีย (Wikipedia) แม้เป็นสารานุกรมที่ให้อาสาสมัครเขียน แต่มีความน่าเชื่อถือเพราะมีการตรวจสอบความถูกต้องทั้งเนื้อหาและเรื่องลิขสิทธิ์					
33. เมื่อมีละครเรื่องโปรดฉันก็จะต้องตามดูทุกตอน ถ้าไม่มีโอกาสได้ดูช่วงที่ละครออกอากาศฉันก็ต้องไปดูย้อนหลัง					
34. เมื่อปรึกษากันเรื่องงานกลุ่ม คนในกลุ่มก็ไม่ควรชวนกันคุยเล่นเรื่องอื่น เพราะจะทำให้ไม่มีสมาธิคิดเรื่องงาน					
35. การเข้าไปเล่นเฟซบุ๊กระหว่างการทำงานไม่ใช่เรื่องเสียหายอะไร ถือว่าเป็นการคลายเครียด					
36. ฉันสามารถจะดูหนังฟังเพลงได้ทุกที่ทุกเวลา					
37. ถ้าจะเลือกงานทำในอนาคต ฉันจะเลือกงานที่ทำแล้วสนุก แม้ว่าจะได้ค่าตอบแทนน้อยกว่างานที่ไม่สนุกก็ตาม					
38. เมื่อดูข่าว ฉันก็จะเลือกดูข่าวเบาสมองหรือข่าวบันเทิง					
39. ถ้าจะให้รางวัลบุคคลแห่งปี ฉันคิดว่าสตีฟ จอบส์ ควรได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลนี้					
40. โทรศัพท์มือถือธรรมดาก็ใช้ได้ดี ไม่จำเป็นต้องใช้สมาร์ทโฟน เพราะใช้โทรออก-รับสายได้เหมือนกันและช่วยประหยัดแบตเตอรี่ได้มากกว่า					
41. การสร้างนวัตกรรมหรือการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่แม้สิ่งที่มีอยู่เดิมหายไป ก็ควรต้องทำเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
42. คนไทยควรเลิกคิดพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เองได้แล้ว เพราะการคิดค้น พัฒนาโปรแกรมเหล่านี้ต้องใช้เวลานานและเงินทุนมหาศาล ซื้อเอาจากต่างประเทศจะได้โปรแกรมที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพและสะดวกกว่า					
43. เมื่อเดินเข้าไปในห้องเรียน แล้วเพื่อนๆ หันมามองฉัน ฉันคิดว่าคนอื่นกำลังพูดถึงฉัน					
44. ทุกคนชอบให้ฉันเล่าเรื่องของตัวเองให้ฟัง					
45. เพื่อนบางคนนินทาหรือว่าร้ายฉันลับหลังก็เพราะอิจฉาที่ฉันดีกว่า เก่งกว่า					
46. ไม่ว่าฉันจะโพสต์อะไรในเฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรม ก็จะมีคนคอยติดตามและมากดไลค์เสมอ					
47. ทำดีแล้วเด่นจะเป็นภัย ไม่มีใครอยากเห็นเราเด่นเกิน					
48. ฉันมักคิดแบบ ”เอาใจเขามาใส่ใจเรา” อยู่เสมอ					
49. คนที่ยากจนในสังคมส่วนใหญ่เป็นเพราะขี้เกียจและรอคอยการช่วยเหลือเพียงอย่างเดียว					
50. ก่อนจะว่าใคร ฉันพยายามลองคิดว่า ฉันจะรู้สึกอย่างไร ถ้าฉันเป็นคนๆ นั้น					
51. ชนกลุ่มน้อยก็เป็นคนไทยคนหนึ่ง ควรได้รับสิทธิเท่าเทียมคนอื่น					
52. คนเราไม่ควรตัดสินคนอื่นเพราะสถานการณ์ในชีวิตแต่ละคนไม่เหมือนกัน					
53. เมื่อฟังเรื่องราวหรือปัญหาของคนอื่น ฉันมักจินตนาการว่าตัวเองจะรู้สึกอย่างไร ถ้าเหตุการณ์ในเรื่องเกิดขึ้นกับฉัน					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>ตอนที่ 4</u> **พฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์**
คุณเคยกระทำพฤติกรรมเหล่านี้บ่อยครั้งเพียงใด ในสถานการณ์ต่อไปนี้
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

พฤติกรรม	ทำเป็นประจำ (5)	ทำแทบทุกครั้ง (4)	ทำบ้างไม่ทำบ้าง (3)	นานๆ ทำที (2)	ไม่เคยทำเลย (1)
54. หลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมาผ่านสเตตัสและคอมเมนท์บนเฟซบุ๊ก ถ้าความเห็นนั้นขัดแย้งกับสิ่งที่เพื่อนในเครือข่ายโพสต์ เพราะกลัวจะทะเลาะกัน					
55.กดถูกใจ (Like) เฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อแสดงจุดยืนทางความคิดในเรื่องต่างๆ เช่น เพจ ฉันเป็น “ลิเบอรัล”, มั่นใจคนไทยเกินล้านอยากดู “เหนือเมฆ 2” เป็นต้น					
56. หลีกเลี่ยงการโพสต์หรือแชร์เนื้อหาทางการเมือง เพราะกลัวว่าจะขัดแย้งกับเพื่อนที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองต่างๆ กัน					
57. ไม่กดแชร์สเตตัสที่วิจารณ์การกระทำของคนในสังคม เพราะกลัวจะมีคนตำหนิ					
58. ไม่โพสต์สเตตัสที่เป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นเชิงลบหรือว่ากล่าวตำหนิบุคคลอื่น แม้จะไม่เอ่ยชื่อ เพราะกลัวว่าจะถูกมองไม่ดี และกระทบความรู้สึกของคนอื่นที่อยู่ในเครือข่ายเพื่อน (friends)					
59. เมื่อแบ่งปัน (Share) คำพูด/รูปภาพจากใครก็ตามในเฟซบุ๊ก ฉันจะบอกกล่าว/ขออนุญาตเจ้าของคำพูด/รูปภาพนั้นก่อน					
60.ฉันดาวน์โหลดเพลงที่มีลิขสิทธิ์ โดยจ่ายเงินซื้ออย่างถูกต้อง เช่น ซื้อใน ITunes หรือดาวน์โหลดเพลงจากค่ายเพลงต่างๆ					
61.ฉันมักจะใช้การ copy ข้อความโดนใจหรือข้อมูลดีๆ มาโพสต์เป็นสเตตัสของตัวเอง มากกว่าใช้การกด share จากแหล่งที่มาของข้อมูลนั้น					

พฤติกรรม	ทำเป็นประจำ (5)	ทำแทบทุกครั้ง (4)	ทำบ้างไม่ทำบ้าง (3)	นานๆ ทำที (2)	ไม่เคยทำเลย (1)
62. ฉันมักจะไม่ระบุแหล่งที่มา/อ้างอิงแหล่งข้อมูลในรายงานที่ทำส่งอาจารย์ ถ้าข้อมูลนั้นสืบค้นได้จากเว็บไซต์ทั่วไปที่ไม่ได้เป็นเว็บไซต์เชิงวิชาการหรือของสถาบันการศึกษา					
63. ฉันมักจะ copy โปรแกรมคอมพิวเตอร์จากเพื่อน หรือซื้อแผ่นโปรแกรมที่มีคนทำ copy ขาย มากกว่าซื้อแผ่นลิขสิทธิ์					
64. ฉันมักจะติดตามอ่านข่าวสารจากเว็บไซต์ที่เป็นต้นตอหรือแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ อย่างเช่น เว็บไซต์ข่าว และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ มากกว่าเว็บไซต์ที่ดูเหมือนจะคัดลอกเอาเนื้อหาข่าวมาจากที่อื่นโดยไม่ได้อ้างถึงที่มา					
65. ฉันมักจะหลีกเลี่ยงการโพสต์รูปที่ดูไม่เหมาะสม เช่น รูปแต่งตัวโป๊ ดื่มเหล้า หรือ แสดงกริยาท่าทางไม่เหมาะสม เพราะไม่อยากให้คนอื่นมองไม่ดี					
66 ฉันมักจะแชร์เพลงหรือคลิปวิดีโอที่ตัวเองชอบและสนใจในเฟซบุ๊ก					
67. ฉันมักจะโพสต์สถานะ(Status) ที่เป็นคำคมโดนใจหรือคำพูดที่คิดว่าคนอื่นจะชอบ					
68. ฉันไม่เชคอิน (check in) สถานที่และแชร์ในเฟซบุ๊กเมื่อไปสถานที่ต่างๆ เพราะไม่อยากให้คนอื่นรู้ความเคลื่อนไหว และไม่อยากเป็นที่สนใจ					
69. ฉันมักจะเลือกลงรูปถ่ายตอนที่ได้ทำกิจกรรมที่ตัวเองชอบ เป็นตัวของตัวเองและดูดี เพื่อให้เป็นที่สนใจและติดตามจากเพื่อนในเครือข่ายเฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรม					

ขอบคุณที่สละเวลาทำแบบสอบถามนี้ค่ะ ☺

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวฑิตยา ปิยภัณฑ์ เกิดเมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ.2529 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) สาขาวิชาภาษาเกาหลี คณะอักษรศาสตร์ เมื่อ พ.ศ. 2550 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารและสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ พ.ศ. 2556

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University