

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของวัยรุ่นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2) ศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของวัยรุ่นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของวัยรุ่นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามลักษณะของการทำงานสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 360 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (t - test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า ความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดในด้านการศึกษาและด้านความบันเทิง รองลงมาคือ ด้านการสื่อสาร และมีความคิดเห็นน้อยที่สุดในด้านสังคม ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ชั้นปีที่ศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และประเภทข้อมูลที่เลือกรับจากสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความคิดเห็นวัยรุ่น, การใช้สื่อสังคมออนไลน์, นิสิตคณะสังคมศาสตร์

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study opinions of adolescents on the use of social media, 2) compare the opinions of adolescents on the use of social media, classified by personal factors and 3) compare the opinions of adolescents on the use of social media, classified by social media usage characteristics. The sample group used in this research was 360 students from the Faculty of Social Sciences, Kasetsart University. Questionnaire was used as a tool to collect data then analyzed by using computer program. For the statistics used in data analysis consisted of percentage, mean, standard deviation, t-test and One-Way ANOVA by determining the statistical significance level of 0.05

The research found that the sample group had overall high level of opinions and had high level of opinions in all aspects. When sorting from the highest to lowest means, it found that the sample group had the sample group had opinions on the use of social media at highest level in educational and entertainment part, followed by communication while they had lowest level of opinion on social part. The results of the hypothesis testing of personal factors showed that the sample group who had studying in different college years, had opinions on social media usage differently with statistical significance at the level of 0.05 About social media usage characteristics, the research found that the sample group who had different objectives of social media using and data types chosen to receive from social media, had opinions on social media usage differently with statistical significance at the level of 0.05

Keyword: Opinions of Adolescents, Use of Social Media, Faculty of Social Sciences Students

บทนำ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมากเพราะทำให้วิถีชีวิตเราทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ ซึ่งสามารถค้นหาสิ่งที่ตนสนใจได้ ในทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปค้นคว้าในห้องสมุด หรือแม้แต่การรับรู้ข่าวสารทั่วโลก ก็สามารถอ่านได้ในอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่างๆ อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นแหล่งแห่งการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารจากยุคการสื่อสารแบบดั้งเดิมในโลกแห่งความเป็นมาสู่การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัลแห่งโลกเสมือนจริง (Virtual World) ก่อให้เกิดยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดนทำให้คนจำนวนมากทั่วโลกมีการดำเนินชีวิตทั้งในสังคมของโลกแห่งความเป็นจริงและสังคมแห่งโลกเสมือนจริงๆ (ทฤษฎีปัญญา, 2552) หลายรูปแบบ เช่น เว็บไซต์ต่างๆ (www) การแชท (Chat) การส่งอีเมล (E-mail) ประชาสัมพันธ์ เปิดรับข้อมูล เป็นต้น เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อสังคมเป็นอย่างมากทั้งในด้านบวกและลบ ในด้านบวกกล่าวคือ ใช้เพื่อเปิดรับข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูลในทางการศึกษา การค้นคว้า การวิจัย การจัดการความรู้ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นพื้นที่สาธารณะที่สมาชิกซึ่งก็คือ คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติ ศาสนา ทุกระดับการศึกษา ทุกสาขาอาชีพและทุกกลุ่มสังคมย่อยจากทั่วโลก เป็นผู้สื่อสารหรือเขียนเล่าเนื้อหาเรื่องราวประสบการณ์ บทความ รูปภาพและวิดีโอที่สมาชิกเขียนและทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต สื่อสังคม (Social Network) เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องก่อให้เกิดวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีของสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายประเภท ได้แก่ เว็บไซต์บล็อก (Weblog) หรือเรียกสั้นๆ ว่า บล็อก (Blog เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Sites) เช่น Facebook tagged hi5 เว็บไซต์สำหรับแบ่งปันวิดีโอ (Video-sharing Sites) และผลงาน เช่น YouTube เว็บไซต์ประเภท Micro Blog เช่น Twitter วิกิ (Wikis) และโลกเสมือน เช่น SecondLife และ World WarCraft หรือสื่อสังคมออนไลน์ประเภท แอปพลิเคชัน (Application) บนเทคโนโลยีไร้สาย เช่น line Whatapp Skype Badoo Skout Instagram ChatNow Sociacam Beetalk Wechat เป็นต้น ซึ่งโซเชียลมีเดียทั้งหลายนี้เป็นเครื่องมือของการสื่อสารของคน

สังคมในปัจจุบันที่นิยมใช้กันทั่วโลก และมองย้อนหลังไปประมาณ 3 ปี ประเทศไทยมีการนำโซเชียล (Social Network) ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารมากมายทั้งเพื่อน ครอบครัว แฟน หรือการทำงานในหน่วยงานองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน (บุญเลิศ รุ่งผึ้ง, 2553)

การสื่อสารในช่องทางสื่อสังคม (Social Network) เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสนทนาตอบโต้กันได้โดยไร้ข้อปิดบังของความคิด มีกิจกรรมต่างๆ ทั้งสาระความบันเทิง ความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มากมาย ซึ่งแต่ละสื่อสังคมออนไลน์ต่างมีเครื่องมือที่แตกต่างกันไปอยู่ที่ผู้ใช้จะใช้งานต่อการสื่อสารอย่างไรหรือใช้เพื่อแบ่งปันประสบการณ์แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบของภาพ วิดีโอ ข้อความ เสียง ถือได้ว่าเป็นการสื่อสารที่ทันสมัยและให้ข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนสถานที่ใดก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในลักษณะเครื่องมือที่แตกต่างของ Social Media กับ Social Network โดย Social คือ “สังคม” ซึ่งในที่นี้ก็จะหมายถึงสังคมออนไลน์และ Media คือ “สื่อ” ซึ่งในที่นี้ก็จะ เป็นภาพ เสียง วิดีโอ ข้อความ เป็นต้น ทั้งนี้ Social Media จะหมายความว่าสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยใช้สื่อต่างๆ เป็นตัวแทนในการสนทนา โดยได้มีการจัดแบ่งประเภทของ Social Media ออกเป็นหลายประเภท เช่น ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (Publish) ที่มี Wikipedia Blogger เป็นต้น ประเภทสื่อแลกเปลี่ยน (Share) ที่มี YouTube, Flickr, SlideShare เป็นต้น ประเภทสื่อสนทนา (Discuss) ที่มี MSN, Skype, Google Talk เป็นต้น Social Network จึงเป็นส่วนหนึ่งของ Social Media และถ้ากล่าวโดยรวมสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมดจะใช้คำว่า Social Media แต่ถ้าต้องการเน้นเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์แล้วจะใช้คำว่า Social Network (สมพร บุญสุข, 2554)

การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย นั้นจัดว่าเป็นสื่อใหม่ (New media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญ และมีบทบาทต่อสังคมที่กำลังเปลี่ยนวิธีการติดต่อสื่อสารไปจากรูปแบบเดิม อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารช่องทางเลือกที่สำคัญ (Alternative channel) ของผู้คนในปัจจุบัน ส่งผลให้สื่อกระแสหลัก ทั้งหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร โทรทัศน์และวิทยุ ต่างหันมาให้ความสำคัญและนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียกันมากขึ้น ทำ

ให้สังคมทุกวันนี้กลายเป็นสังคมแห่งยุคข่าวสารและมีความแคบลง เนื่องจากการติดต่อกันทางเครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อโซเชียลมีเดีย ทำให้เกิดการรับรู้ได้ในทันที หรือ ในแบบ real time นั่นเอง

ในประเทศไทยนั้นที่สามารถเห็นปรากฏการณ์สังคมก้มหน้าได้ชัดเจนก็จะบนรถไฟฟ้ามหานคร และปัจจุบันสามารถเห็นได้ในที่สาธารณะทุกแห่ง เช่น ร้านอาหาร จะเห็นว่าเมื่อสั่งอาหารเสร็จแล้วต่างคนก็ต่างก้มหน้าอยู่บนจอมือถือของตัวเองอย่างอัตโนมัติ ซึ่งหากมองในแง่ดีก็มี เช่น ประเทศญี่ปุ่นสาเหตุที่ไม่ให้ใช้โทรศัพท์บนรถไฟเพราะจะได้ไม่มีเสียงที่รบกวนออกมา หรืออีกข้อดีระบบที่สื่อสารกันเป็นระหว่างคน 2 คน ไม่เหมือนการพูดคุยโทรศัพท์ในที่สาธารณะที่คนอื่นจะได้ยินว่าเราคุยอะไรกัน นอกจากนี้ยังเป็นการสื่อสารที่ทำให้คนเราเริ่มค้นพบมุมที่เป็นความสนใจของตัวเองที่เมื่อก่อนอาจจะไม่มีพื้นที่มาก แต่ตอนนี้เริ่มเห็นมีการรวมตัวกัน เช่น คนที่ชอบภาพสีน้ำเหมือนกันก็มีการส่งความสนใจให้กันและกันและขยายวงกว้างมากขึ้น จากกระแสการเมืองที่ร้อนแรงผนวกกับการเข้ามาใช้สื่อสังคมอย่าง Social Media โดยเฉพาะทวิตเตอร์ (Twitter) เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อย่างเข้มข้นของสื่อมวลชน กระแสหลักทั้งนักข่าวหนังสือพิมพ์นักข่าววิทยุ และนักข่าวโทรทัศน์ในการรายงานข่าวอย่างฉับไวจากพื้นที่ และความต้องการรับข่าวสารที่รวดเร็วและเพิ่มเติมแตกต่างจากสื่อกระแสหลักทำให้บทบาทของสื่อสังคม (Social Media) ในการสื่อสารข่าวเริ่มชัดเจนมากขึ้นในสังคมไทย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษารูปแบบการใช้งานสื่อสังคมในกระบวนการสื่อสารข่าวให้ทราบถึงลักษณะและบทบาทของสื่อสังคมว่ามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อสารข่าวให้ถูกต้องตรงกับความหมาย และการแต่ความหมายของผู้รับสารจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้ดี ส่วนที่เป็นผลทำให้มีผลกระทบทันทีก็คือเรื่องการใช้เวลากับสิ่งเหล่านี้ แม้สิ่งที่เราทำจะเป็นประโยชน์ถ้าก้มหน้าได้อย่างเดียวแต่เงยหน้าขึ้นมาไม่ได้เลย ในแง่การใช้เวลากับมันมากเกินไปจนเริ่มรบกวนสิ่งที่เรียกว่า การทำหน้าที่ปกติ เช่น ถึงเวลาต้องรับประทานอาหาร แต่รู้สึกว่าจะไม่กินก็ได้ หรือถึงเวลาต้องนอนก็ไม่นอน ซึ่งความจริงแล้วมันไม่ได้ อีกทั้งยังต้องยอมรับว่าการสื่อสารผ่านอุปกรณ์เหล่านี้ไม่ทดแทนการพูดคุยแบบเผชิญหน้ากัน ไม่ใช่แปลว่าเรามีเพื่อนมากมายอยู่ใน Facebook หรือใน Line แต่ในความเป็นจริงหากเราไปไหนแล้วไม่มีคนคุยด้วยหรือคุยกับคนอื่นไม่รู้เรื่อง ไม่มีเพื่อนในสังคมจริง ไม่ได้แปลว่าเรามีเพื่อน เพราะว่าทักษะทางสังคมที่เรียกว่า “Face to

face” การมองหน้าหรือสบตากัน การมีจังหวะในการพูดคุย บางคนเสียไปเลย เช่น เวลาจะพูดกับคนอื่นรู้สึกประหม่า หรือว่าไม่เข้าหาคนอื่น หรือวางตัวไม่ถูก หรือว่า ภาษาเป็นปัญหา เพราะภาษาที่ใช้ในโซเชียลเน็ตเวิร์กไม่ค่อยปกติ ยิ่งถึงเวลาเป็นเรื่องของการมักเริ่มมีปัญหาว่าจะพูดภาษาที่เป็นทางการอย่างไร

นอกจากนี้ บทบาทของสื่อสังคม (Social Network) ยังเชื่อมสัมพันธ์ต่างๆ ในลักษณะเครือข่ายที่โยงทำให้พบกับเพื่อนใหม่ๆ รวมถึงได้เชื่อมโยงหาเพื่อนเก่า ซึ่งไม่ได้ติดต่อกันมานานและเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ไม่มีระยะทางไม่มีข้อจำกัดเวลาและไม่มีขอบเขตที่สิ้นสุด แต่ในขณะเดียวกันอีกด้านหนึ่งของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social network) ก็เป็นการเปิดเผยอัตลักษณ์ของตนเพียงบางส่วนหรืออาจจะสร้างอัตลักษณ์ใหม่ๆ ขึ้นมาที่ไม่เหมือนกับโลกความเป็นจริงของตนเอง หากมองในแง่สื่อสมัยใหม่สื่อสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนย่อโลกให้เล็กลงซึ่งทำให้คนทั่วโลกสามารถเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหากันได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพียงแค่ใช้งานบนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีต่างๆ มากมายที่รองรับโซเชียลต่างๆ ในปัจจุบัน

จากที่ได้กล่าวมานั้น ทำให้เห็นว่าเยาวชนในประเทศไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี และได้ให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์เป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ทวียวิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นของวัยรุ่นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ กรณีศึกษานิสิต ระดับปริญญาตรี คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ซึ่งผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ต่างๆ จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social network) ในข้างต้น ทั้งนี้จึงเป็นแนวคิดของผู้วิจัย ที่ต้องการหาผลลัพธ์หรือผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าประกอบสำหรับผู้สนใจ และเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับสถานศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปพัฒนาเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมกับนิสิต นักศึกษา และประชาชนทั่วไปต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของวัยรุ่นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์

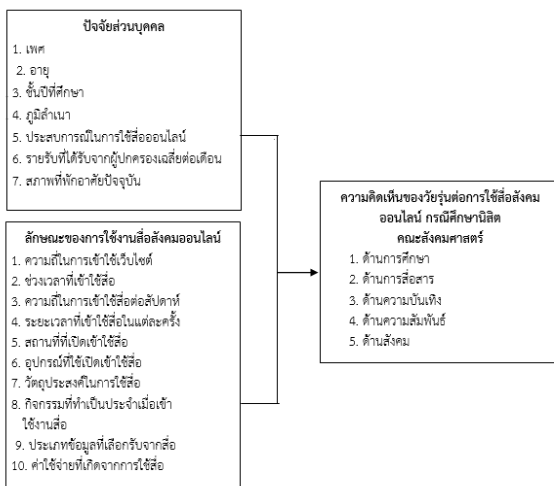
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของวัยรุ่นต่อการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของวัยรุ่นต่อการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามลักษณะของการใช้งานอีสื่อสังคมออนไลน์

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของวัยรุ่นต่อการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์ กรณีศึกษานิสิตคณะสังคมศาสตร์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดของรัชภา จิตศรีณยุกุล (2553: 20) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของปรัชญา หินศรีสุวรรณ (2555) ประวิณัฐ กาญจนขจรศักดิ์ (2556) อัจฉรา นางแย้ม (2556) พลกฤษณ์ ชิตชอบ (2557) แอนนา ปิติวงษ์ (2557) และเอกรินทร์ นิยมทรัพย์ (2558) แล้วได้นำมาประยุกต์ใช้ดังกรอบแนวคิด ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ คือ นิสิตคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ประจำปีการศึกษา 2560 ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2560 จำนวน 2,977 คน (ฝ่ายทะเบียนนิสิตคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน, 2560) การกำหนดขนาดของตัวอย่าง โดยใช้สูตรของยามาเน (Taro Yamane, 1973 อ้างถึงในสุพัตรา จุณณะปิยะ, 2546 : 158) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 353 คน หรือประมาณ 360 คน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอาจมีปัญหาหรืออาจจะไม่ได้รับการตอบแบบสอบถามกลับมาจึงต้องใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าค่าที่หาได้ และใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ภูมิตามสัดส่วนประชากร (Stratified Random Sampling) ตามจำนวนนิสิตในแต่ละภาคการศึกษา โดยแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตเท่ากับ 0.925 ซึ่งหมายความว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความน่าเชื่อถือในระดับยอมรับได้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และและทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Least Square โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต

นิสิตส่วนใหญ่ร้อยละ 63.9 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 29.7 กว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ร้อยละ 41.9 ศึกษาชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 31.4 ภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 35.0 ประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 32.2 มีรายรับที่ได้จากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และร้อยละ 43.3 สภาพที่พักอาศัยปัจจุบันเป็นทาวน์เฮ้าส์

ลักษณะของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต

ลักษณะของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตพบว่า ร้อยละ 30.3 มีความถี่ในการเข้าใช้เว็บไซต์คือ Line ร้อยละ 48.9 เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่างเวลา 18.01 – 21.00 น. ร้อยละ 94.2 เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน ร้อยละ 42.8 เข้าใช้สื่อ

สังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง มากกว่า 3 ชั่วโมง ร้อยละ 65.8 สถานที่ที่เปิดเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์คือ บ้าน/หอพัก ร้อยละ 83.1 ใช้โทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 42.2 วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อต้องการความผ่อนคลาย ร้อยละ 35.8 กิจกรรมที่ทำเป็นประจำเมื่อเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์คือ รับรู้ข่าวสารต่างๆ ร้อยละ 39.2 ประเภทข้อมูลที่เลือกรับจากสื่อสังคมออนไลน์คือ บันเทิง ร้อยละ 37.8 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301 – 500 บาท

ความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วย ด้านการศึกษา ด้านการสื่อสาร ด้านความบันเทิง ด้านความสัมพันธ์ และด้านสังคม ผลการวิเคราะห์ปรากฏ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้สื่อสังคม ออนไลน์ภาพรวม

(n = 360)			
ความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการศึกษา	3.97	0.61	มาก
ด้านการสื่อสาร	3.77	0.72	มาก
ด้านความบันเทิง	3.97	0.55	มาก
ด้านความสัมพันธ์	3.82	0.57	มาก
ด้านสังคม	3.75	0.66	มาก
รวมเฉลี่ย	3.86	0.52	มาก

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ภาพรวมพบว่า นิสิตมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดในด้านการศึกษาและด้านความบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.97)

เท่ากันทั้ง 2 ด้าน รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ด้านการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีความคิดเห็นน้อยที่สุดในด้านสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	ระดับ นัยสำคัญ Sig.	ผลการทดสอบ	
		เป็นไปตาม สมมติฐาน	ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน
1. ปัจจัยส่วนบุคคล			
1.1 เพศ	0.464	-	✓
1.2 อายุ	0.390	-	✓
1.3 ชั้นปีที่ศึกษา	0.046*	✓	✓
1.4 ภูมิลำเนา	0.660	-	✓
1.5 ประสบการณ์ในการใช้ สื่อออนไลน์	0.947	-	✓
1.6 รายรับที่ได้รับจาก ผู้ประกอบการเฉลี่ยต่อเดือน	0.408	-	✓
1.7 สภาพที่พักอาศัยปัจจุบัน	0.861	-	✓
2. ลักษณะการใช้งานสื่อสังคม ออนไลน์			
2.1 ความถี่ในการเข้าใช้ เว็บไซต์	0.266	-	✓
2.2 ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคม ออนไลน์	0.466	-	✓
2.3 ความถี่ในการเข้าสื่อสังคม ออนไลน์ต่อสัปดาห์	0.169	-	✓
2.4 ระยะเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคม ออนไลน์ในแต่ละครั้ง	0.113	-	✓
2.5 สถานที่ที่เปิดเข้าใช้สื่อ	0.550	-	✓

สังคมออนไลน์

2.6 อุปกรณ์ที่ใช้เปิดเข้าใช้สื่อ	0.541	-	✓
----------------------------------	-------	---	---

สังคมออนไลน์

2.7 วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ	0.001*	✓	-
------------------------------	--------	---	---

สังคมออนไลน์

2.8 กิจกรรมที่ทำเป็นประจำ	0.600	-	✓
---------------------------	-------	---	---

เมื่อเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

2.9 ประเภทข้อมูลที่เลือกรับ	0.050*	✓	-
-----------------------------	--------	---	---

จากสื่อสังคมออนไลน์

2.10 ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้	0.261	-	
---------------------------------	-------	---	--

สื่อ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ชั้นปีที่ศึกษาของนิสิตที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเรื่อง วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และประเภทข้อมูลที่เลือกรับจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ภาพรวมพบว่า นิสิตมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน และมีความคิดเห็นน้อยที่สุดในด้านสังคม

ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะปัจจุบันเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ประชาชนมีการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างทั่วถึงและทันทั่วทั้งทุกมุมโลก โดยย่อส่วนของโลกทั้งหมดไว้บนฐานข้อมูลสังคมออนไลน์ ส่งผลให้มีการใช้สังคมออนไลน์อย่างกว้างขวางทุกชนชั้นในสังคม และส่วนมากวัยรุ่นจะติดการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการศึกษาและความบันเทิง

2. จากการทดสอบสมมติฐานพบว่านิสิตที่มีชั้นปีที่ศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันโดยพบว่า นิสิตกลุ่มที่เรียนชั้นปีที่ 4 มีความคิดเห็นมากกว่านิสิตที่เรียนอยู่ชั้นปีที่ 2 และนิสิตที่เรียนอยู่ชั้นปีที่ 3 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนิสิตที่เรียนอยู่ชั้นปีที่ 4 ซึ่งเป็นวัยใกล้จบการศึกษาย่อมมีความคิดเห็นเป็นวัยค่อนข้างผู้ใหญ่ หรือวัยใกล้ทำงาน จึงมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันจากนิสิตชั้นปีอื่นๆ อีกทั้งนิสิตที่อยู่ในชั้นปีที่ 4 ย่อมมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการทำงานในอนาคต หรือเพื่อหางานทำ ในการเลี้ยงชีพหลังจบจากมหาวิทยาลัย อีกทั้งอาจใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากนิสิตชั้นปีที่ 2 และ 3 เป็นต้น

3. จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นิสิตที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้สื่อต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกันโดยพบว่ากลุ่มนิสิตที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้สื่อเพื่อความบันเทิงมีความคิดเห็นมากกว่ากลุ่มนิสิตที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสารและเพื่อต้องการความผ่อนคลายทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นิสิตส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น ยังต้องการเรียนรู้และชอบความสนุกสนานความบันเทิง ตามประสาวัยรุ่น ที่มีความนิยมชมชอบตามสถานการณ์ต่างๆ และความทันสมัยหรือสมัยใหม่ ส่งผลให้มีความคิดเห็นแตกต่างกัน

4. จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นิสิตที่มีประเภทข้อมูลที่เลือกรับจากสื่อต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันโดยพบว่า กลุ่มนิสิตที่รับข้อมูลประเภทแฟชั่น บันเทิง และความรู้มีความคิดเห็นมากกว่ากลุ่มนิสิตที่เลือกรับข้อมูลประเภทสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะด้วยวัยของนิสิตเอง ซึ่งยังเป็นวัยรุ่นย่อมมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และความชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภทแตกต่างกันไป ส่งผลให้มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ประกอบกับนิสิตที่เลือกรับข้อมูลประเภทแฟชั่น บันเทิง และความรู้ อาจต้องการแสวงหาสิ่งใหม่ๆ และความรู้ให้กับตัวเองเพื่อความก้าวหน้าหลังจบการศึกษา หรือหางานทำที่สามารถเลี้ยงตนเองได้ หรือต้องการอาชีพเสริมเพื่อเลี้ยงตัวเองประกอบ ซึ่งจะเห็นว่าแฟชั่น ความบันเทิง และความรู้ ต่างๆ มีอาชีพเสริมที่เพิ่มรายได้ให้กับนิสิต เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ทรูปลูกปัญญา. 2552. ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต. สืบค้นจาก http://www.truelookpanya.com/new/cms_detail/knownlwdge/3056-00/.
- บุญเรศ รังผึ้ง. 2553. เครือข่ายสังคมออนไลน์ : ผลกระทบทางสังคมในปัจจุบัน. สืบค้นจาก <http://www.13nr.org/posts/450300>
- ประวีณนุช กาญจนขจรศักดิ์. 2556. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในสังกัด
- ปรัชญา หินศรีสุวรรณ. 2555. รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พลกฤษณ์ ชิดชอบ. 2557. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- ภัชภา จิตศรีณยุกุล. 2553. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของพนักงาน บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). ปริญญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2560. ข้อมูลทะเบียนนิติคนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร. (อัดสำเนา).
- สมพร บุญสุข. 2554. Social Media กับ Social Network แตกต่างกันอย่างไรร. สืบค้นจาก <http://pongluck.blogspot.com/2012/08/social-media-social-network.html>.
- สุพัตรา จุณณปิยะ. 2546. คู่มือวิจัยทางรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
- อัจฉรา นางแย้ม. 2556. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- เอกนรินทร์ นิยมทรัพย์. 2558. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อทัศนคติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพระภิกษุสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- แอนนา ปิติวงษ์. 2557. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนตามความคิดเห็นของนักศึกษาปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุมวิทยาเขตชลบุรี. ปรินญา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Yamane, Taro. 1973. Statistics: An Introductory Analysis. Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.

วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2563)