

ปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ของนักศึกษา
ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย*

Communication Factors Affecting Online Gambling Media Literacy
Among Students in Chiang Rai Province

วันที่รับบทความ: 23 พ.ค. 68

วันที่แก้ไขบทความ:

ครั้งที่ 1 : 29 ก.ค. 68

ครั้งที่ 2 : 1 ส.ค. 68

วันที่ตอบรับ: 6 ส.ค. 68

อัญมณี ภักดีมवलชน**

Anyamanee Pakdeemualchon**

คมสัน รัตนะสีมากุล***

Komsan Rattanasimakul***

* บทความนี้ได้ปรับปรุงมาจากการวิจัยเรื่อง “บุคลิกภาพ พฤติกรรมการพนันออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา” ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ประจำปี 2567

* This article is adapted from the research on “Personality and Online Gambling Behavior Affecting Online Gambling Media Literacy of Higher Education Students” which received research funding from Chiang Rai Rajabhat University in 2024.

** นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (2563) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

** Doctor of communication Arts (Communication Arts) Chiang Rai Rajabhat University (2020). Currently a lecturer in Communication Arts, Faculty of Management Science, Chiang Mai Rajabhat University.

*** นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต (นศ.ด.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2549) ปัจจุบันเป็น รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*** Doctor of Philosophy (M.D.) Chulalongkorn University (2006). Currently Associate Professor, Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University.

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจำนวน 40 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling) ใช้กรอบทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ ได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของตนเอง 2) ปัจจัยทางด้านบุคคลที่ส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการเล่นพนัน 3) ปัจจัยทางด้านอิทธิพลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สื่อโฆษณาหรือการแนะนำโปรโมชันที่น่าสนใจผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก และโปรโมชันเว็บพนันออนไลน์ และ 4) ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านกฎหมาย พื้นที่ในการเล่นพนันออนไลน์

คำสำคัญ: ปัจจัย การรู้เท่าทันสื่อ พนันออนไลน์

Abstract

This qualitative research aims to study the communication factors affecting media literacy toward online gambling among university students in Chiang Rai Province. The study employed in-depth interviews with a total of 40 student participants. The sample was selected using purposive sampling and further expanded through snowball sampling based on referrals from individuals and experts. The research was analyzed using the framework of media literacy theory and relevant concepts related to factors influencing online gambling behavior.

The findings revealed that the communication factors affecting students' media literacy toward online gambling include 1) Personal behavioral factors, 2) Interpersonal influences that contribute to gambling behavior, 3) Media and online advertising influences, such as advertisements and promotional content on websites and platforms like Facebook, and 4) Other factors, including legal aspects and accessibility to online gambling platforms.

Keywords: Factors, Media Literacy, Online Gambling

บทนำ

การพนันออนไลน์ หรือการพนันทางอินเทอร์เน็ต เป็นการพนันที่ทำในอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีทั้งโป๊กเกอร์ กาลิโน และการพนันกีฬาแบบเสมือน สถานที่เล่นการพนันออนไลน์แห่งแรกคือการออกตัวสำหรับลอตเตอรีนานาชาติของประเทศลิคเตนสไตน์ในเดือนตุลาคม ค.ศ. 1994 ตามรายงานประมาณการหลายแห่ง ปัจจุบันตลาดนี้มีมูลค่าราว 40 พันล้านดอลลาร์สหรัฐทั่วโลกทุกปี ทั้งนี้มีหลายประเทศที่ยังคงจำกัดหรือห้ามการพนันออนไลน์ อย่างไรก็ตาม การพนันประเภทนี้ถูกกฎหมายในบางรัฐของสหรัฐอเมริกา บางรัฐของแคนาดา ประเทศส่วนใหญ่ในสหภาพยุโรป และบางประเทศในแคริบเบียน (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2564)

สุรเชษฐ์ โพธิ์แสง (2563) รองเลขาธิการสถาบันยุวทัศน์แห่งประเทศไทย กล่าวว่า สถานการณ์โควิดทำให้มีเว็บพนันออนไลน์เพิ่มขึ้นเกือบ 1 เท่า มีมากถึง 440 เว็บไซต์ ทั้งยังมีผู้ใช้เฟซบุ๊กกว่า 167 ของผู้ใช้ที่รับโปรโมทเว็บพนันออนไลน์ ประกอบไปด้วยคนที่มีหลากหลายอาชีพบนโลกออนไลน์ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์ รวมถึงเน็ตไอดอล ที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 200 คน ไปจนถึง 1.8 ล้านคน โดยเพจที่ได้รับความนิยมมากเพจหนึ่งก็คือเพจเกี่ยวกับการเล่นพนันออนไลน์

ทั้งนี้ที่ผ่านมารัฐบาลมีนโยบายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดการเกี่ยวกับ “เว็บพนันออนไลน์” ทั้งตำรวจศูนย์ปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (ศปอส.ตร.) สามารถบุกจับฐานปฏิบัติการของเว็บไซต์พนันออนไลน์ขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีเว็บไซต์

ในเครือข่าย 4 เว็บไซต์ มีผู้ใช้บริการกว่า 2 แสนคน มีเงินหมุนเวียนมากกว่า 200 ล้านบาท และมีการดำเนินการปิดเว็บไซต์ โดยรอบปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน สามารถจับกุมดำเนินคดีกับผู้กระทำผิดจำนวนทั้งสิ้นถึง 5,517 คดี ผู้ต้องหา 6,348 คน และมีการจับกุมผู้ที่เปิดบัญชีธนาคารแล้วนำไปใช้ในการกระทำผิดผ่านทางออนไลน์ จำนวน 344 ราย (บัญชี) โดยเป็นการพนันออนไลน์ มูลค่าความเสียหาย 154 ล้านบาท ซึ่งในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2565 ได้มีคำสั่งศาลปิดกั้นเว็บไซต์พนันออนไลน์มากกว่า 742 ยูอาร์แอล (มติชนออนไลน์, 2565)

การปิดเว็บไซต์เกี่ยวกับธุรกิจการพนันออนไลน์ มีการปิดเว็บไซต์จำนวนมาก ไม่มีกฎหมาย และการบังคับใช้ที่ห้ามการโฆษณาธุรกิจการพนันออนไลน์ทางตรงและทางอ้อมที่ชัดเจน ทำให้มีการโฆษณาและการทำการตลาด ที่ทำให้การพนันออนไลน์สามารถเข้าไปแทรกอยู่กับเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อีเมลล์ หรือแม้กระทั่งการส่งข้อความชักชวนให้เล่นพนันออนไลน์ผ่านข้อความในสมาร์ตโฟนของแต่ละบุคคล

เห็นได้ว่าปัจจุบันนี้ยุคสมัยที่เปลี่ยนไป การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาแทนการเล่นการพนันแบบเก่าจากเดิมที่เล่นการพนันที่บ้าน โรงเล่นการพนัน ที่ตำรวจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถจับกุมตัวบุคคลตามสถานที่นั้นๆ ได้ แต่เมื่อเปลี่ยนมาเป็นการเล่นการพนันออนไลน์ นอกจากจะเล่นบนเว็บไซต์แล้ว ยังใช้เงินที่เรียกว่าเงินดิจิทัล บิทคอยน์ การที่จะเก็บพยานหลักฐาน การใช้พระราชบัญญัติการพนัน และประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ก็ยังไม่มียกเว้นบทบัญญัติที่รองรับ เจ้าพนักงาน ตำรวจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ยากต่อการค้นหาหลักฐาน ทำให้กฎหมายเกี่ยวกับการพนันที่มีอยู่นั้นเก่า ล้าสมัย ไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย

อย่างไรก็ตาม การเข้าถึงการเล่นการพนันออนไลน์ทำได้ง่าย แต่ผลกระทบของการเล่นการพนันออนไลน์ที่ผ่านมามีแต่ผลกระทบในเชิงลบ โดยพบว่า ร้อยละ 15.1 ของผู้ที่เล่นการพนันในปี 2564 หรือประมาณ 4.882 ล้านคน มีปัญหาทางด้านการเงินและหนี้พินัน โดยเฉพาะการขาดเงินใช้จ่ายในชีวิตประจำวันและเป็นหนี้ ปัญหาด้านสุขภาพและการใช้ชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเรื่องความเครียด สุขภาพจิต และปัญหาด้านความสัมพันธ์ รวมถึงภาพลักษณ์ทางสังคม โดยเฉพาะการมีปากเสียงทะเลาะกับคนในครอบครัว โดยประมาณ 1.127 ล้านคนมีหนี้สินที่เกิดจากการพนัน

รวมกันประมาณ 15,307 ล้านบาท หรือเฉลี่ยที่คนละ 13,579 บาท เมื่อให้ผู้เล่นพนันประเมินว่าตนเองคิดพนันหรือไม่ พบว่า ร้อยละ 20.6 หรือประมาณ 6.668 ล้านคน ประเมินว่าตนเองคิดการพนัน ขณะที่การประเมินโดย The Problem Gambling Severity Index-PGSI พบผู้มีพฤติกรรมเข้าข่ายเป็นนักพนันที่มีปัญหา (Problem Gamblers) ประมาณ 3.512 ล้านคน เพศชายมีสัดส่วนมากกว่าเพศหญิง ที่น่ากังวลใจคือ กลุ่มนี้มีเด็ก 15-18 ปี 0.132 ล้านคน เยาวชน 19-25 ปี 0.471 ล้านคน และผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป 0.234 ล้านคน ประเภทการพนันที่มีสัดส่วนนักพนันที่เป็นปัญหาสูงที่สุดคือ บ่อนออนไลน์ ถัดมาคือ หวายนๆ พนันทายผลฟุตบอล บ่อนแบบมีที่ตั้ง หวายเป็นดิน และสลากกินแบ่งรัฐบาล แต่ในแง่จำนวนสลากกินแบ่งรัฐบาลพนักพนันมีปัญหามากที่สุด

ทั้งนี้มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ เปิดเผยข้อมูลว่ามีเว็บไซต์ 153 เว็บไซต์ (ภาษาไทย) มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจกรรม ธุรกิจ และโฆษณาให้มีการเล่นพนันฟุตบอล โดยมีเว็บไซต์ 142 เว็บไซต์ ที่รับเล่นรับแทงพนันโดยตรง โดยเจ้าของเว็บไซต์จะลงข้อมูลรับแทงพนันผ่านเบอร์ติดต่อโทรศัพท์มือถือ หรือบัญชีไลน์ (ไลน์ไอดี) ด้วยการชักชวนให้เปิดบัญชีธนาคาร และได้รับรหัสสมาชิกเพื่อโอนเงินสำหรับการแทงพนัน ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ถูกแสดงผลจากการค้นหาในเว็บไซต์กูเกิ้ล คือ sbobet, mm88th, sbobet24hr, sbobet888, sbobetstep ฯลฯ ด้านสื่อสังคมออนไลน์อย่างทวิตเตอร์ พบว่ามี 50 บัญชี ที่เป็นคนไทยหรือใช้ภาษาไทยในการโฆษณาสื่อสารชักชวนให้แทงพนันผ่านระบบออนไลน์ เฟซบุ๊ก พบ 50 เว็บไซต์ที่มีโฆษณาชักชวนให้เล่นแทงพนันฟุตบอลผ่านระบบออนไลน์ ทั้งผ่านตัวเว็บไซต์เอง หรือผ่านแอดมินในระบบ ซึ่งมีเจ้ามืออยู่ภายใน และพบทั้งเพจสาธารณะและเพจกลุ่มปิด อย่างไลน์ไอดี ก็พบว่ามี 50 บัญชีไลน์ไอดีที่มีการชักชวนโฆษณา เนื้อหา หรือบางบัญชีมีการรับแทงพนันโดยตรง (ไทยพีอาร์.net, 2561)

งานวิจัยที่ผ่านมาของฉันทวีภา ลินสุวรรณ, ศิริภัสสร หมั่นดี, คนภรณ์ เกษมสุข และสุพิชชา ศรีกุล (2566) พบว่า กลยุทธ์การโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อความสนใจเล่นพนันออนไลน์ของวัยรุ่น โดยเพลงบอกรายละเอียดของเว็บพนันเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่การส่งเสริมการขาย และสื่อคลิปวิดีโอและภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้ งานวิจัยของศิริดา ศิริธรรม (2565) พบว่า พฤติกรรมการเล่นการพนันออนไลน์ นักศึกษาส่วนใหญ่เริ่มต้นเล่นการพนันออนไลน์จากการชักชวนของเพื่อนหรือการเห็นโฆษณาโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ และ

ดึกต็อก โดยการพนันที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ พนันกีฬา โดยเฉพาะฟุตบอล สล๊อต และบาคาร่า อุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นส่วนใหญ่เป็นโทรศัพท์มือถือ ผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ นักศึกษาระบุว่าที่เล่นพนันออนไลน์เพราะต้องการหารายได้เสริม หรือหวังได้เงินเร็ว ดิ้นเด่น แก่เบือ หรือเพื่อหนีความเครียดจากการเรียนหรือปัญหาส่วนตัว บางครั้งเล่นตามเพื่อนหรือต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อนที่เล่นการพนัน

วรรณวิภา พัทธภัยไพรี (2566) ยังชี้ให้เห็นว่า นักศึกษาร้อยละ 72.5 เคยมีประสบการณ์ในการเล่นพนันออนไลน์ โดยประเภทการพนันที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ บาคาร่า สล๊อต และการพนันกีฬา อุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดคือโทรศัพท์มือถือ (ร้อยละ 89.1) และช่วงเวลาการเล่นที่นิยมมากที่สุดคือช่วงเวลา 21.00–01.00 น. นักศึกษาส่วนใหญ่มองว่าการพนันออนไลน์เป็นช่องทางหารายได้พิเศษ แรงจูงใจทางสังคม เช่น การชักชวนจากเพื่อน หรือการเป็นสมาชิกกลุ่มไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการพนัน โฆษณาที่เข้าถึงง่ายบนโซเชียลมีเดีย เช่น ดึกต็อก ยูทูบ และเฟซบุ๊ก การเล่นพนันออนไลน์นั้นเข้าถึงเทคโนโลยีที่สะดวก เช่น การโอนผ่านวอลเลต / พร้อมเพย์ / แอปธนาคาร ค่าเฉลี่ยของเงินที่ใช้ต่อครั้งอยู่ที่ 260 บาท โดยบางรายระบุว่าสามารถ “ถอนทุนคืน” ได้หากใช้เทคนิคการเดินเงินที่เหมาะสม นักศึกษาบางคนเริ่มมีพฤติกรรมยืมเงินเพื่อน หรือใช้เงินค่าใช้จ่ายประจำวันมาเล่น ส่งผลกระทบ ผลการเรียนตกต่ำ ความสัมพันธ์ในครอบครัวแย่ลง นักศึกษาบางรายปกปิดพฤติกรรมจากผู้ปกครอง ความเครียดและรู้สึกผิดเกิดขึ้นซ้ำ ๆ โดยเฉพาะเมื่อสูญเสียเงินจำนวนมาก

จากผลกระทบและพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ของนักศึกษา ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) จึงถือว่าเป็นทักษะสำคัญในยุคดิจิทัลที่มีบทบาทต่อการปกป้องตนเองจากสื่อที่มีเนื้อหาบิดเบือน บ่อนทำลาย หรือชักจูงไปสู่พฤติกรรมเสี่ยง โดยเฉพาะในบริบทของสื่อพนันออนไลน์ ซึ่งเป็นหนึ่งในสื่อที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มนักศึกษาอย่างมาก เนื่องจากมีลักษณะการนำเสนอที่ทันสมัย เข้าถึงง่าย และใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่แยบยลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer Marketing) และการโฆษณาแฝงในคอนเทนต์ต่าง ๆ (Ofcom, 2023; สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์, 2565)

งานวิจัยที่ผ่านมาแม้จะมีการศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับนักศึกษา แต่ยัง ขาดการเน้นศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อโดยตรง โดยเฉพาะในเชิงลึกเกี่ยวกับ “ปัจจัยทางการสื่อสาร” ที่ส่งผลต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา เช่น รูปแบบของเนื้อหาที่บริโภค ความถี่ของการรับสื่อ เทคนิคการโน้มน้าวของสื่อ หรือช่องทางที่เข้าถึง (พัฒนาภา บุญญะเสนา และ ชีระ วัฒนสุข, 2564; McLean, Griffiths, & Hing, 2021) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความสามารถในการแยกแยะ วิเคราะห์ และประเมินเจตนาของสื่อพนันออนไลน์

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่อยู่ดัดเขตพื้นที่ชายแดนมีความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจข้ามพรมแดนสูง ทำให้การเข้าถึงสื่อและบริการออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศมีความหลากหลาย อีกทั้งนักศึกษาในพื้นที่ยังเผชิญกับ ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว แต่โอกาสในการได้รับการส่งเสริมทักษะรู้เท่าทันสื่อยังมีจำกัด เมื่อเทียบกับจังหวัดศูนย์กลางด้านการศึกษา เช่น กรุงเทพฯ หรือเชียงใหม่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

นอกจากนี้ นักศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงรายบางส่วนมีภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปราะบาง มีความจำเป็นต้องทำงานเสริม ทำให้มีความเสี่ยงต่อการถูกชักจูงจากโฆษณาหรือโปรโมชั่นของเว็บพนันที่มักเสนอรายได้ง่าย ๆ หรือเส้นทางรวยทางลัด (ณัฐวัฒน์ เพ็ชรจันทร์ และ อภิรติ สุวรรณโชติ, 2566) ปัจจัยเหล่านี้ตอกย้ำความสำคัญของการศึกษาด้าน การรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ในบริบทเฉพาะของจังหวัดเชียงราย เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่สอดคล้องกับสถานการณ์จริง และสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการกำหนดนโยบายหรือการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างทักษะรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มเยาวชนอย่างมีประสิทธิภาพ

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ของนักศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ของนักศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

นิยามศัพท์

ปัจจัยทางการสื่อสาร หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารของนักศึกษา กับสื่อ หรือผู้ส่งสาร ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ การตีความ และการประเมินข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพนันออนไลน์ บุคคลที่ส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ เช่น ตนเอง และเพื่อนแนะนำ รวมถึงปัจจัยทางด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ และปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ช่องว่างกฎหมาย เป็นต้น

การรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ หมายถึง การที่ผู้รับสารจะรู้เท่าทันวาระซ่อนเร้นที่แอบแฝงมากับสื่อ จำเป็นต้องมีกรอบแนวทางการวิเคราะห์สื่อ เข้าใจถึงการใช้สื่อ เช่น นักศึกษามีทักษะในการคิดวิเคราะห์ ไม่หลงเชื่อโฆษณาออนไลน์ที่ชักจูงใจให้กลุ่มนักศึกษาอยากลองมาเล่นพนันออนไลน์ เข้าใจถึงเทคนิคการหลอกล่อขั้วชวนให้มีการลงเงินเพื่อใช้ในการเล่นพนันออนไลน์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ (Cognitive Theory of Media Literacy)

ในบทความครั้งนี้ ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษา ซึ่งเป็นทักษะการรู้เท่าทันสื่อของ “ผู้รับสาร” เพราะสื่อแต่ละประเภทมีปัจจัยที่ซับซ้อน (สุชาดา จักรพิสุทธ์, 2552, อ้างถึงใน ณัฐนันท์ ศิริเจริญ และ วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ, 2566) กล่าวถึงการศึกษาที่ผู้รับสารจะรู้เท่าทันวาระซ่อนเร้น ที่แอบแฝงมากับสื่อ จำเป็นต้องมีกรอบแนวทางการวิเคราะห์สื่อ ดังต่อไปนี้

1) สื่อคือสิ่งสร้างขึ้น กระบวนการประกอบสร้างนั้นสร้างสิ่งที่เรียกว่า ความรู้แฝง (Tacit Knowledge) และความจริงเทียม (Virtual Reality) ส่งผลให้ผู้รับสารซึมซับรับรู้เสมือนหนึ่งเป็นความจริงหรือประสบการณ์ของตน เช่น การใช้สื่อโฆษณาออนไลน์เพื่อชักจูงใจให้กลุ่มนักศึกษาอยากรู้ อยากลองเข้ามาเล่นพนันออนไลน์ โดยการใช้เกมการร่วมสนุกแบบง่าย ๆ แล้วได้เงินรางวัล โดยมีเทคนิคที่หลอกล่อขั้วชวนให้มีการลงเงินเพื่อใช้ในการพนันออนไลน์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยอาจจะได้เงินในช่วงแรกของการเล่นพนัน เป็นต้น บางครั้งส่วนใหญ่มีความเชื่อว่า ภาพที่

นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ คือความจริง แต่ในความเป็นจริงแล้ว บางครั้งภาพประสบในสื่อออนไลน์นั้นเกิดจากการประกอบสร้างความเป็นจริงได้เช่นเดียวกัน เช่น การนำภาพของคนเล่นพนันออนไลน์แล้วได้เงินรางวัลมากมาย มีภาพถือเงินจำนวนมาก เสมือนว่าเล่นพนันออนไลน์แล้วได้เงินเยอะ การใช้ภาพตัดต่อแต่งเติมภาพให้ออกมาดูยิ่งใหญ่ถึงการ ผลกระทบที่ตามมาคือกลุ่มนักศึกษาจำนวนมากเมื่อเห็นโฆษณาแบบนี้แล้วได้รับรู้ข่าวสารเกิดความเชื่อว่สิ่งเหล่านั้นเป็นความจริง

2) สื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจโฆษณา โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจที่ต้องแสวงหากำไร ด้วยความที่สื่อต้องอยู่รอดขององค์กรสื่อจึงมีความสัมพันธ์กับรายได้จากการโฆษณา ทำให้การปฏิบัติงานของสื่ออาจจะขัดแย้งกับหลักการความเที่ยงธรรมในการนำเสนอข่าว บางครั้งอาจมีการหลบเลี่ยงข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงให้เหลือเพียงส่วนหนึ่ง มีการพูดหรือนำเสนอแต่ด้านธุรกิจโฆษณาหรือผู้อุปถัมภ์ ไม่นำเสนอด้านที่อาจเป็นผลลบตามมา ดังนั้นการนำเสนอโฆษณาแฝงเสมือนหนึ่งเป็นข่าวสารหรือเหตุการณ์ในรอบวัน แต่ความจริงแล้วเนื้อแท้้นคือการโฆษณาที่บริษัทธุรกิจจ่ายเงินซื้อเวลา การส่งข้อความสั้น หรือ SMS เพื่อแสดงความคิดเห็นบางอย่างแท้จริง ๆ เป็นการร่วมมือกันระหว่างสื่อกับบริษัทเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งข้อความนั้น ๆ เป็นต้น

3) สื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ การที่สื่อผลิตเนื้อหาซ้ำ ๆ เพื่อสร้างความจริงแฝงหรือความจริงเทียมขึ้นมาบ่อย ๆ ทำให้เกิดค่านิยมอุดมคติของคนในสังคม ที่มีแนวโน้มจะเกิดความคิดโน้มเอียงไปตามสิ่งที่สื่อนำเสนอ เช่น การนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ซ้ำ ๆ เรื่องความร่ำรวยอย่างรวดเร็วจากการเล่นพนันออนไลน์ ย่อมมีผลต่อทัศนคติเรื่องความโลภ อหังการรวยเร็ว ๆ จากการเล่นพนันออนไลน์ และอาจมองไปว่าการเล่นพนันออนไลน์เป็นเรื่องปกติที่สามารถทำได้ในสังคมปัจจุบัน ดังนั้น การมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ จึงเป็นทักษะที่สำคัญและจำเป็นเพื่อไม่ให้กลุ่มนักศึกษาหลงในภาพที่สื่อผลิตซ้ำ เพื่อตอกย้ำให้ผู้รับสารเชื่อในสิ่งต่าง ๆ ที่แอบแฝงมากับสื่อ

4) สื่อแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์และข้อจำกัดที่แตกต่างกันไป ด้วยลักษณะของสื่อดังกล่าวทำให้รายละเอียด ขั้นตอน เทคนิคและเครื่องมือ มีความแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างหลากหลายและจำนวนมาก ดังนั้น ในกระบวนการ

ผลิตเนื้อหาจึงส่งผลให้ทำสาระบางอย่างอาจต้องถูกตัดทอน แต่งเติม ลดปริมาณและคุณภาพ รวมถึงปรับแต่งข้อมูลจนกลายเป็นการสร้างความจริงเทียมขึ้นมาให้กับผู้รับสาร โดยเฉพาะผู้รับสารที่เป็นกลุ่มนักศึกษา

ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อพันทันออนไลน์ในกลุ่มนักศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพันทันออนไลน์

ผู้วิจัยได้มีการทบทวนงานวิจัยพบว่าปัจจัยที่หลากหลายที่ส่งผลต่อการเล่นพันทันออนไลน์ ดังต่อไปนี้

Lesieur and Custer (1984) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) ความชอบ และ 2) ความต้องการที่จะได้รับรางวัลใหญ่ๆ ตอบแทนจากการชนะการพนัน การอยากได้เงินพันทันที่เสียไปคืน ซึ่งความต้องการได้รับ รางวัล หรือการอยากได้เงินที่เสียไปคืนนี้ถือเป็นแรงจูงใจประเภทความต้องการ ซึ่งเมื่อเกิดความต้องการแล้ว แต่ความต้องการนั้นยังไม่ได้รับการตอบสนอง เช่น ไม่ได้รางวัลใหญ่ หรือเล่นเท่าไรก็ยังไม่ได้เงินที่เสียไปคืน จะทำให้บุคคลนั้น ๆ มีพฤติกรรมในการเล่นการพนันแบบมีทุ้มสุดตัว

Williams and Wood (2007) สรุปถึงแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้คนหันมาเล่นพันทันออนไลน์ออกเป็นข้อ ๆ อย่างกระชับ ดังนี้ (1) ความสะดวก สบาย และง่าย (2) ไม่ชอบบรรยากาศ และกลุ่มลูกค้าในคาสิโนแบบเดิม (3) คุณสมบัตินในการตั้งค่า และคุณลักษณะของระบบเกม และ (4) อัตราได้พันทันสูงกว่าและเสียพันทันต่ำกว่า

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (2562) กล่าวว่าปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของการที่บุคคลชอบเล่นการพนัน หรือ จิตวิทยาการพนัน ในมุมมองทางด้าน สุขภาพจิตและจิตเวช ถือว่าเป็นกลุ่มของอาการป่วยที่เรียกว่า โรคติดการพนัน (Pathological Gambling) ซึ่ง ผู้ป่วยกลุ่มนี้จะไม่สามารถต่อต้านแรงกระตุ้น หรือ แรงผลักดัน หรือ สิ่งยั่วยวน ที่จะให้กระทำบางอย่างที่เป็น อันตรายทั้งต่อตนเองหรือผู้อื่น โดยส่วนมากจะเกิดความรู้สึกตึงเครียดหรือถูกปลุกเร้าอย่างมากก่อนลงมือ กระทำ และจะรู้สึกยินดีโอเสมใจหรือรู้สึกได้ปลดปล่อยในระหว่างที่ได้กำลังกระทำ ภาวะดังกล่าวจะคล้าย ๆ กับภาวะยัคิดย้ำทำ ซึ่งกลไก

ที่ทำให้เกิดความผิดปกติเหล่านี้จะคล้ายกัน จากการศึกษาทางระบาดวิทยาแสดงให้เห็นว่า ในผู้ป่วยที่มีความผิดปกติในการควบคุมแรงกระตุ้นภายใน (Impulse-Control Disorder) นั้น จะมีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดภาวะผิดปกติอื่น ๆ รวมด้วย เช่น การติดสารเสพติด การย่ำคิดย้ำทำและการมีภาวะความวิตกกังวลสูงอย่างผิดปกติ และการเกิดอารมณ์แปรปรวน

วิไลลักษณ์ ลังกา, พัชราภรณ์ ศรีสวัสดิ์, นริสรา พึ่งโพธิ์สภ, ชนชม ดิตต์โกตินสกุล และ ธนวรรณ วงษ์สวรรค์ (2564) ระบุว่าสาเหตุภายในบุคคล ได้แก่ การติดกับดักความสุข อยากรู้ อยากรลง และต้องการเงิน ส่วนสาเหตุจากสภาพแวดล้อม ได้แก่ มีสิ่งเร้ากระตุ้นความอยาก ได้รับการสนับสนุนจากคนใกล้ชิด และเห็นตัวอย่างการเล่นจากคน รอบข้าง

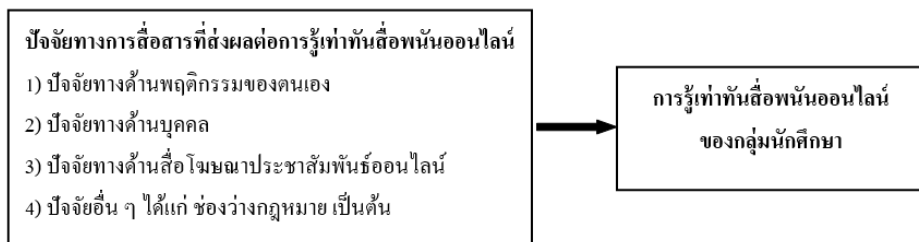
พงศธร แก้วมณี และ ปาริฉัตร ป้องโลห์ (2564) สรุปถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์ ได้แก่ การมีกลุ่มเพื่อนที่เล่นการพนัน การมีผู้ปกครองที่เล่นการพนัน ผู้ปกครองหย่าร้าง/การอบรมสั่งสอนการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่

ทักษพร ศรีแก้วช่วง และ สฤณี สืบพงษ์ศิริ (2564) พบว่า ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของตนเอง ได้แก่ ความชื่นชอบของตนเอง ชอบเล่น ชอบเสี่ยงโชค หากิจกรรมทำยามว่างที่ไม่น่าเบื่อ บุคคลที่ส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ ได้แก่ ตนเอง และเพื่อนแนะนำ

อิทธิพลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สื่อโฆษณาหรือการแนะนำโปรโมชันที่น่าสนใจผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก สภาพแวดล้อมที่อยู่รอบข้าง เช่น การเห็นเพื่อนเล่น คนในที่ทำงานเล่น ทำให้มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น และ โปรโมชันเว็บพนันออนไลน์ เช่น การฝากเงิน 1,000 ได้ยอดเล่นพนัน 2,000 บาท ทำให้รู้สึกคุ้มค่าในการเล่น มีความเสี่ยงน้อย เงินน้อยแต่ก็เล่นได้ทุกรอบ

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดของทักษพร ศรีแก้วช่วง และ สฤณี สืบพงษ์ (2564) มาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ในกลุ่มนักศึกษา

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

ในการศึกษานี้ เป็นการคัดเลือกกลุ่มที่นำมาศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หลังจากนั้นผู้วิจัยจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling) คือการสุ่มตัวอย่างในลักษณะการสร้างเครือข่ายข้อมูล โดยเลือกจากหน่วยตัวอย่างกลุ่มแรก และตัวอย่างกลุ่มนี้เสนอบุคคลอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงต่อ ๆ ไป

โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงคุณสมบัติที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา กล่าวคือ เป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย และเป็นผู้ที่เล่นการพนันออนไลน์ หรือเคยเล่นการพนันออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพหุนานออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษา

กลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยที่มีจำนวนนักศึกษามากที่สุดเป็น 2 อันดับแรก ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวนนักศึกษาแต่ละมหาวิทยาลัย 20 คน รวมทั้งสิ้น 40 คน ตามเกณฑ์ของชาย โพธิ์สิตา (2554) ที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถใช้ได้ไม่น้อยกว่า 15 ตัวอย่าง แต่ต้องมากกว่า 8 ตัวอย่าง และควรเก็บข้อมูล

จนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนอันทัน และกลุ่มตัวอย่างมีการให้ข้อมูลในลักษณะที่สอดคล้องกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เครื่องมือที่ใช้วิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1) ใช้แบบลงรหัส (Coding Sheet) สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการอย่างแม่นยำ และเป็นจริงมากที่สุด ประเด็นคำถามที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พฤติกรรมเกี่ยวกับการเล่นพจนานออนไลน์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นพจนานออนไลน์ ลักษณะบุคลิกภาพของนักศึกษา และการรู้เท่าทันโฆษณาพจนานออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษา

2) เทปบันทึกเสียง เพื่อใช้ในการบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

วิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย การหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการตรวจสอบสรุปอ้างอิงถึงเนื้อหาสาระ เพื่อให้ครอบคลุมตามเนื้อหา เป็นการตรวจสอบเครื่องมือมีความเป็นตัวแทนหรือครอบคลุมเนื้อหา โดยพิจารณาจากตารางการวิเคราะห์เนื้อหาหรือตรวจสอบความสอดคล้องเนื้อหา กับจุดประสงค์ที่กำหนด โดยขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยจะศึกษาเกณฑ์ในการวิเคราะห์ให้ครอบคลุมตามแนวคิดและวัตถุประสงค์ โดยการปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพจนานออนไลน์ และขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยจะพัฒนาเครื่องมือให้มีครอบคลุมตัวแปรและวัตถุประสงค์ และตรวจสอบโดยให้ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์นั้นๆ ตรวจสอบความเหมาะสมของนิยาม ขอบเขตของเนื้อหา (Bailey, 1987)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยยึดหลักข้อมูลที่มีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย ที่สามารถตอบปัญหาวิจัยได้ตามที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดของวิธีการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ตัวเนื้อหา (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยกำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ.2567 ถึง 30 ตุลาคม พ.ศ. 2567 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 2 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก นำมาวิเคราะห์ข้อมูล จัดกลุ่มข้อมูล และสรุปข้อมูล แล้วนำมาเขียนเป็นแบบพรรณนาในการรายงานผลการวิจัย

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มนักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ มี 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของตนเอง ได้แก่ ความชื่นชอบของตนเอง ชอบเล่น ชอบเสี่ยงโชค หากิจกรรมทำยามว่างที่ไม่น่าเบื่อ 2) ปัจจัยทางด้านบุคคลที่ส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ ได้แก่ ตนเอง และเพื่อนแนะนำ ภาพแวดล้อมที่อยู่รอบข้าง เช่น การเห็นเพื่อนเล่น คนในที่ทำงานเล่น ทำให้มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น 3) ปัจจัยทางด้านอิทธิพลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สื่อโฆษณาหรือการแนะนำโปรโมชันที่น่าสนใจผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก และโปรโมชันเว็บพนันออนไลน์ และปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านกฎหมาย พื้นที่ในการเล่นพนันออนไลน์

ผู้วิจัยขอนำเสนอและยกตัวอย่างบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

1) ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของตนเอง ได้แก่ ความชื่นชอบของตนเอง ชอบเล่น ชอบเสี่ยง และหากิจกรรมทำยามว่างที่ไม่น่าเบื่อ

จากการวิเคราะห์สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มนักศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของตนเองทำให้อยากเล่นพนันออนไลน์ ทั้งอยากรู้ อยากลอง อยากลุ้น ชอบความตื่นเต้น การเล่นเกมพนันเป็นความเสี่ยงอย่างหนึ่ง สนุก นอกจากนี้การเรียนในระดับอุดมศึกษา นักศึกษามองว่ามีเวลาว่างมาก ทำให้เล่นพนันออนไลน์ได้ ยกตัวอย่างรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

“เล่นทีก็ได้ลุ้นที เป็นความชอบส่วนบุคคลครับ ผมก็นั่งเล่นที่หอบ้าง ที่มอบ้างครับ เวลาว่างเยอะ บางทีเล่นได้ถึง 5,000 บาทเลยทีเดียวครับ” (สิงห์, สัมภาษณ์ 24 สิงหาคม 2567)

“สนุก แฟนผมก็เล่น เล่นด้วยกัน บางทีก็ได้ บางทีก็เสีย แต่ผมว่าได้มากกว่าเสีย เล่นพนันฟุตบอลบ้าง บาคาร่าบ้าง แล้วแต่วัน เดิมเงินที่ 100 บาทบ้าง ถ้าวินไม่ค่อยเหลือ เงินที่ 50 บาท” (มาร์ก, สัมภาษณ์ 27 สิงหาคม 2567)

“แฟนให้เงินมาเล่นละ เดิมเงินให้หมดเลย เล่นแบบสนุก ๆ ขำ ๆ มีหลายเว็บไซต์ ให้เลือกมากมายละ บางทีเล่นบ่อย ๆ ก็เบื่อ แต่เวลาวางเยอะเลยเข้ามาเล่น” (เฟิร์น, สัมภาษณ์ 20 สิงหาคม 2567)

“ส่วนใหญ่ที่เห็นในห้องเรียน ก็มีเว็บไซต์เกี่ยวกับพนันออนไลน์เกือบทุกคนแหละคะ ลองคู่มือถือเพื่อน ๆ ในห้องได้ เวลาวางเขกก็นั่งเล่นกัน อยากรออาจารย์เข้ามาสอน ก็เล่นกันแล้ว ค่ะ ถามว่าติดไหม ไม่ติดนะคะ แต่เล่นก็สนุกดี ได้ลุ้น” (เนม, สัมภาษณ์ 26 สิงหาคม 2567)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ว่า อยากรู้ อยากลอง อยากลุ้น ชอบความตื่นเต้น การเล่นเกมพนันเป็นความสนใจอย่างหนึ่ง สนุก และหากิจกรรมทำยามว่างไม่น่าเบื่อ

2) ปัจจัยทางด้านบุคคลที่ส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ ได้แก่ ตนเอง และเพื่อนแนะนำ

จากการวิเคราะห์สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มนักศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของตนเองทำให้อยากเล่นพนันออนไลน์ มาจากตนเอง และเพื่อนแนะนำ ก็เลยทำให้เล่นพนันออนไลน์ ยกตัวอย่างรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ ได้ดังต่อไปนี้

“ผมอยู่หอกับเพื่อน 2 คน เพื่อนผมเล่นกีฬานะ ผมก็เลยลองเล่นบ้าง ก็สนุกดี ไม่ได้เสียเงินเยอะมาก ไม่ถึง 100 บาท ได้บ้างไม่ได้บ้าง” (โจ, สัมภาษณ์ 29 สิงหาคม 2567)

“เพื่อนที่มหาวิทยาลัยชวนเล่นนี้แหละครับ เมื่อก่อนไม่รู้จักเลขพนันออนไลน์เป็นยังไง ผมจะเล่นแทงฟุตบอล สดบ้าง ได้เยอะดี แทง 100 บาทบางทีได้หลายพัน แต่ต้องหลายคู่หน่อยนะครับ แทงถูก 10 คู่ผมก็ได้เงินเยอะ แต่ชอบตายคู่สุดท้าย” (นิค, สัมภาษณ์ 4 กันยายน 2567)

“หนูเล่นมานานมากแล้วคะ ก็ไม่ได้มีใครชวนนะ อยากเล่นเอง คิดว่าเล่นแล้วได้เงิน บางทีก็เล่นหวยออนไลน์ บางทีก็เล่นบาคาร่า สนุกดี ไม่ได้คำนึงถึงข้อเสียที่ตามเท่าใด เพราะเราคิดว่าเราเล่นไม่เยอะ” (ฟาร์ม, สัมภาษณ์ 27 สิงหาคม 2567)

“เล่นทุกวัน เล่นเอง วันละ 10-20 บาท ได้ก็ถอนค่ะ ไม่ได้ก็คืนะครับ เล่นแบบสนุก ๆ”
(ฟิล์ม, 1 กันยายน 2567)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนักเรียนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ว่า ตนเอง และเพื่อนแนะนำเลยทำให้อยากเล่นพนันออนไลน์

3) ปัจจัยทางด้านอิทธิพลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สื่อโฆษณาหรือการแนะนำโปรโมชันที่น่าสนใจผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก และโปรโมชันเว็บพนันออนไลน์

จากการวิเคราะห์สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มนักศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มองว่าการที่มีช่องทางในการกระตุ้นให้เล่นพนันออนไลน์ เช่น สื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) สื่อไลน์ (line) สื่อติ๊กต็อก (Tiktok) และอินสตราแกรม (IG) ส่งผลให้นักศึกษาการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ และอยากเล่นพนันออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ยกตัวอย่างรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

“ทุกครั้งที่เล่นสื่อโซเชียลมีเดีย อย่างติ๊กต็อก อินสตราแกรม หรือแม้แต่เฟซบุ๊กต่าง ๆ จะเห็นมีโฆษณาเกี่ยวกับพนันออนไลน์อยู่บ่อยครั้ง ทำให้บางครั้งเกิดความสงสัย หรืออยากเล่นอยากรู้ อยากลอง จึงทำให้ลองกดเข้าไปเล่นดู ไม่รู้หรือว่าสื่อที่น่าเสนออะไร ไม่ได้วิเคราะห์ถึงขั้นนั้น”
(เต๋อ, สัมภาษณ์ 16 สิงหาคม 2567)

“สื่อมีผลอย่างยิ่งต่อการเล่นพนันออนไลน์ เพราะเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ง่าย มีการโฆษณาชวนเชื่อ ดึงดูด จูงใจสารพัดเพื่อให้เข้าไปเล่นพนันออนไลน์ เว็บไซต์ที่มีหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันกัน ถามว่ารู้ไหมว่าสื่อสร้างภาพเหมือนจริง สื่อสร้างภาพให้เราอยากมีอยากเป็นแบบนั้น เราไม่รู้หรือแค่เชื่อในสิ่งที่สื่อนำเสนอ” (วิทย์, สัมภาษณ์ 20 สิงหาคม 2567)

“เล่นนะคะ เคยลอง เห็นมีโฆษณาตลอดเวลา กระตุ้นดูน่าสนใจ เลยเข้าไปลองเล่นดูบ้าง แต่ก็ไม่ได้ติดพนันออนไลน์จนคนนั้นนะคะ” (อาร์ท, สัมภาษณ์ 25 สิงหาคม 2567)

“เล่นนะ เล่นแต่ไม่ได้ติดขนาดนั้น เพราะว่าเล่นแบบสนุก ๆ 10-20 บาท แต่บางครั้งก็ 100 บาท ส่วนใหญ่เห็นผ่านสื่อติ๊กต็อก แต่มีทุกสื่อแหละ” (โดนัท, สัมภาษณ์ 30 สิงหาคม 2567)

“จะมีลิงก์ส่งมาให้เลยนะครับ บอกว่าถ้าเติมเงิน 100 บาทจะแถมให้แทงเพิ่มอีก 200 บาท เป็น 300 บาท ผมก็เห็น โฆษณาก็เกิดการกระตุ้นได้เงินเพิ่ม อยากเล่นทันที ได้เงินเพิ่ม” (7 กันยายน, 2567)

จะเห็นได้ว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนักศึกษาส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์จนส่งผลต่อการไม่รู้เท่าทันสื่อ ว่าการที่มีช่องทางในการกระตุ้นให้เล่นพนันออนไลน์ ทั้งสื่อเฟซบุ๊ก ไลน์ ดิจิตอล อินสตราแกรม ส่งผลให้นักศึกษาไม่รู้เท่าทันสื่อและอยากเล่นพนันออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

4) ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านกฎหมาย และพื้นที่ในการเล่นพนันออนไลน์

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มนักศึกษายังคงมองว่าเรื่องของการปราบปรามทางกฎหมายถือเป็นเรื่องสำคัญ ที่ทำให้นักศึกษาเล่นพนันออนไลน์ได้ง่าย เนื่องจากว่าไม่มีความผิดชัดเจน โดยไม่ผิดกฎหมาย เล่นพนันได้ง่าย ไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ เวลา และไม่ทำผิดกฎหมาย ยกตัวอย่างรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ ได้ดังต่อไปนี้

“เล่นที่หอก็ได้ ที่มหาวิทยาลัยก็ได้ สะดวกเพราะเล่นผ่านมือถือ ดำรวจก็ไม่ได้มาตรวจมือถือเรา” (พลั๊ก, สัมภาษณ์ 1 กันยายน 2567)

“เพื่อน ๆ บางทีก็รวมกลุ่มกันเล่นที่หอพักคนใดคนหนึ่ง เนื่องจากเล่นผ่านมือถือ หลักฐานก็ไม่มี กฎหมายมีช่องโหว่ ทำให้เล่นได้ง่ายสบาย บางสื่อก็สร้างให้เห็นว่าเล่นได้สบาย ๆ เล่นที่ไหนก็ได้” (เต็งหนึ่ง, สัมภาษณ์ 1 กันยายน 2567)

“เล่นบ่อยนะ แต่ก็ไม่ได้เล่นเยอะ บางครั้งก็ทำให้เสียสมาธิในการเรียน แต่เราก็เล่นได้แบบสบาย ๆ ไม่ได้ผิดกฎหมาย เล่นตอนไหน เวลาไหนก็ได้” (วี, สัมภาษณ์ 2 กันยายน 2567)

“ไม่ผิดกฎหมาย ทำให้เล่นได้สบาย เป็นการเล่นผ่านสื่อออนไลน์ เหมือนเล่นจริง ๆ สมจริง ทำทุกอย่างเหมือนมาก เล่นง่าย โอนเงิน จ่ายเงินก็คล่อง สะดวก ถอนผ่านบัญชีออนไลน์ได้เลย” (วาโย, 2 กันยายน 2567)

จะเห็นได้ว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์จนส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์

เนื่องจากนักศึกษามองว่าเล่นพนันได้ง่าย ไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ เวลา และการทำผิดกฎหมาย ถือว่าเป็นช่องว่างทางกฎหมายที่ทำให้นักศึกษาเข้าถึงการเล่นพนันออนไลน์ได้ง่ายและสะดวก

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ ได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของตนเอง 2) ปัจจัยทางด้านบุคคลที่ส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการเล่นพนัน 3) ปัจจัยทางด้านอิทธิพลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สื่อโฆษณาหรือการแนะนำโปรโมชันที่น่าสนใจผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก และ โปรโมชันเว็บพนันออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของทักษพร ศรีแก้วช่วง และ สฤณี สืบพงษ์ศิริ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของตนเอง ได้แก่ ความชื่นชอบของตนเอง ชอบเล่น ชอบเสี่ยงโชค หากิจกรรมทำยามว่างที่ไม่น่าเบื่อ บุคคลที่ส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ ได้แก่ ตนเอง และเพื่อนแนะนำ อิทธิพลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สื่อโฆษณาหรือการแนะนำโปรโมชันที่น่าสนใจผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก สภาพแวดล้อมที่อยู่รอบข้าง เช่น การเห็นเพื่อนเล่น คนในที่ทำงานเล่น ทำให้มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น และ โปรโมชันเว็บพนันออนไลน์ เช่น การฝากเงิน 1,000 ได้ยอเล่นพนัน 2,000 บาท ในประเด็นเรื่องของอิทธิพลสื่อโฆษณาการพนันออนไลน์นั้น สุชาติ จักรพิสุทธ์ (2552, อ้างถึงในฉันทน์ทิ ศิริเจริญ และ วรลักษณ์ วงศ์โคยหวัง ศิริเจริญ, 2566) กล่าวว่า สื่อ คือสิ่งสร้างขึ้น กระบวนการประกอบสร้างนั้นสร้างสิ่งที่เรียกว่า ความรู้แฝง (Tacit Knowledge) และความจริงเทียม (Virtual Reality) ส่งผลให้ผู้รับสารซึมซับรับรู้เสมือนหนึ่งเป็นความจริงหรือประสบการณ์ของตน เช่น การใช้สื่อโฆษณาออนไลน์เพื่อชักจูงใจให้กลุ่มนักศึกษาอยากรู้ อยากลองเข้ามาเล่นพนันออนไลน์ โดยการใช้เกมการร่วมสนุกแบบง่าย ๆ แล้วได้เงินรางวัล โดยมีเทคนิคที่หลอกล่อยั่วชวนให้มีการลงเงินเพื่อใช้ในการพนันออนไลน์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยอาจจะได้เงินในช่วงแรกของการเล่นพนัน เป็นต้น การใช้ภาพที่น่าสนใจผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ คือความจริง แต่ในความเป็นจริงแล้ว บางครั้งภาพประสบการณ์ในสื่อออนไลน์นั้นเกิดจากการประกอบสร้างความจริงได้เช่นเดียวกัน เช่น การนำภาพของคนเล่นพนันออนไลน์แล้วได้เงินรางวัลมากมาย การโฆษณาแบบนี้แล้วได้รับรู้ข่าวสารเกิดความเชื่อว่าเป็นความจริง ดังนั้นทักษะ

การรู้เท่าทันสื่อสำหรับกลุ่มนักศึกษาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรปลูกฝัง โดยเริ่มต้นจากคนรอบครัว สถาบันเล็ก ๆ ผู้สถาบันการศึกษาในโรงเรียน มหาวิทยาลัย ไปจนถึงระดับสังคม ระดับประเทศ

ทั้งนี้ผลการวิจัยแต่ละปัจจัยดังกล่าว ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของตนเอง โดยการมีพฤติกรรมเสี่ยง เช่น การทดลองเล่นพนันออนไลน์หรือการใช้เวลาจำนวนมากบนโลกออนไลน์ทำให้ผู้ใช้สื่อออนไลน์มีโอกาสเข้าไปเกี่ยวข้องกับสื่อพนันออนไลน์มากขึ้น โดยหากขาดการรู้เท่าทันสื่อ อาจนำไปสู่การตกเป็นเหยื่อของกลยุทธ์ทางการตลาดของเว็บไซต์พนันออนไลน์ได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Hobbs (2010) ในกรอบของการรู้เท่าทันสื่อได้ระบุว่า บุคคลที่สามารถเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างเนื้อหาอย่างมีวิจารณญาณ จะสามารถตัดสินใจเลือกบริโภคสื่อได้อย่างรอบคอบ ดังนั้นหากผู้ใช้สื่อออนไลน์มีพฤติกรรมรู้เท่าทัน พฤติกรรมเสี่ยงก็จะลดลง

ปัจจัยทางด้านบุคคล บุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัว หรือกลุ่มสังคมออนไลน์ที่มีพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ อาจเป็นแรงจูงใจหรือแรงผลักดันให้เกิดการเลียนแบบ หรือเข้ามามีส่วนร่วมเล่นพนันออนไลน์ สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura (1977) ที่อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมของบุคคลสามารถเกิดขึ้นได้จากการสังเกตและเลียนแบบบุคคลอื่น หากไม่มีการพัฒนาความสามารถในการประเมินสื่ออย่างมีเหตุผลก็อาจจะมีโอกาสสูงในการคล้อยตามสื่อและคนรอบข้าง ซึ่ง Hobbs (2010) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า การรู้เท่าทันสื่อไม่ใช่เพียงการวิเคราะห์เนื้อหาเท่าทัน แต่ยังรวมถึงการตระหนักรู้บริบทสังคมและวัฒนธรรมที่เนื้อหานั้น ๆ ถูกผลิตขึ้นมา

ส่วนปัจจัยทางด้านอิทธิพลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การโฆษณาและมีโปรโมชันที่น่าสนใจจากเว็บพนันออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้ใช้สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษา การออกแบบภาพ เสียง คำโฆษณา ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการดึงดูดความสนใจ ซึ่งผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อต่ำก็อาจจะทำให้ขาดความสามารถในการแยกแยะหรือวิเคราะห์เจตนาของสื่อเหล่านั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Potter (2013) การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการวิเคราะห์โครงสร้างของสื่อพิจารณาแรงจูงใจเบื้องหลัง และเข้าใจอิทธิพลที่สื่อมีต่อพฤติกรรมและค่านิยมของผู้รับสาร ดังนั้น ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของทฤษฎีการ

รู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่เน้นการรู้เท่าทันไม่ได้เป็นเพียงทักษะในเชิงเทคนิคเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการคิดเชิงวิพากษ์และจริยธรรมที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องในบริบทสื่อดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่ามีปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านกฎหมาย พื้นที่ในการเล่นพนันออนไลน์ พงศธร แก้วมณี และ ปาริฉัตร ป้องโลห์ (2564) สรุปถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์ ได้แก่ การมีกลุ่มเพื่อนที่เล่นการพนัน การมีผู้ปกครองที่เล่นการพนัน ผู้ปกครองหย่าร้าง การอบรมสั่งสอนการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ โดยการเปิดเว็บไซต์เกี่ยวกับธุรกิจการพนันออนไลน์ มีการเปิดเว็บไซต์จำนวนมาก ไม่มีกฎหมายและการบังคับใช้ที่ห้ามการโฆษณาธุรกิจการพนันออนไลน์ทางตรงและทางอ้อมที่ชัดเจน ทำให้มีการโฆษณาและการทำการตลาด ที่ทำให้การพนันออนไลน์สามารถเข้าไปแทรกอยู่กับเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อีเมลล์ หรือแม้กระทั่งการส่งข้อความชักชวนให้เล่นพนันออนไลน์ผ่านข้อความในสมาร์ตโฟนของแต่ละบุคคล เสมือนผู้เล่นพนันออนไลน์ก็ไม่ผิดกฎหมาย ผู้ที่เปิดเว็บไซต์ก็ไม่ผิดกฎหมาย หรืออาจจะผิดกฎหมายแต่ตรวจสอบและจับกุมเพื่อนำมาดำเนินคดีได้ยาก ทำให้กลุ่มผู้เล่น โดยเฉพาะนักศึกษาเล่นเข้ามาเล่นการพนันออนไลน์ได้ง่าย

ข้อจำกัดการวิจัย

เนื่องจากเรื่องที่ศึกษาเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน และเป็นเรื่องที่มีผลทางกฎหมาย และเป็นเรื่องที่สามารถสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 20 ปีขึ้นไป เป็นนักศึกษาที่ยินดีและสะดวกใจที่จะให้ข้อมูล โดยปกปิดข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ใช้ชื่อสมมติในการนำเสนอรายงานวิจัย รวมทั้งผู้วิจัยเองได้การดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์” ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะจากการงานวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษากครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยอื่น ๆ ได้แก่ วัยทำงาน ผู้สูงอายุ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์
2. ควรศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาข้อความที่เว็บพนันออนไลน์ใช้ในการโฆษณาพนันออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

1. ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยทางด้านกฎหมาย และพื้นที่ในการเล่นพนันออนไลน์ เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มนักศึกษาเข้าเล่นการพนันออนไลน์ได้ง่าย ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รัฐบาล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ควรกำหนดนโยบายเพื่อปราบปรามการพนันออนไลน์อย่างแท้จริง
2. ผู้ปกครอง สถาบันการศึกษา ควรให้ความสำคัญอย่างใกล้ชิดกับกลุ่มนักศึกษา ช่วยกันสอดส่องดูแล ให้ความรู้ กระตุ้น รมรงค์ให้กลุ่มนักศึกษาตระหนักถึงผลเสียของการเล่นพนันออนไลน์

รายการอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2564). *การพนันออนไลน์ในไทย*. สืบค้นจาก

<https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/938740>

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี. (2562).

จิตวิทยาที่เป็นสาเหตุให้บุคคลชอบเล่นการพนัน. กรุงเทพฯ: กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี.

ชาย โปธิติตา. (2554). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นท์ปับลิชชิง.

ณัฐวัฒน์ เพ็ชรจันทร์ และ อภิรติ สุวรรณโชติ. (2566). ผลกระทบของการพนันออนไลน์ในกลุ่มเยาวชนจังหวัดภาคเหนือ. *วารสารวิจัยเยาวชนและครอบครัว*, 3(2), 55–70.

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ และ วรลักษณ์ วงศ์โคยหัง ศรีเจริญ. (2566). การรู้เท่าทันสื่อชวนพนันออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (รายงานผลการวิจัย). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐวิภา สีนสุวรรณ, ศิริกัสสร หมั่นดี, คณกรณ์ เกษมสุข และ สุพิชชา ศรีกุล. (2566). กลยุทธ์การโฆษณาพนันออนไลน์และอิทธิพลที่มีผลต่อความสนใจเล่นพนันออนไลน์ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 8(2), 82-93.

สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์. (2565). *พฤติกรรมและความเสี่ยงของเยาวชนกับพนันออนไลน์*. สืบค้นจาก <https://www.camri.go.th/th/>

พงศธร แก้วมณี และ ปรีดิตร บ้องโล่ห้. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการเล่นการพนันของนิสิตระดับปริญญาตรี: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา บางแสน. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 3(2), 135-148.

พัฒนาภา บุญญะเสนา และ ชีระ วัฒนสุข. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นออนไลน์ของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารวิจัยทางสังคมศาสตร์*, 17(1), 102–117.

มติชนออนไลน์. (2565). *เว็บพนันออนไลน์*. สืบค้นจาก <https://www.matichon.co.th>

วรรณวิภา พิทักษ์ไพรี. (2566). พฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและพัฒนาสังคม*, 25(2), 45–62.

- วิไลลักษณ์ ลังกา, พัทธกรณ์ ศรีสวัสดิ์, นริศรา พึ่งโพธิ์สก, ชนชม คิตต์โกคินสกุล และ
ชนวรรณ วงษ์สวรรค์. (2564). พฤติกรรมการติดพนันออนไลน์: ปัจจัยเชิงสาเหตุ
กระบวนการ ผลกระทบทางพฤติกรรมศาสตร์ และแนวทางการช่วยเหลือผู้เรียนที่ติด
พนันออนไลน์สำหรับครูแนะแนวในสถานศึกษา (รายงานผลการวิจัย). ศูนย์ศึกษา
ปัญหาการเสพติด (ศศก.).
- ทักษพร ศรีแก้วช่วง และ สฤณี สืบพงษ์ศิริ. (2564). แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดการพนัน
ออนไลน์. *วารสารอาชีวศึกษาและสังคมศาสตร์*, 4(1), 71-84.
- ไทยพีอาร์.net. (2561). เว็บไซต์โฆษณาการเล่นพนันฟุตบอล. สืบค้นจาก
<https://www.ryt9.com/s/prg/2847584>
- ศิริดา ศิริธรรม. (2565). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการเล่นการพนัน
ออนไลน์. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- สุรเชษฐ์ โพธิ์แสง. (2563). จัปตา “พนันออนไลน์” ในไทย. สืบค้นจาก
<https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/938740>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). รายงานผลการสำรวจการเข้าถึงและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสารของประชากร พ.ศ. 2565. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ
และสังคม.
- Bailey, K. D. (1987). *Methods of Social Research* (3rd ed.). New York: The Free Press.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Lesieur, H. R., & Custer, R. L. (1984). Pathological gambling: Roots, phases, and treatment.
The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 474(1),
146-156.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Washington DC: The Aspen
Institute.
- McLean, L., Griffiths, M. D., & Hing, N. (2021). The role of social media in gambling problems:
An overview. *Current Opinion in Psychology*, 41, 102–106.

Ofcom. (2023). *Children and parents: Media use and attitudes report 2023*. Retrieved from <https://www.ofcom.org.uk>

Potter, W. J. (2013). *Media literacy* (7th ed.). California: SAGE Publications.

Williams, R. J., & Wood, R. T. (2007). *Internet Gambling: A Comprehensive Review and Synthesis of the Literature* (Research Report). Ontario Problem Gambling Research Centre CANADA.