

พฤติกรรมและการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวผ่านสื่อของเยาวชนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร News Following Behavior and Usage Via Mass Media of Youth in Bangkok

อริสา เหล่าวิชา^{1*}

¹อาจารย์, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสาร และเปรียบเทียบปัจจัยความแตกต่างระหว่างบุคคล กับการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลวิจัย พบว่าเยาวชนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook Twitter มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อโทรทัศน์โดยมีระยะเวลาในการเปิดรับมากกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารเพื่อรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมากที่สุดและผลการเปรียบเทียบปัจจัยความแตกต่างระหว่างบุคคล กับการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีที่พักอาศัยร่วมกับบุคคลอื่น และเลือกรับข่าวสารผ่านช่องทางที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ

พฤติกรรมการติดตามข่าว การใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าว การติดตามข่าว เยาวชนไทย

* ผู้เขียนหลัก
อีเมล: arisa.l@bu.ac.th

Abstract

This quantitative research aims to study behavior in news exposure and usage in news following, and to compare individual differentiated factors and usage in news following of youth in Bangkok metropolitan area. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, sample t-test, one-way analysis of variance (ANOVA). The results show that youth in Bangkok exposed to news from social media networking such as Facebook and Twitter the most and spent more than one hour a day. Follow by Television that spent more than one hour a day. Youth seek for news in order to follow up with daily updates. Thai youth who are different in term of gender, living arrangement and channel of news following have no difference in usage of news following.

Keywords

News Following Behavior, News Following Usage, News Following, Thai Youth

บทนำ

ในยุคของสังคมข่าวสาร (Information Age) ข้อมูลข่าวสารเป็นเสมือนปัจจัยที่ 5 (พงษ์วิเศษสังข์, 2555, 3) ที่มีความสำคัญยิ่งในสังคมใดที่มีความพร้อมด้านข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยย่อมมีความได้เปรียบมากกว่าสังคมที่ด้อยหรือถูกปิดกั้นทางข้อมูลข่าวสาร ดังเช่นคำกล่าวของ เสถียร เศษประทีป (2526) ที่ว่า “ประเทศกำลังพัฒนานั้นจะต้องรีบเร่งพัฒนาเพื่อไม่ให้ประชาชนมีคุณภาพต่ำดังที่เป็นอยู่ ทั้งนี้ควรจะต้องพัฒนาให้การศึกษาแก่ประชาชนทำให้สามารถอ่านออกเขียนได้ รวมทั้งทำให้เกิดความกระตือรือร้นรอบรู้ข่าวสาร เพื่อสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป” อีกทั้งในยุคนี้ประชาชนมีความกระหายข่าวสาร และมีคำพูดที่ว่าผู้ชนะหรือผู้ที่มีอำนาจ คือ ผู้ที่มีข้อมูลข่าวสาร ประเทศใด สังคมใด ที่สามารถมีเครือข่ายขุมกำลังของข้อมูลข่าวสาร ถือว่าประเทศนั้น สังคมนั้น คือ ผู้ชนะหรือผู้ที่มีอำนาจ (สุธี พลพงษ์ บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ และ ประภาส นวลเนตร, 2550) ยิ่งเป็นการตอกย้ำความสำคัญของข่าวสารในเรื่องของการพัฒนาประเทศ

ปัจจุบัน ปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ที่ปรากฏขึ้นในโลกหนึ่งมีผลกระทบต่อโลกในอีกโลกหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยเหตุนี้ข้อมูลข่าวสารจึงได้ถูกโยนไปทั่วโลก รวมถึงปริมาณเนื้อหาข่าวสารและช่องทางของสื่อที่มีอยู่นั้นมีให้เลือกเป็นจำนวนมาก แต่ด้วยข้อจำกัดในการรับรู้ของมนุษย์จะสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้เพียงบางส่วนเท่านั้นทำให้ต้องมีกระบวนการเลือกใช้สื่อเพื่อการรับรู้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชน (ผู้ที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไปถึง 25 ปี) (สำนักส่งเสริมและพิทักษ์เยาวชน, 2558) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่ออัปเดตข้อมูลข่าวสาร แต่ไม่ใช่เป็นการติดตามข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์หลักเป็นเพียงแค่การเสพข่าวตามเพื่อนที่อยู่ในเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ (สำนักข่าวอิศรา, 2558) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า

“ข่าวสาร” ในทัศนะของเยาวชนมีลักษณะการติดตามข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนในสื่อออนไลน์เท่านั้น โดยอาจไม่ได้สนใจว่าข่าวจากสื่อหลักนำเสนอในประเด็นอะไรบ้าง จึงเป็นที่น่าสนใจว่า เยาวชนไทยในปัจจุบันมีพฤติกรรมการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารอย่างไรบ้าง

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้แนวทางการศึกษาถึงพฤติกรรมและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร โดยพิจารณาผู้รับสารในลักษณะที่มีความกระตือรือร้น (Active Audience) คือ การรู้จักเลือกใช้สื่อตามความต้องการของตนเอง โดยแนวคิดและทฤษฎีที่สามารถใช้อธิบายการใช้สื่อมวลชนตามแนวคิดนี้ได้แก่

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกรับสาร
3. แนวคิดเรื่องผลกระทบของสื่อใหม่ที่มีต่อเด็กและเยาวชน
4. แนวคิดเรื่องสื่อสารมวลชนบนอินเทอร์เน็ต

สำหรับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนั้น เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะผู้ตัดสินใจเลือกใช้สื่อ และเลือกรับเนื้อหาข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการโดยคาดหวังสิ่งที่ต้องการจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กัน อันจะนำมาสู่การได้รับการตอบสนองต่อความต้องการรวมทั้งผลอื่นๆ ที่ตามมาโดยอาจไม่ได้มุ่งหวัง (Katz & Blumler, 1974)

นอกจากนี้ผู้รับสาร ซึ่งทำหน้าที่เป็น “ผู้เลือกเปิดรับสาร” ไม่สามารถรับเอาข้อมูลข่าวสารทุกเรื่องมาใส่ใจและจดจำได้เพราะข่าวสารในแต่ละวันที่เกิดขึ้นทั่วโลกมีมากมาย ดังนั้นผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกรับสารอยู่ 4 กระบวนการตามทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกรับสาร (Klapper, 1960)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) คือ เลือกรับสารจากแหล่งสารที่มีอยู่มากมาย เช่น เลือกเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้อาจเลือกเปิดรับตามความถนัดของผู้รับสารเอง เช่น ผู้ใหญ่อาจชอบที่เปิดรับข่าวสารผ่านโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ แต่วัยรุ่น อาจเลือกเปิดรับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) คือ การเลือกให้ความสนใจกับเนื้อหา หรือประเภทของข่าวสารตามความชอบ หรือความสนใจส่วนตัว ผู้รับสารไม่มีเวลาพอที่จะอ่านหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับได้ ดังนั้นจึงเลือกที่จะอ่านเฉพาะบางคอลัมน์ หรือเนื้อหาบางประเภทที่สนใจ เช่น เนื้อหาด้านบันเทิง กีฬา การเมือง เป็นต้น

3. การเลือกรับรู้ หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็มักจะเลือกตีความหมายตามทัศนคติ หรือประสบการณ์ของตน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) ผู้รับสารจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่สอดคล้องกับความสนใจ ความเชื่อ ทัศนคติ หรือประสบการณ์ของตนเอง

นอกจากการเลือกรับสารแล้ว การเข้ามาของสื่อใหม่ก็เป็นส่วนสำคัญในการศึกษาว่าผู้รับสารซึ่งเป็นเยาวชน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เพราะสื่อใหม่ไม่ใช่เป็นเพียงผลผลิตของนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเท่านั้นแต่ยังเป็นพัฒนาการด้านนวัตกรรมการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต Papert (1993) กล่าวว่า คอมพิวเตอร์ ถือเป็นวิธีการเรียนรู้แบบใหม่ เป็นพื้นที่ในการปลดปล่อยจินตนาการแก่เด็กและเยาวชน มีส่วนในการกระตุ้นการเรียนรู้และทำลายข้อจำกัดในการเรียนรู้แบบเดิมๆ ให้หมดไป รวมทั้งบทบาทของอินเทอร์เน็ตต่อสื่อสารมวลชน ที่ในปัจจุบันเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ของประเทศไทยเกือบทุกฉบับ มีบริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก ข่าวสด เดอะเนชั่น เป็นต้น ซึ่งการบริการเนื้อหาส่วนมากที่น่าเสนอจะใกล้เคียงกับต้นฉบับที่พิมพ์ออกจำหน่าย แต่จะปรับปรุงโดยการตัดทอนเนื้อหาบางส่วนเพื่อให้เหมาะสมกับการนำเสนอทางสื่ออินเทอร์เน็ต และจัดบริการข่าวเด่นเพื่อดึงความสนใจ เช่น ข่าวทันเหตุการณ์ เป็นต้น (อรณพ เถียรถาวร, 2550)

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษา เรื่อง พฤติกรรมและการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครได้พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องคือ มีการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสาร กานต์ กลมสอาด (2553) พบว่า ผู้รับสารส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารเพื่อความรู้ แหล่งที่เปิดรับคือหนังสือพิมพ์ และมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตทุกวัน นอกจากนี้ ปาริชาติ นาคอ่อน (2546) ได้ศึกษา เรื่อง การเปิดรับสื่อของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด นอกจากนี้ยังมีผลวิจัยของ พิเชศ รุ่งสว่าง (2542) ที่พบว่า สื่อมวลชนที่นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมา คือ วิทยุ และ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจมากที่สุดต่อประเภทเนื้อหาข่าวสารพบว่า ด้านกีฬา บันเทิง และข่าว เป็นรายการที่เปิดรับมากที่สุด

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ได้รับความนิยม มีอัตราการเติบโตที่รวดเร็วและขยายวงกว้างไปทั่วทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าเยาวชนไทยมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อติดตามข่าวสารเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ นอกจากนี้ยังศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้วิเคราะห์และนำมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมเยาวชนไทยให้มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่มากขึ้น เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาประเทศ ดังคำกล่าวที่ว่า “ผู้ชนะหรือผู้ที่มีอำนาจ คือ ผู้ที่มีข้อมูลข่าวสารประเทศใด สังคมใด ที่สามารถมีเครือข่ายขุมกำลังของข้อมูลข่าวสาร ถือว่าประเทศนั้น สังคมนั้น คือผู้ชนะหรือผู้ที่มีอำนาจ” (สุธี พลพงษ์, บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ และ ประภาส นวลเนตร, 2550)

นิยามศัพท์

เว็บไซต์รายงานข่าวโดยเฉพาะ หมายถึง เว็บไซต์ของสำนักข่าวโดยตรง มีเนื้อหาของการรายงานข่าวโดยเฉพาะ เช่น เมเนเจอร์ออนไลน์ ไทยรัฐออนไลน์ ข่าวสดออนไลน์ เป็นต้น

เว็บไซต์ทั่วไป หมายถึง เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาครอบคลุมสาระ ความรู้ ความบันเทิง เช่น มีส่วนของข่าวสาร เกมส์ เพลง แฟชั่น เป็นต้น เช่น เว็บไซต์ Sanook, Mthai

เว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางในการติดต่อในลักษณะของการสื่อสารแบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Twitter โดยเป็นการติดตามข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนในสื่อออนไลน์ อ่านเฉพาะข้อมูลที่เพื่อนในสื่อออนไลน์โพสต์หรือแชร์เท่านั้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความแตกต่างระหว่างบุคคลกับการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้วิจัย การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สัดส่วนความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งสร้างจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2) เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และส่วนที่ 3) เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าว

3. การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความเหมาะสมของคำถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษา (Try Out) จำนวน 50 คน และเมื่อได้ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ได้ค่าแอลฟา เท่ากับ .91 ซึ่งหมายถึงเครื่องมือมีระดับความเชื่อมั่นสูง

4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบค่าสถิติโดยใช้ t-test และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศชาย ร้อยละ 49.0 และเพศหญิง ร้อยละ 51.0 มีการพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา ร้อยละ 65.8 อาศัยอยู่คนเดียว ร้อยละ 17.5 อาศัยอยู่กับเพื่อน ร้อยละ 10.8 และอาศัยอยู่กับญาติผู้ใหญ่ ร้อยละ 6.0

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เว็บไซต์สังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter มากที่สุดร้อยละ 57.0 รองลงมา คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 34.0 และเว็บไซต์ทั่วไป เช่น Sanook, Mthai เป็นต้น ร้อยละ 3.5 สำหรับพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ จำแนกตามความถี่ต่อสัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ทุกวัน ร้อยละ 45.3 สื่อหนังสือพิมพ์สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 45.0 สื่อเว็บไซต์รายงานข่าวโดยเฉพาะ เช่น ไทยรัฐออนไลน์ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 32.3 สื่อเว็บไซต์ทั่วไป เช่น Sanook, Mthai สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 31.3 สื่อเว็บสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter เปิดรับทุกวัน ร้อยละ 58.8 และไม่เคยเปิดรับสื่ออื่น เช่น วิทยุ และ SMS เลย ร้อยละ 56.8

ระยะเวลาในการติดตามข่าวสาร (โดยเฉลี่ยต่อวัน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการติดตามข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ มากกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 41.5 สื่อหนังสือพิมพ์ น้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ 41.5 สื่อเว็บไซต์รายงานข่าวโดยเฉพาะ เช่น ไทยรัฐออนไลน์ น้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ 31.5 สื่อเว็บไซต์ทั่วไป เช่น Sanook 15-30 นาที ร้อยละ 28.5 สื่อเว็บสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter มากกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 48.8 และโดยเฉลี่ยต่อวันไม่เคยติดตามข่าวสารผ่านสื่ออื่น เช่น วิทยุ และ SMS เลย ร้อยละ 55.3

2. การใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

เยาวชนไทยมีการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารเพื่อรู้เหตุการณ์ มากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.32 รองลงมา ได้แก่ การใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.00 ใช้ประโยชน์เพื่อให้ได้เป็นคนทันเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 3.95 และใช้ประโยชน์ในการศึกษา ทำรายงานน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 3.44

ตารางที่ 1

การใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์จากการติดตามข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	เกณฑ์ ประเมิน
1. เพื่อรู้เหตุการณ์	4.32	.703	มาก
2. เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียด	4.00	.942	มาก
3. เพื่อให้ดูเป็นคนทันสมัย	3.95	.880	มาก
4. เพื่อใช้เป็นแง่คิด หรืออุทาหรณ์ในการดำเนินชีวิต	3.86	.867	มาก
5. เพื่อใช้พูดคุยกับบุคคลอื่น	3.70	.883	มาก
6. เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ พัฒนาตนเอง	3.74	.937	มาก
7. เพื่อการปรับตัวในชีวิตประจำวันเมื่อมีเรื่องใหม่ๆ เช่น ปรับตัวให้เข้ากับ AEC	3.46	.895	ปานกลาง
8. เพื่อใช้ในการศึกษา ทำรายงาน	3.44	.916	ปานกลาง

3. เปรียบเทียบปัจจัยความแตกต่างระหว่างบุคคลกับการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 ผลการเปรียบเทียบเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารไม่แตกต่างกัน โดยค่าเฉลี่ยของเยาวชนไทยเพศชาย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .578 และค่าเฉลี่ยของเยาวชนไทยเพศหญิง 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .512 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารระหว่างเยาวชนไทยเพศชายและเพศหญิง

เพศ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD.)	t-test	p-value
ชาย	3.75	.578	2.074	.154
หญิง	3.86	.512		

$P < 0.5$

3.2 ผลการเปรียบเทียบเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่พักอาศัยร่วมกับบุคคลแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารไม่แตกต่างกัน โดยค่าเฉลี่ยของการพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .560 พักอาศัยอยู่กับญาติผู้ใหญ่ 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .557 พักอาศัยอยู่กับเพื่อน 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .468 พักอาศัยคนเดียว 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .541 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

การเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารระหว่างเยาวชนไทยที่อยู่อาศัยร่วมกับบุคคลต่างๆ

พักอาศัยกับ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	f-test	p-value
บิดา มารดา	3.81	.560	.828	.479
ญาติผู้ใหญ่	3.77	.557		
เพื่อน	3.92	.468		
คนเดียว	3.76	.541		

$P < 0.5$

3.3 การเปรียบเทียบเยาวชนไทยที่เลือกรับข่าวสารผ่านช่องทางที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารไม่แตกต่างกันโดยค่าเฉลี่ยของการเลือกเปิดรับข่าวสารผ่านโทรทัศน์ 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .516 หนังสือพิมพ์ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .265 เว็บไซต์รายงานข่าวโดยเฉพาะ เช่น ไทยรัฐออนไลน์ 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .458 เว็บไซต์ทั่วไป เช่น Sanook, Mthai 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .571 เว็บไซต์สังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .570 และอื่นๆ เช่น วิทยุ SMS 3.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .711 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4

การเปรียบเทียบเยาวชนไทยที่เลือกรับข่าวสารผ่านช่องทางที่ต่างกัน

ช่องทาง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	f-test	p-value
โทรทัศน์	3.77	.516	1.326	.252
หนังสือพิมพ์	4.03	.265		
เว็บไซต์รายงานข่าวโดยเฉพาะ เช่น ไทยรัฐออนไลน์	3.84	.458		
เว็บไซต์ทั่วไป เช่น Sanook Mthai	3.88	.571		
เว็บไซต์สังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter	3.82	.570		
อื่นๆ เช่น วิทยุ SMS	3.17	.711		

$P < 0.5$

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมและการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำมาสรุปผลและอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์สังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อโทรทัศน์ และ เว็บไซต์ทั่วไป เช่น Sanook, Mthai ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์ (สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน, 2557) ที่ว่า วัยรุ่นไทยอ่านข่าวออนไลน์ทุกวันและเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ในการติดตามข่าวสาร เพราะข่าวสารที่ได้รับมีความรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ สามารถติดตามข่าวสารได้ทุกสถานที่ และยังสอดคล้องกับบทความวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเสพสื่อทีวีที่เปลี่ยนไป (กนกกาญจน์ ประจงแสงศรี และ ोलิตา พอลเลต, 2557) ซึ่งผลการวิจัยระบุว่า กลุ่มที่มีแนวโน้มในการรับชมรายการต่างๆ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ลดลงอย่างเห็นได้ชัดคือ กลุ่มวัยรุ่น (อายุ 12-19 ปี) ซึ่งมีการดูโทรทัศน์ผ่านจอโทรทัศน์ลดลงจากปี 2553 ประมาณร้อยละ 4 และจากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า กลุ่มเยาวชน มีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มอื่น จากร้อยละ 39.7 ในปี 2550 เป็นร้อยละ 51.9 ในปี 2554 และคาดว่าจะการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นนี้จะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยมักใช้อินเทอร์เน็ต ค้นหาข้อมูลทั่วไป/มากที่สุด ร้อยละ 79.6 เล่นเกมส่ดาวนโหลดเกมส์ ร้อยละ 65.4 อ่านข่าวสาร หนังสือพิมพ์ แม็กกาซีนต่างๆ ร้อยละ 57.4 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ม.ป.ป.) นอกจากนี้สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญที่ทำให้เยาวชนไทยสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้สะดวก รวดเร็ว และทันเหตุการณ์ อีกทั้งสามารถแสดงความคิดเห็นหรืออ่านความคิดเห็นของผู้อื่นได้ ซึ่งน่าจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เยาวชนไทยเลือกที่จะติดตามข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด

2. ด้านการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนไทยมีการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารเพื่อรู้เหตุการณ์ มากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของแม็คคอมส์และเบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979) เรื่องเหตุผลในการติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนในมุมมองของผู้รับสาร คือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังจะเกิดขึ้น และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้ ปัจจุบันข้อมูลข่าวสารถูกนำเสนอผ่านเครือข่ายออนไลน์ทำให้เยาวชนไทยสามารถรับทราบเหตุการณ์ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และรู้สึกว่าเป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ สามารถบอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับบุคคลอื่นๆ ได้ รองลงมา คือ การใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย ความเครียด และเพื่อให้ดูเป็นคนทันสมัย ตามลำดับ สอดคล้องกับบทความของสุชาติ สุภาการ (2557) เรื่อง มายด์แชร์สื่อสารกับดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives) ต้องง่ายและรวดเร็ว โดยการสร้างเนื้อหาให้แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใครจะช่วยดึงดูดความสนใจได้ ซึ่งการสื่อสารด้วยเนื้อหาที่ให้ความบันเทิง น่าตื่นเต้น และน่าค้นหา รวมทั้งต้องเป็นเรื่องที่มีความทันสมัยกับสถานการณ์ในสังคมที่กำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเหล่านี้สามารถแชร์และส่งต่อกันได้ อันเป็นพฤติกรรมหลักของเยาวชนไทยในปัจจุบัน

3. ด้านปัจจัยความแตกต่างระหว่างบุคคลกับการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีที่พักอาศัยร่วมกับบุคคลอื่น และเลือกรับข่าวสารผ่านช่องทางที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารไม่แตกต่างกัน เป็นเพราะการรายงานสถานการณ์ที่เป็นไปในสังคม คือ หน้าที่หลักของสื่อมวลชน และสอดคล้องกับอรรถนพ เรียรถาวร (2550) ที่ว่าข่าวที่นำเสนอทางสื่ออินเทอร์เน็ต จะบริการข่าวเด่นเพื่อดึงความสนใจ เช่น ข่าวทันเหตุการณ์ นอกจากนี้สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2533) ที่ว่า ในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ เป็นทฤษฎีว่าด้วยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยวัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงก็นำไปใช้ประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

สรุป

เยาวชนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter มากที่สุด รองลงมา คือ โทรศัพท์ แต่เมื่อเทียบกับงานวิจัยในอดีตแล้ว เยาวชนไทยมีการเปิดรับข่าวสารทางสื่อมวลชนที่เป็นสื่อหลัก ได้แก่ โทรศัพท์ และหนังสือพิมพ์ เป็นอันดับหนึ่ง อาจด้วยพฤติกรรมการใช้สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป เยาวชนไทยมีความต้องการสื่อที่เข้าถึงง่าย ทันสมัย สะดวก และรวดเร็ว ซึ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างชัดเจน สำหรับความถี่และระยะในการเปิดรับ พบว่า เยาวชนไทยเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อโทรศัพท์ และ เว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน โดยส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารผ่านทั้ง 2 สื่อ มากกว่าวันละ 1 ชั่วโมง สำหรับการให้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารพบว่า เยาวชนไทยใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรู้เหตุการณ์มากที่สุด นอกจากนี้เยาวชนไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีที่พักอาศัยร่วมกับบุคคลอื่น และเลือกรับข่าวสารผ่านช่องทางที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวสารไม่แตกต่างกัน จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถสะท้อนภาพความสนใจของเยาวชนไทยที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร การเปิดรับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ข่าวของสื่อมวลชน หากสื่อมวลชนปรับช่องทางการเผยแพร่ข่าวให้สอดคล้องกับความต้องการใช้สื่อของเยาวชนไทยอาจเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เยาวชนไทยรับรู้ข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น และเป็นที่น่าศึกษาเพิ่มเติมว่า เยาวชนในต่างจังหวัด จะมีพฤติกรรมการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากการติดตามข่าวผ่านสื่อแตกต่างจากเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กนกกาญจน์ ประจแสงศรี และ ไอลดา ฟอลเลต. (2557). พฤติกรรมการเสพสื่อทีวีที่เปลี่ยนไป. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2558, จาก <http://www2.thaipbs.or.th/aipm/?p=107>.
- กานต์ กลมสอาด. (2553). การเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- ปาริชาติ นาคอ่อน. (2546). **การเปิดรับสื่อของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2555). **องค์ความรู้ทางการสื่อสาร**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- พิเชต รุ่งสว่าง. (2542). **พฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนประจำจังหวัดในจังหวัดกาญจนบุรี**. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน. (2557). **ผลวิจัยชี้วัยรุ่นไทยมากกว่าครึ่งอ่านข่าวออนไลน์ทุกวัน**. สืบค้น เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2558, จาก <http://www.kidsradioclub.or.th/article/treatise/1241>.
- สำนักข่าวอิศรา. (2558). **นักวิชาการเผย 13 พฤติกรรมลบในการใช้สื่อของเยาวชนไทย**. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2558, จาก http://www.isranews.org/thaireform-other-news/item/40257-youth_40257.html.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **วัยรุ่น: อินเทอร์เน็ต: เกมออนไลน์**. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2558, จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/news_internet_teen.jsp.
- สำนักส่งเสริมและพิทักษ์เยาวชน. (2558). **กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิเยาวชน**. สืบค้น เมื่อ 6 สิงหาคม 2558, จาก <http://oppy.opp.go.th/about/11.html>.
- สุชาติ สุภาการ. (2557). **มายด์แชร์ชี้สื่อสารกับดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives) ต้องง่ายและรวดเร็ว**. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.mindshareworld.com/thailand/news/mindshare-thailand-reveals-online-behavior-and-motivation-digital-natives>.
- สุธี พลพงษ์, บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ และ ประภาส นวลเนตร. (2550). **ชุดความรู้นิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร เขยประทับ. (2526). **สื่อมวลชนและการพัฒนาประเทศ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2533). **ตำราพิชัยสงครามการตลาด ฉบับ ดร. เสรี วงษ์มณฑา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณสาร.
- อรรณพ เขียวถาวร. (2550). **ชุดความรู้นิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- DeFleur, M. (1996). **Theories of Mass Communication**. New York: A Liberal art Perspective.
- Katz, E. & Blumler, J. G. (1974). **The Used of Mass Communication: Current Perspective on Gratifications Research**. Beverly Hills, CA: Sage Publication.
- Klapper, J. T. (1960). **The Effects of Mass Communication**. New York: Praeger.
- McCombs, M. E. & Becker, L. E. (1979). **Using Mass Communication Theory**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Papert, S. (1993). **The Children's Machine: Rethinking School in the Age of Computer**. New York: Basic.