



การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจา  
สร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร  
ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

โดย

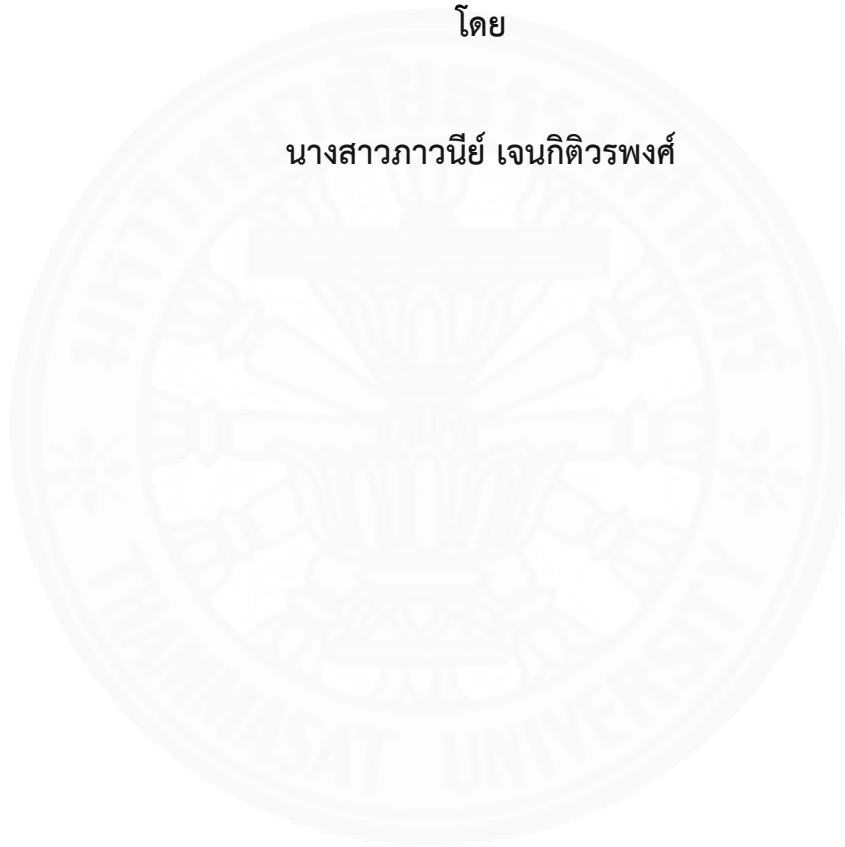
นางสาวภาวนีย์ เจนกิตติวรวงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจา  
สร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร  
ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

โดย

นางสาวภาวนีย์ เจนกิตติวรพงศ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

MEDIA EXPOSURE, ATTITUDE, BEHAVIOR AND MEDIA LITERACY  
OF USING HATE SPEECH AMONG THAI TEENAGERS  
IN BANGKOK VIA FACEBOOK

BY

MISS PAWANEE JANEKITIVORAPONG

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS  
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION  
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2017  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวภาวนีย์ เจนกิติวรพงศ์

เรื่อง

การเปิดรับสื่อ ทศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทย  
ในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  
(รองศาสตราจารย์แอนนา จุมพลเสถียร)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....  
(รองศาสตราจารย์ปัทมา สุวรรณภักดี)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  
(รองศาสตราจารย์กัลยกร วรกุลสถฐานีย์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธำตรี ไต้ฟ้าพูล)

คณบดี

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปัทมานวงค์)

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์           | การเปิดรับสื่อ ทศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทัน<br>ในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยใน<br>เขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) |
| ชื่อผู้เขียน                | นางสาวภาวนีย์ เจนกิติวรพงศ์   |
| ชื่อปริญญา                  | วารสารศาสตรมหาบัณฑิต  |
| สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย    | สื่อสารมวลชน<br>คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน<br>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์   |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ | รองศาสตราจารย์ปัทมา สุวรรณภักดี   |
| ปีการศึกษา                  | 2560  |

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการเปิดรับสื่อ ทศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ทศนคติ พฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 12 – 18 ปี และทั้งหมดมีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 420 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ ระดับการศึกษา บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

ทั้งยังพบว่า การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้อวาจาสร้างความเกลียดชัง โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก

ด้านทัศนคติต่อการใช้อวาจาสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้อวาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก

อีกทั้งยังพบว่าวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา และบุคคลที่

(2)

พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** การเปิดรับสื่อ, ทักษะคิด, พฤติกรรม, การรู้เท่าทันสื่อ, การใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง



|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Thesis Title                  | MEDIA EXPOSURE, ATTITUDE, BEHAVIOR AND MEDIA LITERACY OF USING HATE SPEECH AMONG THAI TEENAGERS IN BANGKOK VIA FACEBOOK |
| Author                        | Miss Pawanee Janekitivorapong   |
| Degree                        | Master of Arts  |
| Department/Faculty/University | Mass Communication<br>Journalism and Mass Communication<br>Thammasat University   |
| Thesis Advisor                | Associate Professor Pattama Suwanpakdee   |
| Academic Year                 | 2017  |

## ABSTRACT

The objective of this research is to study media exposure, attitude, behavior and media literacy of using hate speech among Thai teenagers in Bangkok via Facebook including relationship among media exposure, attitude and behavior by applying the Quantitative Research and the Survey Research Method. The research sample is from a group of Thai teenagers around 12-18 years old living in Bangkok and using Facebook. The total samples are from 420 people by using the Questionnaire to collect the data.

The hypothesis test results Thai teenagers in Bangkok who are different genders, background of education, and the people who are living together have the similar of hate speech content exposure.

In addition, the relationship of frequent of hate speech content exposure toward attitude of using hate speech was positive.

Moreover, the relationship of attitude toward the behavior of using hate speech of Thai teenagers in Bangkok was positive.

Lastly, Thai teenagers in Bangkok who are different genders have the similar

(4)

media literacy to communication through Facebook. Although it will be different for the education and the people you are living in different areas.

**Keywords:** media exposure, attitude, behavior, media literacy, using hate speech





## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ปัทมา สุวรรณภักดี ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ แนวทางแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งเมตตาและเป็นกำลังใจตลอดการศึกษาวิจัย รวมถึง รองศาสตราจารย์แอนนา จุมพลเสถียร ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ชาติรี ใต้ฟ้าพูล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ ให้ความเมตตากรุณา สละเวลาเพื่อให้คำแนะนำ ตรวจสอบตรา เพื่อปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคุณอาจารย์ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้วิจัยตลอดจนเจ้าหน้าที่ โครงการบัณฑิตศึกษา และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ที่ให้ความช่วยเหลือแนะนำแนวทางและอำนวยความสะดวกเรื่องต่าง ๆ ในการทำวิทยานิพนธ์จน สำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกความช่วยเหลือจากทุกคน ที่คอยให้คำแนะนำตลอดมา ทั้งเพื่อน พี่น้อง ที่เรียนปริญญาโทมาด้วยกัน

ผู้วิจัยขอขอบคุณบุคคลในครอบครัว ที่เป็นแรงสนับสนุนสำคัญในการศึกษาระดับ บัณฑิตศึกษา รวมทั้งมอบความห่วงใยและกำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งและ ประทับใจในความเมตตากรุณาของทุกท่านที่กล่าวมา และมีได้กล่าวมาในที่นี้ จึงขอกราบขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวภาวนีย์ เจนกิตติวรพงศ์

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย  | (1)  |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ   | (3)  |
| กิตติกรรมประกาศ  | (5)  |
| สารบัญตาราง  | (9)  |
| บทที่ 1 บทนำ   | 1    |
| 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา                                | 1    |
| 1.2 ปัญหานำวิจัย   | 6    |
| 1.3 วัตถุประสงค์การศึกษา                                     | 7    |
| 1.4 สมมติฐานการวิจัย   | 7    |
| 1.5 ขอบเขตการวิจัย   | 8    |
| 1.6 นิยามศัพท์   | 8    |
| 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                                | 9    |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                | 11   |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง           | 11   |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ                            | 17   |
| 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ                                   | 19   |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม                                  | 22   |
| 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ                         | 27   |
| 2.6 แนวคิดเรื่องจิตวิทยาวัยรุ่น                              | 30   |
| 2.7 แนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์ และคุณลักษณะของเฟซบุ๊ก | 33   |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์                                     | 36        |
| 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง   | 38        |
| 2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย   | 42        |
| <b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>   | <b>43</b> |
| 3.1 ประชากรที่ศึกษา   | 43        |
| 3.2 กลุ่มตัวอย่าง   | 43        |
| 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง   | 44        |
| 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  | 47        |
| 3.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย  | 47        |
| 3.6 การแบ่งกลุ่มและการวัดค่าตัวแปร  | 48        |
| 3.7 เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร  | 50        |
| 3.8 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  | 55        |
| 3.9 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล   | 56        |
| <b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>   | <b>62</b> |
| 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร  | 62        |
| 4.2 การเปิดรับสื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)                               | 64        |
| 4.3 ทักษะคิดที่มีต่อการใช้งานจาสร้างคามเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) | 66        |
| 4.4 พฤติกรรมการใช้งานจาสร้างคามเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)         | 69        |
| 4.5 การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)                    | 72        |
| 4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย  | 74        |
| <b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>                         | <b>83</b> |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย  | 84        |
| 5.2 อภิปรายผลการศึกษา   | 88        |
| 5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย   | 94        |
| 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต                                      | 96        |

(8)

รายการอ้างอิง

97

ภาคผนวก

105

ประวัติผู้เขียน

112



## สารบัญตาราง

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 3.1 แสดงจำนวนเขตการปกครอง จำนวนเขตทั้งหมด จำนวนเขตตัวอย่าง<br>เขตตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง   | 46   |
| 3.2 สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ  | 58   |
| 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ   | 62   |
| 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา   | 63   |
| 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย  | 63   |
| 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง<br>จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อครั้ง   | 64   |
| 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง<br>จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) | 65   |
| 4.6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง<br>จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊ก (Facebook)         | 66   |
| 4.7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง<br>จำแนกตามพฤติกรรมการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก<br>(Facebook)                 | 69   |
| 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง<br>จำแนกตามการรู้เท่าทันการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)  | 72   |
| 4.9 แสดงการเปรียบเทียบความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความ<br>เกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามเพศ  | 74   |
| 4.10 แสดงการเปรียบเทียบความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความ<br>เกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามระดับการศึกษา                                     | 75   |
| 4.11 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหา<br>ที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามบุคคล<br>ที่พักอาศัยอยู่ด้วย          | 76   |

|      |  |    |
|------|--|----|
| 4.12 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหา<br>ที่สร้างความเกลียดชังกับทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของ<br>วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) | 77 |
| 4.13 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความ<br>เกลียดชังกับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทย<br>ในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)                | 78 |
| 4.14 | แสดงการเปรียบเทียบการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก<br>(Facebook) จำแนกตามเพศ  | 79 |
| 4.15 | แสดงการเปรียบเทียบการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก<br>(Facebook) ความถี่ต่อครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา  | 80 |
| 4.16 | แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย  | 81 |
| 4.17 | แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย  | 81 |
| 5.1  | สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย   | 87 |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

สื่อออนไลน์มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน และมีการนิยมใช้สื่อออนไลน์กันอย่างแพร่หลายในทุกสาขา อาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย เนื่องจากสื่อออนไลน์สามารถทำให้การสื่อสารเป็นเรื่องง่ายตาย และรวดเร็วเพียงปลายนิ้วสัมผัส ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดบนโลกนี้แค่ใช้อุปกรณ์ที่เป็นตัวช่วยในการส่งสาร และรับสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์โดยผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน Tim O'Reilly (2007) กล่าวว่า เว็บไซต์จะนำมาสู่การสร้างชุมชนที่เรียกว่า Online Community ซึ่งมีลักษณะสังคมเสมือนจริง (Virtual Community) อันเป็นลักษณะสังคมที่เน้นการโต้ตอบ หรือมีลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) โดยผู้ใช้งานมีลักษณะเป็นผู้กระทำ (Active User) คือ สามารถแบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ ตลอดจนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นสาธารณะอย่างกว้างขวาง

จากการค้นคว้าข้อมูลจาก Thailand Zocial Awards 2017 ได้ออกมาเปิดเผยถึงสถิติการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ในช่วงหนึ่งปีพบว่า มีผู้ใช้เฟซบุ๊กทั่วโลกจำนวน 1.93 พันล้านคน ในประเทศไทยมีจำนวนประชากรทั้งประเทศประมาณ 66 ล้านคน มีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากถึง 47 ล้านคน เติบโตจากปีก่อน 15% และจังหวัดที่มีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดคือ กรุงเทพมหานคร รองลงมาคือ ชลบุรี เชียงใหม่ และโคราช จากข้อมูลดังกล่าวทำให้คนไทยใช้เฟซบุ๊กมากเป็นอันดับ 9 ของโลก (ที่มา : <https://www.facebook.com/ThothZocial/videos/1362613870485595/>, ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561) และเมื่อพิจารณาถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่มีระดับการใช้งานบ่อย ๆ จะเห็นได้ว่า เฟซบุ๊กเป็นสื่อที่สังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานบ่อยมากกว่าสื่ออื่น ๆ สูงถึง 84.5% รองลงมาคือไลน์ 81.1% และยูทูบ 77.8% (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2560) จึงถือได้ว่าเฟซบุ๊กเป็น Social Network อันดับ 1 ที่ผู้คนให้ความสนใจมากที่สุดในขณะนี้

เฟซบุ๊กจะมีคุณลักษณะเด่น ๆ คือ สามารถอัปเดตสถานะของผู้ใช้ได้โดยการพิมพ์เป็นข้อความ การอัปโหลดรูปภาพ หรือการอัปโหลดคลิปวิดีโอ โดยผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่น ๆ ก็สามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นกับเรื่องราวต่าง ๆ ที่เรานำเสนอ และเฟซบุ๊กยังสามารถส่งข้อความถึงคนที่เราต้องการจะสนทนาด้วยได้โดยตรง ซึ่งใช้เวลาไม่นานก็ทำให้สื่อสารกันได้อย่างเข้าใจ อีกทั้งยังสามารถสร้าง Fan Page ที่องค์กรหลายองค์กรก็ให้ความสำคัญกับการสร้าง Fan Page เพื่อใช้เป็นการประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้องค์กรเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ไม่เพียงแต่องค์กรเท่านั้นที่ให้ความสำคัญ

บุคคลธรรมดาที่ไม่ได้มีชื่อเสียงแต่มีความรู้ หรือมีทักษะในการใช้ภาษาที่น่าสนใจทำให้ผู้อ่าน อ่านแล้ว รู้สึกชื่นชอบก็หันมาสร้าง Fan Page กันมากมาย เพื่อเป็นการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารที่มีประโยชน์ และเพื่อความบันเทิง แต่ก็มี Fan Page อีกประเภทหนึ่งที่น่าข้อมูลข่าวสารที่เป็นประเด็นร้อน หรือเป็นเหตุการณ์แปลกใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมมานำเสนอ ซึ่งผู้ที่เป็นผู้ดูแลเพจนั้นจะโพสต์ประเด็น ข่าว หรือเหตุการณ์ดัง กล่าว ไม่ว่าจะเป็นบทความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอ ซึ่งบางเหตุการณ์ก็ยังไม่ได้รับการตรวจสอบว่าเป็นเรื่องจริงหรือไม่ แต่ถ้าหากกลุ่มคนส่วนใหญ่ให้ความสนใจก็จะมีการแชร์ การเผยแพร่ต่ออย่างรวดเร็ว และมีการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ มากมาย โดยที่ไม่ได้สนใจว่าที่มาของ เรื่องนี้เป็นอย่างไร มีความถูกต้องหรือไม่ ซึ่งอาจจะเกิดผลกระทบตามมาภายหลัง

สื่อเฟซบุ๊กจึงเป็นปัจจัยการดำรงชีวิตของคนในสังคมบางกลุ่มไปแล้ว คนเหล่านี้ได้ เปิดรับสื่อเช่นนี้ทุก ๆ วัน ไม่มากก็น้อย และในกลุ่มวัยรุ่นเองก็มีแนวโน้มว่าจะได้รับอิทธิพลจากสื่อ เหล่านี้เป็นอย่างมาก ทั้งด้านการแต่งกาย พฤติกรรมทางเพศ พฤติกรรมการรับประทานที่ผิดปกติและ อีกมากมาย สื่อเป็นตัวแปรของการรับรู้และอาจก่อให้เกิดค่านิยมผิด ๆ ตามมาได้ เนื่องจากสื่อ บางประเภทยังไม่ได้ถูกควบคุมอย่างเคร่งครัด (ชมรมจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่นแห่งประเทศไทย, 2554)

ทั้งนี้จากการค้นคว้าพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่ากลุ่มวัยรุ่นไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตในวันเรียนหนังสือเฉลี่ย 5 ชั่วโมง 48 นาทีต่อวัน และในวันหยุดเฉลี่ย 7 ชั่วโมง 12 นาทีต่อวัน และยังมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ส่วนระยะเวลาที่ใช้ไปกับสื่อต่าง ๆ นั้นพบว่า การเล่นโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, Line เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน ชมโทรทัศน์ ชมภาพยนตร์ เฉลี่ย 2 ชั่วโมง 18 นาทีต่อวัน เล่นเกมเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อวัน และอ่านหนังสือทางออนไลน์เฉลี่ย 1 ชั่วโมงต่อวัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2560)

อีกทั้งโทรศัพท์มือถือยังกลายเป็นเครื่องมือที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของวัยรุ่น ทำให้กลุ่มวัยรุ่นนำเอาเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาผสมผสานกับวิถีชีวิต พฤติกรรม ตัวตน รวมทั้งวิถีคิด ของตน จนทุกวันนี้คงไม่ผิดมากนักหากจะกล่าวว่าเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์เป็นวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลยิ่งของเยาวชน เพราะวัยดังกล่าวเป็นวัยที่มีความสนใจต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ส่งผลให้วัยรุ่นต้องมีการเสพเทคโนโลยีเหล่านี้ ในการติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งรูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชนที่ต้องการเวลาและพื้นที่ในการแสวงหาตัวตนและประสบการณ์ชีวิต ก็เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว อีกด้วย (รณภูมิ สามีคศิริคารมย์และคณะ, 2551)

ถ้าหากการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มวัยรุ่นนั้นจะใช้ประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ เทคโนโลยี หรือสื่อออนไลน์ก็แทบจะไม่ส่งผลกระทบทางลบเลย แต่ความเป็นจริงแล้วการพัฒนาในทุกด้านก็ล้วน แต่มีสองมิติทั้งสิ้น บ่อยครั้งเรามักจะเห็นการพุดคุย หรือการแสดงความคิดเห็นที่แสดงออกถึง



ความก้าวร้าว มีถ้อยคำที่รุนแรงเต็มไปด้วยคำหยาบคาย การด่าทอ พุดจาตุหมิ่นเหยียดหยาม สบประมาท โดยที่ไม่ได้ไตร่ตรองก่อน ผู้ที่ได้รับข้อความนั้น หรือผู้ที่ไม่เห็นด้วยกับความคิดเห็นนั้น ๆ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดี จึงมีการโต้เถียงกันอย่างไม่มีการยอมใคร จนท้ายที่สุดคำพูดเหล่านั้นก็กลายเป็นความเกลียดชัง

วาทะที่สร้างความเกลียดชังในโลกออนไลน์นั้น มีคุณลักษณะที่เป็นการนิรนาม ซึ่งสามารถปกปิดตัวผู้ใช้ได้ และสามารถเผยแพร่สู่วงกว้างได้ทันที ซึ่งกลุ่มคนที่มีหัวรุนแรง หรือเป็นนักเผยแพร่ความเกลียดชังจะใช้วิธีนี้ในการเผยแพร่ข้อมูล เนื่องจากยากแก่การเอาผิด ยิ่งไปกว่านั้นปรากฏการณ์ดังกล่าวยังเป็นเสมือนความบันเทิงของคนกลุ่มนี้อีกด้วย ดังจะเห็นได้จากการแสดงความคิดเห็นของผู้ที่สร้างความเกลียดชังกันไปมา ซึ่งสร้างผลกระทบต่อผู้ใช้งานที่บางครั้งอาจไม่ได้สิ้นสุดแค่ในโลกออนไลน์เท่านั้น แต่อาจส่งผลกระทบต่อชีวิตจริงด้วย

พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ (2556) ให้คำจำกัดความของคำว่า วาทะที่สร้างความเกลียดชัง หรือ Hate Speech ว่าหมายถึง ถ้อยคำที่แสดงความเกลียดชังที่เกี่ยวข้องกับอคติและการเลือกปฏิบัติต่าง ๆ ในสังคมนั้น ๆ ซึ่งมักจะเป็นเรื่องของชนชั้น วรรณะ เพศสภาพ สีดวง ศาสนา ความเชื่อ และชาติพันธุ์ต่าง ๆ เป็นต้น การแสดงความคิดเห็นในบางเรื่องนั้น เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ซึ่งบางครั้งความเห็นของเราอาจจะไม่ตรงกับคนอื่น ๆ ฉะนั้น Hate Speech จะส่งผลกระทบต่อสังคม และอาจส่งผลกระทบต่อมหาศาล หากเป็นการยั่วให้เกิดผลร้ายต่อผู้ใดผู้หนึ่งทันที และวุฒิสัย ฤกษ์ ประกรกิจ บรรณาธิการบริหารนิตยสารจีเอ็ม (2556) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ในสังคมว่า “เมื่อเราถึงยุคที่เราสามารถแสดงออกได้ทุกอย่าง ทุกที่ ทุกเวลา ทำให้เราทำทุกอย่างง่ายขึ้น เราอยู่หลังคีย์บอร์ด เราพูดอะไรก็ได้ ยิ่งเมื่อมีเหตุการณ์ไม่ปกติเกิดขึ้นในสังคมก็ยิ่งกระตุ้นให้ทวีความรุนแรงมากขึ้นไปอีก” สังคมในปัจจุบันคนเรามีความกล้าแสดงออก กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น ไม่พอใจ หรือมีความรู้สึกโกรธ อะไรก็พิมพ์แล้วกดโพสต์ลงในเฟซบุ๊ก ซึ่งข้อความที่อยู่บน Social Network นั้น มีความเป็นสาธารณะ ทุกคน สามารถมองเห็นได้ ซึ่งภูเบศร์ สมุทรจักร (2559) อาจารย์สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมของวัยรุ่นไทยแสดงออก และพยายามเผยแพร่มากขึ้น มาจากการขยายตัวของสื่อโซเชียลมีเดียที่มีมากและเติบโตอย่างรวดเร็ว กลุ่มวัยรุ่นผู้หญิงก็มีความศรัทธามาก และใช้ความรุนแรงไม่ต่างจากวัยรุ่นชาย ซึ่งมองว่ามาจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในสังคมที่ทำให้คนกล้าเปิดเผยการกระทำมากขึ้น เป็นเพราะกรอบทางวัฒนธรรมของสังคมไทยในปัจจุบันมีความหลวมมากขึ้น ไม่เหมือนเมื่ออดีตที่จะมีการคอยควบคุมพฤติกรรมคนในสังคม เมื่อคนในสังคมสามารถแสดงออกได้อย่างอิสระ ทำให้ความรู้สึกอัดกลืนที่อยู่ภายในถูกเปิดเผยออกมา จนกลายเป็นความรุนแรงและนำมาระบายผ่านสื่อออนไลน์ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ เยาวชนมักมีการแสดงความคิดเห็นอย่างสุดโต่งสุดขีดมากขึ้นประกอบกับรู้สึก

ว่ามีผู้สนับสนุนที่มาจากยอดไลค์ และการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ

มีงานวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่ใน the journal Cyber Psychology, Behavior, and Social Networking โดยศาสตราจารย์โรอัน มาร์ติน (2556) ผู้เชี่ยวชาญในสาขาจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัย วิสคอนซินกรีนเบย์ หัวหน้าคณะวิจัยได้กล่าวว่า เว็บไซต์เป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นให้คนเข้ามาใช้เป็นเครื่องระบายอารมณ์ แต่การเข้ามาระบายความรู้สึกในโลกออนไลน์นั้น มีแต่จะทำให้ปัญหายุ่งยากมากขึ้น และไม่ได้ทำให้จิตใจของคน ๆ นั้น จดจ่ออยู่กับการแก้ปัญหา แต่ไปจดจ่ออยู่กับ “ปัญหา” มากกว่าจะลงมือแก้ไข ทำให้เกิดความทุกข์อย่างซ้ำ ๆ ที่ส่งผลต่อร่างกายและความรู้สึกในโลกนี้มีผู้คนที่รู้สึกไม่พอใจกับสิ่งต่าง ๆ อยู่เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการเมือง ปัญหาการแย่งที่ทำงาน ปัญหาในที่ทำงาน ปัญหาในโรงเรียน เมื่อผู้คนเหล่านั้นเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่ชอบใจต่างก็รู้สึกว่าจะต้องทำอะไรสักอย่าง และมองว่าการระบายความรู้สึก หรือการไปแสดงความคิดเห็นอย่างรุนแรงบนโลกออนไลน์จะสามารถช่วยได้ แต่พวกเขาไม่รู้เลยว่าโพสต์ข้อความแยะ ๆ หรือโพสต์ข้อความหมิ่นประมาทผู้อื่นนั้นได้ทำร้ายคนรอบข้าง รวมถึงตัวพวกเขาด้วยเพราะเพื่อน ๆ หรือคนในครอบครัวหากได้มาอ่านข้อความรุนแรง ก็จะเกิดความไม่สบายใจที่ได้รับรู้ว่าเรากำลังมีปัญหาซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างปัญหาต่อไปไม่รู้จบ ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้ก็กลายเป็นช่องทางให้ที่สามารถสร้างความเกลียดชังได้โดยไม่รู้ตัว

อีกทั้งเทคโนโลยีเหล่านี้ก็ทำให้บุคคลและกลุ่มที่นิยมสร้างความเกลียดชังได้ฉวยโอกาสจากความเร็ว การแพร่กระจายอย่างกว้างขวาง ความยืดหยุ่นของการสื่อสารที่เปิดกว้างของสื่อออนไลน์ เพื่อส่งต่อและเผยแพร่ข้อความที่สร้างความเกลียดชังอย่างไม่เคยเป็นมาก่อนในสื่อชนิดอื่น คนในสังคมไม่เพียงแต่จะเปิดรับความเกลียดชังเพิ่มขึ้น แต่ยังมีส่วนร่วมในการส่งต่อ และแบ่งปันความเกลียดชังไปในขอบเขตที่แทบจะไม่มีข้อจำกัดทั้งเรื่องของเวลาและสถานที่

วรารกรณ์ สามโกเศศ (2558) กล่าวว่าสาเหตุของการแพร่กระจายของ Hate Speech ในโลกไซเบอร์ของประเทศไทยนั้นอาจมาจากความคึกคะนอง ความใจร้อนของวัยรุ่น ความสามารถในการอดกลั้นต่ำ การสามารถใช้นามแฝงในเฟซบุ๊กจนทำให้ไม่รู้ตัวตนจริง การไร้การบังคับใช้กฎหมาย เมื่อมนุษย์พบหน้ากันยังรู้ว่าใครเป็นใคร การด่าทอรุนแรงมีโอกาสเกิดได้น้อยกว่าในกรณีของการไม่เห็นหน้ากัน ไม่รู้จักตัวตนจริงของกันและกัน และเมื่อบวกเอาความสะดวก การสามารถตอบโต้ไปกลับได้อย่างรวดเร็วแล้วเป็นธรรมดาที่จะเห็นสภาพการณ์ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ยกตัวอย่างลักษณะหนึ่งของ Hate Speech ในบ้านเรา ก็คือการให้ฉายาเรียกคนพิการ ไม่ว่าจะเป็น “ไอ้เป่ ไอ้ใบ้ ไอ้บอด” เราเห็นการเรียกเช่นนี้อยู่บ่อยครั้ง ไม่ว่าจะเป็นในหมู่เพื่อนหรือในสื่อต่าง ๆ ซึ่งการล้อเลียนความพิการก็เป็น Hate Speech ในอีกลักษณะหนึ่งที่สามารถทำให้กระทบจิตใจของผู้อื่นได้

จะเห็นได้ว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกโซเชียล ส่วนใหญ่มีจุดเริ่มต้นมาจากการสื่อสาร การใช้คำพูดที่รุนแรง แล้วส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมายในสังคม ยกตัวอย่างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เมื่อปี 2009 ที่เด็กหญิงชาวออสเตรเลียวัย 14 ปีก่อเหตุฆ่าตัวตายหลังจากถูกรังแกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แม่ของเด็กหญิงให้สัมภาษณ์กับสำนักข่าวเอบีซี (ABC News) ว่าถ้าลูกสาวของเธอไม่เข้าไปเห็นข้อความในคอมพิวเตอร์วันนั้นก็คงจะไม่ฆ่าตัวตาย (2009) และอีกหนึ่งเหตุการณ์ที่สร้างความหดหู่ใจมากนั้นคือเหตุการณ์ของเมแกน ไมเยอร์ (Megan Meier) ซึ่งถูกล้อเลียนและว่าร้ายอย่างต่อเนื่องจากเครือข่ายสังคมออนไลน์จนเธอตัดสินใจจบชีวิตตัวเอง “เมแกนซึ่งมีอายุเพียง 13 ปีเริ่มได้รับข้อความว่าร้ายต่าง ๆ จากเด็กผู้ชายที่เธอเพิ่งจะคบหาด้วยบนเครือข่ายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์มายสเปซ โดยข้อความสุดท้ายที่ส่งถึงเธอเขียนว่าโลกคงจะดีกว่านี้ถ้าไม่มีผู้หญิงอย่างเธอ ทำให้เมแกนที่คิดว่าตนเองถูกปฏิเสธจากคนรักตัดสินใจฆ่าตัวตายในบ้านของเธอเอง” (2012) ทั้ง 2 กรณีศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงความรุนแรงของการคุกคามบนโลกออนไลน์ซึ่งสามารถพบได้ทุกที่ในโลกที่เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าถึง

ในประเทศไทยเอง การรับรู้ของเยาวชนในเรื่องของความรุนแรงในโลกออนไลน์นั้น พวกเขาเฝ้ามองว่าปัญหาเหล่านั้นไม่ใช่ปัญหาใหญ่ที่ควรต้องได้รับการแก้ไขแต่อย่างใด ยิ่งกว่านั้น เยาวชนยังมองว่าปัญหาการรังแกในพื้นที่โซเชียลนั้นถือเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่สามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตประจำวันของพวกเขา (ณัฐรัชต์ สาเมาะ, 2556) ดังตัวอย่างการพาดหัวข่าวของสื่อมวลชน เช่น “อึ้ง! เรื่องปกติเด็กไทย รังแกกันบนโลกโซเชียล” (ไทยรัฐ, 9 ก.พ. 2553) จากข่าวนี้นี้สะท้อนให้เห็นว่าการรับรู้ของเยาวชนถือว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องปกติที่สังคมยอมรับได้ และเพ็ญจันทร์ เพ็ญจันทร์ ประดับมุข เซอร์เรอร์ และคณะ (2551) กล่าวว่า ความรุนแรงในเด็กและเยาวชนถูกทำให้เห็นว่าเป็นเรื่องธรรมดา สังคมจึงมีแนวโน้มที่จะยอมรับและยอมทนต่อปรากฏการณ์ความรุนแรงดังกล่าว เพราะความรุนแรงสามารถเกิดขึ้นและหายไปได้เมื่อพวกเขาโตขึ้น

จากงานวิจัยที่กล่าวไปข้างต้นที่ว่าเยาวชนจะมองปัญหาความรุนแรงบนโลกออนไลน์เป็นเรื่องปกติทั่วไปนั้น แต่จริง ๆ แล้วปัญหาดังกล่าวถ้ามีมากขึ้นเรื่อยๆ อาจส่งผลให้เด็กและเยาวชนเกิดการฆ่าตัวตาย จากการค้นคว้าพบว่าอัตราการฆ่าตัวตายของวัยรุ่นที่จะเกิดจากสื่อสังคมออนไลน์มีจำนวนมาก ซึ่งพรรณพิมล วิบุลากร (2556) ปฏิบัติหน้าที่รองอธิบดีกรมสุขภาพจิต กล่าวว่าปัจจุบันทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วและง่าย สื่อออนไลน์เปรียบเสมือนดาบสองคมที่มีทั้งข้อดีและข้อเสีย คือเมื่อคนใช้สื่อออนไลน์จะทำให้สัมผัสสังคมรอบตัว และขาดปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ทำให้หลายครั้งที่มีการประกาศฆ่าตัวตายผ่านสื่อออนไลน์ คนส่วนใหญ่จึงคิดว่าผู้เขียนข้อความเรียกร้องความสนใจและเป็นเรื่องไร้สาระ ทำให้ช่วยเหลือไม่ทัน วิธีการแก้ไขปัญหาการฆ่าตัวตายผ่าน

สื่อออนไลน์คือการหยุดส่งต่อภาพ หรือเหตุการณ์ที่สลดใจในโลกออนไลน์ เพื่อหยุดการกระตุ้นอารมณ์ และความรู้สึกของคนที่อยู่ในภาวะไม่พร้อมให้เกิดการตัดสินใจเลียนแบบ

อีกทั้งคัมสันต์ เกียรติรุ่งฤทธิ์ (2559) ก็ได้ระบุว่าการเผยแพร่ข้อความหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงรวมถึงการฆ่าตัวตายส่งผลโดยตรงในเรื่องของการเรียนรู้ในสังคม โดยเฉพาะอิทธิพลที่มีต่อเด็กและวัยรุ่นที่ยังรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ไม่มีทักษะการแก้ไขปัญหาที่ดีพอ อาจมีการเลียนแบบพฤติกรรมได้ เนื่องจากคิดว่าเป็นการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นในเรื่องของการฆ่าตัวตายก็ต้องมีปัจจัยหลายอย่างร่วมด้วย นอกเหนือจากเลียนแบบพฤติกรรมตามเนื้อหาที่เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ โดยปัญหาที่เกิดขึ้นมากที่สุดมักเกิดกับวัยรุ่นโดยเฉพาะ เนื่องจากความสามารถของสมองส่วนที่เกี่ยวข้องกับการยับยั้งชั่งใจยังพัฒนาได้ไม่เท่ากับด้านของอารมณ์ ทำให้ขาดความสามารถในการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น ในวัยรุ่นเองก็มีความเครียดที่ค่อนข้างหลากหลาย เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลายด้าน ทั้งในด้านสรีระที่เปลี่ยนไป หรือในด้านความรับผิดชอบที่เพิ่มมากขึ้นจากในวัยเด็ก รวมถึงเรื่องเพื่อนที่มีอิทธิพลต่อเด็กวัยนี้ค่อนข้างมาก เริ่มมีความรัก หรือมีความสนใจบางอย่างเป็นพิเศษ ส่งผลให้เกิดความเครียดและการแสดงออกทางพฤติกรรมได้

จากที่มาของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นนั้น พบว่าวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มว่าจะได้รับอิทธิพลจากสื่อเฟซบุ๊กเป็นอย่างมาก และอาจมีการกระทำอย่างขาดการพิจารณาถึงผลลัพธ์ที่ตามมา อย่างไรก็ตามเมื่อสื่อยังคงส่งผลกระทบต่อผู้รับสาร โดยเฉพาะผู้รับสารที่มีอายุน้อยหรือกลุ่มวัยรุ่น จึงเป็นที่น่าสนใจว่าวัยรุ่นไทยนั้นมีการเปิดรับสื่อ มีทัศนคติ รวมถึงมีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊กอย่างไร อีกทั้งผู้วิจัยยังต้องการศึกษาการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก เพราะการใช้สื่อต้องควบคู่ไปกับการรู้เท่าทัน เพื่อไม่ให้ผู้ใช้ตกอยู่ภายใต้การครอบงำจากข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งผ่านมาจากสื่อ และผลการศึกษาในครั้งนี้ยังมีประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำมาใช้ในการควบคุมปัญหา เพื่อลดความรุนแรงที่มีผลกระทบในวงกว้างของวัยรุ่นต่อไป

## 1.2 ปัญหานำวิจัย

1. การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นอย่างไร

2. ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

3. การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือไม่ อย่างไร

4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือไม่ อย่างไร

5. ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

### 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ ทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังกับทัศนคติที่มีต่อการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมในการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

5. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

### 1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

2. การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

3. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

4. ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

### 1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 12-18 ปี ทั้งชายและหญิงที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก เนื่องจากกลุ่มวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองใหญ่และส่วนใหญ่มีเครื่องมือในการสื่อสารที่ทันสมัย ซึ่งสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและเข้าใช้งานเฟซบุ๊กได้อย่างรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา โดยกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561

### 1.6 นิยามศัพท์

**ลักษณะทางประชากร** หมายถึง ลักษณะหรือข้อมูลของกลุ่มวัยรุ่นไทย ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

**การใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech)** หมายถึง การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ไม่จำเป็นแต่เนื้อหาสาระที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นการแสดงออกต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยมีฐานอคติเกี่ยวกับเชื้อชาติ ชนชั้น ความผิดแผกทางเพศ สถานที่เกิด อุดมการณ์ทางการเมือง วัฒนธรรม ศาสนา หรือคุณลักษณะอื่นใดที่นำไปสู่การแบ่งแยกได้ โดยเนื้อหาที่ถือว่าเป็นวาจาแห่งความเกลียดชัง คือ

- 1) การด่า บริภาษ ด้วยการใช้อาญาหยาบคาย รุนแรง คุกคาม เหยียดหยาม
- 2) การสร้างความเข้าใจผิด การโน้มน้าวใจชักจูงให้เชื่อถือด้วยข้อมูลผิดหรืออคติส่วนตัว
- 3) การนิยามคนอื่นในเชิงลดคุณค่า ทำให้มีความหมายเชิงลบ กลายเป็นตัวตลก ลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น
- 4) การสื่อสารที่สร้างความรู้สึกแบ่งฝักแบ่งฝ่าย แบ่งพวกเขาพวกเรา แยกออกชัดเจน ไม่ใช่พวกเดียวกัน
- 5) การสื่อความหมายปฏิเสธการอยู่ร่วมกัน การกีดกันออกจากสังคม
- 6) การตีตราประทับภาพเหมารวมตายตัวในเชิงลบ
- 7) การยุยง ปลุกปั่น ปลุกระดมให้ผู้อื่นร่วมเกลียดชัง สนับสนุนให้ใช้ความรุนแรงกับผู้ที่



เห็นต่าง

8) การระดมกำลังไล่ล่า ชุ่คุกคาม การลงทัณฑ์ทางสังคม รุมประณามอย่างรุนแรง ด้วยกลุ่มบุคคล การเนรเทศ หรือนำไปสู่การประกาศเช่นฆ่า

**วัยรุ่นไทย** หมายถึง บุคคลที่มีอายุระหว่าง 12 – 18 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีสัญชาติไทย และมีการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

**การเปิดรับสื่อและเนื้อหา** หมายถึง การเปิดรับสื่อและการเปิดรับประเด็นที่มีเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับ

**ทัศนคติในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech)** หมายถึง ความคิดเห็นอย่างใดอย่างหนึ่งของวัยรุ่นไทยที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง ซึ่งจะเป็นไปในลักษณะความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งในแต่ละระดับความเห็นด้วยจะบ่งบอกถึงทัศนคติด้านการใช้ความรู้สึกในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง ตั้งแต่ทัศนคติที่ไม่ดีไปจนถึงทัศนคติที่ดี

**พฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech)** หมายถึง ลักษณะทางการกระทำที่กลุ่มวัยรุ่นไทยแสดงวาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ไม่จำเป็นแต่เนื้อหาสารที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยวัดจากความถี่หรือความบ่อยครั้งของการโพสต์ การแสดงความคิดเห็น ซึ่งพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของแต่ละบุคคลก็จะแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละบุคคล

**การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก** หมายถึง ความสามารถของวัยรุ่นไทยในการวิเคราะห์ข้อมูล ตีความหมาย จากการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อติดต่อสื่อสาร เปิดรับข้อมูล หรือแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร โดยกลุ่มวัยรุ่นไทยจะต้องมีการเข้าถึง แยกแยะ วิเคราะห์ ประเมิน รวมทั้งตรวจสอบข้อเท็จจริงในข้อมูลที่เปิดรับก่อนที่จะเชื่อหรือแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลอื่น ๆ ที่ติดต่อสื่อสารได้

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบว่าเยาวชนวัยรุ่นไทยมีการใช้การสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊กอย่างรู้เท่าทันมากน้อยเพียงใด เนื่องจากการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์นั้นมีความง่าย และรวดเร็วมากต่อการเข้าถึงข้อมูล ทั้งผู้คนยังปฏิบัติตนเหมือนกับสื่อมวลชนที่สามารถผลิตและส่งต่อข้อมูลข่าวสารไปตัวเอง โดยบางครั้งอาจมีความผิดพลาด และเมื่อกระทำไปแล้วอาจส่งผลกระทบต่อเป็นปัญหาในสังคม

ฉะนั้นจึงต้องศึกษาการรู้เท่าทันการใช้งานสื่อออนไลน์ของวัยรุ่นว่ามีแนวโน้มการใช้งานอย่างเท่าทันหรือไม่

2. เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือสถานศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปพิจารณาและออกหลักสูตรการเรียนการสอนในการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน เนื่องจากสื่อออนไลน์มีเสรีภาพในการสื่อสาร ฉะนั้นหากมีการสื่อสารที่ไม่ได้ไตร่ตรอง อาจเกิดผลเสีย และเยาวชนอาจตกเป็นเหยื่อที่ถูกครอบงำโดยสื่อ

3. ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนในสถาบันต่าง ๆ ในสังคมช่วยกันสอดส่องดูแลเยาวชน หรือบุตรหลานอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เยาวชนที่ใช้สื่อออนไลน์ไม่เป็นผู้ผลิตการสื่อสารสร้างความเกลียดชังขึ้นมาเอง

4. ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางประชากรด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่นไทย รวมถึงการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชัง ทัศนคติ พฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างเกลียดชัง และการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยรุ่น



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด พหุติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจา สร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)” มีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในการวิจัยดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพหุติกรรม
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)
- 2.6 แนวคิดเรื่องจิตวิทยาวัยรุ่น
- 2.7 แนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Online) และ  
คุณลักษณะของเฟซบุ๊ก (Facebook)
- 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics)
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech)

คำว่า “Hate Speech” เป็นคำที่ปรากฏให้เห็นการใช้อย่างชัดเจนครั้งแรกในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1980 โดยในอดีตก่อนหน้านั้น hate หรือ “ความเกลียดชัง” มีความหมายโดยทั่วไปคือความรู้สึกไม่ชอบหรือต่อต้านสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างรุนแรงซึ่งอาจเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล ความคิด สิ่งนามธรรมอื่น ๆ หรือแม้แต่สิ่งไม่มีชีวิต อย่างไรก็ตามในช่วงกว่า 20 ปีหลังนับตั้งแต่กลางคริสต์ทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา ความเกลียดชังก็ได้ถูกนำมาใช้ในความหมายที่จำกัดมากขึ้น โดยหมายถึงความเชื่อหรือความรู้สึกเชิงลบของปัจเจกบุคคลที่มีต่อสมาชิกของกลุ่มที่มีอัตลักษณ์ร่วมทางชาติพันธุ์ สีผิว เพศ รสนิยมทางเพศ อายุ ศาสนา อุดมการณ์ทางการเมือง อาชีพ ความบกพร่องทางร่างกาย หรือจิตใจ หรือลักษณะอื่นที่สามารถทำให้ถูกแบ่งแยกได้ ซึ่งความเกลียดชังในความหมายนี้มีนัยซ้อนทับกับความลำเอียง อคติ (Prejudice) การไม่อดทนอดกลั้นต่อความแตกต่างใด ๆ (Bigotry) การเหยียดเชื้อชาติสีผิว (Racism) การเหยียดหรือเกลียดชังเพศหญิง (Misogyny) การเหยียดเพศ

ที่สาม (Homophobia) การมีอคติต่อความสูงวัย (Ageism) และการเหยียดชนชาติอื่น (Xenophobia) (A.J.P. Cortese, 2006, p.3)

หลังจากในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมาก็เริ่มมีงานเขียนการค้นคว้า และการวิจัยเกี่ยวกับ Hate Speech มากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งก็รวมถึงการให้นิยามความหมายด้วย และเป็นที่น่าสังเกตว่าส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการให้นิยามความหมายที่มีความคล้ายคลึงกัน อาทิ

Sandra Coliver (1992) ได้ให้นิยาม Hate Speech และการแสดงออกซึ่งความเกลียดชัง (hate expression) ว่าหมายถึง การแสดงออกซึ่งดูหมิ่นเกลียดชัง การดูถูกดูแคลน การข่มขู่ให้หวาดกลัว การประทุษร้าย และ/หรือการปลุกกระตมไปสู่ความรุนแรง ความเกลียดชัง และการแบ่งแยก บนฐานของคุณลักษณะบุคคลในกลุ่มซึ่งอิงกับเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ชาติศาสนาที่กำเนิดหรือศาสนา

ขณะที่ Robert V. Labaree (1944) กล่าวว่า เป็นถ้อยคำทางการสื่อสารที่ต่อต้านชนกลุ่มน้อยหรือเพศที่แตกต่าง หรือเป็นการแสดงออกที่เจือปนคำพูดเกี่ยวกับเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ศาสนา หรือรสนิยมทางเพศ ที่มุ่งเน้นจะดูถูกหรือลดคุณค่าปัจเจกบุคคลหรือกลุ่ม

Rachel Weintraub-Reiter (1998) ได้ขยายความนิยามเพิ่มขึ้นโดยรวมไปถึงว่าเป็นการทำให้ขุ่นเคือง แบ่งแยกชนชั้น คำพูดที่ตั้งอยู่บนฐานของความเกลียดชัง ดูถูกหมิ่นสืมิว ชาติพันธุ์ ศาสนา หรือกลุ่มอื่น ๆ รวมไปถึงผู้หญิงเลสเบียน หรือชาวรักร่วมเพศ

Stephen Newman (2002) นิยามเอาไว้ว่า Hate Speech เป็นประเภทของการแสดงออกซึ่งโดยทั่วไปจะถูกนิยามว่ามีลักษณะของการทำให้เกิดความรู้สึกขุ่นเคือง การกล่าวร้าย และใช้ภาษาในเชิงดูถูกดูแคลนอันพุ่งเน้นไปยังปัจเจกบุคคลและกลุ่มคนซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ศาสนา หรือเพศ

นอกจากนี้ Bhikhu Parekh (2012) ได้ให้นิยามเอาไว้ว่า Hate Speech หมายถึง การแสดงออก สนับสนุน ส่งเสริม หรือปลุกกระตมความเกลียดชังของกลุ่มบุคคลที่มีความแตกต่างจากคนอื่น โดยมีคุณลักษณะพิเศษร่วมกัน ความเกลียดชังในที่นี้ไม่ได้หมายถึงการขาดความเคารพ หรือการไม่ได้คิดจะเคารพ ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ หรือมองคนอื่นอย่างต่ำต้อย แต่มันมีนัยถึงความเป็นปรปักษ์ การปฏิเสธ ความต้องการจะทำอันตรายหรือทำลายความปรารถนาจะทำให้กลุ่มเป้าหมายที่เกลียดชังนั้นพ้นออกไปจากหนทางการเจียบเฉยหรือการส่งเสียง ไม่ว่าจะในเชิงรุกหรือเชิงรับ ซึ่งถือว่าเป็นการประกาศสงครามต่อต้าน

ยิ่งไปกว่านั้น Parekh (2012) ยังได้ระบุด้วยว่า hate speech ประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

1. Hate Speech เป็นการสื่อสารเฉพาะเจาะจงด้วยความจงใจ ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยมีฐานอยู่บนลักษณะอันปราศจากเหตุผลและไม่เกี่ยวข้องกับกฎเกณฑ์ทางศีลธรรมใด ๆ การบอกว่าเราเกลียดมนุษย์ทุกคนในโลกไม่ใช่ Hate Speech เพราะไม่มีการแบ่งแยกในลักษณะที่มุ่งเป้าไปที่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะใด ๆ ในมนุษยชาติ และจริง ๆ ก็รวมไปถึงคนพูดด้วย อีกทั้งยังไม่มีวิธีการปฏิบัติที่ชัดเจน ในทำนองเดียวกัน การบอกว่าเราเกลียดฆาตรและอยากให้ฆาตรทุกคนถูกคุมขังหรือประหารชีวิตก็ไม่ใช่ hate speech เพราะเป็นการสนับสนุนนโยบาย แต่ไม่ได้ช่วยุให้เกิดการกระทำ

2. Hate Speech เป็นการสื่อสารที่มุ่งทำให้กลุ่มบุคคลถูกเกลียดชัง ด้วยเหตุผลจากคุณสมบัติที่ไม่พึงประสงค์เฉพาะของกลุ่มบุคคลนั้น ไม่ว่าจะเป็นโดยตรงหรือโดยอ้อม

3. Hate Speech เป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์ทำให้กลุ่มบุคคลไม่เป็นที่ต้องการของสังคม และสังคมจะดีขึ้นถ้าไม่มีกลุ่มบุคคลดังกล่าว

สำหรับการให้นิยามความหมายของ Hate Speech หรือ ประทศวาจาในบริบทของประเทศไทย มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความไว้ ดังนี้

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2555) ได้บัญญัติศัพท์ใหม่สำหรับ Hate Speech เป็นภาษาไทยว่า โทสวาท และให้คำนิยามว่าเป็นการจุดประกายความเกลียดชังแก่กลุ่มศาสนา ชาติพันธุ์ สีผิว ประเทศอื่น ลัทธิอื่น ฯลฯ ไม่ใช่กับบุคคลเป็นคณไป ฉะนั้นนิยามอย่างหนึ่งของโทสวาท คือ ต้องมุ่งสร้างความเกลียดแก่กลุ่ม ไม่ใช่บุคคล และความเป็นกลุ่มมักเกิดขึ้นแก่เหยื่อของความเกลียดโดยเขาเลือกไม่ได้ เช่น เกิดมาในศาสนานั้น ๆ เกิดมาในกลุ่มชาติพันธุ์นั้น ๆ หรือเกิดมาเป็นพลเมืองของประเทศนั้น ๆ และนอกจากสร้างความเกลียดชังแล้ว ยังรวมถึงการทำให้เหยื่อสูญเสียความเป็นมนุษย์ไปด้วย หน้าที่ทางสังคมของโทสวาทคือ “การจัด” กลุ่มคนบางกลุ่มออกไป จะจัดโดยการฆ่าทิ้ง โดยการลิดรอนสิทธิ หรือโดยการทำให้ความคิดเห็น คำพูด หรือการกระทำ ของเขาไร้ความหมาย ล้วนเป็นการจัดทั้งสิ้น

โสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์ (2554) ได้นิยาม Hate Speech ว่าเป็นการสื่อสารไม่ว่าจะในรูปแบบใด ๆ ก็ตามทีเป็นการดูถูกกลุ่มคนหรือบุคคลใดๆ บนพื้นฐานของลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนหรือบุคคลนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องสีผิว เพศ เชื้อชาติ ศาสนา หรือลักษณะเฉพาะอื่น ๆ

ในขณะที่ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อคณະนิเทศศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้จัดทำคลิปวิดีโอเรื่อง “Hate Speech เบื้องต้นสำหรับคนไทย” ซึ่งเขียนบทและอำนวยการสร้างโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต อาจารย์ประจำคณະนิเทศศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยได้ให้ความหมายของ Hate Speech ซึ่งแปลเป็นไทยได้ว่า วาจาที่สร้างความเกลียดชัง ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นในสังคมไทยในขณะนี้ที่มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก โดยแต่ละฝ่ายต่างก็

ประติษฐ์ถ้อยคำสร้างวาทกรรมแรง ๆ ออกมาโจมตีอีกฝ่ายเพื่อสร้างความเกลียดชังในสังคม เช่นคำว่า อำมาตย์ ไพร่ สลิม วิปริตทางเพศ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม Hate Speech ไม่ได้จำกัดว่าต้องเป็นถ้อยคำเท่านั้น แต่อาจมาในลักษณะที่เป็นภาพวาด ภาพเคลื่อนไหว คลิปวิดีโอ หรือการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นการแสดงออกถึงความเกลียดชังแบบแบ่งแยก เช่น ภาพวาด และบทกลอนเสียดสีฝ่ายต่าง ๆ เป็นต้น โดยสิ่งที่จัดว่าเป็น Hate Speech จะต้องเป็นการแสดงความเกลียดชังต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอย่าง ชัดเจน มีการพุ่งเป้าแสดงความเกลียดชังในสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม เช่น เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว สถานที่เกิด ที่อยู่อาศัย อุดมการณ์ทางการเมือง และอาชีพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายเพื่อการแบ่งแยกทางสังคมและขจัดคนอีกกลุ่มออกไป ไม่ว่าจะด้วยการขับไล่ไม่ให้มีที่ยืนในสังคมหรือการคุกคาม ช่มชู้ ใช้ความรุนแรง ฯลฯ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า Hate Speech คือ การแสดงออกทั้งทางคำพูด ข้อเขียน และการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์รูปแบบอื่น ๆ ต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยมีมุ่งโจมตีแสดงความเกลียดชัง ประจาน สบประมาท หรือข่มขู่ผู้ถูกกล่าวถึงอย่างร้ายแรง เพื่อให้อีกฝ่ายเกิดความเจ็บปวด โดยมีฐานอคติเกี่ยวกับเชื้อชาติ สถานะทางเศรษฐกิจ รสนิยมทางเพศ แหล่งกำเนิดพักพิง อุดมการณ์ กลุ่มวัฒนธรรม ศาสนา การศึกษา หรือคุณลักษณะอื่นที่นำไปสู่การแบ่งแยก (discriminate) และเนื้อหาที่แสดงออกที่เป็น Hate Speech มีลักษณะ ได้แก่ การด่าทอ การใช้ภาษาหยาบคาย รุนแรง ดุฎก เหยียดหยาม สบประมาท ทำให้ขบขัน สร้างความเข้าใจผิด เผยแพร่ข้อมูลที่ผิด นิยามผู้อื่นในเชิงลดคุณค่า ทำให้มีความหมายเชิงลบ หรือลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น สมน้ำหน้า ทับถม เปรียบเทียบในลักษณะที่ทำให้ผู้อื่นไม่ใช่คน รวมทั้งการสื่อสารที่สร้างความรู้สึกแบ่งฝักแบ่งฝ่ายออกชัดเจน สื่อความหมายที่ปฏิเสธการอยู่ร่วมกัน กีดกันออกจากสังคม ตีตราประทับภาพเหมารวมในเชิงลบ ยุยงปลุกปั่น ปลุกระดมให้ผู้อื่นร่วมเกลียดชัง สนับสนุนให้ใช้ความรุนแรงกับผู้ที่เห็นต่าง นำไปสู่ความรุนแรง การระดมกำลัง ไล่ล่า ชุ่คุกคาม การลงทัณฑ์ทางสังคมรุนแรง ประณามอย่างรุนแรง การเนรเทศ หรือนำไปสู่การประกาศเช่นฆ่า

### สถานการณ์ปัจจุบันของวาทกรรมสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) ออนไลน์

เมื่อมองในระดับสังคม กรณีของวาทกรรมสร้างความเกลียดชังที่เกิดขึ้นในโลกจริงและส่งผลกระทบต่อผู้คนตามชุมชนนั้น โดยปกติก็ถือเป็นสิ่งที่ควบคุมจัดการยากอยู่แล้ว ยิ่งมาอยู่ในโลกออนไลน์ก็ยิ่งทำให้ทวีความยากยิ่งขึ้นไปอีก ในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1990 เป็นต้นมา ได้เกิดคดีความที่เป็น Hate Speech ออนไลน์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่นในปี ค.ศ. 1996 ถือเป็นหมุดหมายที่น่าสนใจ เนื่องจากมีกรณีอื้อฉาวจาก Hate Speech ออนไลน์คือกรณีอีเมลนิรนามได้ส่งมาเหยียดผิวคนที่มีเชื้อสายเอเชีย 6 คนในมหาวิทยาลัยแห่งแคลิฟอร์เนีย โดยประณามว่าพวกเขาได้สร้างปัญหามากมาย

ให้แก่มหาวิทยาลัย และผู้ที่ไล่ล่าแล้วฆ่าทิ้ง ผลลัพธ์ก็คือเด็กเหล่านั้นเกิดความหวาดกลัวจนต้องเปลี่ยนตารางเรียน และบ้างก็ลาออกจากสถานศึกษาไป

จากตัวอย่างข้างต้นจะเป็นในแง่ของคุณลักษณะออนไลน์ ที่เป็น “การนิรนาม (anonymity)” ซึ่งสามารถปกปิดตัวตนผู้ใช้ การเผยแพร่สู่วงกว้างได้ทันที และการก้าวล้ำพรมแดนไปสู่ระดับโลก ถือเป็นธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตหรือการออนไลน์ที่เสมือนดาบสองคม ทางหนึ่งอาจก่อประโยชน์ในแง่ของตลาดเสรีทางข้อมูลข่าวสาร ทว่าอีกทางอาจกลายเป็นเครื่องมือชั้นยอดสำหรับกลุ่มคนหัวรุนแรงและนักเผยแพร่ความเกลียดชัง เนื่องจากเทคโนโลยีที่ไหลเวียนข่าวสารไปทั่วโลก และยากแก่การเอาผิด ทำให้กลุ่มที่สร้างความเกลียดชังในอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้การใช้สื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่ความเกลียดชังยังมีเทคนิควิธีการซึ่งซับซ้อนมากขึ้น เพื่อให้เกิดความสมจริงสมจังและนำพาความคิดเห็นผู้คนได้ และยิ่งไปกว่านั้นปรากฏการณ์ดังกล่าวยังเป็นเสมือนความบันเทิงสำหรับคนบางกลุ่มอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากการสร้างข้อความแสดงความเกลียดชังและความรุนแรงในอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ได้รับแรงตอบรับกลับมา ซึ่งกลายเป็นรูปแบบนันทนาการอย่างหนึ่งสำหรับคนบางคน และที่น่าสนใจคือ การแสดงความเกลียดชังในอินเทอร์เน็ตที่แพร่กระจายไปได้ง่ายตาย และสร้างผลกระทบต่อผู้ใช้งานไม่ได้มีอิทธิพลสิ้นสุดอยู่แค่ในโลกออนไลน์เท่านั้น เพราะจิตสำนึกความเชื่อของผู้คนปัจจุบันยังถูกหล่อหลอมจากการเข้าไปใช้งานออนไลน์ผ่านข้อเขียนและกระดานสนทนาต่าง ๆ ข้อมูลที่น่าตกใจคือ เมื่อสำรวจคุณภาพรวมของโลกออนไลน์ดังกล่าว จะพบว่าเต็มไปด้วยการดูหมิ่นเหยียดหยามและการเหยียดสีผิว

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบบต่อต้านสังคม อันรวมไปถึงประทุษวาจาและการกลั่นแกล้งซึ่งนำมาจัดแสดงในโลกออนไลน์ เช่น การกลั่นแกล้งเพื่อนให้ได้รับการอับอายแล้วนำมาโพสต์ลงในเว็บไซต์ต่าง ๆ (cyberbullying) ได้สร้างผลกระทบเชิงลบให้แก่ชีวิตของผู้คนทั่วโลก จึงไม่น่าแปลกใจที่เจ้าหน้าที่ระดับสูงของสหประชาชาติจะกล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเผยแพร่ประทุษวาจาถือเป็นการทำทาสีทมิฬมนุษยชนที่สำคัญที่สุดตั้งแต่เทคโนโลยียุคใหม่ได้พัฒนาขึ้น

### **โลกออนไลน์กับการแพร่กระจายความเกลียดชัง**

Audrey Guichard (2009) ได้กล่าวถึงวาจาสร้างความเกลียดชังว่าได้แพร่กระจายไปในโลกออนไลน์ เนื่องจากลักษณะของอินเทอร์เน็ตดังต่อไปนี้

1. พลังของการแพร่กระจายซึ่งมีมากกว่าสิ่งพิมพ์หลายเท่า เพราะแพร่หลายจนสามารถเข้าถึงได้ทุกหนทุกแห่ง
2. ยากแก่การควบคุมในการแพร่กระจาย
3. ผู้คนเข้าถึงได้ง่ายและเนื้อหาสามารถขยายวงกว้างมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะสังคมสมัยใหม่ที่มีอินเทอร์เน็ต

4. ลักษณะของการสื่อสารที่มีลักษณะไม่เป็นเส้นตรง กล่าวคือ มีการกระจายไปทั่วจนแทบไม่มีระบบแนชด์

5. ลักษณะการสื่อสารเป็นไปในหลายทิศทาง ทำให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารได้

นอกจากนี้ลักษณะของ “เวลา” และ “พื้นที่” ยังมีส่วนเกี่ยวข้อง กล่าวคือ ความสัมพันธ์ของข่าวสารและการก่ออันตรายที่ตามมาไม่ได้ดำเนินไปอย่างเป็นแบบแผนปกติ บางครั้งจึงยากจะจำแนกได้ว่าข่าวสารนั้นก่อให้เกิดอันตรายตามมาหรือไม่ หรือก่อให้เกิดอย่างไร อีกทั้งวาจาสร้างความเกลียดชังออนไลน์นั้นยังยากจะบ่งชี้ได้แน่ชัดว่านำไปสู่การก่ออาชญากรรมตามมาหรือไม่ อย่างไรก็ตามหากมองว่าการแพร่กระจายหรือปลุกกระตมความเกลียดชังถือเป็นความผิดแล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องมีหลักฐานการสร้างควมรุนแรงที่เป็นรูปธรรมมารองรับ เพราะลำพังแค่มีการกระทำก็ถือว่าได้ก่อความเสียหายขึ้นแล้ว

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) ข้างต้นทำให้เห็นสถานภาพองค์ความรู้เรื่องการสื่อสารความเกลียดชังว่านิยามหรือการให้ความหมายของนักวิชาการหลากหลายท่าน ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการให้นิยามความหมายที่มีความคล้ายคลึงกันทั้งในบริบทของสังคมไทย และจากต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) มาใช้เป็นกรอบในการออกแบบแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ผลการวิจัย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ไม่จำเป็นแต่เนื้อหาสาระที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นการแสดงออกต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยมีฐานอคติเกี่ยวกับเชื้อชาติ ชนชั้น ความฝักใฝ่ทางเพศ สถานที่เกิด อุดมการณ์ทางการเมือง วัฒนธรรม ศาสนา หรือคุณลักษณะอื่นใดที่นำไปสู่การแบ่งแยกได้ โดยเนื้อหาที่ถือว่าเป็นวาจาแห่งความเกลียดชังที่นำมาใช้มี 8 ลักษณะ คือ การด่าด้วยการใช้ภาษาหยาบคาย รุนแรง ตูณก เหยียดหยาม การสร้างความเข้าใจผิด การนิยามคนอื่นในเชิงลดคุณค่า ลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น การสื่อสารที่สร้างความรู้สึกรังเกี้ยวรังเกียด การสื่อความหมายที่ปฏิเสธการอยู่ร่วมกัน การตีตราประทับภาพเหมารวมตายตัวในเชิงลบ การยุยงปลุกกระตมให้ผู้อื่นร่วมเกลียดชัง สนับสนุนให้ใช้ความรุนแรงกับผู้ที่เห็นต่าง และการระดมกำลังไล่ล่า ชุ่คุกคาม การลงทัณฑ์ทางสังคม การเนรเทศ หรือนำไปสู่การประกาศเช่นฆ่า



## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

Mcleod, Atkin, & Chaffee (1972) ได้ระบุว่าตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้ในการวัดการเปิดรับสื่อ ส่วนใหญ่จะใช้ 2 สิ่งดังต่อไปนี้

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อโดยแยกตามประเภทของเนื้อหา

สำหรับการวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อจะมีข้อจำกัดตรงที่คำตอบจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้รับสาร เวลาว่าง และการมีสื่อใกล้ตัว ด้วยเหตุนี้คำตอบที่วัดได้จากเวลาใช้สื่อจึงไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักจะให้ผลที่ไม่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาคำตอบที่ไม่ชัดเจนในเรื่องนี้จึงได้มีการวัดตัวแปรในการเปิดรับสื่อ โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะอย่างเจาะจงเนื้อหา เช่น การวัดความถี่ของการอ่านหนังสือพิมพ์ในหน้ากีฬา การวัดความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น จึงสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ

ธรรมชาติของการสื่อสารนั้น ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อใดจะมีการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการของแต่ละคนเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2538)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสาร แหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติและความสนใจของตน โดยผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนอยู่เสมอ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วผู้รับข่าวสารจะเลือกรับรู้ หรือตีความหมาย ความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ตามความเชื่อตามความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

นอกจากนี้วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1973, pp. 121-122) ยังชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญที่มีบทบาทต่อการเลือกสรรของมนุษย์หรือการเปิดรับของผู้รับสารของแต่ละคน ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวมีดังนี้

1. ประสบการณ์ ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจต่อเนื้อหาข่าวสารแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสารเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร
7. ทัศนคติเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ
8. นอกจากองค์ประกอบข้างต้นแล้ว การรับข่าวสารต่าง ๆ ผู้รับสารมักจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามความต้องการ ความเชื่อ อุดมการณ์ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ สถานภาพทางสังคม อาชีพ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฯลฯ ที่ต่างกัน

Merrill, John C. and Lowenstein, Ralph L. (1971, pp. 134-135) ได้กล่าวถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งเปิดรับข่าวสารว่าเกิดจาก 4 ประการดังนี้

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อนไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาแก่ผู้รับ
2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ทั้งในแง่ของการได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความบันเทิงหรือความสบายใจ
4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

อาจสรุปได้ว่า การที่มนุษย์เรานั้นมีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น และจะเปิดรับสารก็ต่อเมื่อต้องการข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจและเพื่อตอบสนองความต้องการ



ของตนเอง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อมาเป็นกรอบในการศึกษาถึงการเปิดรับสื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยรุ่นไทยว่ามีการเปิดรับประเด็นที่มีเนื้อหาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อย่างไร และมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อวาจาสร้างความเกลียดชังอย่างไร โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับ

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

พฤติกรรมของมนุษย์โดยทั่วไปมักต้องเริ่มจากการมีทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ก่อน ทัศนคติจะเป็นตัวที่ชักนำไปสู่การกระทำที่เกิดขึ้นของบุคคล มนุษย์จะไม่กระทำการใด ๆ ที่ตรงข้ามกับทัศนคติของตนเอง เช่นเดียวกับการกระทำที่มีลักษณะตรงข้ามกับแรงจูงใจของบุคคล ฉะนั้นเพื่อให้เกิดการเข้าใจถึงตัวแปรทัศนคติมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติมาอธิบายในการศึกษาครั้งนี้

ทัศนคติเป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสาร เพราะการรู้ถึงทัศนคติของคนหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเป็นไปในทิศทางใดย่อมจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของทัศนคติ ไว้ดังต่อไปนี้ (สุบิน ยุระรัช, 2550)

ลีอง จี (Leon G. Schiffman) และ แลสลีย์ (Leslie Kanuk) (1991) กล่าวว่า ทัศนคติคือ ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ตรงกับวิถีทางที่ชอบหรือไม่ชอบของสิ่งใด ๆ ที่บุคคลได้รับ

โรเบิร์ต (Robert E.) และ ซิลเวอร์แมน (Silverman) (1974) กล่าวว่า ทัศนคติคือ ความโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อลักษณะใด ๆ โดยเฉพาะสำหรับสิ่งกระตุ้น อันได้แก่ บุคคล วัตถุ และสถานการณ์

โรเบิร์ต (Robert A. Baron) และ ดอน (Donn Byrne) (1977) ให้นิยามว่า ทัศนคติคือ ความรู้สึกเกี่ยวกับความเชื่อที่ประมวลขึ้นอย่างมั่นคง และแนวโน้มของพฤติกรรมที่มีต่อบุคคลอื่น กลุ่มคน ความคิด หรือสิ่งใด ๆ

เดวิด (David Loudon) และ อัลเบิร์ต (Albert J. Della Bitta) (1988) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ การพิจารณาทัศนคติในแง่บวกกับแง่ลบ หรือความชอบ ความไม่ชอบ หรือ การมองในแง่ข้อดีกับข้อเสียของความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใด ๆ ความหมายของทัศนคติในแง่นี้เป็นการมองทัศนคติในแง่ความรู้สึก หรือการประเมินปฏิกิริยาการตอบโต้ต่อสิ่งใด ๆ

กอร์ดอน (Gordon W. Allport, 1935) มองทัศนคติ ว่าเป็นแนวโน้มที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งใด ๆ หรือประเภทของสิ่งใด ๆ ในลักษณะของความมั่นคงของวิถีทาง ความชอบหรือความไม่ชอบ เป็นการรวมเอาความคิดหรือความรู้สึกที่พร้อมจะตอบสนองต่อสิ่งใด ๆ

โรเจอร์ (Rogers, 1978) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นตัวชี้วัดว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยอาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติการประเมินว่าชอบหรือไม่ชอบต่อ ประเด็นหนึ่งๆ และเป็นการสื่อสารภายในตัวบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, น.3) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ทัศนคติมิได้มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์การเลียนแบบ

กล่าวโดยสรุป ทัศนคติ คือ สิ่งที่บุคคลคิดหรือรู้สึกกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ เกิดขึ้นจากประสบการณ์ส่วนบุคคล สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีเหตุผลที่สำคัญเพียงพอ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรม หรือกระทำของบุคคลต่อไป

#### **ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติ** (อัจฉรา ทองอยู่, 2550, น. 34)

1. เป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคล ทัศนคติเป็นเรื่องของระเบียบความคิดที่เกิดขึ้นภายใน
2. ทัศนคติมิใช่เป็นสิ่งที่ติดตามตัวมาแต่กำเนิด คนทุกคนเกิดมาจะยังไม่มิตทัศนคติใด ๆ ทั้งสิ้น แต่เมื่อได้ผ่านการเรียนรู้ก็จะก่อให้เกิดทัศนคติขึ้นมา การเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดทัศนคติมาจากอิทธิพลของกลุ่มต่าง ๆ เช่น ครอบครัว เพื่อน สังคม และสื่อมวลชนต่าง ๆ เป็นต้น
3. ทัศนคติมีลักษณะมั่นคงถาวร ทัศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้วจะอยู่อย่างถาวร ยากต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างทันทีทันใด ทั้งนี้เพราะทัศนคติได้ก่อตัวขึ้นจากการบวนการความคิดมีการประเมินผลสรุป

4. ทัศนคติเกิดขึ้นมาจากตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ทัศนคติเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจากการสัมผัสเรียนรู้จากสิ่งภายนอก

#### **ประเภทของทัศนคติ**

การแสดงออกทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (ดารณี พานทอง, 2542, น. 43) คือ

1. ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) คือ เป็นการแสดงออก หรือมีความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่ง ๆ ที่อยู่แวดล้อมไปในแนวทางที่ดี ยอมรับ หรือเกิดความพอใจ

2. ทักษะคติในทางลบ (Negative Attitude) คือ การแสดงออกหรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดลอมในทางที่ไม่พอใจ ไม่ดี ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

3. การไม่แสดงออกทางทักษะคติ หรือมีทักษะคติเฉย ๆ (Negative Attitude) คือ มีทักษะคติเป็นกลาง อาจจะเป็นเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ หรืออาจจะมีความรู้ หรือมีทักษะคติอยู่เดิม เพียงแต่อาจจะกลัวว่าเมื่อแสดงทักษะคติออกไปในทางใดทางหนึ่งอย่างสุดโต่ง อาจนำมาซึ่งผลเสียแก่ตน

ทักษะคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของการกระทำ หรือสถานการณ์เป็นต้น

### การเกิดทักษะคติ

การที่บุคคลเกิดทักษะคตินั้น หมายถึง บุคคลเกิดความคิด ความรู้สึกในด้านบวกหรือด้านลบ คือเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปรากฏการณ์ใด ปรากฏการณ์หนึ่ง แล้วแสดงปฏิกิริยาในด้านบวกหรือด้านลบต่อสิ่งนั้นหรือปรากฏการณ์นั้น ๆ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520, น. 64-65) ได้กล่าวถึง การเกิดทักษะคติว่าทักษะคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทักษะคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้บุคคลเกิดทักษะคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทักษะคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี ทักษะคติต่อสิ่งนั้นจะเป็นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทักษะคติ จากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เยาวชนที่ได้รับการสั่งสอน หรือเรียนรู้จากผู้ใหญ่ จะเกิดทักษะคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่เคยรับรู้มา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) คือ การเลียนแบบผู้อื่นจะทำให้เกิดทักษะคติขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทักษะคติของบุคคลทั้งหลาย เกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับของสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด สื่อมวลชน หรือหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทักษะคติบางอย่างขึ้นได้

เครช และ ครัทซ์ฟีลด์ (Krech & Crutchfield, อ้างถึงในสุนารี ประสานเสริมส่ง, 2537 น. 46) ได้ให้ความเห็นว่า ทักษะคติอาจเกิดขึ้นจากการตอบสนองความต้องการของตนเอง ถ้าสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นจะมีทักษะคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดไม่สามารถ

สนองความต้องการของตนได้ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น การได้เรียนรู้ความจริงต่าง ๆ อาจเกิดขึ้นได้ด้วยการอ่านหรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่น ดังนั้นบางคนอาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้อื่นจากการฟังคำติฉินที่มีคนมาพูดให้ฟังก่อน

จากแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติที่กล่าวไว้ข้างต้น อาจสรุปได้ว่า หากบุคคลได้รับข่าวสารในลักษณะแตกต่างกัน ก็ย่อมมีทัศนคติที่แตกต่างกันออกไปด้วย และปัจจัยที่สำคัญที่มีส่วนในการก่อตัวหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติคือ สื่อ (Media) ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารให้แก่ผู้รับสาร แต่อิทธิพลของข่าวสารและสื่อจะมีมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับความรู้ และทัศนคติของผู้รับด้วย อาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้

ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเรื่องทัศนคติมาศึกษาถึงทัศนคติของวัยรุ่นไทยที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ซึ่งจะเป็นไปในลักษณะความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งในแต่ละระดับความเห็นด้วยจะบ่งบอกถึงทัศนคติด้านการใช้ความรู้สึกในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง ตั้งแต่ทัศนคติที่ไม่ดีไปจนถึงทัศนคติที่ดี และส่งผลในแง่ที่ว่าสัมพันธ์กับพฤติกรรมอย่างไร

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรมบางครั้งอาจเรียกว่าการยอมรับปฏิบัติหรือการมีส่วนร่วมของบุคคลในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Practice or Behavior ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของคำดังกล่าวไว้มากมาย ดังนี้

ประสาธ อิศรปริดา (2522, น. 13) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการ การกระทำ หรือกิจกรรมทุกชนิดของมนุษย์หรือสัตว์ ซึ่งกิจกรรมหรือการกระทำนั้นอาจเป็นการกระทำที่เฉพาะเจาะจงหรือไม่ก็ได้ หรืออาจเป็นกิจกรรมที่แสดงออกให้ปรากฏเห็นได้ (Overt Behavior) หรือเป็นอากัปกิริยาภายในซึ่งผู้อื่นไม่สามารถสังเกตเห็น หรือสังเกตเห็นได้ยาก (Invert Behavior) เช่น ความรู้สึก การจำ การคิด ฯลฯ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, น. 15) กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, น. 123) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันเนื่องมาจาก

การมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างกันในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สิ่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2542, น. 39) กล่าวว่า พฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่ ตามปกติมักเกิดตามทัศนคติของบุคคลนั้น ทัศนคติจึงเปรียบเสมือนกับเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ของคนเรา จึงจำเป็นต้องศึกษาเรื่องทัศนคติอย่างลึกซึ้ง

### **องค์ประกอบของพฤติกรรม** (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2522, น. 1-3)

1. พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับ การรับรู้ การจำข้อเท็จจริงต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถและทักษะทางสติปัญญา การใช้ วิจารณ์ญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญานี้ ประกอบด้วย ความสามารถระดับต่างๆ ซึ่งเริ่มต้นจากการรู้ในระดับง่าย ๆ และเพิ่มการใช้ความคิดและพัฒนา สติปัญญามากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนี้

- 1.1 ความรู้ (Knowledge)
- 1.2 ความเข้าใจ (Comprehension)
- 1.3 การประยุกต์หรือการนำความรู้ไปใช้ (Application)
- 1.4 การวิเคราะห์ (Analysis)
- 1.5 การสังเคราะห์ (Synthesis)
- 1.6 การประเมินผล (Evaluation)

2. พฤติกรรมด้านเจตคติ (Affective Domain) พฤติกรรมด้านนี้หมายถึง ความสนใจ ความรู้สึก ท่าที ความชอบ ความไม่ชอบ การให้คุณค่า การรับ การเปลี่ยน หรือปรับปรุงค่านิยมที่ ยึดถืออยู่ พฤติกรรมด้านนี้ยากต่อการอธิบาย เพราะเกิดภายในจิตใจของบุคคลซึ่งจะต้องใช้เครื่องมือ พิเศษในการวัดพฤติกรรมเหล่านี้ เพราะความรู้สึกภายในของคนนั้นยากต่อการที่จะวัดจากพฤติกรรม ที่แสดงออกมาภายนอก การเกิดพฤติกรรมด้านเจตคติแบ่งขั้นตอน ดังนี้

- 2.1 การรับหรือการให้ความสนใจ (Receiving of attending)
- 2.2 การตอบสนอง (Responding)
- 2.3 การให้ค่าหรือการเกิดค่านิยม (Valuing)
- 2.4 การจัดกลุ่มค่า (Organization)
- 2.5 การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by a value or value complex)

3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) พฤติกรรมนี้เป็นการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติ หรือพฤติกรรมที่แสดงออกจะสังเกตได้ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ หรืออาจจะเป็นพฤติกรรมที่ล่าช้า คือ บุคคลไม่ได้ปฏิบัติทันที แต่คาดคะเนว่าอาจปฏิบัติในโอกาสต่อไป

#### องค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์แบ่งออกเป็น 7 ประการ คือ

(สุตาวรรณ ชั้นมัธยม, 2550)

1. ความมุ่งหมายที่เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่จะทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือสนองความต้องการได้ทันทีแต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาอันจึงจะสามารถบรรลุผลตามความต้องการ คนเรานั้นจะมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อนเสมอ และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่มีความจำเป็นในการกระทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอาจอยู่นอกเหนือความสามารถของเรา

3. สถานการณ์บางอย่างเป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อที่สนองความต้องการ

4. การแปลความหมายก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ลงไปเขาต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะได้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้รับเลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมาเมื่อทำกิจกรรมลุล่วงแล้ว ย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจจะตรงตามที่คาดคิดไว้ หรืออาจจะตรงกันข้ามกับความคิดที่คาดหมาย

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความผิดหวังในกรณีนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่และเลือกวิธีการสนองตอบใหม่ก็ได้

#### ประเภทของพฤติกรรม

พฤติกรรมของมนุษย์สามารถจำแนกออกได้ 2 ประเภท (สงวน สุทธิเลิศอรุณ, 2545)

1. พฤติกรรมภายนอก (Overt behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยใช้ประสาทสัมผัสหรือใช้เครื่องมือ พฤติกรรมภายนอกยังแบ่งได้ 2 ประเภท คือ



- 1.1 พฤติกรรมภายนอกที่ไม่ต้องอาศัยเครื่องมือในการสังเกต คือ พฤติกรรมที่สังเกตได้ง่าย เช่น การเคลื่อนไหวของแขนขา การเต้นของหัวใจ
- 1.2 พฤติกรรมภายนอกที่ต้องอาศัยเครื่องมือในการสังเกต คือ พฤติกรรมที่เราไม่สามารถสังเกตได้ด้วยตาเปล่า เช่น การทำงานของระบบการหายใจ ที่จะต้องใช้เครื่องมือในการวัด
2. พฤติกรรมภายใน (Covert behavior) เป็นพฤติกรรมที่เจ้าตัวเท่านั้นที่จะรับรู้ได้ เช่น การได้ยิน การเข้าใจ การรู้สึกทิวพฤติกรรมที่ถือว่าเป็นพฤติกรรมภายในมี 4 ลักษณะ คือ
  - 2.1 พฤติกรรมที่เป็นความรู้สึกสัมผัส (Sensitive) เช่น การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรู้รส การสัมผัส และการมีความสุข เป็นต้น
  - 2.2 พฤติกรรมที่เป็นการเข้าใจหรือตีความ (Interpreting) เช่น เมื่อมองตาคน ใกล้ชิดสนิทสนมก็เข้าใจได้ เป็นต้น
  - 2.3 พฤติกรรมที่เป็นความจำ (Remembering) เช่น เมื่อมีสายโทรศัพท์เรียกเข้ามาเราอาจจะจำเสียงของผู้โทรศัพท์เข้ามาได้ทันที เป็นต้น
  - 2.4 พฤติกรรมที่เป็นความคิด (Thinking) การคิดมีหลายชนิดอาจเป็นการคิดสร้างสรรค์ การคิดที่ไม่สร้างสรรค์ หรือการคิดหาเหตุผลก็เป็นได้
3. พฤติกรรมของมนุษย์อาจแบ่งตามลักษณะที่เกิดเป็น 2 ประเภท (ลักษณะ สตรีวัฒน์, 2544) คือ
  - 3.1 พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หมายถึง การกระทำที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติตั้งแต่เกิด โดยไม่ได้รับการฝึกฝนหรือสั่งสอน เช่น การร้องไห้ การหัวเราะ การดูด การกลืน เป็นต้น อันเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อยู่ในวันแรกเกิด
  - 3.2 พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ หมายถึง การกระทำที่ได้รับจากการฝึกฝนหรือได้รับการเรียนรู้ เช่น การพูด การอ่าน การเขียน การเล่นดนตรี การเล่นกีฬา รวมถึงการกระทำที่ผิดกฎหมาย ผิดศีลธรรม เป็นต้น สำหรับพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้นี้จะเกิดเมื่อมนุษย์เริ่มเลียนแบบรับรู้ และเรียนรู้ได้

#### การวัดพฤติกรรม

พฤติกรรมของบุคคลมีทั้งพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน การวัดพฤติกรรมนั้นทำได้ 2 วิธี (สมจิตต์ สุพรรณทัศน์, 2542) ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมโดยตรง (Direct methods of assessment) ทำได้โดย
  - 1.1 การศึกษาพฤติกรรมสังเกตแบบให้ผู้สังเกตรู้ตัว เช่น ครูสังเกตพฤติกรรมเด็กในห้องเรียนโดยบอกนักเรียนให้ทราบว่าครูสังเกตใครทำกิจกรรมใดบ้างในห้อง การสังเกตแบบนี้บางคนอาจไม่แสดงพฤติกรรมที่แท้จริงออกมาก็ได้
  - 1.2 การสังเกตแบบธรรมชาติ คือ การที่บุคคลผู้สังเกตพฤติกรรมไม่ได้กระทำตนเป็นที่รบกวนพฤติกรรมของบุคคลที่สังเกต และเป็นไปในลักษณะที่ทำให้ผู้ถูกสังเกตไม่ทราบว่าถูกสังเกตพฤติกรรม การสังเกตแบบนี้จะได้พฤติกรรมที่แท้จริงมาก และจะทำให้สามารถนำผลที่ได้ไปอธิบายพฤติกรรมในสถานที่ใกล้เคียงกันหรือเหมือนกัน ข้อจำกัดในการสังเกตแบบธรรมชาติ คือ ต้องใช้เวลามากในการสังเกตพฤติกรรมที่ต้องการได้ และการสังเกตต้องทำเป็นเวลาดิตต่อกันเป็นจำนวนหลายครั้ง
2. การศึกษาพฤติกรรมโดยทางอ้อม แบ่งได้หลายวิธี คือ
  - 2.1 การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการซักถามบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยการซักถามแบบเผชิญหน้าหรือมีคนกลางทำหน้าที่ซักถามเพื่อต้องการซักถามข้อมูลจากบุคคลหรือกลุ่มของบุคคล การสัมภาษณ์เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมของบุคคล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การสัมภาษณ์โดยตรงโดยซักถามเป็นเรื่อง ๆ ตามที่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายไว้ อีกประเภทคือ การสัมภาษณ์พูดคุยกันไปเรื่อย ๆ โดยสอดแทรกเรื่องที่จะสัมภาษณ์
  - 2.2 การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา พฤติกรรมของบุคคลเป็นจำนวนมากและเป็นผู้ที่อ่านออกเขียนได้
  - 2.3 การทดลอง เป็นการศึกษาพฤติกรรมโดยผู้ถูกศึกษาจะอยู่ในสภาพการควบคุมตามที่ผู้ศึกษาต้องการ โดยสภาพแท้จริงแล้วการควบคุมจะทำได้ในห้องทดลอง แต่ในชุมชนการศึกษาพฤติกรรมโดยการควบคุมตัวแปรต่าง ๆ คงเป็นไปได้น้อยมาก
  - 2.4 การทำบันทึก วิธีนี้ทำให้สามารถทราบพฤติกรรมของบุคคล โดยให้บุคคลบันทึกพฤติกรรมของตนเองซึ่งอาจเป็นบันทึกประจำวันหรือการศึกษาพฤติกรรมแต่ละประเภท

จากแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมที่กล่าวไว้ข้างต้น อาจสรุปได้ว่าพฤติกรรม คือ การแสดงออกของบุคคล เป็นการตอบสนองของระบบหรือสิ่งมีชีวิตต่อสิ่งเร้าหรือการรับเข้าทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอก โดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ โดยที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้



ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมมาเป็นกรอบในการศึกษาถึงลักษณะทางการกระทำที่กลุ่มวัยรุ่นไทยแสดงว่าจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ไม่จำเป็นแต่เนื้อหาสาระที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยวัดจากความถี่หรือความบ่อยครั้งของการโพสต์ การแสดงความคิดเห็น ว่าพฤติกรรมในการใช้จาสร้างความเกลียดชังของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละบุคคลหรือไม่อย่างไร

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

การที่สื่อมวลชนเปรียบเสมือนดาบสองคม ทำให้มีความตื่นตัวเห็นความสำคัญในการเสริมสร้างความรู้เท่าทันสื่อให้เกิดขึ้นกับประชาชน บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา (2537) ให้ความเห็น ว่า หากเราต้องการสื่อมวลชนที่ดียิ่งขึ้น เราจะต้องมีประชาชนที่รู้เท่าทันสื่อมากยิ่งขึ้นอันหมายถึงความสามารถในการอนุมานความตื้นลึกหนาบางของข้อมูลที่ปรากฏในสื่อมวลชนอย่างมีหลักการจึงขาดไม่ได้เป็นอันขาด นอกจากความรู้ดังกล่าวจะทำหน้าที่เป็นฉนวนของการตกเป็นเหยื่อให้สื่อมวลชนโดยไม่รู้ตัวแล้ว มันยังอาจจะเป็นรากฐานที่จะช่วยทะลอมให้สื่อมวลชนอยู่ในร่องในรอยตามความปรารถนาของผู้รับสารมากยิ่งขึ้นด้วย

การรู้เท่าทันสื่อนั้น เป็นการที่บุคคลมีสรรรถนะในการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเข้าใจเกี่ยวกับการประกอบสร้างทางสังคมในรูปแบบการสื่อสาร ซึ่งเกิดได้จากทักษะในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่า และเข้าใจในผลกระทบของสื่อ จนถึงการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ได้

ใน Dictionary of Media literacy ได้ให้คำนิยามการรู้เท่าทันสื่อว่าเป็นทักษะการคิดแบบวิพากษ์ ที่ทำให้ผู้รับสื่อสามารถแปลความหมายของข้อมูลที่พวกเขาได้รับผ่านสื่อมวลชนช่องทางต่าง ๆ และช่วยให้พวกเขาพัฒนาทักษะการวินิจฉัยเนื้อหาของสื่อได้อย่างเป็นอิสระ

อีกทั้ง Silverblatt. A. (1995) ได้กล่าวในที่ประชุมผู้นำระดับชาติว่าเรื่องความรู้เท่าทันสื่อ (National Leadership Conference on Media Literacy) เมื่อวันที่ 7 – 9 ธันวาคม 1992 ได้ให้คำจำกัดความ ความรู้เท่าทันสื่อ ว่าเป็นความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ

นอกจากนี้ Silverblatt. A. (อ้างถึงในเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540) ได้กล่าวถึง Media Literacy ว่าเป้าหมายสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ คือ เพื่อให้บุคคลมีความเป็นอิสระอย่างแท้จริงจากการเผยแพร่หรือกระจายอิทธิพลของสื่อมวลชน และสามารถตัดสินใจในเรื่องราว

หรือประเด็นที่สื่อนำเสนอได้ ทั้งนี้เพราะความรู้เท่าทันสื่อก่อให้เกิดทักษะในการคิดอย่างพินิจพิเคราะห์ ทำให้บุคคลมีความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ สามารถแสดงความคิด และตอบโต้ข้อมูลหรือสิ่งที่สื่อนำเสนอได้

Rick Shepherd (1993) ให้คำนิยาม Media Literacy ว่าเป็น การรับรู้ เข้าใจสื่อในเชิงวิเคราะห์ โดยความรู้เท่าทันสื่อนี้ หมายรวมถึงการรู้เท่าทันถึงวิธีการนำเสนอเทคโนโลยีและผู้อยู่เบื้องหลังการผลิตสื่อ ซึ่งทำให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ วิจาร์ณ เนื้อหาสื่อ และตระหนักถึงบทบาทของผู้รับสารในการสร้างความหมายจากข่าวสารเหล่านั้น

Potter (1998) ได้ให้คำจำกัดความของแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อว่า นอกจากจะมีมากกว่าพัฒนาทักษะหนึ่งแล้ว ยังต้องรวมถึงการสังเคราะห์โครงสร้างความรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมสื่อรูปแบบทั่วไปของเนื้อหาสื่อ และมุมมองเชิงกว้างที่เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ นอกจากนี้ยังรวมถึงการพัฒนาทางสุนทรียะ (aesthetic dimension) อารมณ์ (emotional dimension) และจริยธรรม (moral dimension) เข้าไว้ด้วย หัวใจของการรู้เท่าทันสื่อไม่ใช่การสืบหาความจริงแท้หรือจุดมุ่งหมายของเนื้อหา แต่เป็นการตระหนักถึงกระบวนการตีความ และการกระตือรือร้นในการค้นหารูปแบบการตีความภายในเนื้อหาสารนั้น ๆ โดย Potter ได้แบ่งระดับของการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 8 ระดับ ดังนี้

1. ขั้นรู้สิ่งพื้นฐาน (acquiring fundamental) เป็นการเรียนรู้ความหมายของการแสดงสีหน้าและเสียง
2. ขั้นรู้ภาษา (language acquisition) รู้จักจำแนกตัวละครหรือสิ่งที่นำเสนอในสื่อ ติดตามความเคลื่อนไหวของเนื้อหา
3. ขั้นรู้วิธีการเล่าเรื่อง (narrative acquisition) เข้าใจวิธีเชื่อมโยงองค์ประกอบของเรื่องผลสืบเนื่องของเรื่อง
4. ขั้นสงสัย (developing skepticism) รู้ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ ไม่เชื่อคำพูดอ้างสรรพคุณ
5. ขั้นเข้มข้น (intensive development) มีเหตุจูงใจอย่างแรงกล้าในการแสวงหาข่าวสารในบางหัวข้อ สละสมาธิในบางหัวข้อ สามารถใช้ข่าวสารให้เกิดประโยชน์ได้
6. ขั้นทดลอง (experimental exploring) มีการแสวงหา ความแปลกใหม่ และการตอบสนองทางสุนทรียะ อารมณ์ จริยธรรมในรูปแบบใหม่ ๆ เพราะรู้สึกว่าการรับสื่อของตนแคบมาก

7. ขั้นเล็งเห็นคุณค่า (critical appreciation) พัฒนาความสามารถในการพินิจพิเคราะห์ เปรียบเทียบ และหาความแตกต่างในองค์ประกอบของเนื้อหาสารโดยทันที พัฒนาความเข้าใจในเชิง กว้าง และลึกเกี่ยวกับบริบททางประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมือง และศิลปะของระบบเนื้อหาสาร

8. ขั้นรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) มองเห็นว่าเนื้อหาสารมีคุณค่า อย่างไรต่อผู้อื่นและสังคม สำนึกว่าการกระทำบางอย่างของปัจเจกบุคคลสามารถสร้างผลกระทบต่อ สังคมได้ไม่ว่าจะเล็กน้อยเพียงใด

กล่าวโดยสรุป การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) หมายถึง การที่บุคคลเปิดรับสื่อ และมีความสามารถที่จะเข้าใจ และสามารถวิพากษ์ ไตร่ตรองข้อมูลต่าง ๆ มีการวิเคราะห์ ตีความ เนื้อหาออกมาได้หลากหลาย ตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ เพื่อให้บุคคลนั้น ๆ ไม่ตกอยู่ภายใต้ การครอบงำ และสามารถใช้งานสื่อได้อย่างเป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

สำหรับในยุคปัจจุบัน ด้วยความที่เทคโนโลยีทางสื่อสารมีการพัฒนามากขึ้น ทำให้ การติดต่อสื่อสารและ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเป็นไปโดยง่าย ทั้งยังส่งผลกระทบต่อบทบาทการสื่อสารของ แต่ละคน ที่สามารถเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร ฉะนั้นการรู้เท่าทันสื่อในปัจจุบัน จึงไม่ใช่เพียงแค่เป็น การเปิดรับสารอย่างเท่าทัน หากแต่ยังหมายรวมถึงการผลิตและส่งต่อข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าทันด้วย โดยผู้รับสารจะต้องสามารถวิเคราะห์ ตีความ วิพากษ์ในข้อมูลที่ผลิตหรือเปิดรับมา และมีการ ตรวจสอบดูว่าเป็นข้อเท็จจริงเป็นประโยชน์ควรแก่การส่งต่อไปยังผู้อื่นหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อไม่ให้ตกอยู่ ภายใต้การครอบงำของสื่อ ที่นำพามาซึ่งผลกระทบต่อบุคคลหรือต่อสังคมโดยรวมได้ ดังนั้น จากการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสาร และการใช้สื่อในปัจจุบัน ทำให้ Livingstone (2004) ได้สรุป องค์ประกอบที่จะเพิ่มทักษะการเท่าทันสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมตั้งแต่สื่อดั้งเดิมจนถึงสื่อใหม่ได้ดังนี้

1. การเข้าถึงสื่อ คือ ความสามารถที่บุคคลจะเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่โดยจะต้อง รับรู้และเข้าใจในความหมายได้ ซึ่งถือว่าเป็นจุดแรกที่จะทำให้เกิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

2. การวิเคราะห์ คือ เมื่อแต่ละบุคคลมีการเข้าถึงสื่อได้แล้ว จะต้องสามารถวิเคราะห์สื่อ และวิเคราะห์ความหมายที่ถูกประกอบสร้างจากสื่อได้ด้วย สามารถวิเคราะห์และเข้าใจได้ตั้งแต่ กระบวนการ การผลิตสร้าง เทคนิค ภาษา การใส่ความหมาย เป็นต้น

3. การประเมิน คือ เมื่อมีการเข้าถึงสื่อและวิเคราะห์สื่อแล้ว จะต้องมีการประเมินควบคู่ ไปด้วย เพื่อทำการแยกแยะ และให้คุณค่ากับสิ่งที่เปิดรับว่าดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม สามารถนำไปใช้ให้เกิดเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารอื่น ๆ มากน้อยเพียงใด หรือเกิดคุณค่าต่อจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือต่อสังคมหรือไม่ ซึ่งในการประเมินนั้นนับว่าเป็นส่วนที่ยาก เพราะจะต้องใช้ การตัดสินใจที่อาศัยประสบการณ์ ความรู้และทักษะสูงของผู้รับสาร เพื่อที่จะนำมาเป็นตัวรองรับเหตุ

และผลที่ได้ทำการประเมินไป ซึ่งการประเมินในแต่ละสารแต่ละสื่อก็จะใช้แนวทางที่แตกต่างกัน ออกไปตามลักษณะของสาร และสื่อ นั้น ๆ

4. การสร้างสรรค์เนื้อหา คือ ความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างเท่าทัน เพราะ การรู้เท่าทันสื่อ นั้น ไม่ใช่แต่เพียงสามารถเปิดรับสื่อ มีทักษะในการวิเคราะห์และประเมินสื่อ หากแต่ยังจะต้องมีทักษะในการสร้างสรรค์สื่อออกไปอย่างเท่าทันด้วย โดยจะต้องรู้ว่าจะต้องผลิตสาร ออกไปอย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพ ไม่นำมาซึ่งผลกระทบในด้านต่าง ๆ อันที่จะไม่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อสังคมและผู้ที่เปิดรับ นั่นคือ ต้องมีความเข้าใจในธรรมเนียมและ จริยธรรมในการผลิตสารและส่งสาร

ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อจึงจำเป็นและสำคัญมากสำหรับในปัจจุบัน ซึ่งถ้าหากเราไม่มีการรู้เท่าทันในสื่อ ทั้งที่เราเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสาร ภาพ เสียง วิดีโอ เราก็จะอาจจะตกอยู่ใต้การครอบงำทางความคิดอุดมการณ์ที่สื่อ นั้นพยายามโน้มน้าวเราได้โดยง่าย หรืออาจถูกกลายเป็นเครื่องมือในการผลิตซ้ำอุดมการณ์เหล่านั้นต่อไปเรื่อย ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อของ Livingstone (2004) ซึ่งมีองค์ประกอบของทักษะการเท่าทันสื่อต่าง ๆ 4 ข้อมาเป็นกรอบในการออกแบบแบบสอบถาม และวิเคราะห์ผลการศึกษา ว่าวัยรุ่นไทยนั้นมีการใช้งานสื่อเพชชุก่ออย่างรู้เท่าทัน โดยกลุ่มวัยรุ่นไทยนั้น จะต้องมีการเข้าถึง แยกแยะ วิเคราะห์ ประเมิน รวมทั้งตรวจสอบข้อเท็จจริงในข้อมูลที่เปิดรับก่อนที่จะเชื่อหรือแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลอื่น ๆ ได้มากน้อยเพียงใด โดยจะดูจากลักษณะทางประชากร ของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันว่า จะส่งผลกระทบต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

## 2.6 แนวคิดเรื่องจิตวิทยาวัยรุ่น

คำว่าวัยรุ่นนั้น เฮอร์ล็อก (Hurlock, 1974) ได้อธิบายว่าตรงกับคำ “Adolescence” ในภาษาอังกฤษ มีรากศัพท์เดิมมาจากภาษาลาตินว่า “Adolescere” ซึ่งมีความหมายว่าเจริญเติบโต ไปสู่วุฒิภาวะ (Maturity) การที่เด็กจะบรรลุถึงขั้นวุฒิภาวะนี้ ไม่ใช่จะเจริญแต่ทางร่างกายด้านเดียว เท่านั้น ทางจิตใจก็จะเป็นเงาตามตัวไปด้วย นั่นคือ จะต้องมีการพัฒนาการทั้ง 4 ด้านไปพร้อม ๆ กัน คือ ร่างกาย อารมณ์ สติปัญญา และสังคม

### ความหมายของจิตวิทยาวัยรุ่น

ปราณี รามสูตร (2528) กล่าวว่า จิตวิทยา (Psychology) เป็นวิทยาศาสตร์ มีลักษณะ เป็นศาสตร์บริสุทธิ์ และศาสตร์ประยุกต์ (Pure science and Applied science) ที่ว่าเป็นศาสตร์บริสุทธิ์ เพราะมุ่งศึกษาธรรมชาติพฤติกรรม (natural events) ในบุคคล เช่น สนใจศึกษา

แนวทางการเปลี่ยนพฤติกรรมเมื่อบุคคลมีการเจริญเติบโต เมื่อเกิดการเรียนรู้ เมื่อจะแก้ปัญหา และเมื่อมีสิ่งผลักดันให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เป็นต้น และที่ว่าจิตวิทยาเป็นศาสตร์ประยุกต์ด้วยนั้น เพราะผู้ศึกษาสามารถนำจิตวิทยาไปใช้ประโยชน์ในการเลี้ยงดูเด็ก ใช้ในการศึกษา ใช้ในการบริหาร เป็นต้น

เพ็ญทิพย์ ชัยพัฒน์ (2528) กล่าวว่า จิตวิทยา หมายถึง การเรียนรู้ทางพฤติกรรมและทางการศึกษา เพื่อศึกษาให้เข้าใจลึกซึ้งถึงธรรมชาติ ความต้องการ และจิตใจของมนุษย์อันก่อให้เกิดพฤติกรรม เพราะฉะนั้นจิตวิทยาจึงเป็นศาสตร์ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมของคน และพยายามที่จะทำความเข้าใจถึงสาเหตุต่าง ๆ ซึ่งทำให้แต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลผู้นั้น เช่น ทำไมคนเราจึงมีความคิดต่างกันในเรื่องเดียวกัน และเรียนรู้ได้ต่างกัน บางคนเรียนรู้เร็วในขณะที่บางคนเรียนรู้ช้า ส่วนความจำบางคนก็มีความจำที่แม่นยำ ในขณะที่บางคนชอบลืมอยู่เสมอ

พฤติกรรม (Behavior) ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมที่มนุษย์และสัตว์แสดงออก อันเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ เช่น การเดิน การนั่ง การยืน และพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ เช่น การแสดงออกทางด้านจิตใจ เช่น การคิด และทุกสิ่งทุกอย่างที่บุคคลกระทำไม่ว่าจะเป็นการรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม จนบางครั้งต้องใช้เครื่องมือในการสังเกต เช่น เครื่องจับเท็จใช้จับเวลาคนพูดโกหก เครื่องวัดต่าง ๆ เป็นต้น

โรเจอร์ (Rogers, 1972) ได้ให้ความหมายของ “จิตวิทยาวัยรุ่น” (Psychology of Adolescence) ไว้ว่า เป็นการศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของบุคคลในช่วงของวัยรุ่น ซึ่งเป็นช่วงของวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ มากเป็นพิเศษ

สุโท เจริญสุข (2517) ได้กล่าวถึงจิตวิทยาวัยรุ่นไว้ว่า การศึกษาจิตวิทยาวัยรุ่น มีความมุ่งหมายเพื่อให้เราเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคนวัยนี้ว่า มีสภาพเป็นอย่างไร เช่น ทางด้านการเจริญเติบโตทางกาย ความผันแปรทางอารมณ์ แนวคิดทางสังคม และศีลธรรมจรรยา ตลอดจนความสามารถทางสติปัญญา กระบวนการเรียนรู้ การปรับตัว อุปสรรคต่าง ๆ ประจำวัน และอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความสนใจ และความต้องการของวัยรุ่น ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการช่วยเหลือเด็กวัยรุ่นให้เป็นไปตามที่สังคมยอมรับได้

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า จิตวิทยาวัยรุ่น คือ ศาสตร์ที่ว่าด้วยธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของบุคคลวัยรุ่น ได้แก่ พัฒนาการทางกาย พัฒนาการทางอารมณ์ พัฒนาการทางสังคม และพัฒนาการทางสติปัญญา ความต้องการ และความสนใจของเด็กวัยรุ่น

วัยรุ่นในสังคมปัจจุบันซึ่งเป็นสังคมที่เจริญขึ้นมาความสลับซับซ้อนต่าง ๆ ของสภาพสังคมมากขึ้น เพราะฉะนั้น การเตรียมเด็กเพื่อเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมยังมีความจำเป็นมากยิ่งขึ้น

เพื่อเด็กเหล่านี้จะได้มีความรับผิดชอบต่อสังคม นักจิตวิทยาและผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กวัยรุ่นจึงถือว่าเด็กวัยรุ่นนี้เป็นวัยที่สำคัญ เพราะเป็นวัยที่เต็มไปด้วยปัญหามากมาย ผู้ใหญ่จะต้องเข้าใจ และให้ความเอาใจใส่อย่างจริงจัง เพราะพฤติกรรมของเด็กวัยรุ่นในยุคปัจจุบันมีแนวโน้มไปในลักษณะก้าวร้าว รุนแรง และเป็นปัญหาใหญ่ของสังคม อารมณ์ของเด็กวัยรุ่นมักรุนแรงการตัดสินใจรวดเร็วและไม่ระมัดระวัง

#### **การศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมของวัยรุ่น (เพ็ญทิพย์ ชัยพัฒน์, 2528)**

ในระยะหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างสภาพทางร่างกายและจิตใจของเด็กวัยรุ่นไปสู่ผู้ใหญ่ นั้น ไม่ใช่เรื่องใหม่แต่อย่างไรก็ตาม นักปรัชญาและนักทฤษฎีคนอื่น ๆ ต่างก็ต้องใช้ระยะเวลาและความตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในระยะวัยรุ่นนี้ ในทางจิตวิทยา นักทฤษฎีพัฒนาการในระยะแรก ๆ ได้พิจารณาเกี่ยวกับขบวนการทางชีววิทยาของวัยรุ่น และนักจิตวิทยาคนอื่น ๆ ได้เน้นถึงสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่น และได้กล่าวถึงการรวมกันทางชีววิทยา จิตวิทยา และวัฒนธรรมที่เป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงระหว่างช่วงระยะวัยรุ่น

G. Stanley Hall (1844-1924) ได้ศึกษาเกี่ยวกับวัยรุ่นอย่างจริงจัง โดยสนใจศึกษาตามแนวความคิดทฤษฎีของ Darwin เกี่ยวกับวิวัฒนาการของสิ่งต่าง ๆ และได้สันนิษฐานเกี่ยวกับพัฒนาการของแต่ละบุคคลโดยย่อ รวมทั้งพัฒนาการของชาติพันธุ์ทั้งหมดในประวัติศาสตร์

พัฒนาการในแต่ละขั้นตอนของแต่ละบุคคลตั้งแต่เด็กจนกระทั่งแก่ จะเป็นกระจกส่องให้เห็นถึงความเป็นไปต่าง ๆ ของมนุษย์ในยุคก่อน ๆ Hall ได้แสดงความคิดเห็นว่า วัยรุ่นเป็นระยะของความวุ่นวายสับสน เป็นระยะของความรุนแรงและความบีบคั้น ผลักดันซึ่งเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของวัยนี้ Hall ได้เปรียบวัยรุ่นว่า เปรียบเสมือนลูกนกที่ไม่ประสีประสา แต่กล้าหาญเกินตัว คือวัยรุ่นจะมีลักษณะนิสัยที่กล้าได้กล้าเสีย ชอบเรื่องร้ายที่หุนหันพลันแล่น เป็นต้น

Margaret Mead (1901-) มีความเชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ของสังคมจะมีส่วนรับผิดชอบต่อโดยตรงกับปัญหาของวัยรุ่น ซึ่ง Mead มีความเชื่อว่าในสังคมที่มีความเจริญทางด้านอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว เช่น ในสหรัฐอเมริกาจะมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในอัตราที่รวดเร็วมาก เป็นเหตุให้บุคคลในสังคมโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นจำต้องเผชิญกับปัญหาในการปรับตัวมากมาย ส่วนใหญ่ของปัญหามักจะเป็นการที่บุคคลจะต้องใช้ความพยายามที่จะตัดสินใจกระทำทุกอย่างด้วยตนเอง และถ้าสังคมมีความสลับซับซ้อนมากเท่าใด ปัญหาจะยิ่งมีมากขึ้น การตัดสินใจกระทำก็ยิ่งยากขึ้นเป็นเงาตามตัว

#### **อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนจากรายงานวิจัย**

Fuhrmann (1990) ได้ศึกษารายงานวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนที่มีต่อวัยรุ่น ดังนี้



อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีมากกว่าอิทธิพลของครอบครัว เด็กวัยรุ่นจะเลือกเข้าหาเพื่อนของตนมากกว่าพ่อแม่ ลักษณะของเด็กวัยรุ่นมักจะชอบทำตามกลุ่มเพื่อน “ใคร ๆ ก็ทำกันทั้งนั้น” มักจะเป็นคำอ้างของเด็กวัยรุ่น วัยรุ่นต้องการการยอมรับ ความคาดหวังจากพวกกลุ่มเพื่อนร่วมวัยเป็นสิ่งที่พวกเขายึดมั่น เด็กวัยรุ่นมักจะทำอะไร ๆ ตามกลุ่มเพื่อน แม้ตนเองจะรู้ว่าไม่ดี เช่น สูบบุหรี่ (Hamburg, 1986)

จะเห็นได้ว่าแนวคิดเรื่องจิตวิทยาวัยรุ่นนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยที่เต็มไปด้วยปัญหามากมาย ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าวิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่องจิตวิทยาวัยรุ่นมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ทัศนคติและพฤติกรรมของวัยรุ่นไทยในการใช้วาจาสร้างความเกลียด-ชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

## 2.7 แนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Online) และ คุณลักษณะของเฟซบุ๊ก (Facebook)

เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาการใช้งานเฟซบุ๊ก ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสังคมออนไลน์ชนิดหนึ่ง ฉะนั้นเพื่อเป็นการทำความเข้าใจในสื่อดังกล่าวมากขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องอย่างเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Online) และ คุณลักษณะของเฟซบุ๊ก (Facebook) มาช่วยอธิบายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

บอย และเอลิสัน (Boy & Ellison, 2007) ได้รวบรวมข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้หลากหลายประเด็น อีกทั้งยังให้คำจำกัดความที่สามารถนำมาอธิบายคุณลักษณะรวมทั้งรูปแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งได้อธิบายไว้ดังนี้

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) คือ เว็บไซต์เปิดโอกาสที่ให้คุณคนทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่

1. ปังเจกแต่ละคนสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสร้างข้อมูลส่วนตัวลงในพื้นที่สาธารณะ หรือกึ่งสาธารณะภายในระบบที่มีขอบเขต
2. สามารถที่จะเชื่อมต่อ และส่งต่อข้อมูลจากผู้อื่นที่ยินยอมให้มีการแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลอื่น ๆ ที่ติดต่อสื่อสารกัน
3. ปังเจกสามารถที่จะเข้าชมข้อมูลส่วนตัว หรือสามารถที่จะป้องกันไม่ให้บุคคลอื่นเข้ามาภายในระบบในข้อมูลส่วนตัว หรือในสิ่งที่ต้องการปิดเพื่อความเป็นส่วนตัวได้

นอกจากนี้ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่ใช่เพียงแค่การที่ให้คุณคนสามารถพบปะกับบุคคลแปลกหน้าได้เท่านั้น แต่ยังเป็นการทำให้อุ้ผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคม และทำให้

เครือข่ายนั้น ๆ สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ว่าเป็นรูปธรรม การเชื่อมต่อจะสามารถสื่อสารกับ ผู้คนที่มีความสัมพันธ์กัน รู้จักกันอยู่แล้วในเครือข่ายสังคมปกติ หรือที่เรียกว่าโลกออฟไลน์ อีกทั้งยังสามารถพบปะเพื่อนใหม่ ๆ ได้อีกด้วย

อีกทั้งลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สำคัญอีกประการ คือ ลักษณะในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนเอง เนื่องจากการสื่อสารโดยการพิมพ์ข้อความต่าง ๆ แต่ละคนสามารถที่จะเลือกตัวตนได้เอง โดยอาจจะแสดงตัวตนที่เป็นตัวเองบางส่วน เป็นตัวตนทั้งหมด หรืออาจจะแสดงออกมาในสิ่งที่ไม่ใช่ตัวตนแท้จริงของตนเองเลยก็ได้ โดยแต่ละคนสามารถที่จะแสดงออกทางความคิด ความต้องการ อารมณ์ หรือสนทนาออกมาในสิ่งที่พวกเขาไม่กล้า หรือสามารถทำได้ในชีวิตความจริง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากบริบทต่าง ๆ ที่แวดล้อม พวกเขาจึงใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการใช้พื้นที่ตรงนี้ สร้างตัวตนหรือเปิดเผยตัวตนออกมาโดยเฉพาะ เพื่อเติมเต็มความต้องการในส่วนลึกของจิตใจ โดยเชื่อว่าบุคคลในปัจจุบันจะมีชีวิตในโลกสังคมออนไลน์แตกต่างจากความเป็นจริง และในสื่อสังคมออนไลน์ หรือโลกออนไลน์จะมีการรวมกลุ่ม ในทางความคิด หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ พวกเขาเหล่านี้ก็จะเลือกรวมตัวเข้ากลุ่มที่มีอัตลักษณ์ หรือแนวทางความคิด การกระทำที่คล้ายคลึงกับ ตัวตนของแต่ละคน เพื่อที่จะได้รับโอกาสในการสนับสนุนทางความคิด หรือการกระทำ แต่ทั้งนี้อัตลักษณ์ที่สร้างขึ้น ก็สามารถแปรเปลี่ยนได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับอารมณ์ ความรู้สึก และความปรารถนาที่แปรเปลี่ยนไปของแต่ละคน (วรรณพร กลิ่นบัว, 2554)

จะเห็นได้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันนี้เป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารที่ได้รับ ความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากว่าการที่ผู้ใช้บริการของเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้เป็นการที่เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดจำกัดบนระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยความที่เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ที่เข้ามามี บทบาทต่อกลุ่มวัยรุ่น รวมถึงกลุ่มคนต่าง ๆ นั้นมีหลากหลายเว็บไซต์ และมีบริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็น จุดโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตัวเองผ่านเน็ตเวิร์ค รวมทั้งเชื่อมโยงบริการ ต่าง ๆ อย่างอีเมลล์ เว็บบอร์ด บล็อก ฯลฯ เข้าด้วยกันตั้งแต่ Facebook, LinkedIn และอื่น ๆ อีก มากมาย (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2554) กล่าวไว้ว่า เนื่องจากเครือข่ายสังคมออนไลน์มีมากมายจึง ได้ทำการจัดประเภทเว็บไซต์ในลักษณะ Social Networking แบ่งเป็น 7 ประเภทดังนี้

1. ประเภทแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/Knowledge) ที่เห็นได้ชัดเจนเป็นเว็บ ที่รวบรวมข้อมูล ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ในลักษณะเนื้อหาที่เป็นอิสระ ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยมุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เหล่านั้น เป็นผู้เข้ามา เขียนหรือแนะนำไว้ ส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพ หรือ ผู้เชี่ยวชาญ ที่เห็นได้ชัดเจน เช่น Wikipedia ที่เป็นสารานุกรมออนไลน์หลายภาษา, Google earth เว็บไซต์ดูแผนที่ได้ทุกมุมโลก ให้ความรู้ทางภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยวเดินทาง การจราจร หรือที่พัก



2. ประเภทเกมออนไลน์ (Online Games) เป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย จะมีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่เล่นบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเกมออนไลน์นี้ผู้เล่นสามารถที่จะสนทนา เล่น แลกเปลี่ยน items ในเกมกับบุคคลอื่น ๆ ในเกมได้ และสาเหตุที่มีผู้นิยมมากเนื่องจากผู้เล่นได้เข้าสังคมจึงรู้สึกสนุกที่จะมีเพื่อนเล่นเกมไปด้วยกันมากกว่าการเล่นคนเดียว อีกทั้งมีกราฟฟิคสีสันที่สวยงาม และมีกิจกรรมต่าง ๆ เพิ่ม เช่น อาวุธเครื่องแต่งตัวใหม่ ๆ ที่สำคัญสามารถที่จะเล่นกับ เพื่อน ๆ แบบออนไลน์ได้ทันที รวมถึงการได้มีเพื่อนใหม่ในเกมออนไลน์ ที่นิยมมาก เช่น ROV, Heroes of Newerth, Heroes of Newerth, Kritika Online และอื่น ๆ อีกมากมาย

3. ประเภทสร้างเครือข่ายทางสังคม (Community) เป็นเว็บไซต์ที่เน้นการหาเพื่อนใหม่หรือการตามหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้เจอกันนาน โดยสามารถทำการสร้าง Profile ของตนเอง โดยการใส่รูปภาพ อัปเดตประวัติต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของเรา (Identity) ให้เพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายได้รู้จักเรามากยิ่งขึ้น และยังมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรื่องราว ถ่ายทอด ประสบการณ์ต่าง ๆ ร่วมกันเช่น Facebook, Instagram ฯลฯ เป็นต้น

4. ประเภทฝากรูปภาพ (Photo Management) สามารถฝากภาพออนไลน์ได้โดยไม่ต้องกลัวว่ารูปภาพต่าง ๆ จะหายไป อีกทั้งยังสามารถแบ่งปันภาพหรือซื้อขายภาพกันได้อย่างง่ายดาย เช่น Flickr, Photoshop Express, Photobucket ฯลฯ เป็นต้น

5. ประเภทสื่อ (Media) ไม่ว่าจะเป็นฝากโพสท์หรือแบ่งปันภาพ คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ เพลง ฯลฯ เช่น YouTube, imeem, Bebo, Ustream.tv ฯลฯ เป็นต้น

6. ประเภทซื้อ-ขาย (Business/Commerce) เป็นการทำธุรกิจทางออนไลน์ที่ได้รับ ความนิยมมากเช่น Amazon, eBay, Tarad, Pramool ฯลฯ แต่เว็บไซต์ประเภทนี้ยังไม่ถือว่าเป็น Social Network ที่แท้จริงเนื่องจากมิได้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการแบ่งปันข้อมูลกันได้หลากหลาย นอกจากการสั่งซื้อและติชมสินค้าเป็นส่วนใหญ่

7. ประเภทอื่น ๆ เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการนอกเหนือจากนี้ซึ่งไม่สามารถจัดเข้าใน 6 ประเภทได้นั้นเอง

ปัจจุบัน Social Network Website ต่าง ๆ ก็มีการพัฒนาและเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์เชิงสังคมกันมากขึ้น ทั้งเว็บไซต์ในตระกูลของ Wiki, YouTube, Facebook, Twitter และอีกมากมาย ซึ่งในแต่เว็บไซต์จะมีลักษณะเฉพาะสำหรับการใช้งานแตกต่างกันออกไป

### คุณลักษณะของเฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เว็บไซต์หนึ่งที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก การได้รับความนิยมของเฟซบุ๊กนั้น เนื่องจากผู้ใช้สามารถใช้เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสารหรือร่วมทำกิจกรรมผู้ใช้คนอื่น เช่น การเขียนข้อความ การเล่าเรื่อง ความรู้สึก การแสดงความคิดเห็น การโพสต์รูปภาพ และคลิปวิดีโอ การแชทพูดคุย เล่นเกมที่สามารถชักชวนผู้อื่นมาเล่นด้วยได้ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ด้วยเหตุนี้เฟซบุ๊กจึงได้รับความนิยมไปทั่วโลก และในประเทศไทยเองนั้นก็เป็นหนึ่งในประเทศที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุดในลำดับต้น ๆ ของโลก

จากแนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Online) และคุณลักษณะของเฟซบุ๊ก (Facebook) ผู้วิจัยจะนำเป็นสื่อหลักในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็น Social Network อันดับ 1 ของโลกที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับ ทศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทย

### 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ในกระบวนการสื่อสารนั้น องค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกัน 2 ฝ่ายคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารผู้ส่งสารจึงต้องมีการวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับสาร เพื่อจะได้ทำการสื่อสารเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่สุด

ในขณะที่แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งการสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จึงน่าจะแตกต่างกันด้วย เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างต่างกัน

ปรมะ สตะเวทิน (2533, น. 112-118) กล่าวว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่าง ๆ ร่วมกัน ย่อมจะมีทัศนคติที่คล้ายคลึงกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น ได้แก่

1. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมาก สาเหตุที่แตกต่างกันเนื่องจากคนที่ต่างรุ่นต่างวัยกันมีประสบการณ์

ชีวิตแตกต่างกัน จึงทำให้มีทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง

2. เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะ วัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน เช่น ผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง และจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิง จากการศึกษาของวิลโล, โกลด์ฮาเบอร์ และยัทส์ (Wilo, Goldhaber & Yates (1980, อ้างถึงในอาซูวัน อาเยะ, 2556, น. 17)) พบว่า เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย ในขณะที่พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนพบว่าเพศหญิงจะนิยมใช้เวลาสำหรับการรับชมโทรทัศน์และฟังวิทยุ โดยนิยมดูละครมากกว่าเพศชาย ที่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า และวัยรุ่นเพศชายจะสนใจชมภาพยนตร์แนวสงครามหรือการโจรกรรม ทว่าวัยรุ่นเพศหญิงจะสนใจชมภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากกว่า ในทางกลับกันวิจัยของแมคเคลอยด์ และ โอคีฟ (McLeod & O'keefe, 1972) กลับพบว่าการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรที่มีอิทธิพล การทำนายพฤติกรรมการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวแปรทางด้านประชากร เช่นตัวแปรเพศ ไม่สามารถให้คำตอบได้ว่าทำไมถึงไม่พบความแตกต่างของพฤติกรรมการสื่อสาร เนื่องจากตามทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางพฤติกรรมศาสตร์ การสื่อสารของบุคคลมักเป็นไปตามกลุ่มทางสังคมที่ปัจเจกสังกัดอยู่ มากกว่าจะเป็นไปตามเพศสภาพของบุคคลนั้น ๆ

3. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status) หมายถึง รายได้ (Income) อาชีพ (Occupation) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic Group) ภูมิหลังหรือพื้นฐานครอบครัว (Family Background) รวมถึงลักษณะการพักอาศัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยมเป้าหมายและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น คนที่มีฐานะ อาศัยอยู่ในเมือง อาจมีโอกาสที่จะเลือกใช้สื่อได้หลากหลายประเภทกว่าและบ่อยครั้งกว่า โดยเฉพาะสื่อที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดรับ

4. การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวาง และเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

จากการศึกษาแนวคิดด้านประชากรศาสตร์จะชี้แนะให้เห็นถึงประเด็นความแตกต่างด้านคุณสมบัติประชากร ที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ และส่งผลให้บุคคลมีความคิดเห็นต่อสารที่ได้รับแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรมาเป็นกรอบในการอธิบายได้ว่าลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อ และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

## 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)” ผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาเป็นแนวทางประกอบในการศึกษา ดังนี้

### 2.9.1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน

จากการทบทวนงานวิจัยในตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรกับตัวแปรด้านการเปิดรับสื่อ พบว่า เป็นไปดังนี้

ฐาปะนระ วงษ์สาริตศาสตร์ (2551) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อที่จะศึกษาว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันหรือไม่ ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาที่มีสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และคณะที่ศึกษาในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีปริมาณการรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ในขณะที่เพศชายและเพศหญิงที่มีอายุและวิธีการศึกษาในมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

จิรัฐ พรหมดิเรก (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แชนแท็กถณรงค์: ความคาดหวังการเปิดรับ และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับแชนแท็กถณรงค์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับแชนแท็กถณรงค์จากโครงการ ALS Ice Bucket Challenge (#icebucketchallenge และ #IceBucketChallengeTH) มากที่สุด แต่เปิดรับแชนแท็กถณรงค์จากโครงการรณรงค์ ริเริ่ม...เติมเต็ม เอกลักษณ์ไทย ครั้งที่ 44 ประจำปี 2558 (#เท่อย่างไทย และ #เอกลักษณ์ไทยรณรงค์) น้อยที่สุด โดยมักเปิดรับผ่านเฟซบุ๊ก และมักเปิดรับภาพถ่ายเกี่ยวกับโครงการรณรงค์มากที่สุด นอกจากนี้ยังมีส่วนร่วมในการกดชื่นชอบ (Like/Favorite) รูปภาพที่ใช้แชนแท็กถณรงค์มากที่สุด ซึ่งผู้ใช้แชนแท็กถณรงค์ที่มีลักษณะทาง

ประชากรที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับแฮชแท็กที่ตรงกันหรือไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้แฮชแท็กที่ตรงกันที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ที่ใช้แฮชแท็กไม่แตกต่างกัน

ซึ่งจากงานวิจัยในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อความแตกต่างกันด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีตัวแปรบางตัวที่ปรากฏความแตกต่างทางลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา แล้วไม่ได้ส่งผลให้มีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน

วิมลพรรณ อาภาเวท (2550) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับสื่อการทุนญี่ปุ่นที่มีต่อทัศนคติทางเพศของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อการทุนญี่ปุ่นแตกต่างกัน ผลการศึกษา พบว่านักเรียนชั้นมัธยมปลายที่มีอายุ สถานศึกษา รายได้จากผู้ปกครอง และที่พักอาศัยแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อการทุนญี่ปุ่นแตกต่างกัน

กิตติศักดิ์ ทองฟูก (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของมนุษย์เงินเดือนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา การรับรู้บริการ K-Expert เพื่อที่จะศึกษาว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์แตกต่างกันหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางทางด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน

เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตร (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อดิจิทัลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีการเปิดรับชมช่องดิจิทัลทีวีที่แตกต่างกัน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับชมช่องดิจิทัลทีวี (ความถี่ในการเปิดรับชมช่องดิจิทัลใน 1 วันต่อสัปดาห์) ที่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่ที่เปิดรับชมช่องดิจิทัลทีวีมีอายุระหว่าง 26-33 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานหรือกลุ่มเงินเนอเรชั่นวาย มีพฤติกรรมชอบแสวงหาข้อมูล เป็นกลุ่มที่มีความคิดก้าวทันต่อเหตุการณ์ เปิดรับสิ่งต่าง ๆ ตลอดเวลา จึงส่งผลต่อการเปิดรับชมช่องดิจิทัลทีวีมากกว่าช่วงอายุอื่น ๆ

ดังนั้นจากการทบทวนงานวิจัยทั้งหมดในข้างต้น ทำให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน อาจมีผลให้การเปิดรับสื่อแตกต่างกันไปด้วย แต่ในอีกทางหนึ่งก็อาจจะไม่ทำให้การเปิดรับสื่อแตกต่างกัน

### 2.9.2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับสื่อกับทัศนคติ

จากการทบทวนงานวิจัยในตัวแปรการเปิดรับสื่อกับตัวแปรด้านทัศนคติ พบว่าเป็นไปดังนี้

กัญญารินทร์ วัฒนเรือนันท์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของ Beauty Influencers ที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงานตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติที่มีต่อ Beauty Influencers หลังจากได้ทำการเปิดรับข่าวสาร ผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ Beauty Influencers หลังจากได้ทำการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์

นันทวรรณ ควรขจร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการข่าวภาคเช้ากับทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ ผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 / ช่อง 8 / และช่อง 9 ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยภาพรวม

จากการทบทวนงานวิจัยในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่แล้วการเปิดรับสื่อกับทัศนคติเป็นตัวแปรที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน แต่ในอีกทางหนึ่งตัวแปรทั้งสองก็ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสามารถเป็นไปได้ทั้ง 2 แนวทาง

### 2.9.3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านทัศนคติกับพฤติกรรม

จากการทบทวนงานวิจัยในตัวแปรด้านทัศนคติกับพฤติกรรม พบว่าเป็นไปได้ดังนี้

อาฟีฟี ลาเต๊ะ, ศรีชฌา กาญจนสิงห์, จิระนันท์ อนันต์ไทย, และ สรณศิริ โททอง (2555) ที่ได้ทำการศึกษาการใช้ Facebook ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อที่จะศึกษาว่าทัศนคติที่มีต่อประเด็นต่าง ๆ ของนิสิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Facebook ของนิสิตหรือไม่ อย่างไร ผลการศึกษา พบว่า ทัศนคติที่มีในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านสุขภาพ หรือ ด้านการศึกษา ล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Facebook อย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือ ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อสุขภาพ พฤติกรรมการใช้ Facebook ก็จะมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้เพราะการใช้งาน Facebook ที่มากจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกาย ในขณะที่ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อด้านการศึกษา จะยังมีพฤติกรรมการใช้ Facebook ที่เพิ่มขึ้น

ศตพล เกิดอยู่ (2558) ได้ทำการศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งผลการศึกษา พบว่าทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทั้งในด้านจำนวนเดือนที่ใช้งาน ระยะเวลาที่ใช้งานต่อวัน จุดประสงค์หรือแรงจูงใจหลักในการใช้งาน และคุณสมบัติที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์



จากการทบทวนงานวิจัยในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่แล้วทัศนคติกับพฤติกรรมเป็นตัวแปรที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน

#### 2.9.4 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกัน

จากการทบทวนงานวิจัยในตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรกับการรู้เท่าทันสื่อพบว่า เป็นไปดังนี้

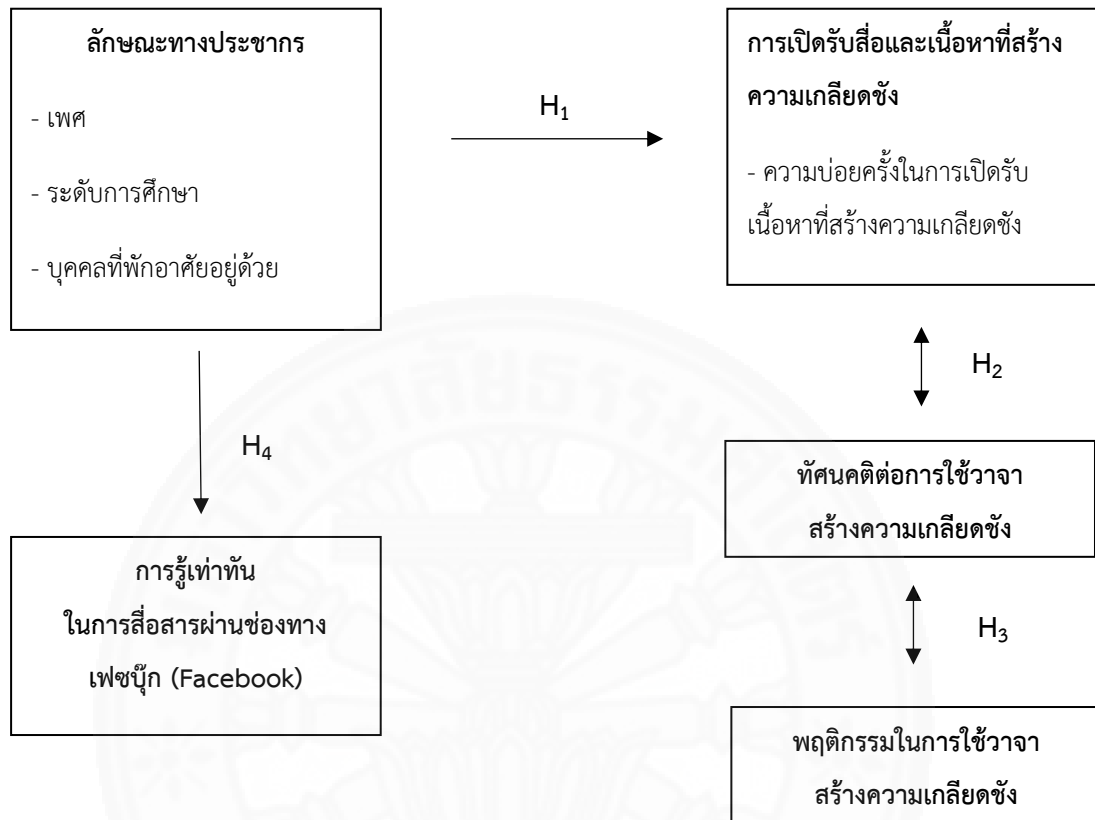
จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้เท่าทันในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร เพื่อต้องการจะทราบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตมากน้อยเพียงไร รวมทั้งสามารถประเมินความเสี่ยงบนอินเทอร์เน็ตและป้องกันตัวเองออกจากความเสี่ยงนั้นได้หรือไม่ อย่างไรก็ตาม ซึ่งผลการศึกษา พบว่า รายได้ของครอบครัว และระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกันจะทำให้ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกันด้วย โดยผู้ปกครองที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จะมีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท ส่วนผู้ปกครองที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จะมีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ปกครองที่จบการศึกษา ระดับประถมถึงมัธยมต้น

สุนทร พรหมวงศา (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ และการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าจังหวัดหนองบัวลำภูยังไม่มีความหลากหลายของสื่ออินเทอร์เน็ต จึงทำให้นักเรียนทั้งเพศชายและเพศหญิงได้รับสื่อในเรื่องเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันจึงทำให้ไม่มีความแตกต่างที่ชัดเจนของการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต

สุภารัตน์ แก้วสุทธิ (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการรู้เท่าทันการใช้งานอินเทอร์เน็ต และการป้องกันตัวเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เพื่อที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การรู้เท่าทันสื่อ และการป้องกันตัวเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งผลการศึกษา พบว่า มีเพียงลักษณะทางประชากรของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในด้านเพศที่แตกต่างกันเท่านั้นที่มีการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกัน แต่สำหรับด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันกลับมีการรู้เท่าทันสื่อที่ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นจากการทบทวนงานวิจัยทั้งหมดในข้างต้น ทำให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน อาจมีผลให้ระดับการรู้เท่าทันสื่อต่างกันไปด้วย แต่ในอีกทางหนึ่งก็อาจจะไม่ทำให้การรู้เท่าทันสื่อต่างกัน สามารถเป็นไปได้ทั้ง 2 แนวทาง

## 2.10 กรอบแนวคิดในการวิจัย





### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ทศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีแนวทางการศึกษาในลักษณะวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (Cross Sectional Study)

#### 3.1 ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มวัยรุ่นไทยทั้งชายและหญิง ที่มีอายุระหว่าง 12-18 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่มีติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

#### 3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เลือกศึกษาเฉพาะวัยรุ่นไทยทั้งชายและหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถทราบถึงจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซ็น และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงได้แทนค่าสูตรคำนวณดังนี้

|               |   |   |                           |
|---------------|---|---|---------------------------|
| สูตร          | n | = | $\frac{1}{e^2}$           |
| เมื่อ         | n | = | จำนวนประชากรตัวอย่าง      |
|               | e | = | ค่าความคลาดเคลื่อน (0.05) |
| แทนค่าตามสูตร | n | = | $\frac{1}{0.05^2}$        |
|               | n | = | 400 คน                    |

จากการแทนค่าตามสูตรข้างต้น ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน แต่การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวางแผนเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง จำนวน 420 คน

### 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนในการวิจัยครั้งนี้ ต้องการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างที่กระจายตัวทั่วในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนของการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** แบ่งประชากรออกเป็นชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งพื้นที่ตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร 50 เขต จัดเป็น 6 ชั้นภูมิ (กลุ่มเขต) ดังต่อไปนี้ (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2543)

ชั้นภูมิที่ 1 คือ กลุ่มรัตนโกสินทร์ ประกอบด้วย เขตบางซื่อ ดุสิต พญาไท ราชเทวี ปทุมวัน พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ และบางรัก รวม 9 เขต

ชั้นภูมิที่ 2 คือ กลุ่มบูรพา ประกอบด้วย เขตดอนเมือง หลักสี่ สายไหม บางเขน จตุจักร ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางกะปิ และวังทองหลาง รวม 9 เขต

ชั้นภูมิที่ 3 คือ กลุ่มศรีนครินทร์ ประกอบด้วย เขตสะพานสูง มีนบุรี คลองสามวา หนองจอก ลาดกระบัง ประเวศ สวนหลวง และคันนายาว รวม 8 เขต

ชั้นภูมิที่ 4 คือ กลุ่มเจ้าพระยา ประกอบด้วย เขตดินแดง ห้วยขวาง วัฒนา คลองเตย บางนา พระโขนง สาทร บางคอแหลม และยานนาวา รวม 9 เขต

ชั้นภูมิที่ 5 คือ กลุ่มกรุงธนใต้ ประกอบด้วย เขตบางขุนเทียน บางบอน จอมทอง ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ ธนบุรี คลองสาน และบางแค รวม 8 เขต

ชั้นภูมิที่ 6 คือ กลุ่มกรุงธนเหนือ ประกอบด้วย เขตบางพลัด ตลิ่งชัน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ภาษีเจริญ หนองแขม และเขตทวีวัฒนา รวม 7 เขต

**ขั้นตอนที่ 2** การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เนื่องจากแต่ละชั้นภูมิ (กลุ่มเขต) ประกอบไปด้วยเขตการปกครองทั้งหมด 50 เขต ผู้วิจัยได้เลือกเขตมาเป็นตัวอย่างครั้งนี้ ร้อยละ 20 ของเขตทั้งหมด ดังนั้นจึงได้เขตตัวอย่าง 10 เขต และได้เขตตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิเป็นไปตามสัดส่วน (Proportion) จำนวนเขตในแต่ละชั้นภูมิ (กลุ่มเขต) ดังนี้

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ รวมทั้งสิ้น 9 เขต ได้จำนวนเขตตัวอย่างดังนี้

$$\frac{9 \times 10}{50} = 1.8 \quad \text{เท่ากับ} \quad 2 \text{ เขต}$$

2. กลุ่มบูรพา รวมทั้งสิ้น 9 เขต ได้จำนวนเขตตัวอย่างดังนี้

$$\frac{9 \times 10}{50} = 1.8 \quad \text{เท่ากับ} \quad 2 \text{ เขต}$$

3. กลุ่มศรีนครินทร์ รวมทั้งสิ้น 8 เขต ได้จำนวนเขตตัวอย่างดังนี้

$$\frac{8 \times 10}{50} = 1.6 \quad \text{เท่ากับ} \quad 2 \text{ เขต}$$

4. กลุ่มเจ้าพระยา รวมทั้งสิ้น 9 เขต ได้จำนวนเขตตัวอย่างดังนี้

$$\frac{9 \times 10}{50} = 1.8 \quad \text{เท่ากับ} \quad 2 \text{ เขต}$$

5. กลุ่มกรุงธนใต้ รวมทั้งสิ้น 8 เขต ได้จำนวนเขตตัวอย่างดังนี้

$$\frac{8 \times 10}{50} = 1.6 \quad \text{เท่ากับ} \quad 2 \text{ เขต}$$

6. กลุ่มกรุงธนเหนือ รวมทั้งสิ้น 7 เขต ได้จำนวนเขตตัวอย่างดังนี้

$$\frac{7 \times 10}{50} = 1.4 \quad \text{เท่ากับ} \quad 2 \text{ เขต}$$

**ขั้นตอนที่ 3** การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วย

การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลากตัวแทนเขต ได้เขตตัวอย่างดังตารางที่ 3.1

## ตารางที่ 3.1

แสดงจำนวนเขตการปกครอง จำนวนเขตทั้งหมด จำนวนเขตตัวอย่าง เขตตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

| เขตการปกครอง         | จำนวนเขตทั้งหมด | จำนวนเขตตัวอย่าง | เขตตัวอย่าง                      | จำนวนตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิเขตการปกครอง (คน) |
|----------------------|-----------------|------------------|----------------------------------|---|
| 1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ | 9               | 2                | - เขตดุสิต<br>- เขตสัมพันธวงศ์   | 35<br>35                                    |
| 2. กลุ่มบูรพา        | 9               | 2                | - เขตบางเขน<br>- เขตบางกะปิ      | 35<br>35                                    |
| 3. กลุ่มศรีนครินทร์  | 8               | 2                | - เขตสะพานสูง<br>- เขตลาดกระบัง  | 35<br>35                                    |
| 4. กลุ่มเจ้าพระยา    | 9               | 2                | - เขตดินแดง<br>- เขตยานนาวา      | 35<br>35                                    |
| 5. กลุ่มกรุงธนใต้    | 8               | 2                | - เขตบางขุนเทียน<br>- เขตทุ่งครุ | 35<br>35                                    |
| 6. กลุ่มกรุงธนเหนือ  | 7               | 2                | - เขตบางกอกน้อย<br>- เขตหนองแขม  | 35<br>35                                    |
| รวม                  | 50              | 12               |                                  | 420   |

**ขั้นตอนที่ 4** การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยการใช้สุ่มแบบตรงตามชนิด (Typical Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะทำการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง (Screening) ก่อนแจกแบบสอบถาม โดยจะต้องเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 12 -18 ปี โดยกระจายตามเพศ ระดับชั้นการศึกษา ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่มีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่าง ๆ ที่มีประชากรหนาแน่น เช่น สถานที่ย่านการค้าและธุรกิจ ห้างสรรพสินค้า ย่านชุมชน เป็นต้น ซึ่งจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตตัวอย่าง เขตละ 35 คน รวม 12 เขต เป็นจำนวน 420 คน

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

**ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

**ส่วนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

**ส่วนที่ 4** เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

**ส่วนที่ 5** เป็นคำถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

### 3.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การตั้งสมมติฐานในการวิจัยและได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1.** ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2.** การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตัวแปรตาม คือ ทศนคติที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.** ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตัวแปรอิสระ คือ ทศนคติที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4.** ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

ตัวแปรตาม คือ การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

### 3.6 การแบ่งกลุ่มและการวัดค่าตัวแปร

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

1. เพศ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- เพศชาย
- เพศหญิง

2. ระดับการศึกษา แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- มัธยมศึกษาตอนต้น
- มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

3. บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่

- |                  |                        |
|------------------|------------------------|
| - บิดา และ มารดา | - บิดา หรือ มารดา      |
| - ญาติ           | - เพื่อน               |
| - อยู่คนเดียว    | - อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

## ส่วนที่ 2 การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

1. ระยะเวลาที่มีการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อครั้ง (เลือกตอบเพียงข้อละ 1 ช่อง) ได้แก่

- ต่ำกว่า 30 นาที/ครั้ง
- 31 - 60 นาที/ครั้ง
- 61 - 90 นาที/ครั้ง
- 91 - 120 นาที/ครั้ง
- มากกว่า 120 นาที/ครั้ง

2. ความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) (เลือกตอบเพียงข้อละ 1 ช่อง) ได้แก่

- เนื้อหาที่เป็นตัวอักษร เช่น เรื่องเล่า บทความ
- เนื้อหาที่เป็นรูปภาพ เช่น ภาพล้อเลียน ภาพกลั่นแกล้งผู้อื่น ผู้ประจานผู้อื่น
- เนื้อหาที่เป็นคลิปวิดีโอ เช่น คลิปคนทะเลาะวิวาทกัน

ส่วนที่ 3 ทักษะการที่มีต่อการใช้งานจาสร้าง ความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) (เลือกตอบเพียงข้อละ 1 ช่อง) ได้แก่

- การใช้คำพูดด้วยภาษาและถ้อยคำที่หยาบคายผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้
- การใช้คำพูดข่มขู่ คุกคามผู้อื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้
- การใช้คำพูดเยาะเย้ย ทั้บถผู้อื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้
- การสื่อสารที่เป็นการล้อเลียนเกี่ยวกับเชื้อชาติ สีผิว รสนิยมทางเพศ ทำให้ตลกขบขันผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้
- การสื่อสารที่สร้างความรู้สึกรังเกียจแบ่งฝักแบ่งฝ่ายออกอย่างชัดเจนสามารถเห็นได้ทั่วไปผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้
- การสื่อสารที่เป็นการกล่าวร้าย การประจานบุคคลอื่นสามารถเห็นได้ทั่วไปผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้
- การโพสต์คำพูด เรื่องเล่า รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาสร้างความเกลียดชังเป็นเรื่องที่ยอมรับได้

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้งานจาสร้าง ความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) (เลือกตอบเพียงข้อละ 1 ช่อง) ได้แก่

- ท่านเคยใช้วจาและถ้อยคำที่หยาบคายในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก



- ท่านเคยใช้คำพูดข่มขู่ คุกคามเพื่อให้ผู้อื่นหวาดกลัวผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ท่านเคยใช้คำพูดเยาะเย้ย ทั้บถผู้อื่นในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ท่านเคยล้อเลียนผู้อื่นเกี่ยวกับเชื้อชาติ สีผิว รสนิยมทางเพศ ในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ท่านเคยใช้คำพูดที่สร้างความแตกแยกผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ท่านเคยกล่าวร้ายถึงบุคคลอื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ท่านเคยนำเสนอเรื่องบิดเบือนหรือเบี่ยงเบนจากสิ่งที่เป็นทั้ง ๆ ที่เรื่องนั้นอาจสร้างความเข้าใจผิดผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ท่านเคยสนับสนุนให้ใช้ความรุนแรงกับผู้ที่เห็นต่างผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ท่านเคยแบ่งปัน (share) บทความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับการทะเลาะวิวาทของผู้อื่น
- ท่านเคยมีปัญหาขัดแย้งกับผู้อื่นจากการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก

### ส่วนที่ 5 การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

- ท่านมักจะมีการคิดก่อนที่จะเลือกรับสารว่าสารใดเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมกับท่าน
- ท่านสามารถแยกแยะบทความหรือข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กได้ ว่าข้อมูลส่วนไหนเป็นข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น
- เมื่อท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ท่านจะวิเคราะห์ข้อมูลก่อนที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อ
- ท่านมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ท่านเปิดรับจากแหล่งข่าวอื่น ๆ ด้วย
- ท่านจะไม่แชร์หรือโพสต์บทความ ภาพ คลิปวิดีโอ หากยังไม่แน่ใจในความถูกต้อง
- ท่านมักจะอ่านข้อมูลเนื้อหาของข่าวสารนั้นอย่างละเอียด
- ท่านมักตั้งเตือนเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด เรื่องการแชร์ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ หากรู้ว่าเรื่องเหล่านั้นไม่ใช่เรื่องจริง

### 3.7 เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร

**คำถามส่วนที่ 2** เกี่ยวกับเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert ซึ่งได้กำหนดระดับค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

### ระดับความบ่อยครั้ง

|            |   |         |
|------------|---|---------|
| มากที่สุด  | = | 5 คะแนน |
| มาก        | = | 4 คะแนน |
| ปานกลาง    | = | 3 คะแนน |
| น้อย       | = | 2 คะแนน |
| น้อยที่สุด | = | 1 คะแนน |

สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนประเมินค่านี้ได้ใช้ค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงการวัด คือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์การแปลความหมายของความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จึงมีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

|                       |            |  |
|-----------------------|------------|--|
| ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด  |
| ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มาก        |
| ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ปานกลาง    |
| ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) น้อย       |
| ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) น้อยที่สุด |

**คำถามส่วนที่ 3** เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการใช้เวลาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert ซึ่งได้กำหนดระดับค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

**ระดับความคิดเห็น**

|                      |   |         |
|----------------------|---|---------|
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง    | = | 5 คะแนน |
| เห็นด้วย             | = | 4 คะแนน |
| ไม่แน่ใจ             | = | 3 คะแนน |
| ไม่เห็นด้วย          | = | 2 คะแนน |
| ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | = | 1 คะแนน |

สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนประเมินค่านี้ได้ใช้ค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงการวัด คือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์การแปลความหมายของความคิดเห็นที่มีต่อการใช้เวลาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จึงมีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

|                       |            |   |
|-----------------------|------------|---|
| ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการใช้เวลาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) |
| ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยต่อการใช้เวลาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)          |
| ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครไม่แน่ใจต่อการใช้เวลาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)          |
| ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครไม่เห็นด้วยต่อการใช้เวลาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)       |

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึงว่า วิทยาลัยไทยในเขตกรุงเทพมหานครไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการใช้อีวาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

**คำถามส่วนที่ 4** เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อีวาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert ซึ่งได้กำหนดระดับค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

**ระดับพฤติกรรมในการใช้อีวาจาสร้างความเกลียดชัง**

|                  |   |         |
|------------------|---|---------|
| บ่อยที่สุด       | = | 5 คะแนน |
| ค่อนข้างบ่อย     | = | 4 คะแนน |
| นาน ๆ ครั้ง      | = | 3 คะแนน |
| แทบจะไม่เคยทำเลย | = | 2 คะแนน |
| ไม่เคยเลย        | = | 1 คะแนน |

สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนประเมินค่านั้นได้ใช้ค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงการวัด คือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์การแปลความหมายของพฤติกรรมในการใช้อีวาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จึงมีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

|                       |            |  |
|-----------------------|------------|--|
| ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 | หมายถึงว่า | วิทยาลัยไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมในการใช้อีวาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับสูงมาก     |
| ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 | หมายถึงว่า | วิทยาลัยไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมในการใช้อีวาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับสูงปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 | หมายถึงว่า | วิทยาลัยไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมในการใช้อีวาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับปานกลาง    |

|                       |            |   |
|-----------------------|------------|---|
| ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับต่ำ    |
| ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับต่ำมาก |

**คำถามส่วนที่ 5** เกี่ยวกับการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert ซึ่งได้กำหนดระดับค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

#### ระดับการรู้เท่าทัน

|            |   |         |
|------------|---|---------|
| มากที่สุด  | = | 5 คะแนน |
| มาก        | = | 4 คะแนน |
| ปานกลาง    | = | 3 คะแนน |
| น้อย       | = | 2 คะแนน |
| น้อยที่สุด | = | 1 คะแนน |

สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนประเมินค่านั้นได้ใช้ค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงการวัด คือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์การแปลความหมายของการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จึงมีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

|                       |            |  |
|-----------------------|------------|--|
| ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มาก       |

|                       |            |   |
|-----------------------|------------|---|
| ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ปานกลาง    |
| ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) น้อย       |
| ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 | หมายถึงว่า | วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) น้อยที่สุด |

### 3.8 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูลจริงดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ทำการร่างแบบสอบถามที่จะใช้ในการเก็บข้อมูล โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการวิทยานิพนธ์ เป็นผู้ให้คำแนะนำและพิจารณาทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยงตรงของโครงสร้าง (Construct Validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) รวมไปถึงความชัดเจนของคำถาม ทั้งนี้เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงแก้ไขให้ได้แบบสอบถามที่ครอบคลุมประเด็นของการวิจัย ก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2. ทดสอบความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและผ่านการแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบเก็บผลก่อนศึกษา (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ศึกษา หรือไม่ โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน (Internal Consistency Method) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือได้ หากมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป กล่าวได้ว่าเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง ซึ่งผลการทดสอบความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีค่า Cronbach's Alpha ดังนี้

- ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามในประเด็นการเปิดรับสื่อและเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าเท่ากับ .726

- ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามในประเด็นทัศนคติที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าเท่ากับ .892

- ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามในประเด็นพฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าเท่ากับ .875

- ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามในประเด็นการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าเท่ากับ .760

### 3.9 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้วจะทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์เหล่านั้นมาเข้ารหัส (Coding) แล้วประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยแสดงเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ของร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน หรืออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามของสมมติฐานที่กำหนดไว้เพื่อหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มใช้ Independence Sample t-test และกรณีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) โดยใช้ F-test ส่วนการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Coefficient Correlation) ซึ่งในการพิจารณาขนาดความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรในแต่ละสมมติฐาน สามารถใช้ค่า Pearson Correlation (r) เทียบกับเกณฑ์ต่อไปนี้ (โมไนยพล วัฒนเวช, 2558)



ค่า  $r$  มากกว่า 0.70 ขึ้นไป ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันสูงมาก

ค่า  $r$  อยู่ระหว่าง 0.50 – 0.69 ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันสูง

ค่า  $r$  อยู่ระหว่าง 0.30 – 0.49 ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

ค่า  $r$  อยู่ระหว่าง 0.10 – 0.29 ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันต่ำ

ค่า  $r$  อยู่ระหว่าง 0.01 – 0.09 ถือว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Independent Samples t-test) สำหรับการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม และใช้สถิติการวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance of ANOVA) โดยใช้ F-test สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้เวลาจากสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้เวลาจากสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4** ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Independent Samples t-test) สำหรับการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม และใช้สถิติการวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance of ANOVA) โดยใช้ F-test สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม

## ตารางที่ 3.2

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

| สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ   | สถิติที่ใช้ในการทดสอบ                                   |
|---|---|
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 1</b> ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p>   |   |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1</b> เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p> <p><math>H_0</math>: เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน</p> <p><math>H_1</math>: เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p>                                   | <p>Independent Samples t-test</p>                       |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2</b> ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p> <p><math>H_0</math>: ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน</p> <p><math>H_1</math>: ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p> | <p>Independent Samples t-test</p>                       |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3</b> บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p> <p><math>H_0</math>: บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน</p>   | <p>F-test<br/>(One-Way Analysis of Variance: ANOVA)</p> |

## ตารางที่ 3.2

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

| สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ  | สถิติที่ใช้ในการทดสอบ                              |
|--|--|
| <p><math>H_1</math> : บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p>  |  |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 2</b> การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)</p>  |  |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 2</b> การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)</p> <p><math>H_0</math> : การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)</p> <p><math>H_1</math> : การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)</p> | (Pearson's Product Moment Coefficient Correlation) |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3</b> ทัศนคติต่อการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)</p>  |  |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3</b> ทัศนคติต่อการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)</p> <p><math>H_0</math> : ทัศนคติต่อการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานจากสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)</p>   | (Pearson's Product Moment Coefficient Correlation) |

## ตารางที่ 3.2

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

| สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ  | สถิติที่ใช้ในการทดสอบ             |
|--|-----------------------------------|
| <p><math>H_1</math> : ทัศนคติต่อการใช้งานจาสร้างความสะดวกซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานจาสร้างความสะดวกซึ่งของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)</p>  |                                   |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 4</b> ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p>   |                                   |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1</b> เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p> <p><math>H_0</math> : เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน</p> <p><math>H_1</math> : เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p>                               | <p>Independent Samples t-test</p> |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2</b> ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p> <p><math>H_0</math> : ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน</p> <p><math>H_1</math> : ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p> | <p>Independent Samples t-test</p> |
| <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3</b> บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p>   |                                   |

## ตารางที่ 3.2

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

| สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ  | สถิติที่ใช้ในการทดสอบ                                   |
|--|---|
| <p><math>H_0</math>: บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน</p> <p><math>H_1</math>: บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</p> | <p>F-test<br/>(One-Way Analysis of Variance: ANOVA)</p> |

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ทศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้ วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีแนวทางการศึกษาในลักษณะวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (Cross Sectional Study) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ วัยรุ่นไทยทั้งชายและหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 12-18 ปี และมีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก จำนวน 420 คน โดยแบ่งการอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ส่วนที่ 5 การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

### 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย  | 186        | 44.3   |
| หญิง | 234        | 55.7   |
| รวม  | 420        | 100.0  |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 234 คน ร้อยละ 55.7 และเพศชาย จำนวน 186 คน ร้อยละ 44.3

## ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา                  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|--------|
| มัธยมศึกษาตอนต้น               | 156        | 37.1   |
| มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 264        | 62.9   |
| รวม                            | 420        | 100.0  |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามากกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นจำนวน 264 คน ร้อยละ 62.9 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 156 คน ร้อยละ 37.1

## ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

| บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------|------------|--------|
| บิดาและมารดา             | 290        | 69.0   |
| บิดาหรือมารดา            | 66         | 15.7   |
| ญาติ                     | 36         | 8.6    |
| เพื่อน                   | 15         | 3.6    |
| อยู่คนเดียว              | 13         | 3.1    |
| รวม                      | 420        | 100.0  |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดาและมารดา จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมา คือ พักอาศัยอยู่กับบิดาหรือมารดา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และอยู่คนเดียว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ



## 4.2 การเปิดรับสื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อครั้ง

| ระยะเวลาที่<br>ใช้งาน<br>เฟซบุ๊ก | ระดับการใช้งานเฟซบุ๊ก |               |                    |              |                       | รวม          | Mean | S.D.  | ระดับการใช้งาน |
|----------------------------------|-----------------------|---------------|--------------------|--------------|-----------------------|--------------|------|-------|----------------|
|                                  | มากที่สุด<br>(5)      | มาก<br>(4)    | ปาน<br>กลาง<br>(3) | น้อย<br>(2)  | น้อย<br>ที่สุด<br>(1) |              |      |       |                |
| ต่ำกว่า 30<br>นาที/ครั้ง         | 255<br>(60.7)         | 108<br>(25.7) | 40<br>(9.5)        | 6<br>(1.4)   | 11<br>(2.6)           | 420<br>(100) | 4.40 | .913  | มากที่สุด      |
| 31 - 60<br>นาที/ครั้ง            | 31<br>(7.4)           | 131<br>(31.2) | 118<br>(28.1)      | 65<br>(15.5) | 75<br>(17.9)          | 420<br>(100) | 2.95 | 1.215 | ปานกลาง        |
| 61 - 90<br>นาที/ครั้ง            | 8<br>(1.9)            | 23<br>(5.5)   | 82<br>(19.5)       | 83<br>(19.8) | 224<br>(53.3)         | 420<br>(100) | 1.83 | 1.045 | น้อย           |
| 91 - 120<br>นาที/ครั้ง           | 7<br>(1.7)            | 10<br>(2.4)   | 41<br>(9.8)        | 52<br>(12.4) | 310<br>(73.8)         | 420<br>(100) | 1.46 | .888  | น้อยที่สุด     |
| มากกว่า<br>120 นาที/<br>ครั้ง    | 10<br>(2.4)           | 12<br>(2.9)   | 32<br>(7.6)        | 31<br>(7.4)  | 335<br>(79.8)         | 420<br>(100) | 1.41 | .924  | น้อยที่สุด     |
| รวม                              |                       |               |                    |              |                       |              | 2.41 | .581  | น้อย           |

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้งานเฟซบุ๊กต่อครั้งอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 เมื่อพิจารณาแยกเป็นระยะเวลาที่ใช้งานเฟซบุ๊ก พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมากที่สุด คือ “ต่ำกว่า 30 นาที/ครั้ง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ มีการใช้งานเฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ “31 - 60 นาที/ครั้ง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 มีการใช้งานเฟซบุ๊กในระดับน้อย คือ “61 - 90 นาที/ครั้ง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.83 และมีการใช้งานเฟซบุ๊กในระดับน้อยที่สุด คือ “91 - 120 นาที/ครั้ง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.46 และ “มากกว่า 120 นาที/ครั้ง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.41 ตามลำดับ

## ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

| ประเภทของเนื้อหา<br>ที่สร้างความ<br>เกลียดชัง                                    | ระดับความบ่อยครั้ง |              |                    |              |                       | รวม          | Mean | S.D.  | ระดับ<br>ความ<br>บ่อยครั้ง |
|--|--------------------|--------------|--------------------|--------------|-----------------------|--------------|------|-------|----------------------------|
|  | มากที่สุด<br>(5)   | มาก<br>(4)   | ปาน<br>กลาง<br>(3) | น้อย<br>(2)  | น้อย<br>ที่สุด<br>(1) |              |      |       |                            |
| เนื้อหาที่เป็น<br>ตัวอักษร เช่น<br>เรื่องเล่า บทความ                             | 17<br>(4.0)        | 87<br>(20.7) | 145<br>(34.5)      | 82<br>(19.5) | 89<br>(21.2)          | 420<br>(100) | 2.67 | 1.143 | ปานกลาง                    |
| เนื้อหาที่เป็นรูปภาพ<br>เช่น ภาพล้อเลียน<br>ภาพก่อกวนผู้อื่น<br>ภาพประจานผู้อื่น | 32<br>(7.6)        | 88<br>(21.0) | 118<br>(28.1)      | 72<br>(17.1) | 110<br>(26.2)         | 420<br>(100) | 2.67 | 1.275 | ปานกลาง                    |
| เนื้อหาที่เป็นคลิป<br>วิดีโอ เช่น<br>คลิปคนทะเลาะ<br>วิวาท                       | 28<br>(6.7)        | 65<br>(15.5) | 116<br>(27.6)      | 85<br>(20.2) | 126<br>(30)           | 420<br>(100) | 2.49 | 1.250 | น้อย                       |
| รวม  |                    |              |                    |              |                       |              | 2.61 | 1.055 | ปานกลาง                    |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเฉลี่ยตามความบ่อยครั้งอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเภทของเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชัง พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเฉลี่ยตามความบ่อยครั้งอยู่ในระดับปานกลาง คือ “การเปิดรับเนื้อหาที่เป็นตัวอักษร เช่น เรื่องเล่า บทความ” และ “การเปิดรับเนื้อหาที่เป็นรูปภาพ เช่น ภาพล้อเลียน ภาพก่อกวนผู้อื่น ภาพประจานผู้อื่น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 เท่ากัน รองลงมาอยู่ในระดับน้อยคือ “การเปิดรับเนื้อหาที่เป็นคลิปวิดีโอ เช่น คลิปคนทะเลาะวิวาท” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 ตามลำดับ

#### 4.3 ทักษะการที่มีต่อการใช้อาจารย์สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการใช้อาจารย์สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

| ประเด็นต่างๆ<br>เกี่ยวกับการใช้<br>อาจารย์<br>สร้างความเกลียดชัง<br>ผ่านเฟซบุ๊ก                    | ระดับความคิดเห็น                 |                     |                     |                        |                                     | รวม          | Mean | S.D.  | ระดับ<br>ทัศนคติ                 |
|--|----------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|-------------------------------------|--------------|------|-------|----------------------------------|
|  | เห็น<br>ด้วย<br>อย่างยิ่ง<br>(5) | เห็น<br>ด้วย<br>(4) | ไม่<br>แน่ใจ<br>(3) | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>(2) | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>อย่างยิ่ง<br>(1) |              |      |       |                                  |
| การใช้คำพูดด้วย<br>ภาษาและถ้อยคำ<br>ที่หยาบคายผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก<br>เป็นเรื่องที่<br>ยอมรับได้ | 11<br>(2.6)                      | 102<br>(24.3)       | 96<br>(22.9)        | 152<br>(36.2)          | 59<br>(14.0)                        | 420<br>(100) | 2.65 | 1.074 | ไม่<br>แน่ใจ                     |
| การใช้คำพูดข่มขู่<br>คุกคามผู้อื่นผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก<br>เป็นเรื่องที่<br>ยอมรับได้             | 5<br>(1.2)                       | 20<br>(4.8)         | 54<br>(12.9)        | 138<br>(32.9)          | 203<br>(48.3)                       | 420<br>(100) | 1.78 | .928  | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>อย่าง<br>ยิ่ง |
| การใช้คำพูดเยาะ<br>เย้ย ทับถมผู้อื่น<br>ผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่<br>ยอมรับได้           | 4<br>(1.0)                       | 23<br>(5.5)         | 52<br>(12.4)        | 134<br>(31.9)          | 207<br>(49.3)                       | 420<br>(100) | 1.77 | .933  | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>อย่าง<br>ยิ่ง |

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) (ต่อ)

| ประเด็นต่างๆ<br>เกี่ยวกับการใช้<br>วาจาสร้างความ<br>เกลียดชัง<br>ผ่านเฟซบุ๊ก   | ระดับความคิดเห็น                 |                     |                     |                        |                                     | รวม          | Mean | S.D.  | ระดับ<br>ทัศนคติ                 |
|--|----------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|-------------------------------------|--------------|------|-------|----------------------------------|
|  | เห็น<br>ด้วย<br>อย่างยิ่ง<br>(5) | เห็น<br>ด้วย<br>(4) | ไม่<br>แน่ใจ<br>(3) | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>(2) | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>อย่างยิ่ง<br>(1) |              |      |       |                                  |
| การสื่อสารที่เป็น<br>การล้อเลียน<br>เกี่ยวกับเชื้อชาติ<br>สีผิว รสนิยมทาง<br>เพศ ทำให้ตลก<br>ขบขันผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่<br>ยอมรับได้ | 5<br>(1.2)                       | 28<br>(6.7)         | 42<br>(10.0)        | 118<br>(28.1)          | 227<br>(54.0)                       | 420<br>(100) | 1.73 | .971  | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>อย่าง<br>ยิ่ง |
| การสื่อสารที่สร้าง<br>ความรู้สึกแบ่งฝัก<br>แบ่งฝ่ายออกอย่าง<br>ชัดเจนผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่<br>ยอมรับได้                              | 7<br>(1.7)                       | 22<br>(5.2)         | 54<br>(12.9)        | 149<br>(35.5)          | 188<br>(44.8)                       | 420<br>(100) | 1.84 | .954  | ไม่เห็น<br>ด้วย                  |
| การสื่อสารที่เป็น<br>การกล่าวร้าย<br>การประจาน<br>บุคคลอื่นผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก<br>เป็นเรื่องที่<br>ยอมรับได้                                    | 15<br>(3.6)                      | 30<br>(7.1)         | 53<br>(12.6)        | 131<br>(31.2)          | 191<br>(45.5)                       | 420<br>(100) | 1.92 | 1.088 | ไม่เห็น<br>ด้วย                  |

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) (ต่อ)

| ประเด็นต่างๆ<br>เกี่ยวกับการใช้<br>วาจาสร้าง<br>ความเกลียดชัง<br>ผ่านเฟซบุ๊ก   | ระดับความคิดเห็น                 |                     |                     |                        |                                     | รวม          | Mean | S.D. | ระดับ<br>ทัศนคติ |
|--|----------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|-------------------------------------|--------------|------|------|------------------|
|  | เห็น<br>ด้วย<br>อย่างยิ่ง<br>(5) | เห็น<br>ด้วย<br>(4) | ไม่<br>แน่ใจ<br>(3) | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>(2) | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>อย่างยิ่ง<br>(1) |              |      |      |                  |
| การโพสต์คำพูด<br>เรื่องเล่า รูปภาพ<br>หรือคลิปวิดีโอที่มี<br>เนื้อหาสร้างความ<br>เกลียดชังเป็นเรื่อง<br>ที่ยอมรับได้ | 5<br>(1.2)                       | 32<br>(7.6)         | 48<br>(11.4)        | 144<br>(34.3)          | 191<br>(45.5)                       | 420<br>(100) | 1.85 | .980 | ไม่เห็น<br>ด้วย  |
| รวม  |                                  |                     |                     |                        |                                     |              | 1.93 | .815 | ไม่เห็น<br>ด้วย  |

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติไม่เห็นด้วยต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.93 เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติไม่แน่ใจกับประเด็น “การใช้คำพูดด้วยภาษาและถ้อยคำที่หยาบคายผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติไม่เห็นด้วยกับประเด็น “การสื่อสารที่เป็นการกล่าวร้าย การประจานบุคคลอื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.92 ประเด็น “การโพสต์คำพูด เรื่องเล่า รูปภาพหรือคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาสร้างความเกลียดชังเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85 และประเด็น “การสื่อสารที่สร้างความรู้สึกรังเกียจแค้นฝ่ายออกอย่างชัดเจนผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.84 และกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับประเด็น “การใช้คำพูดข่มขู่ คุกคามผู้อื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.78 ประเด็น “การใช้คำพูดเยาะเย้ย ทั้บถมผู้อื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.77 และประเด็น “การสื่อสารที่เป็นการล้อเลียนเกี่ยวกับเชื้อชาติ สีผิว รสนิยมทางเพศ ทำให้ตลกขบขันผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.73 ตามลำดับ

#### 4.4 พฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

| พฤติกรรมในการใช้<br>วาจาสร้าง<br>ความเกลียดชัง<br>ผ่านเฟซบุ๊ก  | ระดับพฤติกรรม         |                         |                      |                              |                      | รวม          | Mean | S.D.  | ระดับ<br>พฤติกรรม |
|--|-----------------------|-------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|--------------|------|-------|-------------------|
|  | บ่อย<br>ที่สุด<br>(5) | ค่อนข้าง<br>บ่อย<br>(4) | นานๆ<br>ครั้ง<br>(3) | แทบ<br>จะไม่<br>ทำเลย<br>(2) | ไม่เคย<br>เลย<br>(1) |              |      |       |                   |
| ท่านเคยใช้วาจา<br>และถ้อยคำที่<br>หยาบคายในการ<br>สื่อสารผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก                              | 13<br>(3.1)           | 94<br>(22.4)            | 147<br>(35.0)        | 122<br>(29.0)                | 44<br>(10.5)         | 420<br>(100) | 2.79 | 1.007 | ปานกลาง           |
| ท่านเคยใช้คำพูด<br>ข่มขู่ คุกคามเพื่อให้<br>ผู้อื่นหวาดกลัวผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก                            | 0<br>(0.0)            | 15<br>(3.6)             | 43<br>(10.2)         | 99<br>(23.6)                 | 263<br>(62.6)        | 420<br>(100) | 1.55 | .818  | ต่ำมาก            |
| ท่านเคยใช้คำพูด<br>เยาะเย้ย ทั้บถ<br>ผู้อื่นในการสื่อสาร<br>ผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊ก                           | 1<br>(0.2)            | 13<br>(3.1)             | 56<br>(13.3)         | 118<br>(28.1)                | 232<br>(55.2)        | 420<br>(100) | 1.65 | .843  | ต่ำมาก            |
| ท่านเคยล้อเลียน<br>ผู้อื่นเกี่ยวกับ<br>เชื้อชาติ สีผิว<br>รสนิยมทางเพศ<br>ในการสื่อสารผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก | 2<br>(0.5)            | 16<br>(3.8)             | 42<br>(10.0)         | 87<br>(20.7)                 | 273<br>(65.0)        | 420<br>(100) | 1.54 | .858  | ต่ำมาก            |

## ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรม  
การใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) (ต่อ)

| พฤติกรรมในการใช้<br>วาจาสร้าง<br>ความเกลียดชัง<br>ผ่านเฟซบุ๊ก   | ระดับพฤติกรรม         |                         |                      |                              |                      | รวม          | Mean | S.D. | ระดับ<br>พฤติกรรม |
|---|-----------------------|-------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|--------------|------|------|-------------------|
|   | บ่อย<br>ที่สุด<br>(5) | ค่อนข้าง<br>บ่อย<br>(4) | นานๆ<br>ครั้ง<br>(3) | แทบ<br>จะไม่<br>ทำเลย<br>(2) | ไม่เคย<br>เลย<br>(1) |              |      |      |                   |
| ท่านเคยใช้คำพูด<br>ที่สร้างความ<br>แตกแยกผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก   | 0<br>(0.0)            | 8<br>(1.9)              | 38<br>(9.0)          | 85<br>(20.0)                 | 289<br>(68.8)        | 420<br>(100) | 1.44 | .737 | ต่ำมาก            |
| ท่านเคยกล่าวร้าย<br>ถึงบุคคลอื่นผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก  | 0<br>(0.0)            | 7<br>(1.7)              | 47<br>(11.2)         | 96<br>(22.9)                 | 270<br>(64.3)        | 420<br>(100) | 1.50 | .758 | ต่ำมาก            |
| ท่านเคยนำเสนอ<br>เรื่องบิดเบือนหรือ<br>เบี่ยงเบนจาก<br>สิ่งที่เป็นทั้ง ๆ ที่<br>เรื่องนั้นอาจสร้าง<br>ความเข้าใจผิดแก่<br>ผู้อื่นผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊ก | 1<br>(0.2)            | 8<br>(1.9)              | 36<br>(8.6)          | 103<br>(24.5)                | 272<br>(64.8)        | 420<br>(100) | 1.48 | .752 | ต่ำมาก            |
| ท่านเคยสนับสนุน<br>ให้ใช้ความรุนแรง<br>กับผู้ที่ไม่เห็นต่างผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก   | 0<br>(0.0)            | 7<br>(1.7)              | 32<br>(7.6)          | 73<br>(17.4)                 | 308<br>(73.3)        | 420<br>(100) | 1.38 | .699 | ต่ำมาก            |
| ท่านเคยแบ่งปัน<br>(share) บทความ<br>รูปภาพ หรือคลิป<br>วิดีโอที่เกี่ยวข้องกับ<br>การทะเลาะวิวาท<br>ของผู้อื่น   | 1<br>(0.2)            | 30<br>(7.1)             | 49<br>(11.7)         | 102<br>(24.3)                | 238<br>(56.7)        | 420<br>(100) | 1.70 | .950 | ต่ำมาก            |



## ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรม  
การใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) (ต่อ)

| พฤติกรรมในการใช้<br>วาจาสร้าง<br>ความเกลียดชัง<br>ผ่านเฟซบุ๊ก       | ระดับพฤติกรรม         |                         |                      |                              |                      | รวม          | Mean | S.D. | ระดับ<br>พฤติกรรม |
|---|-----------------------|-------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|--------------|------|------|-------------------|
|   | บ่อย<br>ที่สุด<br>(5) | ค่อนข้าง<br>บ่อย<br>(4) | นานๆ<br>ครั้ง<br>(3) | แทบ<br>จะไม่<br>ทำเลย<br>(2) | ไม่เคย<br>เลย<br>(1) |              |      |      |                   |
| ท่านเคยมีปัญหา<br>ขัดแย้งกับผู้อื่นจาก<br>การสื่อสารผ่าน<br>เฟซบุ๊ก | 1<br>(0.2)            | 5<br>(1.2)              | 61<br>(14.5)         | 76<br>(18.1)                 | 277<br>(66.0)        | 420<br>(100) | 1.52 | .801 | ต่ำมาก            |
| รวม   |                       |                         |                      |                              |                      |              | 1.65 | .611 | ต่ำมาก            |

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง  
ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับต่ำมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.65 เมื่อพิจารณาแยกเป็น  
ประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก  
(Facebook) อยู่ในระดับปานกลาง คือ “เคยใช้วาจาและถ้อยคำที่หยาบคายในการสื่อสารผ่าน  
ช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้าง  
ความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับต่ำมาก คือ “เคยแบ่งปัน (share) บทความ  
รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับการทะเลาะวิวาทของผู้อื่น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.70  
“เคยใช้คำพูดเยาะเย้ย ทับถมผู้อื่นในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.65  
“เคยใช้คำพูดข่มขู่ คุกคามเพื่อให้ผู้อื่นหวาดกลัวผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.55  
“เคยล้อเลียนผู้อื่นเกี่ยวกับเชื้อชาติ สีผิว รสนิยมทางเพศ ในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก”  
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.54 “เคยมีปัญหาขัดแย้งกับผู้อื่นจากการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
1.52 “เคยกล่าวร้ายถึงบุคคลอื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 “เคยนำเสนอเรื่อง  
บิดเบือนหรือเบี่ยงเบนจากสิ่งที่เป็นจริงๆ ที่เรื่องนั้นอาจสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้อื่นผ่านช่องทาง  
เฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.48 “เคยใช้คำพูดที่สร้างความแตกแยกผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 1.44 และ “เคยสนับสนุนให้ใช้ความรุนแรงกับผู้ที่เห็นต่างผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.38 ตามลำดับ

#### 4.5 การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรู้เท่าทันการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)

| การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก  | ระดับการรู้เท่าทันสื่อ |               |               |              |                | รวม          | Mean | S.D.  | ระดับความบ่อยครั้ง |
|--|------------------------|---------------|---------------|--------------|----------------|--------------|------|-------|--------------------|
|  | มากที่สุด (5)          | มาก (4)       | ปานกลาง (3)   | น้อย (2)     | น้อยที่สุด (1) |              |      |       |                    |
| ท่านมักจะมีอาการคิดก่อนที่จะเลือกรับสารว่าสารใดเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมกับท่าน                        | 120<br>(28.6)          | 175<br>(41.7) | 104<br>(24.8) | 18<br>(4.3)  | 3<br>(0.7)     | 420<br>(100) | 3.93 | .875  | มาก                |
| ท่านสามารถแยกแยะบทความหรือข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กได้ว่าข้อมูลส่วนไหนเป็นข้อเท็จจริง หรือ ข้อคิดเห็น | 75<br>(17.9)           | 186<br>(44.3) | 135<br>(32.1) | 19<br>(4.5)  | 5<br>(1.2)     | 420<br>(100) | 3.73 | .847  | มาก                |
| เมื่อท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ท่านจะวิเคราะห์ข้อมูลก่อนที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อ                      | 84<br>(20.0)           | 169<br>(40.2) | 135<br>(32.1) | 22<br>(5.2)  | 10<br>(2.4)    | 420<br>(100) | 3.70 | .927  | มาก                |
| ท่านมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ท่านเปิดรับจากแหล่งข่าวอื่น ๆ ด้วย                                 | 75<br>(17.9)           | 127<br>(30.2) | 159<br>(37.9) | 46<br>(11.0) | 13<br>(3.1)    | 420<br>(100) | 3.49 | 1.007 | มาก                |

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรู้เท่าทันการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) (ต่อ)

| การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก  | ระดับการรู้เท่าทันสื่อ |               |               |              |                | รวม          | Mean | S.D.  | ระดับความบ่อยครั้ง |
|--|------------------------|---------------|---------------|--------------|----------------|--------------|------|-------|--------------------|
|  | มากที่สุด (5)          | มาก (4)       | ปานกลาง (3)   | น้อย (2)     | น้อยที่สุด (1) |              |      |       |                    |
| ท่านจะไม่แชร์หรือโพสต์บทความ ภาพ คลิปวิดีโอ หากยังไม่แน่ใจในความถูกต้อง  | 147<br>(35.0)          | 132<br>(31.4) | 108<br>(25.7) | 17<br>(4.0)  | 16<br>(3.8)    | 420<br>(100) | 3.90 | 1.051 | มาก                |
| ท่านมักจะอ่านข้อมูลเนื้อหาของข่าวสารนั้นอย่างละเอียด   | 65<br>(15.5)           | 140<br>(33.3) | 177<br>(42.1) | 35<br>(8.3)  | 3<br>(0.7)     | 420<br>(100) | 3.55 | .877  | มาก                |
| ท่านมักจะดักเตือนเพื่อนหรือบุคคลใกล้เคียง เรื่องการแชร์ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ หากรู้ว่าเรื่องเหล่านั้นไม่ใช่เรื่องจริง | 48<br>(11.4)           | 86<br>(20.5)  | 170<br>(40.5) | 87<br>(20.7) | 29<br>(6.9)    | 420<br>(100) | 3.09 | 1.068 | ปานกลาง            |
| รวม  |                        |               |               |              |                |              | 3.63 | .748  | มาก                |

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก คือ “มักจะมีการคิดก่อนที่จะเลือกรับสารว่าสารใดเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ “จะไม่แชร์หรือโพสต์บทความ ภาพ คลิปวิดีโอ หากยังไม่แน่ใจในความถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 “สามารถแยกแยะบทความหรือข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กได้ว่าข้อมูลส่วนไหนเป็นข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 “เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารจะวิเคราะห์ข้อมูลก่อนที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 “มักจะอ่านข้อมูลเนื้อหาของ

ข่าวสารนั้นอย่างละเอียด” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และ “มีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับจากแหล่งข่าวอื่น ๆ ด้วย” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับปานกลาง คือ “มักจะตกเตือนเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด เรื่องการแชร์ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ หากรู้ว่าเรื่องเหล่านั้นไม่ใช่เรื่องจริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

#### 4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานในครั้งนี้ ได้กำหนดระดับนัยสัมพันธ์ทางสถิติไว้ที่ 0.05

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1** เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.1 ดังนี้

$H_0$  : เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9

แสดงการเปรียบเทียบความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | t    | P-Value |
|------|-------|-----------|----------------------|------|---------|
| ชาย  | 186   | 2.63      | 1.08079              | .286 | .775    |
| หญิง | 234   | 2.59      | 1.03535              |      |         |

P-Value คือ Sig

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ยอมรับ  $H_0$  กล่าวคือ เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig > .05)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2** ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันอย่างมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.2 ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันอย่างมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.10

แสดงการเปรียบเทียบความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา                  | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | t      | P-Value |
|--------------------------------|-------|-----------|----------------------|--------|---------|
| มัธยมศึกษาตอนต้น               | 156   | 2.53      | 1.05955              | -1.218 | .224    |
| มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 264   | 2.66      | 1.05062              |        |         |

P-Value คือ Sig

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ยอมรับ  $H_0$  กล่าวคือ ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig > .05)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3** บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันอย่างมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.3 ดังนี้

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.3 ดังนี้

$H_0$ : บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11

แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

| บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F     | P-Value |
|--------------------------|-------|-----------|----------------------|-------|---------|
| บิดาและมารดา             | 290   | 2.61      | 1.03074              | 1.371 | .243    |
| บิดาหรือมารดา            | 66    | 2.61      | 1.09636              |       |         |
| ญาติ                     | 36    | 2.36      | 1.16667              |       |         |
| เพื่อน                   | 15    | 2.60      | .91894               |       |         |
| อยู่คนเดียว              | 13    | 3.15      | 1.12723              |       |         |

P-Value คือ Sig

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ยอมรับ  $H_0$  กล่าวคือ บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig > .05)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2 ดังนี้

$H_0$ : การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

$H_1$  : การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตารางที่ 4.12

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังกับทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

| ตัวแปร   | ความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชัง |         |
|--|---|---------|
|  | r   | P-Value |
| ทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) | .452*<br>(จำนวน 420 คน)                               | .000*** |

P-Value คือ Sig \*\*\* P-Value < .001

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปฏิเสธ  $H_0$  กล่าวคือ การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวกหมายความว่า ผู้ที่เปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมาก จะมีทัศนคติเห็นด้วยต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ส่วนผู้ที่เปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังน้อย จะมีทัศนคติเห็นด้วยต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ต่ำ ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)



โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 3 ดังนี้

$H_0$  : ทักษะคิดต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

$H_1$  : ทักษะคิดต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ตารางที่ 4.13

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังกับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

| ตัวแปร   | ทักษะคิดต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง |         |
|--|---|---------|
|  | r                                       | P-Value |
| พฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) | .620*<br>(จำนวน 420 คน)                 | .000*** |

P-Value คือ Sig \*\*\* P-Value < .001

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปฏิเสธ  $H_0$  กล่าวคือ ทักษะคิดต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้ที่มีทักษะคิดเห็นด้วยต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังจะมีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) สูง ส่วนผู้ที่มีทักษะคิดเห็นด้วยต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ต่ำ จะมีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ต่ำ ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4** ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1** เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 4.1 ดังนี้

$H_0$ : เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14

แสดงการเปรียบเทียบการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | t      | P-Value |
|------|-------|-----------|--------------------------|--------|---------|
| ชาย  | 186   | 3.57      | .72326                   | -1.377 | .169    |
| หญิง | 234   | 3.67      | .76557                   |        |         |

P-Value คือ Sig

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ยอมรับ  $H_0$  กล่าวคือ เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig > .05)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2** ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 4.2 ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

## ตารางที่ 4.15

แสดงการเปรียบเทียบการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ความถี่ต่อครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา                      | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | t      | P-Value |
|------------------------------------|-------|-----------|--------------------------|--------|---------|
| มัธยมศึกษาตอนต้น                   | 156   | 3.39      | .75773                   | -5.120 | .000*** |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย<br>หรือเทียบเท่า | 264   | 3.77      | .70729                   |        |         |

P-Value คือ Sig \*\*\* P-Value < .001

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปฏิเสธ  $H_0$  กล่าวคือ ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .05 (Sig < .05) โดยวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) น้อยกว่าวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3** บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 4.3 ดังนี้

$H_0$ : บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16

แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

| บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F     | P-Value |
|--------------------------|-------|-----------|----------------------|-------|---------|
| บิดาและมารดา             | 290   | 3.72      | .73045               | 5.409 | .000*** |
| บิดาหรือมารดา            | 66    | 3.51      | .73869               |       |         |
| ญาติ                     | 36    | 3.49      | .72713               |       |         |
| เพื่อน                   | 15    | 3.01      | .61910               |       |         |
| อยู่คนเดียว              | 13    | 3.24      | .87751               |       |         |

P-Value คือ Sig \*\*\* P-Value < .001

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ปฏิเสธ  $H_0$  กล่าวคือ บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .05 (Sig < .05)

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยเป็นรายคูนั้น ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.17

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

| บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย |               | ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย | P-Value |
|--------------------------|---------------|-------------------------|---------|
| บิดาและมารดา             | บิดาหรือมารดา | .20524*                 | .041    |
|                          | ญาติ          | .23013                  | .076    |
|                          | เพื่อน        | .70870***               | .000    |
|                          | อยู่คนเดียว   | .47647*                 | .022    |

ตารางที่ 4.17

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย (ต่อ)

| บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย |               | ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย | P-Value |
|--------------------------|---------------|-------------------------|---------|
| บิดาหรือมารดา            | บิดาและมารดา  | -.20524*                | .041    |
|                          | ญาติ          | .02489                  | .870    |
|                          | เพื่อน        | .50346*                 | .017    |
|                          | อยู่คนเดียว   | .27123                  | .223    |
| ญาติ                     | บิดาและมารดา  | -.23013                 | .076    |
|                          | บิดาหรือมารดา | -.02489                 | .870    |
|                          | เพื่อน        | .47857*                 | .034    |
|                          | อยู่คนเดียว   | .24634                  | .299    |
| เพื่อน                   | บิดาและมารดา  | -.70870***              | .000    |
|                          | บิดาหรือมารดา | -.50346*                | .017    |
|                          | ญาติ          | -.47857*                | .034    |
|                          | อยู่คนเดียว   | -.23223                 | .403    |
| อยู่คนเดียว              | บิดาและมารดา  | -.47647*                | .022    |
|                          | บิดาหรือมารดา | -.27123                 | .223    |
|                          | ญาติ          | -.24634                 | .299    |
|                          | เพื่อน        | .23223                  | .403    |

จากตารางที่ 4.17 พบว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่พักอาศัยอยู่กับบิดาและมารดาจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่าผู้ที่พักอาศัยอยู่กับบิดาหรือมารดา เพื่อน และอยู่คนเดียว ส่วนวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่พักอาศัยอยู่กับบิดาหรือมารดา และญาติจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่าผู้ที่พักอาศัยอยู่กับเพื่อน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ ทักษะคิด พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังกับทัศนคติที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)
5. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และทำการเก็บข้อมูลในเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ของร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Independence Sample t-test) สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) โดยใช้ F-test สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน t-test (Pearson's Product Moment Coefficient Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร สามารถสรุปผลการวิจัย ดังนี้

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการวิจัย คือ วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 และเพศชาย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 264 ร้อยละ 62.9 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 156 คน ร้อยละ 37.1 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดาและมารดา จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมา คือ พักอาศัยอยู่กับบิดาหรือมารดา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และอยู่คนเดียว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อครั้ง โดยเฉลี่ยต่ำกว่า 30 นาที/ครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

สำหรับการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเฉลี่ยตามความบ่อยครั้งอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเภทของเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชัง พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเฉลี่ยตามความบ่อยครั้งอยู่ในระดับปานกลาง คือ “การเปิดรับเนื้อหาที่เป็นตัวอักษร เช่น เรื่องเล่า บทความ” และ “การเปิดรับเนื้อหาที่เป็นรูปภาพ เช่น ภาพล้อเลียน ภาพก่อกวนแกล้งผู้อื่น ภาพประจานผู้อื่น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 เท่ากัน รองลงมาอยู่ในระดับน้อยคือ “การเปิดรับเนื้อหาที่เป็นคลิปวิดีโอ เช่น คลิปคนทะเลาะวิวาท” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อการใช้เวลาจากสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการใช้เวลาจากสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.93 หมายถึงว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติไม่เห็นด้วยต่อการใช้เวลาจากสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้เวลาจากสร้างความเกลียดชัง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติไม่แน่ใจกับประเด็น “การใช้คำพูดด้วยภาษาและถ้อยคำที่หยาบคายผ่าน



ช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติไม่เห็นด้วยกับประเด็น “การสื่อสารที่เป็นการกล่าวร้าย การประจานบุคคลอื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.92 ประเด็น “การโพสต์คำพูด เรื่องเล่า รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาสร้างความเกลียดชังเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85 และประเด็น “การสื่อสารที่สร้างความรู้สึกแบ่งฝักแบ่งฝ่ายออกอย่างชัดเจนผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.84 และกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับประเด็น “การใช้คำพูดข่มขู่ คุกคามผู้อื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.78 ประเด็น “การใช้คำพูดเยาะเย้ย ทั้บถมผู้อื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.77 และประเด็น “การสื่อสารที่เป็นการล้อเลียนเกี่ยวกับเชื้อชาติ สีผิว รสนิยมทางเพศ ทำให้ตลกขบขันผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.73 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.65 หมายถึงว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับต่ำมาก

เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับปานกลาง คือ “เคยใช้วาจาและถ้อยคำที่หยาบคายในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับต่ำมาก คือ “เคยแบ่งปัน (share) บทความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับการทะเลาะวิวาทของผู้อื่น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.70 “เคยใช้คำพูดเยาะเย้ย ทั้บถมผู้อื่นในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.65 “เคยใช้คำพูดข่มขู่ คุกคามเพื่อให้ผู้อื่นหวาดกลัวผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.55 “เคยล้อเลียนผู้อื่นเกี่ยวกับเชื้อชาติ สีผิว รสนิยมทางเพศ ในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.54 “เคยมีปัญหาขัดแย้งกับผู้อื่นจากการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.52 “เคยกล่าวร้ายถึงบุคคลอื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 “เคยนำเสนอเรื่องบิดเบือนหรือเบี่ยงเบนจากสิ่งที่เป็นทั้ง ๆ ที่เรื่องนั้นอาจสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้อื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.48 “เคยใช้คำพูดที่สร้างความแตกแยกผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.44 และ “เคยสนับสนุนให้ใช้ความรุนแรงกับผู้ที่เห็นต่างผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.38 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 5 การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 หมายถึงว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มาก

เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก คือ “มักจะมีการคิดก่อนที่จะเลือกรับสารว่าสารใดเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ “จะไม่แชร์หรือโพสต์บทความ ภาพ คลิปวิดีโอ หากยังไม่แน่ใจในความถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 “สามารถแยกแยะบทความหรือข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กได้ว่าข้อมูลส่วนไหนเป็นข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 “เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารจะวิเคราะห์ข้อมูลก่อนที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 “มักจะอ่านข้อมูลเนื้อหาของข่าวสารนั้นอย่างละเอียด” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และ “มีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับจากแหล่งข่าวอื่น ๆ ด้วย” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับปานกลาง คือ “มักจะดักเตือนเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด เรื่องการแชร์ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ หากรู้ว่าเรื่องเหล่านั้นไม่ใช่เรื่องจริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

### ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้ วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)” ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ 4 ข้อ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

## ตารางที่ 5.1

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

| สมมติฐานการวิจัย   | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐานการวิจัย             |
|--|--|
| <b>สมมติฐานการวิจัยที่ 1</b> ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน                |  |
| สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน                                  | ปฏิเสธสมมติฐาน                             |
| สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน                        | ปฏิเสธสมมติฐาน                             |
| สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน             | ปฏิเสธสมมติฐาน                             |
| <b>สมมติฐานการวิจัยที่ 2</b> การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) |  |
| สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)        | ยอมรับสมมติฐาน<br>( $r = .452, P < 0.05$ ) |
| <b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3</b> ทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) |  |
| สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)        | ยอมรับสมมติฐาน<br>( $r = .620, P < 0.05$ ) |

## ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

| สมมติฐานการวิจัย  | ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย                   |
|---|--|
| <b>สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกันจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน</b>   |  |
| สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน                      | ปฏิเสธสมมติฐาน                               |
| สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน            | ยอมรับสมมติฐาน<br>( $t = -5.120, P < 0.05$ ) |
| สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน | ยอมรับสมมติฐาน<br>( $F = 5.409, P < 0.05$ )  |

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ทศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)” สามารถอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

**การเปิดรับสื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)**

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้งานเฟซบุ๊กต่ำกว่า 30 นาที/ครั้ง ซึ่งเป็นการเปิดรับสื่อในระยะเวลาสั้น ๆ ต่อครั้งเท่านั้น สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเมื่อวัยรุ่นไทยอยู่ที่สถานศึกษา หรือโรงเรียนนั้นจะมีเวลาที่จำกัดในการเปิดรับสื่อออนไลน์ อีกทั้งช่วงเวลาเย็นถึงค่ำกลุ่มวัยรุ่นไทยจะต้องทบทวนบทเรียน รวมถึงการทำการบ้านที่ได้รับมอบหมายในชั้นเรียน เป็นต้น

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเฉลี่ยตามความบ่อยครั้งอยู่ในระดับปานกลาง คือ เปิดรับเนื้อหาที่เป็นตัวอักษร

เช่น เรื่องเล่า บทความ และเปิดรับเนื้อหาที่เป็นรูปภาพ เช่น ภาพล้อเลียน ภาพก๊อปปี้ผู้อื่น ภาพประจานผู้อื่น เนื่องมาจากการแสดงความคิดเห็นในอินเทอร์เน็ตที่แพร่กระจายไปได้อย่างง่ายดาย และสร้างผลกระทบต่อผู้ใช้งานไม่ได้มีอิทธิพลสิ้นสุดอยู่ในแค่อินเทอร์เน็ตเท่านั้น อีกทั้งจิตสำนึก ความเชื่อของผู้คนในปัจจุบันยังถูกหล่อหลอมจากการเข้าไปใช้งานออนไลน์ผ่านข้อเขียน และกระดานสนทนาต่าง ๆ โดยผ่านตัวอักษร เรื่องเล่าต่าง ๆ และเมื่อสำรวจคุณภาพรวมของโลกออนไลน์ดังกล่าว จะพบว่าเต็มไปด้วยการดูหมิ่นเหยียดหยาม และการเหยียดสีผิว (พิรงรอง รามสูต, 2558)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเฉลี่ยตามความบ่อยครั้งในระดับน้อย คือ การเปิดรับเนื้อหาที่เป็นคลิปวิดีโอ เช่น คลิปคนทะเลาะวิวาท อาจกล่าวได้ว่าคลิปวิดีโอมีลักษณะเป็นภาพเคลื่อนไหว และมีเสียง ซึ่งเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังที่ปรากฏในวิดีโอ นั้น จะทำให้กลุ่มวัยรุ่นมีความรู้สึกที่ไม่ดีเมื่อได้รับชม อีกทั้งผลการวิจัยทำให้ทราบว่ากลุ่มวัยรุ่นมีวิจารณญาณในการเลือกเปิดรับ และพวกเขาอาจคิดว่าเนื้อหาที่ปรากฏในคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาสร้างความเกลียดชังนั้นไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่ตนเอง

#### **ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานสร้างความคิดเห็นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)**

ทัศนคติเป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสาร เพราะการรู้ถึงทัศนคติของคนหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเป็นไปในทิศทางใดย่อมจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพมากขึ้น (สุบิน ยุระรัช, 2550)

จากผลการวิจัย พบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีทัศนคติไม่เห็นด้วยต่อการใช้งานสร้างความคิดเห็นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แต่เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติไม่แน่ใจกับประเด็น “การใช้คำพูดด้วยภาษาและถ้อยคำที่หยาบคายผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 เป็นเพราะว่า ในสังคมปัจจุบันไม่ว่าจะในชีวิตจริง หรือโลกออนไลน์ เราสามารถเห็นการใช้คำหยาบคายเป็นเรื่องปกติธรรมดา ไม่ว่าจะกับกับกลุ่มเพื่อน รุ่นพี่รุ่นน้อง หรือแม้แต่ในสื่อมวลชนบางสื่อเองก็นำเสนอเนื้อหาที่มีคำหยาบคาย ทำให้คนในสังคมเห็นจนชินตา ซึ่งลักษณะของกลุ่มวัยรุ่นคือมักจะชอบทำตาม เลียนแบบ เช่น การทำตามสื่อ การทำตามเพื่อน เพื่อให้เกิดการยอมรับ เพราะความคาดหวังจากกลุ่มเพื่อนร่วมวัยเป็นสิ่งที่พวกเขายึดมั่น แม้ตนเองจะรู้ว่า เป็นสิ่งที่ไม่ดีก็ตาม เป็นต้น (Hamburg, 1986, อ้างถึงใน ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2549, น.339)

### พฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

จากผลการวิจัย พบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับต่ำมาก

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับต่ำมาก คือ “เคยสนับสนุนให้ใช้ความรุนแรงกับผู้ที่เห็นต่างผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.38 ซึ่งเป็นทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ สิริวรรณ ปัญญาภาศ (2551, น. บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรุนแรงในสื่อเกมออนไลน์กับพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กวัยรุ่นตอนปลายในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมก้าวร้าวของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย 3 อันดับแรก คือ เคยลงโทษตัวเอง เมื่อท่านทำไม่ได้ในสิ่งที่คาดหวัง ท่านมักจะล้อชื่อพ่อแม่ผู้อื่นเพื่อให้เกิดความขบขัน และท่านเคยต่อสู้กับผู้อื่น เมื่อท่านถูกทำทนาย ตามลำดับ

สำหรับประเด็น “เคยใช้วาจาและถ้อยคำที่หยาบคายในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 อยู่ในระดับปานกลาง อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มวัยรุ่นอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการใช้คำหยาบคายในการสื่อสารกัน ทำให้เกิดพฤติกรรมเหล่านี้ตามมา ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมนั้น ๆ

### การรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของ Livingstone (2004) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบที่เป็นทักษะการรู้เท่าทันสื่อ คือ การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ โดยสามารถวิเคราะห์และเข้าใจได้ตั้งแต่กระบวนการ การผลิตสร้าง เทคนิค ภาษา การใส่ความหมาย และจะต้องมีการประเมินควบคู่ไปด้วย เพื่อทำการแยกแยะ และให้คุณค่ากับสิ่งที่เปิดรับว่าดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม สามารถนำไปใช้ให้ก่อเกิดเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารอื่น ๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศตพล เกิดอยู่ (2558) ได้ทำการศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์ส่วนใหญ่มีระดับการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

### อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน



ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศและระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันจะมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐาปะนะ วงษ์สาธิตศาสตร์ (2551, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อที่จะศึกษาว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันหรือไม่ ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุและวิธีการศึกษาในมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงไกร พัฒนกุลโกเมธ และ ทิตติพงษ์ สุทธิรัตน์ (2553, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สภาพแวดล้อมในครอบครัวไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่

### **สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)**

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางบวก สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อกลุ่มวัยรุ่นไทยมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังบ่อย ก็จะมีทัศนคติเห็นด้วยต่อการใช้อาจาสร้างความเกลียดชัง ในขณะเดียวกันหากกลุ่มวัยรุ่นไทยมีการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังนาน ๆ ครั้ง ก็จะมีทัศนคติเห็นด้วยต่อการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังนั้นน้อยลงเช่นกัน จากผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของ เครช และ ครัทซ์ฟิลด์ (Krech & Crutchfield, อ้างถึงในสุนารี ประสานเสริมสง, 2537 น. 46) ที่กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือประสบการณ์ การตอบสนองความต้องการของแต่ละคน ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ คือ การที่แต่ละบุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งข่าวสารนั้นอาจมาจากสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชนก็ได้ ข่าวสารเหล่านี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อองค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ และการรับรู้ (Cognitive Component) ไปด้วย ซึ่งอาจสรุปได้ว่าหากกลุ่มวัยรุ่นเปิดรับเนื้อหาที่แตกต่างกัน ก็ย่อมทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ แตกต่างกันไปด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารณีย์ จงรักษ์ (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง ผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับสื่อหญิงรักหญิงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคมและการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง

### สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทักษะติดต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทักษะติดต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มวัยรุ่นไทยที่มีทักษะติดต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง จะมีพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังมากตามไปด้วย แต่ถ้าหากกลุ่มวัยรุ่นไทยมีทักษะติดต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง ก็จะไม่แสดงพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังออกมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, น. 123) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องมาจากการมีความรู้ และทัศนคติที่ต่างกัน ความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สิ่งสมที่ต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของ จีรวัดน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2547, น. 133) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง พฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่ที่แสดงออกมา ตามปกติมักเกิดตามทัศนคติของบุคคลนั้น ส่วนทัศนคติ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ และพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นในลักษณะชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งค่อนข้างจะคงที่ และในงานวิจัยครั้งนี้ สิ่งที่ทำให้เกิดทัศนคตินั้น ๆ คือ ความรู้สึกชอบหรือพอใจสิ่งใด ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากไม่ชอบหรือเกลียด ก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นในทางที่ไม่ดี ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ มีทัศนคติในเชิงบวก คือไม่เห็นด้วยกับการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังในประเด็นต่าง ๆ อันมีผลไม่ก่อให้เกิดพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐาน ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาฟีฟี ลาเต๊ะ, ศรีชฌา กาญจนสิงห์, จิระนันท์ อนันต์ไทย, และ สรณศิริ โททอง (2555) ที่ได้ทำการศึกษาการใช้ Facebook ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อศึกษาว่าทัศนคติที่มีต่อประเด็นต่าง ๆ ของนิสิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Facebook ของนิสิตหรือไม่ อย่างไร ผลการศึกษา พบว่า ทัศนคติที่มีในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านสุขภาพ หรือ ด้านการศึกษา ล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Facebook อย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือ ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อสุขภาพ พฤติกรรมการใช้ Facebook ก็จะมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้เพราะการใช้งาน Facebook ที่มากจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกาย ในขณะที่ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อด้านการศึกษา จะยังมีพฤติกรรมการใช้ Facebook ที่เพิ่มขึ้น และยังคงสอดคล้องกับ



งานวิจัยของ ศตพล เกิดอยู่ (2558) ได้ทำการศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งผลการศึกษา พบว่าทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทั้งในด้านจำนวนเดือนที่ใช้งาน ระยะเวลาที่ใช้งานต่อวัน จุดประสงค์หรือแรงจูงใจหลักในการใช้งาน และคุณสมบัติที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

#### **สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน**

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแมคลอยด์ และ โอคีฟ (McLeod & O'keefe, 1972) ที่พบว่าการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรที่มีอิทธิพลการทำนายพฤติกรรมการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวแปรทางด้านประชากร เช่น ตัวแปรเพศ ไม่สามารถให้คำตอบได้ว่าทำไมถึงไม่พบความแตกต่างของพฤติกรรมการสื่อสาร เนื่องจากตามทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางพฤติกรรมศาสตร์ การสื่อสารของบุคคลมักเป็นไปตามกลุ่มทางสังคมที่ปัจเจกสังกัดอยู่ มากกว่าจะเป็นไปตามเพศสภาพของบุคคลนั้น ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนทร พรหมวงศา (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ และการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าจังหวัดหนองบัวลำภูยังไม่มีหลากหลายของสื่ออินเทอร์เน็ต จึงทำให้นักเรียนทั้งเพศชายและเพศหญิงได้รับสื่อในเรื่องเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันจึงทำให้ไม่มีความแตกต่างที่ชัดเจนของการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับผลผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับการศึกษาของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันได้ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่ศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่าจะมีการรู้เท่าทันมากกว่าผู้ที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อของ Potter (2008) ที่กล่าวว่า คนที่เป็นผู้ใหญ่จะมีความรู้เท่าทันสื่อในมิติต่าง ๆ ทั้งความรู้ ความเข้าใจ ด้านอารมณ์ ด้านศีลธรรม มากกว่าเด็กหรือผู้ที่มีอายุน้อยกว่า เพราะผู้ใหญ่จะมีความสามารถในการเรียนรู้การใช้สื่อ เรียนรู้การใช้ชีวิตจริงทางสังคมมากกว่า มีทักษะการวิเคราะห์ ตีความ ประเมินสื่อมากกว่า

จากผลการทดสอบสมมติฐาน บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่าง

กัน ซึ่งพบว่ากลุ่มวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่กับบิดาและมารดา จะมีการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊กมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นไทยที่พักอาศัยอยู่กับบิดาหรือมารดา เพียง และอยู่คนเดียว ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีผู้ปกครองดูแลอย่างใกล้ชิดจะมีทักษะในการวิเคราะห์ ดีความ แยกแยะ ได้มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นที่ไม่มีผู้ปกครองดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด ซึ่งวัยรุ่นในสังคมปัจจุบันซึ่งถือว่าเป็นสังคมที่เจริญขึ้น และมาพร้อมกับความสลับซับซ้อนต่างๆ ของสภาพสังคมมากขึ้น เพราะฉะนั้น การเตรียมเด็กเพื่อเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมยังมีความจำเป็นมากยิ่งขึ้น นักจิตวิทยาและผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กวัยรุ่นจึงถือว่าเด็กวัยนี้ เป็นวัยที่สำคัญ เพราะเป็นวัยที่เต็มไปด้วยปัญหามากมาย ผู้ใหญ่จะต้องเข้าใจ และให้ความเอาใจใส่อย่างจริงจัง อารมณ์ของเด็กวัยรุ่นมักรุนแรงการตัดสินใจรวดเร็ว และไม่ระมัดระวัง อีกทั้ง G. Stanley Hall (1844-1924) ได้กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นระยะของความวุ่นวายสับสน เป็นระยะของความรุนแรงและความบีบคั้น ผลักดันซึ่งเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของวัยนี้ ซึ่งการเปิดรับสื่อของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่ได้พักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา หรือผู้ปกครองอาจจะไม่สามารถวิเคราะห์ หรือแยกแยะได้ว่าสารนั้นเหมาะสมกับวัยของพวกเขาหรือไม่ และเมื่อมีเปิดรับแล้ว อาจจะทำให้เกิดปัญหา หรือผลกระทบต่าง ๆ เช่น เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ การใช้ความรุนแรง และอาจส่งผลกระทบต่อผู้อื่นได้จากการใช้สื่ออย่างไม่ระมัดระวัง

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการเปิดรับเนื้อหาที่เป็นตัวอักษร เช่น เรื่องเล่า บทความ และมีการเปิดรับเนื้อหาที่เป็นรูปภาพ เช่น ภาพล้อเลียน ภาพกลั่นแกล้งผู้อื่น ภาพประจานผู้อื่น แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นไทยนั้นมีความสนใจในการเปิดรับเนื้อหาประเภทนี้อยู่บ้าง ดังนั้นบิดามารดา ผู้ปกครอง หรือบุคคลใกล้ชิดควรเข้ามาดูแล พูดคุย ปรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนี้ และควบคุมพฤติกรรมเพื่อไม่เกิดการลอกเลียนแบบ เพราะสื่อออนไลน์มีความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูล และยังไม่มีการคัดกรองข้อมูล ซึ่งเนื้อหาบางอย่างอาจมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทำให้เด็กสามารถเปิดรับได้แทบจะตลอดเวลา อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวให้เกิดความใกล้ชิด สนับสนุน ความเข้าใจซึ่งกันและกัน ทำให้เมื่อเด็กมีปัญหาที่กล้าที่จะเข้ามาปรึกษา และมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง

2. จากผลการศึกษาในกลุ่มวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติไม่เห็นด้วยต่อการใช้อาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสที่หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชน ควรจะมีการวางแผนในการรณรงค์ให้หยุดใช้อาจาสร้างความเกลียดชังเหล่านี้ เช่น การให้

เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ไม่ว่าจะเป็นการแสดงละครเวที การประกวดหนังสือสั้น การโต้วาที เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้มีกิจกรรมในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นด้วย อีกทั้งองค์กรต่าง ๆ ควรมีการผลิตสื่อเพื่อรณรงค์ แสดงให้เห็นว่าปัญหาของการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังมีผลกระทบมากมายเพียงใด เช่น การทำโฆษณา การทำโปสเตอร์ นำเสนอผ่านสื่อดั้งเดิม และการทำไวรัลวิดีโอ สร้างเพจเฟซบุ๊กเพื่อให้ความรู้ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ในสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นการตอกย้ำให้คนในสังคมเกิดความเข้าใจ และตระหนักถึงเกี่ยวกับปัญหานี้มากขึ้น

3. จากผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างเกลียดชัง พบว่า วิทยาลัยรุ่น มีการใช้วาจาและถ้อยคำที่หยาบคายในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นมักเคยชินกับการใช้ถ้อยคำที่หยาบคาย และในเฟซบุ๊กสามารถใช้คำพูดเหล่านี้ได้อย่างอิสระ จึงควรระมัดระวังในเรื่องของกฎหมายคอมพิวเตอร์ ถ้าหากไปใช้คำพูดหยาบคายกับผู้อื่น และทำให้ผู้อื่นเกิดความไม่พอใจก็สามารถเป็นปัญหาใหญ่โตได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้ เพื่อเป็นการตระหนักไม่ให้เกิดและเยาวชนทำผิดกฎหมาย ซึ่งสามารถทำได้โดยการเชิญวิทยากรเข้าไปจัดอบรมในโรงเรียน หรือการจัดสัมมนาในมหาวิทยาลัย เพื่อให้เด็กและเยาวชนรับรู้ เข้าใจถึงอันตรายของโลกออนไลน์ที่สามารถส่งผลกระทบต่อชีวิตจริง หรือการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้ในหลักสูตรการเรียนการสอนที่ควรจะมีการปลูกฝังตั้งแต่อายุน้อย เพื่อยับยั้งไม่ให้เกิดมีพฤติกรรมที่ไม่ดี และไม่สร้างปัญหาให้กับสังคมในอนาคต

4. ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มวัยรุ่นไทยมีระดับการรู้เท่าทันในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แสดงว่ากลุ่มวัยรุ่นนั้นมีทักษะความสามารถในการวิเคราะห์ ประเมิน แยกแยะสารจากสื่อได้ดีในระดับหนึ่ง แต่ทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งที่จะต้องพัฒนาและเสริมสร้างอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างรวดเร็ว ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเด็กหรือเยาวชน ไม่ว่าจะโรงเรียน มูลนิธิ หรือในชุมชนต่าง ๆ รวมทั้งภาคสื่อมวลชน ควรช่วยกันเสริมทักษะ ให้ข้อมูล ความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่ออยู่ตลอดเวลา เช่น การจัดกิจกรรมเข้าค่ายเพื่อเสริมทักษะ การจัดกิจกรรมในชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ของเด็กและเยาวชน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะทำให้เด็กและเยาวชนรู้จักการตั้งคำถาม ไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่เปิดรับผ่านสื่อทันที

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นไทยที่มีอายุระหว่าง 12-18 ปี เท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มคนในวัยอื่น ๆ ด้วย เนื่องจากการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นที่นิยมมากอย่างกว้างขวาง ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังกับคนวัยทำงาน และวัยรุ่นอายุเช่นกันว่ามีลักษณะใกล้เคียงหรือแตกต่างจากวัยรุ่นอย่างไร

2. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังกับสื่อออนไลน์อื่น ๆ ด้วย เช่น ยูทูบ ทวิตเตอร์ อิน스타그램 เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบถึงความแตกต่างจากสื่ออื่น ๆ ด้วย

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สำหรับการวิจัยในอนาคตเพื่อให้ได้ผลการศึกษาวิจัยในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยที่มีความสนใจประเด็นการศึกษาวิจัยที่คล้ายคลึงกันการกับศึกษาวิจัยนี้ ควรจะมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นต้น

## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

- จิรวัดน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2547). *ทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมความเชื่อ : การวัด การพยากรณ์ และการเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- ดารณี พานทอง. (2542). *ทฤษฎีหัวใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญรักษ์ บุญยะเขตมาลา. (2537). *ฐานันดรที่สี่จากระบบโลกถึงรัฐไทย*. กรุงเทพฯ: โครงการสำนักพิมพ์คบไฟ.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). *หลักนิเทศศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราณี งามสูตร (2528). *จิตวิทยาวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ: รุ่งวัฒนา.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ: การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประสาธ อิศรปรีดา. (2522). *จิตวิทยาการเรียนรู้กับการสอน*. กรุงเทพมหานคร : กราฟอาร์ต.
- เพ็ญจันทร์ ประดับบุษ-เซอร์เรอร์, โมเช่ เซอร์เรอร์, มัลลิกา มัติโก, เสาวคนธ์ พิระพันธ์, ปณิตดา ชำนาญสุข, กฤตยา แสงเจริญ, และรยากร งานดี. (2551). *มิติทางสังคมวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงในเด็กและเยาวชน*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- เพ็ญทิพย์ ชัยพัฒน์. (2528). *จิตวิทยาวัยรุ่นและการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.
- พิรงรอง งามสูตร. (2558). *ประทุษวาจากับโลกออนไลน์*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิเพื่อการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา (โครงการจัดพิมพ์คบไฟ).
- รณภูมิ สามีคศิริธรรมย์, พิมพ์วัลย์ บุญมงคล และวชิรา จันทร์ทอง. (2551). *เพศวิถีชายรักชายในแคมป์ร็อก: พื้นที่ไฮเบอร์, โครงสร้างอำนาจ และสุขภาวะทางเพศ. ใน เพศวิถีในสี่นียม: บริบทเสียงและบริบทเสริมต่อสุขภาวะทางเพศ*. กรุงเทพฯ: เดือนตุลา.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2549). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2553). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย วัยรุ่น – วัยสูงอายุ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลักขณา ศรีวัฒน์. (2544). *จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สงวน สุทธิเลิศอรุณ. (2545). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: อักษรภาพิพัฒน์.

- สมจิตต์ สุพรรณทัศน์. (2542). *พฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลง*. ใน กิตติวัฒนกุล (บรรณาธิการ). เอกสารการสอนชุดวิชาสุศึกษา (หน่วยที่ 1-7, พิมพ์ครั้งที่ 16). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุโท เจริญสุข. (2517). *จิตวิทยาวัยรุ่น*. หลักวิชาการแนะแนวภาคปฏิบัติในโรงเรียน. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. (2542). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

#### เอกสารอื่น ๆ

- กิตติศักดิ์ ทองฟูก. (2557). *ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของมนุษย์เงินเดือนในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา การรับรู้บริการ K-Expert*. (การศึกษานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. สาขาวิชาการจัดการการตลาดค้าปลีก.
- ฐาปะนระ วงษ์สาธิตศาสตร์. (2551). *การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต การใช้ และทัศนคติต่อการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ของนักศึกษาและอาจารย์*. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยรามคำแหง. คณะมนุษยศาสตร์. สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2555). *มติชนสุดสัปดาห์*. (น.25-26).
- ปารณีย์ จงรักษ์. (2557). *การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง*. วารสารบรรณศาสตร์ มศว. ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2557.
- พีระ จิระโสภณ. (2538). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- โมนัยพล รณเวช. (2558). *เอกสารประกอบการเรียนวิชาการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อการวิจัยการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



## วิทยานิพนธ์

- กัญญารินทร์ วัฒนเรืองนันท์. (2558). *อิทธิพลของ Beauty Influencers ที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงานตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการสื่อสารองค์กร.
- เกรียงไกร พัฒนกุลโกเมธ และ ทิตติพงษ์ สุทธิรัตน์. (2553). *การเปิดรับสื่อ ความรู้ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน.
- จินดารัตน์ บวรบริหาร. (2548). *ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาวารสารสนเทศ.
- จิรัฏฐ์ พรหมดิเรก. (2558). *แฮชแท็กการรณรงค์: ความคาดหวัง การเปิดรับ และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- ณัฐรัชต์ สาเมาะ. (2556). *การรับรู้ของเยาวชนต่อการรังแกในพื้นที่ไซเบอร์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะศิลปศาสตร์, สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข.
- นันทวรรณ ควรขจร. (2558). *การเปิดรับทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- วรรณพร กลิ่นบัว. (2554). *การสร้างเครือข่ายทางสังคมทาง www.facebook.com ของกลุ่มวัยทำงาน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ.
- วิมลพรรณ อภาเวท. (2550). *การเปิดรับสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีต่อทัศนคติทางเพศของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน.

- ศตพล เกิดอยู่. (2558). *ทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- สุดาวรรณ ชันฉิมิตร. (2550). *พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดคณะกรรมการประถมศึกษาแห่งชาติในภาคกลาง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์.
- สุนารี ประสานเสริมส่ง. (2537). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของผู้เลือกใช้น้ำมันเบนซินสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- สุนทร พรหมวงศา. (2553). *พฤติกรรมการใช้ และการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดหนองบัวลำภู*. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. สาขาวิชาเทคโนโลยีการสื่อสาร.
- สุภารัตน์ แก้วสุทธิ. (2553). *พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การรู้ทันสื่อ และพฤติกรรมการป้องกันตัวเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.
- สิริวรรณ ปัญญาภาส (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรุนแรงในสื่อเกมออนไลน์กับพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กวัยรุ่นตอนปลายในจังหวัดเชียงใหม่*. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา.
- เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตรวรรณ. (2559). *การเปิดรับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อดิจิทัลทีวีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- อัจฉรา ทองอยู่. (2550). *การเปิดรับสื่อโทรทัศน์กับวัฒนธรรมการแต่งกายของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- อาชุนัน อาเยะ. (2556). *ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.



## สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- คมสันต์ เกียรติรุ่งฤทธิ์. (2559). ปัญหาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาสู่การฆ่าตัวตาย. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2561, จาก <http://med.mahidol.ac.th/ramachannel/home/article/ปัญหาการใช้สื่อสังคมอ/>
- ชมรมจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่นแห่งประเทศไทย. (2554). อิทธิพลของสื่อต่อวัยรุ่นไทย. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2561, จาก [http://www.rcpsych.org/cap/book03\\_14.php](http://www.rcpsych.org/cap/book03_14.php)
- พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์. (2556). ถ้อยคำแห่งความเกลียดชัง (Hate Speech): มีหรือไม่มี?. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561, จาก [http://www.matichon.co.th/news\\_detail.php?newsid=1370952572&gripid=03&catid=&subcatid](http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1370952572&gripid=03&catid=&subcatid)
- พรรณพิมล วิปุลากร. (2556). กรมสุขภาพจิต เผยสื่อออนไลน์ ทำให้วัยรุ่นไทยฆ่าตัวตายมากขึ้น. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561, จาก <https://news.thaipbs.or.th/content/159497>
- พิรงรอง รามสูต. (2557). Hate Speech คืออะไร ปรากฏการณ์ใหม่ใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2561, จาก <http://highlight.kapook.com/view/98194>
- ไรอัน มาร์ติน. (2556). “ไม่พอใจอะไรก็โพสต์” ค่านิยมใหม่ทำร้ายคนยุคปัจจุบัน. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561, จาก <http://www.manager.co.th/Family/ViewNews.aspx?NewsID=9560000036458>
- วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ. (2557). Hate Speech vs. Free Speech. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561, จาก [http://www.tkpark.or.th/tha/articles\\_detail/264/Hate-Speech-vs.-Free-Speech](http://www.tkpark.or.th/tha/articles_detail/264/Hate-Speech-vs.-Free-Speech)
- วารกรณ์ สามโกเศศ. (22 ธันวาคม 2558) Hate speech กับ สังคมไทย. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/636439>
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2554). เครือข่ายสังคม (Social Networking). ค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://www.vcharkarn.com/varticle/40698>
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2543). บทความเกี่ยวกับกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2561, จาก [http://203.155.220.230/m.info/bma\\_k/knw5.html](http://203.155.220.230/m.info/bma_k/knw5.html)
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (27 กันยายน 2560). ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตและมูลค่าอีคอมเมิร์ซ โฉวความพร้อมไทยก้าวขึ้นเป็นเจ้าอีคอมเมิร์ซอาเซียน. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561, จาก <https://www.eta.or.th/content/>

thailand-internet-user-profile-2017-and-value-of-e-commerce-survey-thailand-2017l-press-conference.html

โสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์. (2554). บทสรุปจากการจัดเวทีอภิปรายสาธารณะ “ความท้าทายของสื่อใหม่กับการเมืองไทยช่วงก่อนและหลังการเลือกตั้ง” ในหัวข้อ “พรมแดนของ *free speech* และ *hate speech* ในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอยู่ไหน”. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2561, จาก <https://prachatai.com/journal/2011/06/35492>

สุบิน บุระรัชช. (2550). *ทฤษฎีการวัดทัศนคติ (Theory of Attitude Measurement)*. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2561, จาก <https://www.bloggang.com/mainblog.php?id=inthedark&month=27-06-2007&group=2&gblog=27>

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (9 กุมภาพันธ์ 2553). *อึ้ง! เรื่องปกติเด็กไทย รังแกกันบนโลกไซเบอร์*. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2561 จาก <https://www.thairath.co.th/content/64059>

อาพีพี ลาเต๊ะ, ศรัชฌา กาญจนสิงห์, จิระนันท์ อนันต์ไทย, และสรณสิริ โททอง. (2555). *ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้ Facebook ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา*. วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 23(3), 80-97. ค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2561, จาก [http://edumis.pn.psu.ac.th/edu\\_jn2015/index.php/edu\\_jn2015/article/view/55/6pdf](http://edumis.pn.psu.ac.th/edu_jn2015/index.php/edu_jn2015/article/view/55/6pdf)

ABC News. (2009). *Teen's death highlights cyber bullying trend*. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561, จาก [www.abc.net.au/news/2009-07-23/teens-death-highlights-cyber-bullying-trend/1363362](http://www.abc.net.au/news/2009-07-23/teens-death-highlights-cyber-bullying-trend/1363362)

Thoth Zocial. (2017). *Thailand Zocial Awards 2017*. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561, จาก <https://www.facebook.com/ThothZocial/videos/1362613870485595/>

## Books

A.J.P. Cortese. (2006). *Opposing Hate Speech*, West Port (p.3). CT: Praeger Publishers.

Allport, G. W. (1935). *Attitudes*. In *Handbook of social psychology*. Edited by C. Murchison. MA: Clark University.

A. Guichard. (2009). “*Hate Crime in Cyberspace: the challenges of substantive criminal law*,” *Information & Communication Technology Law*. Vol.18 no.2.

- B. Parekh. "Is There a Case for Banning Hate Speech?," in M. Herz and P. Molnar (eds.), *The Content and Context of Hate Speech: Rethinking Regulation and Responses*. (p.44). Cambridge: Cambridge University Press.
- David Loudon & Albert J. Della Bitta. (1988). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*, Volume 1.
- Elizabeth B. Hurlock. (1974). *Developmental Psychology*. New Delhi: Tata Mcgraw-Hill Publishing Co., Ltd., p. 391.
- James E. Potter. (2005.) *Media Literacy*. University of California at Santa Barbara. UK.
- Livingstone, S. (2004). *What is media literacy?*. *Intermedia*, 32(3), 18-20.
- Mcleod, J.M., & O'Keefe, G. Jr. (1972). *The socialization Perspective and Communication Behavior*. In G.Kline and P. Tichenor (eds.), *Current perspectives in mass communication research* (pp. 121-168). Beverly Hills: Sage.
- Merrill, John C. and Lowenstein, Ralph L. (1971). *Media, Messages and Men: New Perspectives in Communication*. New York: David McKay Company Inc.
- Rogers, E.M. (1978). *Communication Channels Handbook of Communication*. Chicago: Ran McNally.
- Rogers, Dorothy. (1972). *The Psychology of Adolescence*, Appleton Century Crofts, Educational Division Corporation, New York.
- R.V. Ladaree. (January 1994). "The Regulation a Hate Speech on College Campuses and the Library Bill of Rights," *The Journal of Academic Librarianship*.
- R. Weintraub-Reiter. (1998). "Hate Speech over the internet: A Traditional Constitutional Analysis or a new cyber constitution?" (p. 145). Boston Public Interest Law Journal.
- S. Coliver. (1992). *Striking a Balance: Hate Speech, Freedom of Expression and Nondiscrimination* (p. 363). London: University of Essex press.
- Stephen Newman. (2002). "Liberty, Community, and censorship: Hate Speech and Freedom of Expression in Canada and the United States" ใน *The American Review of Canadian Studies*.

- Schramm W. (1973). *Channels & Audiences. Hand Book of Communication.*  
Chicago: Ran McNally.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk Leslie Lazar. (1991). *Consumer Behavior.* 4<sup>th</sup> ed. New  
Jersey: Englewood Cliffs.
- Silverblatt. A. (1995). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages.*  
Westport's: Praeger.
- Shepherd Rick. (1993). "Why teach Media Literacy." Teach Magazine. Quadrant  
Educational Services, Toronto, ON, Canada.

### Articles

- Boy, D. M., & Ellison, N. B. (2007). *Social Network Sites: Definition. History. And  
scholarship.* Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 11.
- O'Reilly, Tim (2007). "What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the  
Next Generation of Software." Communications & Strategies no. 65. 1st  
quarter.



ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

### เรื่อง การเปิดรับสื่อ ทศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันในการใช้วาจาสร้าง ความเกลียดชังของวัยรุ่นไทย ในเขตกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น และขอขอบคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

**คำชี้แจง :** การใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) คือ **การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ไม่จำเป็นต้องมีเนื้อหาที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว** ซึ่งเป็นการแสดงออกต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยมีฐานอคติเกี่ยวกับเชื้อชาติ ชนชั้น ความผิดแผกทางเพศ สถานที่เกิด อุดมการณ์ทางการเมือง วัฒนธรรม ศาสนา หรือคุณลักษณะอื่นใดที่นำไปสู่การแบ่งแยกได้ โดยลักษณะเนื้อหาที่ถือว่าเป็นวาจาแห่งความเกลียดชัง คือ

- 1) การด่า บริภาษ ด้วยการใช้อาญาหยาบคาย รุนแรง ดูถูกเหยียดหยาม
- 2) การสร้างความเข้าใจผิด การโน้มน้าวใจชักจูงให้เชื่อถือด้วยข้อมูลผิดหรืออคติส่วนตัว
- 3) การนิยามคนอื่นในเชิงลดคุณค่า ทำให้มีความหมายเชิงลบ กลายเป็นตัวตลก
- 4) การสื่อสารที่สร้างความรู้สึกแบ่งฝักแบ่งฝ่าย แบ่งพวกเขาพวกเรา
- 5) การสื่อความหมายปฏิเสธการอยู่ร่วมกัน การกีดกันออกจากสังคม
- 6) การตีตราประทับภาพเหมารวมตายตัวในเชิงลบ
- 7) การยุยง ปลุกปั่น ให้ผู้อื่นร่วมเกลียดชัง สนับสนุนให้ใช้ความรุนแรงกับผู้ที่เห็นต่าง
- 8) การระดมกำลังไล่ล่า ชุ่คุกคาม การลงทัณฑ์ทางสังคม รุมประณามอย่างรุนแรง

แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทย
- ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อและเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก
- ส่วนที่ 5 การรู้เท่าทันการใช้เฟซบุ๊ก

### คำถามคัดกรอง

1. ท่านมีอายุ 12 – 18 ปี ใช่หรือไม่

1. ใช่                       2. ไม่

2. ท่านมีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ใช่หรือไม่

1. ใช่                       2. ไม่

### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย                       2. หญิง

2. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนต้น  
 2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

3. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับใคร

1. บิดา และ มารดา                       4. เพื่อน  
 2. บิดา หรือ มารดา                       5. อยู่คนเดียว  
 3. ญาติ     6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

### ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อและเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก

1. ท่านใช้ระยะเวลาอย่างน้อยเพียงใดในการใช้งานเฟซบุ๊กในแต่ละครั้ง (เลือกตอบเพียงข้อละ 1 ช่อง)

| ระยะเวลาที่มีการใช้งานเฟซบุ๊ก | ระดับการใช้งานเฟซบุ๊ก |     |         |      |            |
|-------------------------------|-----------------------|-----|---------|------|------------|
|                               | มากที่สุด             | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1.1 ต่ำกว่า 30 นาที/ครั้ง     |                       |     |         |      |            |
| 1.2 31 - 60 นาที/ครั้ง        |                       |     |         |      |            |
| 1.3 61 – 90 นาที/ครั้ง        |                       |     |         |      |            |
| 1.4 91 – 120 นาที/ครั้ง       |                       |     |         |      |            |
| 1.5 มากกว่า 120 นาที/ครั้ง    |                       |     |         |      |            |

2. ท่านเปิดรับเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังเหล่านี้ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กมากน้อยเพียงใด (เลือกตอบเพียงข้อละ 1 ช่อง)

| ประเภทของเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชัง   | ระดับความบ่อยครั้ง |     |         |      |            |
|---|--------------------|-----|---------|------|------------|
|   | มากที่สุด          | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 2.1 เนื้อหาที่เป็นตัวอักษร เช่น เรื่องเล่า บทความ                               |                    |     |         |      |            |
| 2.2 เนื้อหาที่เป็นรูปภาพ เช่น ภาพล้อเลียน ภาพกลั่นแกล้งผู้อื่น ภาพประจานผู้อื่น |                    |     |         |      |            |
| 2.3 เนื้อหาที่เป็นคลิปวิดีโอ เช่น คลิปคนทะเลาะวิวาท                             |                    |     |         |      |            |

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อการใช้งานสร้างความปลอดภัยผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านเกี่ยวกับทักษะคิดที่มีต่อการใช้งานสร้างความปลอดภัยผ่านเฟซบุ๊ก (เลือกตอบเพียงข้อละ 1 ช่อง)

| ประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้งานสร้างความปลอดภัยผ่านเฟซบุ๊ก                       | ระดับความคิดเห็น  |          |          |             |                      |
|---|-------------------|----------|----------|-------------|----------------------|
|   | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วย | ไม่แน่ใจ | ไม่เห็นด้วย | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 1. การใช้คำพูดด้วยภาษาและถ้อยคำที่หยาบคายผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้ |                   |          |          |             |                      |
| 2. การใช้คำพูดข่มขู่ คุกคามผู้อื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้        |                   |          |          |             |                      |
| 3. การใช้คำพูดเยาะเย้ย ทับบมผู้อื่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้       |                   |          |          |             |                      |



| ประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้<br>วาจาสร้างความเกลียดชัง<br>ผ่านเฟซบุ๊ก   | ระดับความคิดเห็น      |          |          |                 |                          |
|--|-----------------------|----------|----------|-----------------|--------------------------|
|  | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | เห็นด้วย | ไม่แน่ใจ | ไม่เห็น<br>ด้วย | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 4. การสื่อสารที่เป็นการล้อเลียน<br>เกี่ยวกับเชื้อชาติ สีผิว รสนิยมทาง<br>เพศ ทำให้ตลกขบขันผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้ |                       |          |          |                 |                          |
| 5. การสื่อสารที่สร้างความรู้สึกรัง<br>แกง ฝักแบ่งฝ่ายออกอย่างชัดเจนผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่<br>ยอมรับได้                    |                       |          |          |                 |                          |
| 6. การสื่อสารที่เป็นการกล่าวร้าย<br>การประจานบุคคลอื่นผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ยอมรับได้                                     |                       |          |          |                 |                          |
| 7. การโพสต์คำพูด เรื่องเล่า<br>รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหา<br>สร้างความเกลียดชังเป็นเรื่อง<br>ที่ยอมรับได้                       |                       |          |          |                 |                          |

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้วาจาสร้างความเกลียดชังผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้วาจา  
สร้างความเกลียดชังผ่านเฟซบุ๊ก (เลือกตอบเพียงข้อละ 1 ช่อง)

| พฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความ<br>เกลียดชังผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)           | ระดับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง |                  |                |                   |               |
|--|---|------------------|----------------|-------------------|---------------|
|  | บ่อย<br>ที่สุด                              | ค่อนข้าง<br>บ่อย | นาน ๆ<br>ครั้ง | แทบจะไม่<br>ทำเลย | ไม่เคย<br>เลย |
| 1. ท่านเคยใช้วาจาและถ้อยคำที่<br>หยาบคายในการสื่อสารผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊ก |   |                  |                |                   |               |

| พฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความ<br>เกลียดชังผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)   | ระดับพฤติกรรมในการใช้วาจาสร้างความเกลียดชัง |                  |                |                   |               |
|--|---|------------------|----------------|-------------------|---------------|
|  | บ่อย<br>ที่สุด                              | ค่อนข้าง<br>บ่อย | นาน ๆ<br>ครั้ง | แทบจะไม่<br>ทำเลย | ไม่เคย<br>เลย |
| 2. ท่านเคยใช้คำพูดข่มขู่ คุกคาม<br>เพื่อให้ผู้อื่นหวาดกลัวผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊ก   |   |                  |                |                   |               |
| 3. ท่านเคยใช้คำพูดเยาะเย้ย ทั้บถม<br>ผู้อื่นในการสื่อสารผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊ก   |   |                  |                |                   |               |
| 4. ท่านเคยล้อเลียนผู้อื่นเกี่ยวกับ<br>เชื้อชาติ สีผิว รสนิยมทางเพศ<br>ในการสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก                                       |   |                  |                |                   |               |
| 5. ท่านเคยใช้คำพูดที่สร้างความ<br>แตกแยกผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก   |   |                  |                |                   |               |
| 6. ท่านเคยกล่าวร้ายถึงบุคคลอื่นผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก  |   |                  |                |                   |               |
| 7. ท่านเคยนำเสนอเรื่องบิดเบือนหรือ<br>เบี่ยงเบนจากสิ่งที่เป็นทั้ง ๆ ที่เรื่องนั้น<br>อาจสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้อื่นผ่าน<br>ช่องทางเฟซบุ๊ก |   |                  |                |                   |               |
| 8. ท่านเคยสนับสนุนให้ใช้ความ<br>รุนแรงกับผู้เห็นต่างผ่านช่องทาง<br>เฟซบุ๊ก   |   |                  |                |                   |               |
| 9. ท่านเคยแบ่งปัน (share) บทความ<br>รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับ<br>การทะเลาะวิวาทของผู้อื่น                                      |   |                  |                |                   |               |
| 10. ท่านเคยมีปัญหาขัดแย้งกับผู้อื่น<br>จากการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก  |   |                  |                |                   |               |

ส่วนที่ 5 การรู้เท่าทันการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านเกี่ยวกับการรู้เท่าทันการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) (เลือกตอบเพียงข้อละ 1 ช่อง)

| การรู้เท่าทันการใช้เฟซบุ๊ก<br>(Facebook)   | ระดับการรู้เท่าทันสื่อ |     |         |      |            |
|--|------------------------|-----|---------|------|------------|
|  | มากที่สุด              | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. ท่านมักจะมี การคิดก่อนที่จะเลือกรับสารว่าสารใดเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมกับท่าน  |                        |     |         |      |            |
| 2. ท่านสามารถแยกแยะบทความหรือข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กได้ ว่าข้อมูลส่วนไหนเป็นข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น                  |                        |     |         |      |            |
| 3. เมื่อท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ท่านจะวิเคราะห์ข้อมูลก่อนที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อ                                       |                        |     |         |      |            |
| 5. ท่านจะไม่แชร์หรือโพสต์บทความ ภาพ คลิปวิดีโอ หากยังไม่แน่ใจในความถูกต้อง   |                        |     |         |      |            |
| 6. ท่านมักจะอ่านข้อมูลเนื้อหาของข่าวสารนั้นอย่างละเอียด  |                        |     |         |      |            |
| 7. ท่านมักจะตั้งเตือนเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด เรื่องการแชร์ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ หากรู้ว่าเรื่องเหล่านั้นไม่ใช่เรื่องจริง |                        |     |         |      |            |

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

**ประวัติผู้เขียน**

|                 |   |
|-----------------|---|
| ชื่อ            | นางสาวภาวนีย์ เจนกิติวรพงศ์   |
| วันเดือนปีเกิด  | 23 กรกฎาคม 2534   |
| วุฒิการศึกษา    | ปีการศึกษา 2556: เทคโนโลยีบัณฑิต<br>(เทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน)<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี |
| ประสบการณ์ทำงาน | 2559 – 2560 ผู้ช่วยเลขานุการ<br>บริษัท แคลริส จำกัด   |

