

## บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของ กลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร" ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผล ครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multiple Sampling) กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 13 ถึง 16 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาลักษณะจิตวิทยาและสังคมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพอใจต่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
7. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยการศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self-administered Questionnaire) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window และสถิติที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเพศชายสูงกว่าเพศหญิง โดยเพศชายคิดเป็นร้อยละ 88.0 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 12.0 โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุ 15 ปี สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.5 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.5 มีการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมาคือ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 11.5 ส่วนที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ พักอยู่กับญาติ/พี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 19.0 โดยกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ส่วนใหญ่ในระดับที่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.8

สำหรับมุมมองเรื่องชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าชีวิตคือ ความอิสระเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.8 และมีบุคคลที่เป็นฮีโร่คือ กลุ่มดารานักแสดง สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.8 รองลงมา คือ กลุ่มญาติผู้ใหญ่ เช่น พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 15.3 ส่วนสิ่งที่สำคัญที่สุดในชีวิตของกลุ่มตัวอย่างสูงสุดคือ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 90.8 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่คิดว่าตนเองมีบุคลิกเด่นในด้านรักสนุก มีจำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 56.8 ส่วนในเรื่องของความพอใจต่อชีวิตโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับที่สูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับอยู่ที่ 3.60 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อชีวิตในเรื่องของความอิสระสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ ความสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 39.0 ส่วนถ้าพูดถึงอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างจะนึกถึง ไฮไฟว์ (hi5) คิดเป็นร้อยละ 17.3 รองลงมาคือ เอ็ม เอส เอ็น (MSN) คิดเป็นร้อยละ 12 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความคิดว่าอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ส่วนเหตุผลของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตคือ เพื่อรับทราบข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือเพื่อศึกษา ค้นคว้า และเรียนรู้ตามความต้องการอยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ในเรื่องของความถี่ในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่จะใช้สื่ออินเทอร์เน็ต 7 วัน ต่อสัปดาห์ หรือทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมา คือ 5 - 6 วัน ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 23.5 และความถี่ในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อวันของกลุ่มตัวอย่างสูงสุด คือ สูงกว่า 3 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา คือ วันละ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.8 และกลุ่มตัวอย่างสูงกว่าครึ่งใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเวลาสูงกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา คือ ใช้เวลา 1 - 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา คือ ใช้เวลา 31-59 นาที คิดเป็นร้อยละ 8.8 รองลงมา คือ ใช้เวลาน้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.5 และส่วนที่น้อยที่สุดคือ ใช้เวลา 15-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 18 ส่วนในเรื่องของสถานที่ที่เข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ ที่โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในวันธรรมดา กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีช่วงเวลากการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในวันธรรมดา ส่วนใหญ่จะเป็นช่วงเวลา 21.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 34.0 โดยช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในวันหยุดคือ ช่วงเวลา 21.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 36.0 ส่วนประเภทการใช้งานบนสื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีระดับการให้บริการในสื่ออินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับการให้บริการในสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อการให้ความบันเทิง (Entertainment) เช่น เล่นเกม ฟังเพลงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ การสืบค้นข้อมูล (WWW) มีค่าเฉลี่ยในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และเว็บไซต์ที่เข้าไปใช้และชื่นชอบสูงสุดคือ

เว็บไซต์ กูเกิ้ล (Google.com) สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.8 รองลงมาคือเว็บไซต์ เดกดี (Dek-d.com) คิดเป็นร้อยละ 11.0 และเหตุผลที่เข้าไปใช้บริการเว็บไซต์ที่ขึ้นชอบสูงที่สุดคือ ส่วนใหญ่จะเข้าไปเพราะสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ คิดเป็นร้อยละ 14.0 รองลงมา คือ เพราะชอบรายการบันเทิง และมีเพื่อนเยอะดี คิดเป็นร้อยละ 5.8 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพอใจต่อ อินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนความพอใจต่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยสูง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพอใจต่ออินเทอร์เน็ตคือ เพื่อลดและผ่อนคลายความ ตึงเครียดหรือเพื่อความบันเทิงอยู่ระดับสูงที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือได้ทราบ ข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ระดับสูงที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ในเรื่องของ ความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ตโดยรวม ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยมีความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ตคือ สามารถเลือกรับ ข้อมูลได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาคือ เป็นแหล่งข้อมูลในการ แสวงหาความรู้ และได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ มีความทันสมัย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ส่วนในเรื่องของการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันซึ่ง แบ่งออกเป็น 4 ประเด็น คือ

1. ด้านข่าวสารสารสนเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต ในด้านข่าวสารสารสนเทศโดยรวมในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านข่าวสารสารสนเทศคือ ค้นหาและศึกษาข้อมูลหนังสือจาก ฐานข้อมูลห้องสมุด และเครื่องมือค้นหาบนเว็บไซต์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และตอบสนองของ ความต้องการอยากรู้ อยากเห็น และความสนใจทั่วไป ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

2. ด้านการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จาก สื่ออินเทอร์เน็ตในด้านการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคลโดยรวมในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68 โดยกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านการสร้างควมมีเอกลักษณ์ ให้แก่บุคคลคือ เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมา คือสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

3. ด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จาก สื่ออินเทอร์เน็ตในด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยรวมในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.57 โดยกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ ทางสังคม คือ ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดอยู่ในระดับที่สูงที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

4. ด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านบันเทิง โดยรวมในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตใน ด้านบันเทิง คือ โหลดคลิป ภาพ หนังสือ เพลง หรือเกมต่าง ๆ ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด ซึ่งมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือเพื่อศึกษา ค้นคว้า และเรียนรู้ตามความต้องการอยู่ในระดับที่สูง  
ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ส่วนปัญหา อุปสรรคในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และข้อเสนอแนะอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องไวรัสต่าง ๆ ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 50.8  
รองลงมา คือ ไม่พบข้อมูลที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ การมีแหล่งข้อมูลทางเพศ  
ผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 36.0 และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่าง  
มีข้อเสนอแนะในเรื่องพัฒนาเรื่องความเร็ว คิดเป็นร้อยละ 5.0 รองลงมา คือ อยากให้หาอะไรก็เจอ  
คิดเป็นร้อยละ 2.5 รองลงมาคือ อยากให้มีเว็บไซต์ที่มีความรู้เยอะ ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0