

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



248486

พฤติกรรมการใช้ยาสูบและประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ยาสูบในประเทศไทย

นางสาวตรพิศย์ กิมสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชารัฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

000253966

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



พฤติกรรมการใช้ยาสูบและประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ยาสูบในประเทศไทย



นางสาวพรทิพย์ กิมสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



YOUTUBE USE BEHAVIOR AND INFORMATION ETHICS ISSUES
OF YOUTUBE USERS IN THAILAND

Miss Pornthip Kimsakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Journalism and Information

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการใช้ยาสูบและประเด็นจริยธรรมทาง
	ข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ยาสูบในประเทศไทย
โดย	นางสาวพรทิพย์ กิมสกุล
สาขาวิชา	วารสารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ ขำวิจิตร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตรทัศน์ ผักเจริญผล)

พรทิพย์ กิมสกุล: พฤติกรรมการใช้ยูทูปและประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้
ยูทูปในประเทศไทย. (YOUTUBE USE BEHAVIOR AND INFORMATION ETHICS
ISSUES OF YOUTUBE USERS IN THAILAND) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:

ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูต, 115 หน้า.

248486

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ยูทูป ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้
ยูทูป และประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสาร ในเรื่องเสรีภาพ สิทธิส่วนบุคคล และทรัพย์สินทางปัญญา ของ
ผู้ใช้อูทูปในประเทศไทย โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคงใช้เว็บไซต์ยูทูปอยู่ในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์
ในการใช้เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก โดยจะเลือกชมคลิปวิดีโอประเภทมิวสิควิดีโอ รายการโทรทัศน์ และ คลิป
ภาพยนตร์ ส่วนเหตุผลที่ผู้ใช้เลิกใช้ยูทูป หรือไม่เคยใช้ยูทูปเลย คือ ไม่มีเวลาในการเข้าใช้เว็บไซต์ยูทูป สถานที่
ที่เข้าใช้ยูทูปบ่อยที่สุด คือ ที่พักของตนเอง และผู้ใช้อูทูปส่วนใหญ่มีระดับปริมาณการเข้าใช้ในระดับมาก

ยูทูปเป็นช่องทางการสื่อสารในวัฒนธรรมของสื่อใหม่ คือ เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้เป็นผู้ผลิตเนื้อหาและ
เผยแพร่เนื้อหานั้นบนเว็บไซต์ด้วยตนเอง โดยผู้ใช้ที่มีบัญชี account สามารถอัปโหลดวิดีโอขึ้นบนเว็บไซต์
และมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาและผู้ใช้คนอื่นๆ บนเว็บไซต์ได้ แต่จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้อูทูปในประเทศไทยยังคง
มีพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ยูทูปเช่นเดียวกับสื่อเก่า คือ เป็นเพียงผู้รับสารมากกว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือเผยแพร่สื่อ
ด้วยตนเอง และผู้ส่วนใหญ่ไม่เห็นถึงความจำเป็นในการมีบัญชี account ยูทูปเพื่อทำการล็อกอินเข้าสู่ระบบ
ส่วนผู้ที่มีบัญชี account ส่วนใหญ่ก็ไม่มีการอัปโหลดวิดีโอ หรือ สร้างเครือข่ายบนเว็บไซต์ ซึ่งเหตุผลในการมี
บัญชี account อาจเนื่องมาจากความต้องการในการเข้าชมวิดีโอบางคลิปที่จำกัดอยู่ในผู้ใช้ที่มีบัญชีเท่านั้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยทางด้านเพศและอายุส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ยูทูปของผู้ใช้ในประเทศไทย
คือ เพศหญิงมีระดับพฤติกรรมการใช้มากกว่าเพศชาย และผู้ที่มีอายุในช่วง 21-30 ปีจะมีสัดส่วนในการเข้าใช้
เว็บไซต์ยูทูปมากกว่าผู้ใช้อายุอื่นๆ ส่วนในประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสาร พบว่า ผู้ใช้อูทูปให้
ความสำคัญในประเด็นเรื่องสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทั้งในบริบททั่วไปและบริบทของเว็บไซต์ยูทูปใน
ระดับมาก และให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องเสรีภาพในการพูดในบริบททั่วไปในระดับกลางและผ่านเว็บไซต์ยู
ทูปในระดับมาก ส่วนประเด็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคลพบว่า ผู้ใช้อูทูปมีความตระหนักรู้ในเรื่องสิทธิส่วนบุคคลใน
บริบทของเว็บไซต์ยูทูปมากกว่าในบริบททั่วไป และมีความตระหนักรู้ในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในบริบท
ทั่วไปและยูทูปในระดับปานกลาง

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....ลายมือชื่อนิสิต พรทิพย์ กิมสกุล.....
สาขาวิชา.....วารสารสนเทศ.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก พิศม หนู.....
ปีการศึกษา.....2553.....

5184884828 : MAJOR JOURNALISM AND INFORMATION

KEYWORDS : AWARENESS / BEHAVIOR / FACTORS / YOUTUBE

PORNTHIP KIMSAGUL: YOUTUBE USE BEHAVIOR AND INFORMATION
ETHICS ISSUES OF YOUTUBE USERS IN THAILAND. THESIS ADVISOR: ASST.
PROF. PIRONGRONG RAMASOOTTA, Ph.D., 115 pp.

248486

This research has the following objectives: to study behavior in YouTube use, social factors influencing YouTube use behavior and skills, as well as awareness on information issues affecting YouTube use. Three areas of information issues are studied – freedom of expression, privacy, intellectual property. Questionnaire-based survey is used as data collection. A total of 400 questionnaires were distributed.

The research finds that most survey respondents are current users of YouTube. Their most prevalent objective in YouTube use is to entertain. As for non-users and former users of YouTube, the reason most cited was lack of time in YouTube usage. Most frequently visited venue for YouTube use is personal residence. Most respondent are hard level users.

As one of the channels for communication in new media culture, YouTube is an interactive and user-generated content website providing users with YouTube account an area for creating or producing, and publish their own content. YouTube users in Thailand were found that they have the same behavior as the behavior in the old media; being an audience or passive user or receiver rather than a producer. For the users in Thailand, Having an account is not necessary for YouTube usage, and the registered users have accounts only for access to limited content; neither for uploading vdo clips or networking.

According to research findings, Gender was found to be a variable that statistically influences YouTube use. Female users tend to be higher users of YouTube. For information ethics issues, the surveyed YouTube users have high level of awareness on the right to access information in both of general context and YouTube . The users have medium level of awareness on the freedom of speech in general , but high level in YouTube. For privacy issue, YouTube users aware of privacy on general context in the medium level; but higher in YouTube . On intellectual property issue, it was ranked in the medium level both in general context and on YouTube.

Department : Journalism

Student's Signature

Field of Study : Journalism and Information

Advisor's Signature

Academic Year : 2010

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูต อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ซึ่งให้ทั้งแนวคิด มุมมอง คำแนะนำและความช่วยเหลืออย่างสูงในงานวิจัย พร้อมทั้งยังสละเวลา แรงกายและแรงใจให้แก่ศิษย์มาโดยตลอดระยะเวลาของการทำวิจัย ขอขอบคุณ ผศ.ดร.ณรงค์ ขำวิจิตร ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.จิตรทัศน์ ผักเจริญผล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้ออกมาสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และน้องสาว ที่ให้กำลังใจและคอยสนับสนุนในเรื่องการเรียนมาโดยตลอด จนทำให้ลูกประสบความสำเร็จในที่สุด

ขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นอย่างมาก

ขอบคุณเพื่อนๆ ชาวศิลปากรที่ให้คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัย

ขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ ให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ป.โท ภาคนอกเวลาราชการ ทั้ง 6 คน ที่คอยให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ให้คำปรึกษา ความช่วยเหลือ และอยู่เคียงข้างผู้วิจัยเสมอมา

หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามวิจัย.....	5
นิยามศัพท์.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC).....	7
แนวคิดเรื่องเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม	
(Online social networking).....	13
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	
(Uses and Gratification Theory).....	16
แนวคิดเรื่องเสรีภาพในแห่งความเห็นและการแสดงออก	
(Freedom of Expression/Speech).....	18
แนวคิดเรื่องจริยธรรมกับการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์	
(Ethics and Computer – Mediated Communication)	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework).....	38
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	39
รูปแบบการวิจัย.....	39
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
	การทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย... 41
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 42
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 42
4	ผลการวิจัย..... 44
5	สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ..... 78
	สรุปผลการวิจัย..... 78
	อภิปรายผลการวิจัย..... 83
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป..... 93
	รายการอ้างอิง..... 94
	ภาคผนวก..... 97
	ภาคผนวก ก..... 98
	ภาคผนวก ข..... 107
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 115

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงลักษณะประชากรจำแนกตาม เพศ.....	44
2	แสดงลักษณะประชากรจำแนกตาม อายุ.....	45
3	แสดงลักษณะประชากรจำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	45
4	แสดงลักษณะประชากรจำแนกตาม อาชีพ.....	44
5	แสดงลักษณะประชากรจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	46
6	แสดงช่องทางในการเข้าถึงคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ยูทูป 3 อันดับแรก.....	48
7	แสดงการรับรู้ถึงการบล็อกช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ยูทูปจากสถานที่ ที่ผู้ใช้เข้าถึงมากที่สุด.....	49
8	แสดงวิธีหลบเลี่ยงการบล็อกช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ยูทูป.....	50
9	แสดงการเลือกเข้าใช้หรือไม่เข้าใช้เว็บไซต์ยูทูป.....	50
10	แสดงเหตุผลที่ไม่ใช้เว็บไซต์ยูทูป.....	50
11	แสดงลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้ แบ่งตามปริมาณการเข้าใช้เว็บไซต์ยูทูป	51
12	แสดงเหตุผลในการเข้าใช้เว็บไซต์ยูทูป.....	52
13	แสดงประเภทวิดีโอที่ผู้ใช้เลือกชม.....	53
14	แสดงพฤติกรรมของผู้ใช้หลังจากที่ดูคลิปวิดีโอแต่ละคลิปจบ.....	52
15	แสดงการมีหรือไม่มีบัญชี account ในการเข้าใช้ยูทูป.....	55
16	แสดงเหตุผลที่ไม่สมัครขอมีบัญชี account ของเว็บไซต์ยูทูป.....	55
17	แสดงจำนวนคลิปวิดีโอที่อัฟโหลด.....	56
18	แสดงประเภทวิดีโอที่อัฟโหลด.....	57
19	แสดงจำนวน friends ในบัญชี account.....	58
20	แสดงจำนวน subscribers ในบัญชี account.....	58
21	แสดงจำนวน subscriptions ในบัญชี account.....	59
22	แสดงการให้ความสำคัญเสรีภาพในการแสดงออกและความตระหนักรู้ใน ประเด็นจริยธรรมในการใช้เว็บไซต์ยูทูป.....	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
23	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างในการเลือกใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์ยูทูป จำแนกตามเพศ..... 62
24	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างในการเลือกใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์ยูทูป จำแนกตามอายุ..... 63
25	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างในการเลือกใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์ยูทูป จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด..... 64
26	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างในการเลือกใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์ยูทูป จำแนกตามอาชีพ..... 65
27	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างในการเลือกใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์ยูทูป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 66
28	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมในการใช้ ยูทูป จำแนกตามเพศ..... 67
29	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมในการใช้ ยูทูป จำแนกตามอายุ..... 68
30	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมในการใช้ยูทูป จำแนก ตามระดับการศึกษาสูงสุด..... 69
31	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมในการใช้ ยูทูป จำแนกตามอาชีพ..... 70
32	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมในการใช้ยูทูป จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 71
33	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมในการใช้ยูทูป จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 72
34	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการสร้างเครือข่ายบนเว็บไซต์ ยูทูปจำแนกตามเพศ..... 73
35	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการสร้างเครือข่ายบนเว็บไซต์ ยูทูปจำแนกตามอายุ..... 74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
36	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการสร้างเครือข่ายบนเว็บไซต์ ยูทูปจำแนกตามระดับการศึกษา..... 75
37	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการสร้างเครือข่ายบนเว็บไซต์ ยูทูปจำแนกตามอาชีพ..... 79
38	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการสร้างเครือข่ายบนเว็บไซต์ ยูทูปจำแนกตามรายได้..... 77
39	แสดงสรุปความสามารถในการเข้าถึงคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตของผู้ ตอบแบบสอบถาม..... 79
40	แสดงสรุปผลพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ยูทูปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 80
41	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยทางสังคมประชากร และความสามารถในการเข้าถึงคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรม การใช้ยูทูป..... 81
42	แสดงลักษณะการใช้เว็บไซต์ยูทูปของผู้ใช้ยูทูปในประเทศไทย..... 87

สารบัญภาพ

รูปที่		หน้า
1	แสดงโลโก้เว็บไซต์ YouTube.....	3
2	แสดงช่วงอายุของผู้ใช้เว็บไซต์ยูทูป.....	83
3	แสดงสัดส่วนประเภทคลิปวิดีโอบนเว็บไซต์ยูทูป.....	88