

**พฤติกรรมการรับชม และความต้องการ รายการโทรทัศน์ของเยาวชน
ยุคดิจิทัลเนทีฟ (Digital Native) ในเขตจังหวัด นครราชสีมา**

**Watching Behavior and Needs of Television Programs
of Digital Native Children in Nakhon Ratchasima Province**

เบญจมาศ วณิชชากร^{1*} และ ลักขณา คล้ายแก้ว²

Benjamat Wanichchakorn^{1*} and Luksana Klaikao²

^{1*} นักศึกษาปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชานิเทศศาสตร์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

² ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

^{1*} Graduate students The degree of master of communication arts college of communication Rangsit University

² Director of Master of Communication Arts, Rangsit University

*Corresponding author, E mail:im_ammy_03@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการรับชม และความต้องการ รายการโทรทัศน์ของเยาวชนยุคดิจิทัลเนทีฟ (Digital Native) ในเขตจังหวัด นครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ การเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ และการรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ 2. เพื่อศึกษาความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ 3. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การศึกษาเชิงสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนที่มีอายุในช่วง 6 - 18 ปี อยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชน รับชมทุกวันมากที่สุด ชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดในวันเสาร์ ใช้ระยะเวลาชมรายการโทรทัศน์ต่อวัน 1 - 3 มากที่สุด ชั่วโมง ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการมากที่สุดคือ ช่วงหัวค่ำ (18.01 - 20.30 น.) พฤติกรรมระหว่างการรับชมรายการโทรทัศน์คือ ตั้งใจจะเปลี่ยนช่องบ้างแต่กลับมามองช่องเดิมอีกครั้งมากที่สุด ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหลายหน้าจอในระหว่างการรับชมรายการโทรทัศน์ เยาวชนยุคดิจิทัลเนทีฟ มีความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง มีความต้องการสูงสุดด้านคุณภาพ รายการโทรทัศน์ มีการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์ โดยเพศหญิงจะมีการรับชมรายการโทรทัศน์สูงกว่าเด็กเพศชาย และอายุมีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์ซึ่งอายุที่ต่างกันมีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์

คำสำคัญ: พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์, ความต้องการรายการโทรทัศน์, ยุคดิจิทัล เนทีฟ

Abstract

The purpose of this research was 1) to study the behavior of watching TV and multi-screen media exposure, 2) to study the needs of youth television in the digital age, and 3) to study the digital literacy of young people in the digital age. This research was a quantitative research conducted by using survey and questionnaire as a tool to collect data. The samples were 400 18-year-olds in Nakhon Ratchasima. The results found that they mostly watched youth TV program everyday and the highest frequency was on Saturday. In addition, they spent about 1 hour watching most TV programs per day, and they mostly watched television in the evening (18.01 - 20.50). For the watching behavior, most samples intended to change channels sometimes, but they changed the channel back to the original one. Most of them used multi-screen media during watching television. For the native digital youth, there was a high demand for high quality television programs. There was an awareness of media through watching television. In terms of gender, it was found that females watched television more than males. And people of different ages would have different media literacy.

Keywords: Behaviors to watch television, Need of television program, Digital Native

1. บทนำ

ในปัจจุบันโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงทุกครัวเรือนในสังคมไทย ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานะ ในแต่ละวันคนไทยส่วนใหญ่นั้นจะเปิดรับข่าวสาร รายการต่างๆ จากสื่อโทรทัศน์ซึ่งบางครอบครัวอาจเปิดเครื่องรับโทรทัศน์ไว้ให้เด็กๆ ดู ในขณะที่พ่อแม่ไปทำงานอื่นๆ โดยปล่อยให้เด็กอยู่กับสื่อโทรทัศน์โดยเฉลี่ย 3 – 4 ชั่วโมงต่อวันจากการสำรวจพฤติกรรมและการดูโทรทัศน์ของเด็กพบว่ามีเด็กไทยดูโทรทัศน์ทุกวันช่วงเวลาที่เด็กดูโทรทัศน์มากที่สุดในวันธรรมดาคือช่วงเวลา 16.00-20.00 น. และหลัง 20.00 น. แต่ถ้าเป็นวันเสาร์อาทิตย์เด็กจะดูโทรทัศน์ในช่วงเวลา ก่อน 8.00 น. มากที่สุดส่วนรายการโทรทัศน์ที่เด็กชอบดูมากที่สุดนั้นคือรายการการ์ตูน และรายการละครและยังมีอีกหนึ่งพฤติกรรมที่หลายๆ บ้าน พบคือ เด็กส่วนใหญ่จะมุ่งตรงไปที่โทรทัศน์ เปิดดูรายการที่ชื่นชอบ แล้วนั่งดูอยู่หน้าจอโทรทัศน์นานๆ เด็กบางคนนั้น พ่อแม่ไม่เพียงแต่ปล่อยให้โทรทัศน์เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีอาหารให้เด็กนั่งรับประทานในเวลาที่นั่งดูโทรทัศน์ จึงทำให้เด็กติดเป็นความเคยชินในการนั่งดูโทรทัศน์แล้วต้องมีอาหารมานั่งรับประทานอยู่ด้วยเป็นประจำ (ชนนพรพรวิวัฒน์, 2550)

สื่อทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีลักษณะที่โดดเด่น คือ เป็นสื่อที่สามารถให้ทั้งภาพและเสียง ซึ่งง่ายต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อผู้รับสาร อีกทั้งความก้าวหน้าทางด้านเครือข่ายการสื่อสาร ทำให้โทรทัศน์เข้าถึงได้ทุกครัวเรือน แต่สื่อโทรทัศน์นี้กลับไม่ได้ถูกนำมาใช้งานให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค โภคภัณฑ์ โดยเฉพาะกับเด็ก โทรทัศน์นั้นจึงมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของเด็กในด้านพฤติกรรม พบว่าเด็กมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งที่เด็กได้รับชมสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กทั้งในเรื่องสติปัญญา จิตใจ พฤติกรรม สภาพร่างกาย เช่น การที่เด็กได้รับชมการ์ตูนที่มีเนื้อหารุนแรงจะส่งผลให้เด็กมีความก้าวร้าวมากกว่ากลุ่มเด็กที่ชมการ์ตูนที่มีเนื้อหาไม่รุนแรง การดูทีวียังส่งผลต่อจินตนาการของเด็ก โทรทัศน์นั้นมีความสัมพันธ์สูงต่อการมีทัศนคติที่ก้าวร้าวต่อผู้อื่นหรือต่อต้านสังคม การดูโทรทัศน์มากเกินไปนำไปสู่การบริโภคเกินความจำเป็นให้กับเด็ก อิทธิพลของโทรทัศน์มีผลต่อการบ่มเพาะค่านิยมและ

พฤติกรรมทางเพศ เด็กที่ติดโทรทัศน์จะเป็นเด็กที่มีอารมณ์แปรปรวน ซึ่มโห่ เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมและทัศนคติแบบผิดๆ โดยที่เด็กอาจจะดูสื่อโดยที่ไม่มีความรู้เท่าทันสื่อที่กำลังดูอยู่ ก็อาจจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดๆ และเด็กอาจจะนำไปใช้ในทางที่ผิดซึ่งส่งผลกระทบต่อทำให้สมองพัฒนาช้าและทำให้ประสาทสัมผัสรับรู้ต่างๆ ไม่ว่องไวรูปแบบของสมองถูกกำหนดโดยการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสการเคลื่อนไหว การพูด ความคิดและจินตนาการในขณะที่สมองมีการพัฒนาเด็กก็จะเปลี่ยนจากสำนึกที่สัมพันธ์กับสมองซีกขวา คือมีลักษณะฝันไร้ถ้อยคำ มาสู่สำนึกที่สัมพันธ์กับสมองซีกซ้ายซึ่งมีลักษณะตรรกะเป็นถ้อยเป็นคำการดูทีวีจะยึดเวลาที่เด็กต้องขึ้นกับสมองซีกขวาให้นานขึ้นและถ้าเด็กใช้เวลาในการทำกิจกรรมส่วนใหญ่ไปกับการดูโทรทัศน์มากเกินไปอาจส่งผลเสียต่อเด็กในด้านผลการเรียนต่ำลงอ่านหนังสือน้อยลงออกกกำลังกายน้อยลงน้ำหนักตัวมากเกินไป (ขนิษฐาชวนชื่น, 2550) จากงานวิจัยของเอแบคโพลส์ในปี 2546 เรื่องผลกระทบต่อเด็กพบว่า พ่อแม่ผู้ปกครองสังเกตว่ารายการโทรทัศน์มีผลต่อพฤติกรรมของเด็กในระดับปานกลางค่อนข้างมากตั้งแต่การซื้อสินค้าตามโฆษณา การเลียนแบบท่าทางในการดูรายการเลียนแบบทั้งการแต่งตัวคำพูดก้าวร้าว ใช้คำคำ ขอบความรุนแรง ชกต่อยตบตี นอกจากนี้ยังมีเรื่องเซกซ์ชั่นจ๊อ ซึ่งมาจากสื่อหนังต่างประเทศ ละครก่อนข่าว / หลังข่าว การ์ตูนญี่ปุ่น/ฝรั่ง มีวลีคิวิดีโอ และการแต่งตัวของพิธีกรตามลำดับ ซึ่งพฤติกรรมทางเพศที่มักพบในโทรทัศน์ที่จะส่งผลกระทบต่อเด็กได้แก่ การแต่งตัววาบหวูดานิยมทางเพศที่ไม่เหมาะสม เช่น มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรการแสดงออกทางเพศในที่สาธารณะ ไปจนถึงฉากกอดจูบลูบลก้าของเยาวชน (เอแบคโพลส์, 2546)

ปัจจุบันยังมีการสื่อสารที่ไร้พรมแดนที่เรียกกันว่าอินเทอร์เน็ต ที่สามารถทำให้ผู้คนสื่อสารกันง่ายดายขึ้นรวดเร็วขึ้นและไม่มีการจำกัดอายุอีกต่อไปในการสื่อสาร การนำเสนอสารจากสื่อโทรทัศน์ก็เช่นกันสื่อทางอินเทอร์เน็ตเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องทำความเข้าใจในเรื่องของผลที่ได้รับจากการบริโภคสื่อโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของเด็กในยุคปัจจุบัน การเข้าถึงสื่อเริ่มตั้งแต่ต้นอน โดยคนส่วนใหญ่จะรับชมข่าวสารผ่านทางสื่อทางโทรทัศน์และในระหว่างการเดินทางไปทำงานก็จะเปิดรับสารผ่านสื่อ Smart Phone เพื่อให้ตนเองนั้นเข้าถึง Social Media เมื่อนับเวลาแล้วในหนึ่งวันเราก็คงจะใช้งาน Smart Phone โดยเผยพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 2557 คนไทยคิด โลกออนไลน์วันละกว่า 7 ชั่วโมง เน้นใช้กับออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดีย เกือบ 80% ส่วนใหญ่ใช้เพื่อเช็ค แชร์และโชว์ ในแต่ละช่วงเวลาจะมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในอุปกรณ์ต่างๆ ที่แตกต่างกัน สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่มีการใช้งานสูงเกือบทั้งวันเฉลี่ยสูงถึง 6.6 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนการใช้งาน “สมาร์ตทีวี” ในยุคที่วีดิโอดิจิตอลระยะเริ่มต้น พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานมีการใช้งานเฉลี่ย 3.4 ชั่วโมงต่อวัน (ETDA สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2557)

สื่อต่างๆ ในสังคมออนไลน์ เหล่านี้จะทำให้เด็กและเยาวชนนั้นมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การรับชมข้อมูลข่าวสารจากช่องทางสื่อสารต่างๆ ของผู้ชมมีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้นด้วยระบบและเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องจึงเกิดช่องทางที่ทำให้เด็กสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการต่างๆ ที่เอื้ออำนวยความสะดวกและสอดคล้องกับลักษณะการดำเนินชีวิตมากขึ้นความต้องการในการเปิดรับสื่อหน้าจอทางเลือกให้ได้เลือกรับชมตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคลว่าจะเปิดรับชมในรูปแบบไหนโดยการเปิดรับสื่อหลายๆ หน้าจอ เป็นการเปิดรับสื่อที่หน้าจอแต่มีความต่อเนื่องกัน หรือการเปิดรับสื่อหลายๆ หน้าจอในเวลาเดียวกันก็ได้แต่ในปัจจุบันโทรทัศน์ดิจิทัล (Digital TV) การเข้ามามีบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น (ประกายดาวแบ่งสันเทียะ, 2557) ส่งผลให้พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในด้านของเนื้อหาในการรับชม

รายการ เช่น ด้านแฟชั่น ด้านอารมณ์ ด้านของเพศที่เข้ามาเกี่ยวข้องในความต้องการของเด็กในยุคดิจิทัล เนทีป มากขึ้นและด้านการนำเสนอสื่อผ่านทางโทรทัศน์ที่เด็กในยุคดิจิทัลเนทีป มีความต้องการในรายการที่มีเนื้อหาสั้น มีสีสันดึงดูดใจในการนำเสนอ โดยส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของรายการวาไรตี้ที่จะได้รับความต้องการของเด็กในยุคดิจิทัลปัจจุบันเด็กที่เกิดในยุคของ ดิจิทัลเนทีป โดยกำเนิดหมายถึง ผู้ที่เกิดในยุคดิจิทัลซึ่งปัจจุบันมีอายุประมาณ 9 - 24 ปีคนกลุ่มนี้จะคุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเพื่อเล่นเกมทำการบ้านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและ กิจกรรมตลอดจนติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นผ่านทาง โซเชียลมีเดียในยุคของดิจิทัลเนทีป มีเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีความเจริญก้าวหน้า และก็ยังมีส่วนมวลชนที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการนำเสนอสื่อที่ผลิตและเผยแพร่ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต จึงทำเด็กและเยาวชนในยุคนี้ก็สามารถเข้าถึง ได้ง่ายและเปิดการรับชมสื่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ในหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) แท็บเล็ต (Tablet) แอปพลิเคชันต่างๆ (Application) โทรทัศน์ดิจิทัล ในยุคปัจจุบัน สื่อของสังคมออนไลน์ ที่เข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้น ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์(Twitte) วิดีโอออนไลน์ (VDO Online) และเว็บบล็อกต่างๆ (Blog) (ชลธิษฐานชัชวาลย์,2554)

การรู้เท่าทันสื่อมีผลต่อการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนสื่อบางสื่อนำเสนอเนื้อหาที่ดี มีประโยชน์แต่บางสื่อก็นำเสนอเนื้อหาที่เกินจริงแต่งเติมสร้างภาพหรือบิดเบือนความจริงไปและการเอาใจใส่ของพ่อแม่ในยุคปัจจุบันก็ส่งผลเกี่ยวกับพฤติกรรมการดูโทรทัศน์ของเด็กและเยาวชน โดยที่พ่อแม่ไม่ค่อยอยู่ดูโทรทัศน์กับลูกไม่มีเวลาและไม่ค่อยอยู่บ้านจึงทำให้พ่อแม่ไม่เท่าทันเทคโนโลยี อุปกรณ์ไอที คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือเด็กและเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีป ก็จะใช้คอมพิวเตอร์ มือถือ เทคโนโลยีต่างๆเช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม พูดคุยกับเพื่อนในแชททางออนไลน์ การเข้าอินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะสร้างสังคม สร้างโลกส่วนตัว เป็นเพื่อนแก้เหงาสื่อเหล่านี้มีการเข้าถึงได้ง่ายจึงทำให้เด็กและเยาวชนนั้น เปิดรับสื่อโดยที่ไม่มีความรู้เท่าสื่อสังคมในปัจจุบันจึงทำให้เกิดเป็นผลเสียต่อเด็กเป็นอย่างมาก

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาค้นคว้าวิจัย เรื่องพฤติกรรมและความต้องการ รายการโทรทัศน์ของเยาวชนยุคดิจิทัลเนทีปในเขตจังหวัดนครราชสีมาโดยจะศึกษาว่าเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีป มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโทรทัศน์อย่างไร และมีความต้องการในการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอในการรับชมโทรทัศน์ผ่านสื่อใดบ้างในปัจจุบันแล้วเด็กในยุคดิจิทัลเนทีป มีการรู้เท่าทันสื่อรายการโทรทัศน์อย่างไร โดยที่ผู้วิจัยเลือกจะศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ผู้ทำวิจัยสามารถเข้าถึงและเก็บข้อมูลกับกลุ่มเด็กเยาวชนในพื้นที่ได้ง่ายอีกทั้งจังหวัดนครราชสีมา ยังเป็นจังหวัดใหญ่ที่สุด มีพื้นที่มากที่สุด และมีประชากรมากที่สุดของภาคอีสานรวมถึงความเจริญทางด้านการศึกษาที่มีการขยายพื้นที่การเรียนการสอนไปในทุกอำเภอ ตำบล ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพ ทางด้านการเรียนการสอนให้เพียงพอกับประชากร ของคนในพื้นที่มากขึ้น

2.วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการรับชมรายการ โทรทัศน์ และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอการรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชน ในยุคดิจิทัลเนทีปของจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ของเยาวชน ในยุคดิจิทัลเนทีป ของจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์ของเยาวชน ในยุคดิจิทัลเนทีปของจังหวัดนครราชสีมา

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวน 400 คน โดยประยุกต์จาก ทฤษฎีของ Taro Yamane กลุ่มตัวอย่างที่ได้มา ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) โดยใช้เขตอำเภอโรงเรียน เป็นตัวกำหนด นอกจากนั้นยังใช้วิธีการหาคนที่มียาในช่วง 6 - 18 ปี จำนวน 400 คน โดยแบ่งประชากรตามเขตอำเภอโรงเรียน และในแต่ละเขตอำเภอโรงเรียนจะแบ่งตัวอย่าง เขตในเมือง จำนวน 136 คน เขตชานเมือง จำนวน 132 คน และเขตนอกเมือง จำนวน 132 คน และในแต่ละเขตจะเก็บตัวอย่างหาคนที่มียาในช่วง 6 - 18 ปี โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่จังหวัดนครราชสีมา

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่นำมาประเมินพฤติกรรมและพฤติกรรมกรเปิดรับหลายหน้าจอการรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเน็ตฟ การความต้องการการรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเน็ตฟ และการรู้เท่าทันคือการรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัล เน็ตฟ ในจังหวัดนครราชสีมา แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบปลายปิด (Closed-ended Form) และเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Form)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยให้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาวิจัยคือกลุ่มเยาวชนที่มีอายุในช่วง 6 - 18 ปี จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามตามโรงเรียนที่ได้ระบุไว้ รวมเป็นแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด ดำเนินการระหว่างวันที่ 16 - 20 กุมภาพันธ์ 2559 รวมเป็นระยะเวลา 5 วัน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลและคัดแยกแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายตัวแปรต่างๆที่ศึกษาด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

4. ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

4.1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.75 และ เพศชาย ร้อยละ 35.25 ช่วงอายุระหว่าง 13 - 15 ปี มากสุด ร้อยละ 37.50 รองลงมา อายุ 16 - 18 ปี ร้อยละ 26.25 เขตพื้นที่การศึกษาเขตนอกเมือง ร้อยละ 49.75 รองลงมา เขตในเมือง ร้อยละ 40.25 และ เขตชานเมือง ร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

4.2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอรับชมรายการโทรทัศน์รับชมโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเน็ตฟ มีความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ มากสุดทุกวัน ร้อยละ 73.00 รองลงมา 1 - 3 วัน วันที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์มากที่สุด วันเสาร์ ร้อยละ 59.00 รองลงมา วันอาทิตย์ ร้อยละ 23.25 มีระยะเวลาที่ใช้เวลาชมโทรทัศน์ต่อวัน จำนวน 1 - 3 ชั่วโมง ร้อยละ 48.25 รองลงมา 4 - 6 ชั่วโมง ร้อยละ 37.50 ช่วงเวลาเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ ช่วงหัวค่ำ (18.01 - 20.30 น.) และ ช่วงหลังข่าว (20.31 - 22.30 น.) ร้อยละ 22.25 รองลงมา ช่วงเย็น (16.01 - 18.00 น.) ร้อยละ 14.75 ประเภทรายการโทรทัศน์ที่ชอบ มากสุด

รายการละคร ร้อยละ 28.75 รองลงมา รายการเพลง / คอนเสิร์ต ร้อยละ 15.00 และ รายการตลก ร้อยละ 14.00 พฤติกรรมระหว่างการรับชมรายการโทรทัศน์ มากสุด คือ ตั้งใจดูเปลี่ยนช่องบ้างแล้วกลับมาดูช่องเดิมอีก ร้อยละ 57.75 รองลงมา ดูเรื่อยๆ ตั้งใจบ้างบางครั้ง ร้อยละ 18.25 การเปิดหลายหน้าจอในการรับชมรายการโทรทัศน์ 2 หน้าจอ ร้อยละ 47.75 รองลงมา ไม่เปิดหน้าจออื่นๆเลย ช่องทางการเปิดรับชมสื่อหลายหน้าจอ มากสุด โทรทัศน์มีถ้อย ร้อยละ 69.75 รองลงมา คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 12.25 และ โน้ตบุ๊ก ร้อยละ 10.25 มีพฤติกรรมระหว่างการเปิดหลายหน้าจอ ในการรับชมรายการโทรทัศน์ เล่นเฟซบุ๊ก หรือ อินสตาแกรม ร้อยละ 24.31 รองลงมา สนทนาแชทไลน์คุยกับคนอื่น ร้อยละ 18.30 และเล่นเกมส์ ร้อยละ 17.12

4.3. จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมความรู้เท่าทันสื่อในการรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ พบว่า มีพฤติกรรมความรู้เท่าทันสื่อในการรับชมโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสูงสุด มีพฤติกรรมความรู้เท่าทันสื่อในการรับชมโทรทัศน์ เพราะนักเรียนรู้ว่าอะไรที่ไม่ควรลอกเลียนแบบและเป็นแบบอย่างที่ไม่ดีจากโทรทัศน์ อยู่ในระดับ มาก รองลงมา คือ นักเรียนรู้ว่าส่วนไหนของรายการที่ชอบและไม่ชอบ และสุดท้าย คือ นักเรียนคิดว่าได้ประโยชน์จากการดูโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4.4. จากการศึกษาข้อมูลความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟที่มีความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความต้องการสูงสุด ด้านองค์ประกอบรายการโทรทัศน์อยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านประเภทรายการโทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

4.4.1 ด้านองค์ประกอบรายการโทรทัศน์ มีความต้องการในระดับมาก โดยสูงสุด ความต้องการคุณภาพรายการโทรทัศน์ ด้านความสนุกสนานของรายการ รองลงมา สาระประโยชน์ของรายการ และ ความคิดสร้างสรรค์ของรายการ และ เนื้อหาเข้าใจง่าย

4.4.2 ด้านประเภทรายการโทรทัศน์ มีความต้องการในระดับปานกลาง โดยสูงสุด ความต้องการประเภทรายการตลก รองลงมา คือ ด้านรายการเพลง / คอนเสิร์ต และรายการละคร

4.4.3 ด้านเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ มีความต้องการในระดับมาก โดยสูงสุด ความต้องการด้านเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ คือ อาชีพและการศึกษาต่อ รองลงมา เนื้อหาเกี่ยวกับบทเรียน และ ข่าวสารเทคโนโลยี

4.5. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานนำมาสรุปผลการทดสอบเป็นรายด้านได้ดังนี้

4.5.1. การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลลักษณะทางประชากรของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ มีพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ สรุปได้ตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ
มีพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	f	Sig	ผลการทดสอบ
เพศ	พฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ	0.299	0.405	ไม่แตกต่าง

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	f	Sig	ผลการทดสอบ
อายุ	พฤติกรรมในการรับชมรายการ โทรทัศน์และการเปิดรับสื่อหลาย หน้าจอ	5.979	0.268	แตกต่าง
เขตการศึกษา	พฤติกรรมในการรับชมรายการ โทรทัศน์และการเปิดรับสื่อหลาย หน้าจอ	0.631	0.532	ไม่แตกต่าง

4.5.2. การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลลักษณะทางประชากรของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่มีความต้องการในชมรายการโทรทัศน์ สรุปผลได้ตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่มีความต้องการในชมรายการโทรทัศน์

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	f	Sig	ผลการทดสอบ
เพศ	ความต้องการในการรับชมรายการ โทรทัศน์	-5.379	0.000	แตกต่าง
อายุ	ความต้องการในการรับชมรายการ โทรทัศน์	1.079	0.358	ไม่แตกต่าง
เขตการศึกษา	ความต้องการในการรับชมรายการ โทรทัศน์	1.324	0.267	ไม่แตกต่าง

4.5.3. การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลลักษณะทางประชากรของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่มีการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์ สรุปผลได้ตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่มีการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	f	Sig	ผลการทดสอบ
เพศ	การรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการ โทรทัศน์	-24.479	0.000	แตกต่าง
อายุ	การรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการ โทรทัศน์	1.625	0.204	ไม่แตกต่าง
เขตการศึกษา	การรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการ โทรทัศน์	0.376	0.687	ไม่แตกต่าง

4.5.4. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ ในการรับชมรายการโทรทัศน์ กับความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์ สรุปผลได้ตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ
ในการรับชมรายการโทรทัศน์ กับความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์

	ความต้องการในการรับชมรายการ โทรทัศน์	r	Sig	ผลแสดง ความสัมพันธ์
พฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ ในการ รับชมรายการโทรทัศน์	ด้านองค์ประกอบรายการโทรทัศน์	7.867	0.867	ไม่มีความสัมพันธ์
	ด้านประเภทรายการโทรทัศน์	7.847	0.797	ไม่มีความสัมพันธ์
	ด้านเนื้อหาของรายการโทรทัศน์	4.197	0.980	ไม่มีความสัมพันธ์

4.5.5. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์กับการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์ สรุปผลได้ตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์
กับการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์

	การรู้เท่าทันสื่อผ่านการชม รายการโทรทัศน์	r	Sig	ผลแสดง ความสัมพันธ์
ความต้องการในการ รับชมรายการโทรทัศน์ กับการรู้เท่าทันสื่อผ่าน การชมรายการโทรทัศน์	ด้านองค์ประกอบรายการ โทรทัศน์	0.193	0.193	ไม่มีความสัมพันธ์
	ด้านประเภทรายการ โทรทัศน์	0.044	0.480	ไม่มีความสัมพันธ์
	ด้านเนื้อหาของรายการ โทรทัศน์	0.032	0.608	ไม่มีความสัมพันธ์

5. การอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ การเปิดรับสื่อหลายหน้าจอและ การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ พบว่า มีความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ ทุกวัน วันที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์มากที่สุด วันเสาร์ มีระยะเวลาที่ใช้เวลาชมโทรทัศน์ต่อวัน จำนวน 1 – 3 ชั่วโมง ช่วงเวลาเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ ช่วงหัวค่ำ หรือเวลา 18.01 - 20.30 น. สถานที่รายการโทรทัศน์ที่เปิดรับ อันดับหนึ่ง ช่อง 7 รองลงมา ช่อง 3 และ ช่อง 9 ประเภทรายการโทรทัศน์ที่ชอบมากที่สุด คือรายการละคร รองลงมา รายการเพลงหรือ คอนเสิร์ต และรายการตลก พฤติกรรมระหว่างการรับชมรายการโทรทัศน์ มากสุด ตั้งใจดูมีเปลี่ยนช่องบ้างแล้วกลับมาดูช่องเดิม อีก ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อหน้าจอในการรับชมรายการโทรทัศน์ สอดคล้องกับแนวคิดของ สุวิทย์สาสนพิจิตร (2557) ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทกับผู้ชมมากขึ้นส่งผลให้พฤติกรรมการรับชมของผู้ชมเปลี่ยนไปจากการรับชมรายการผ่านจอโทรทัศน์เพียงจอเดียวกลายเป็นพฤติกรรมการรับชมรายการมากกว่า 1 จอ โดยผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมระหว่างการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอในการรับชมรายการโทรทัศน์ โดยเล่นเฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรม รองลงมา สนทนาแชทไลน์คุยกับคนอื่น เยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิด ชลาริษาญชัชฎ์ (2554) ที่กล่าวไว้ว่า Digital Native หรือชาวดิจิทัล ในปัจจุบันมีอายุประมาณ 6 – 18 ปีคนกลุ่มนี้จะคุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเพื่อเล่นเกมทำการบ้านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและกิจกรรมตลอดจนติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นผ่านทางโซเชียลมีเดียต่างๆ โดยมีพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อในการรับชมโทรทัศน์ ใน

ระดับมากโดยสูงสุด ผลการศึกษาสอดคล้องกับพรหมพิมลวิปุลากร (2554) กล่าวว่า สื่อมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็กตั้งแต่เยาว์วัยการเรียนรู้ผ่านสื่อที่สำคัญเป็นการเรียนรู้การใช้ชีวิตเป็นการสร้างเสริมรูปแบบการใช้ชีวิตที่เด็กคุ้นเคยโดยปฏิบัติจนกลายเป็นชีวิตประจำวัน

2. ผลการศึกษาความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่พบว่า มีความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่พอยู่ในระดับปานกลาง มีความต้องการสูงสุด ด้านคุณภาพรายการโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ และ ด้านประเภทรายการโทรทัศน์ ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2541) ที่กล่าวว่า ความต้องการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลที่ต่างกัน โดยผลการศึกษา พบว่า ความต้องการด้านคุณภาพรายการโทรทัศน์แบบสูงสุด ถือด้านความสนุกสนานของรายการ ด้านประเภทรายการโทรทัศน์ความต้องการประเภทรายการตลก และด้านเนื้อหา รายการโทรทัศน์ สูงสุด ความต้องการด้านเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ และจากการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ ในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า พฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ ในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านรายการในการรับชมรายการโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์สูงสุด และผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ ในการรับชมรายการโทรทัศน์กับการรู้เท่าทันสื่อผ่านรายการชมรายการโทรทัศน์ สอดคล้องกับแนวคิด ของ สุภารัตน์ดิษยวรรณะจันทราวัฒนากุล (2554) ที่กล่าวว่า ความสามารถในการเข้าถึงวิเคราะห์ประเมินและบริโภคสื่ออย่างชาญฉลาดเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากในปัจจุบันวิถีชีวิตถูกแวดล้อมไปด้วยสื่อหลากหลายชนิดที่เชื่อมโยงมนุษย์กับโลกภายนอกที่อยู่รอบตัวประสบการณ์มากมายไม่ได้เกิดขึ้นโดยตรงกับผู้รับสารแต่ผู้รับสารรับรู้ประสบการณ์ เหล่านั้นผ่านกระบวนการสร้างสรรค์โดยสื่อ พบว่า ความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านองค์ประกอบ รายการโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์ ด้านการวิเคราะห์ การรู้เท่าทันสื่อและ การแชร์ แนะนำข้อมูลต่างๆสื่อ ตามลำดับ และผลการศึกษาสอดคล้องกับ แนวคิด กาญจนา แก้วเทพ (2543) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านความต้องการข่าวสารของบุคคล ทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารขึ้นแต่เนื่องจากบุคคลทุกคนมีความเป็นปัจเจกบุคคล ทำให้เกิดความต้องการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

3. จากการศึกษาเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ แตกต่างกัน โดยกลุ่มเพศหญิงจะมีค่าเฉลี่ยในการรับชมรายการโทรทัศน์ สูงกว่า กลุ่มเด็กเพศชายและ ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์ ข้อมูลลักษณะทางประชากรของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่พ ด้านอายุ ที่ต่างกัน มีผลต่อ การรู้เท่าทันสื่อผ่านการชมรายการโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิด พรหมพิมลวิปุลากร (2554) กล่าวว่า การสื่อสารไร้พรมแดนทำให้ข้อมูลข่าวสารเผยแพร่อย่างรวดเร็วทั้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์และข้อมูลที่ต้องใช้การกลั่นกรองซึ่งอาจเกินความสามารถของเด็กและเยาวชนที่จะปกป้องตนเองจากข้อมูลที่ไม่เหมาะสมกับวัยด้วยพัฒนาการตามวัยเด็กวัยรุ่นช่วง อายุ 13-18 ปีเป็นวัยที่มีการพัฒนาระบบคิดต้องการการยอมรับและเลือกรับสิ่งที่เป็นตามกระแส ทำให้ความคิดและพฤติกรรมของวัยรุ่นจะมีความต้องการเป็นแบบผู้ใหญ่อยากแสดงพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่เพื่อแสดงว่าตนเองโตแล้ว ส่วนพื้นที่การเรียนรู้ตามวัยที่ตอบสนองความต้องการตามวัยยังไม่เท่าเทียมกันในเด็กแต่ละกลุ่ม

เด็กบางส่วนไม่มีโอกาสเรียนรู้ตามวัยของตนเองหรืออาจได้รับประสบการณ์ที่เลวร้ายที่ทำให้เด็กเลือกรับพฤติกรรมที่เสี่ยงมาเป็นทางออกในการใช้ชีวิต

6. บทสรุป

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ และการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชน ในยุคดิจิทัลเนทีฟของจังหวัดนครราชสีมา 2. เพื่อศึกษาความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ของเยาวชน ในยุคดิจิทัลเนทีฟ ของจังหวัดนครราชสีมา 3. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์ของเยาวชน ในยุคดิจิทัลเนทีฟของจังหวัดนครราชสีมาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมโดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนที่มีอายุในช่วง 6 - 18 ปี อยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 13 - 15 ปี มากที่สุด อยู่ในเขตพื้นที่การศึกษานอกเมือง ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์พบว่า ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทุกวัน สูงที่สุดส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์วันเสาร์ ใช้ระยะเวลาการชมโทรทัศน์ต่อวัน 1 - 3 ชั่วโมง ในช่วงเวลาหัวค่ำ (18.01 - 20.30 น.) สูงที่สุด รายการโทรทัศน์ที่ชอบ มากที่สุดคือ รายการละคร มีพฤติกรรมระหว่างการรับชมรายการมากที่สุดคือตั้งใจดู แม้นเปลี่ยนช่องบ้างแล้วกลับมาดูช่องเดิมอีก โดยมีการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอกิจการศึกษาค้นคว้าข้อมูลพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อในการรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟพบว่า มีพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เยาวชนมีความต้องการในการรับชมโทรทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 1. การศึกษาต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการเปิดรับชมโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ จำแนกหรือเปรียบเทียบตามประเภทรายการโทรทัศน์ เพื่อผลการศึกษากจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนารายการโทรทัศน์ให้เหมาะสมกับเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ 2. การศึกษาต่อไปควรศึกษาทัศนคติและแรงจูงใจในการการเปิดรับชมโทรทัศน์ของเยาวชนในยุคดิจิทัลเนทีฟ เพื่อผลการศึกษากจะใช้เป็นแนวทางในการจัดผังรายการและวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการผลิตและนำเสนอรายการโทรทัศน์ให้เกิดความเหมาะสมสูงสุด 3. การวิจัยใดๆที่ใช้เด็กเป็นเครื่องมือ ควรการทำงานวิจัยกับเยาวชนนั้น เป็นไปอย่างอิสระ โดยปราศจากครู ผู้ปกครอง หรือผู้วิจัย ควรปล่อยให้เยาวชนได้ทำแบบสอบถาม หรือเสนอความคิดเห็นต่างๆได้ โดยปราศจากการควบคุม

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้มีสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เกิดจากความเอาใจใส่และความกรุณา ผศ.ดร.ลักษณา คล้ายแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษางานค้นคว้าอิสระที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้ข้อเสนอแนะ และข้อแก้ไขบกพร่องต่างๆในการเขียนงานค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณท่านไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ร.ศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ ประธานกรรมการ ที่ให้คำแนะนำครั้งนี้ ในการทำวิจัยตลอดจนได้ตรวจสอบงานวิจัยและ ร.ศ.ดร.กฤษณา เกิดดี กรรมการที่ให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยให้เข้าใจมากขึ้นและคุณครูทุกโรงเรียนในจังหวัดนครราชสีมา และเด็กนักเรียนทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ที่กรุณาให้ข้อมูลในการเก็บแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดครบถ้วน

ท้ายนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ที่ให้การอุปการะอบรมเลี้ยงดู ตลอดจนส่งเสริมการศึกษาและให้กำลังใจเป็นอย่างดี อีกทั้งขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา และขอขอบพระคุณเจ้าของเอกสารและงานวิจัยทุกท่าน ที่ผู้ศึกษาค้นคว้าได้นำมาอ้างอิงในการทำวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ขนิษฐา ชวนชื่น. (2550). *การศึกษาความต้องการของผู้ปกครองที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา สั้นค่าสำหรับเด็กทางโทรทัศน์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชลาธิป ชาญฤกษ์. (2554). *Digital Native vs Digital Immigrant*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราและหนังสือวิชาการ สถาบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปรเม สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- ประกายดาว แบ่งสันเทียะ. (2557). *เรื่องส่องคนเสฟ สื่อปี '57 นิตยสารแพดแพลตฟอร์ม*. สืบค้น 2 มกราคม 2559. <http://www.bangkokbiznews.com>.
- พรรณพิมล วิปุลากร. (2554). *อ่านสื่อได้ใช้สื่อเป็น เพิ่มพื้นที่สื่อสารภาคประชาชน*. กรุงเทพฯ: แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชน (สสย).
- สำนักวิจัยเอแบคโพลล์. (2546). *เรื่องสื่อทีวีที่เกี่ยวข้องกับเด็ก*. สืบค้น 1 มกราคม 2559, จาก http://www.archanwell.org/webboard/show.php?Category=board_1&No=147
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2557). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศ*
- สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัดนากุล. (2554). *เรื่องรู้เท่าทัน โซเชียลมีเดีย*. กรุงเทพฯ: แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชน (สสย).
- สุวิทย์ สาสนพิจิตร. (2557). *นิตยสาร ASTV ผู้จัดการสุดสัปดาห์ ฉบับที่ 227*. สืบค้น 1 มกราคม 2559. <http://www.manager.co.th>.