

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

ปัจจุบันสื่อใหม่เป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของคนในสังคม จากเดิมที่เปิดรับสื่อมวลชนเป็นหลัก อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง นิตยสารและหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ มาเป็นการเปิดรับสื่อใหม่ในโลกออนไลน์ โดยจากรายงาน “ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 (Thailand Internet User Profile 2011)” ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA ซึ่งจำแนกกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็น 4 เจเนอเรชัน ได้แก่ Gen x (35-50 ปี), Gen y (15-34 ปี), Gen z (น้อยกว่า 15 ปี) และ Baby Boomer (51 ปีขึ้นไป) ผลการสำรวจพบว่า กลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 54.2 ชั่วโมง/สัปดาห์ (เฉลี่ยวันละเกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน) โดยใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา ซึ่ง กิจกรรมยอดนิยมอันดับ 1 คือ Social Network Social Network โดยคนไทยนิยมใช้เฟซบุ๊ก บ่อยที่สุด 92.1% (ครองแชมป์ปีที่ 3 ติดต่อกันตั้งแต่ปี 2556-2558) อันดับ 2 คือ ไลน์ สอดคล้องกับการสำรวจของ Zocial inc. บริษัทด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ Social Network ได้ทำการสำรวจคนไทยกว่า 655 คน เกี่ยวกับการใช้ Social Media ในชีวิตประจำวันตั้งแต่ต้นจนจบวัน พบว่า คนไทยใช้ เฟซบุ๊ก มากถึงร้อยละ 99 ใช้ ไลน์ ร้อยละ 84 โดยกิจกรรมที่ใช้กันมากที่สุดคือ การคอมเมนต์ใต้โพสต์ ร้อยละ 91 การกด Like และ Share เพจ ร้อยละ 79 และการแชร์ Video Clip ร้อยละ 68 ทั้งนี้ ลำดับความนิยมในการใช้สื่อสังคม อาจแตกต่างกันบ้าง กล่าวคือ “ผลสำรวจพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน” ของบริษัทมายรั่ม (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 197 คน อายุ 15 – 45 ปี ทั้งเพศชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ระหว่างวันที่ 1 – 14 พฤษภาคม 2558 พบว่า แอปพลิเคชันที่มีการใช้งานมากที่สุดคือ “ไลน์” คิดเป็นร้อยละ 37% โดยมีการใช้งานเฉลี่ย 261 นาที/คน/วัน และเปิดใช้ถึง 58 ครั้ง/คน/วัน ช่วงเวลาที่มีการใช้งานมากที่สุดอยู่ในช่วง 20.01 – 24.00 น. การใช้งานในลำดับรองลงมาคือ เฟซบุ๊ก ร้อยละ 14 และยูทูบ ร้อยละ 6

จากพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลข้างต้น ส่งผลให้กระบวนการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยเปลี่ยนสภาพจากการสื่อสารทางเดียว กล่าวคือผู้รับสารได้รับทราบข่าวสารจากองค์กรสื่อเป็นหลัก มาเป็นการสื่อสารสองทาง ที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีทันใด อีกทั้งตัวผู้รับสารเองก็สามารถสลับบทบาทไปเป็นผู้ส่งสารได้พร้อมกัน บทบาทที่เปลี่ยนไปนี้ ทำให้สื่อโซเชียล โดยเฉพาะ เฟซบุ๊ก และไลน์ เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นแหล่งหรือช่องทางการสื่อสารที่แพร่ขยาย

ไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สื่อดังกล่าวเป็นที่รวมของข่าวลือ เนื้อหาลวง หรือเรื่องราวที่หมิ่นเหม่ต่อกฎหมาย โดยที่ผู้รับสารไม่สามารถกรองข้อมูลข้อเท็จจริงเหล่านั้นได้ชัดเจน แต่กลับทำหน้าที่ส่งต่อเนื้อหาเหล่านั้นด้วยความไม่รู้เท่าทัน ก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางความคิดและความเสียหายแก่บุคคลในด้านต่างๆ เช่น ด้านโภชนาการ ด้านการรักษาสุขภาพ ด้านการเมือง ฯลฯ

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ทำหน้าที่ผลิตนักนิเทศศาสตร์ เพื่อไปทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร นั่นคือการผลิตเนื้อหาหรือสารเพื่อสื่อสารไปยังมวลชนผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ รวมทั้งสื่อใหม่ด้วย อย่างไรก็ตามตามสาขาวิชานิเทศศาสตร์ยังไม่เคยทำการสำรวจว่านักนิเทศศาสตร์ที่ผลิตออกไปนั้นมีความรู้เท่าทันสื่อมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ความรู้เท่าทันสื่อใหม่” จึงเป็นที่มาของความสนใจของคณะวิจัยซึ่งมุ่งที่จะศึกษาทักษะ “รู้เท่าทันสื่อ” ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ โดยมุ่งวัดระดับความรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษาผ่านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ได้แก่ เฟซบุ๊ก และไลน์ เนื่องจากเห็นว่านักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์เป็นผู้ศึกษาด้านการสื่อสารย่อมมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสื่อสารที่ต้องเน้นความถูกต้องของข้อเท็จจริงเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงควรมีทักษะ “เท่าทันสื่อ” ไม่ตกเป็นเครื่องมือในการช่วยเผยแพร่เนื้อหาที่ปนด้วยผลประโยชน์แอบแฝง หรือมือคดปนเปื้อน

คำถามวิจัย

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช รู้เท่าทันสื่อใหม่ในระดับใด โดยมุ่งวัดระดับดังกล่าวจากพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์
2. นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์อย่างไร

ผู้วิจัยเชื่อว่าผลการศึกษา “ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์” ของนักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช” จะช่วยให้สาขาวิชานิเทศศาสตร์สามารถนำผลการศึกษามาเพื่อใช้ในการพัฒนาหลักสูตร เอกสารประกอบการสอน และการฝึกปฏิบัติเสริมทักษะเพื่อกระตุ้นและปรับปรุงความรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษา รวมทั้งนำผลการวิจัยมาประกอบการแสวงหาแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งสองประเภทเพื่อประโยชน์ในการจัดบริการด้านการเรียนการสอน การให้คำปรึกษา และการสร้างเครือข่ายบริการวิชาการแก่นักศึกษาให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษา

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
3. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชกับลักษณะประชากร
4. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชกับลักษณะประชากร
5. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ขอบเขตการวิจัย

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยครั้งนี้ศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่ลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2559 โดยสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาทั้งหมดที่เข้าอบรมประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์ในปีการศึกษา 2559

ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ สองประเภทคือเฟซบุ๊ก และไลน์ และใช้แนวคิดการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่จากความสามารถของผู้ใช้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ใน 12 ด้านซึ่งพัฒนาโดย Jenkins et al (2006) เป็นกรอบในการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อในการวิจัย

นิยามศัพท์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่ใช้สื่อสารระหว่างกันบนเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generate Content: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง โดยการวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษาเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กและไลน์

ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ หมายถึง ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ 12 ด้าน ซึ่งพัฒนาโดย Jenkins et al. (2006) ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ดังกล่าวได้ถูกนักวิจัยหลายท่านนำมาเป็นกรอบการวิจัยเพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อใหม่ (Literat 2014, Ahn 2013, Papaioannou 2011) คณะผู้วิจัยเห็นว่าเป็นกรอบศึกษาการรู้เท่าทันสื่อใหม่ที่ทันสมัยและมีการใช้อย่างกว้างขวางพอสมควรใน

ต่างประเทศ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของ Jenkins et al. (2006) มาพัฒนาเป็นกรอบในการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ในการวิจัยนี้ การรู้เท่าทันสื่อใหม่ของ Jenkins et al. (2006) มุ่งความสนใจการรู้เท่าทันสื่อจากความสามารถทั้ง 12 ด้าน ได้แก่

1. Play ความสามารถในการทดลองใช้เครื่องมือของเฟซบุ๊กและไลน์ เช่น การทดลองใช้เครื่องมือเพื่อแชร์ของเฟซบุ๊ก หรือการส่งต่อภาพที่ได้รับมาทางไลน์ เป็นต้น
2. Performance ความสามารถในการใช้และเข้าใจเครื่องมือในการสร้างตัวตนในเฟซบุ๊กและไลน์ เช่น การสร้างโปรไฟล์ของตนเองโดยใส่ภาพ และตั้งชื่อ เป็นต้น
3. Simulation ความสามารถในการตีความและสร้างแบบจำลองของโลกเสมือนจริงในเฟซบุ๊กและไลน์ เป็นความสามารถในการทำความเข้าใจสถานการณ์ที่ผู้อื่นประสบและนำมาแชร์ในเฟซบุ๊กหรือไลน์ โดยที่ไม่จำเป็นต้องอยู่ร่วมหรือมีประสบการณ์ในเหตุการณ์นั้นๆ เช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวไทยซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทยตีความเหตุการณ์โรงไฟฟ้านิวเคลียร์รั่วที่ประเทศญี่ปุ่น การอพยพเคลื่อนย้ายผู้ประสบไฟป่าในออสเตรเลีย เป็นต้น
4. Appropriation ความสามารถในการผสมผสานและปรับใช้เนื้อหาข้อมูลที่ได้รับจากเฟซบุ๊กและไลน์ เพื่อสร้างเนื้อหาของตนเอง เช่น การแชร์ link ของเฟซบุ๊กไปยังไลน์ หรือการนำรูปภาพในไลน์ไปโพสต์ในเฟซบุ๊ก เป็นต้น
5. Multitasking ความสามารถในการทำงานหลายๆอย่างพร้อมกัน เช่น การเปิดเว็บเพจหลายเว็บเพจพร้อมกัน หรือการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในเวลาเดียวกัน เป็นต้น
6. Distribution cognition ความสามารถในการปฏิสัมพันธ์อย่างมีความหมายด้วยเครื่องมือต่างๆของเฟซบุ๊กและไลน์ เช่น การแสวงหาข้อมูล เป็นต้น
7. Collective Intelligence ความสามารถในการดึงความรู้หรือข้อมูลจากเฟซบุ๊กและไลน์มาใช้ตอบสนองเป้าหมายต่างๆ เช่น การติดต่อเพื่อนทางเฟซบุ๊กหรือไลน์เพื่อหาคำตอบในเรื่องบางเรื่อง หรือการขอความช่วยเหลือจากเพื่อนในเฟซบุ๊กหรือไลน์ เป็นต้น
8. Judgement ความสามารถที่จะประเมินและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลและความมั่นใจที่มีต่อแหล่งข้อมูล เช่น ความสามารถในการจำแนกความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น
9. Transmedia navigation ความสามารถที่จะติดตามการไหลของเนื้อหาและข้อมูลข้ามช่องทางสื่อต่างๆ เช่น การค้นข้อมูลสืบเนื่องจากประเด็นทางเฟซบุ๊กที่เพื่อนแชร์มา หรือการกด Like กลุ่มละครเกาหลีทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น
10. Networking การสร้างเครือข่าย สร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นๆ เช่น การแชร์ link ข่าวหรือข้อมูลทางเฟซบุ๊ก หรือ ไลน์
11. Negotiation ความสามารถที่จะมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และยอมรับทำความเข้าใจกับคนจากต่างกลุ่ม

12. Visualization ความสามารถในการคิดจากภาพหรือทำความเข้าใจสิ่งต่างๆจากภาพ การวัดทักษะทั้ง 12 ด้านดังกล่าววัดจากการให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินความสามารถของตนเองใน 5 ระดับคือ ดีเยี่ยม ดีมาก พอใช้ น้อย น้อยที่สุด

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก และไลน์) หมายถึง จำนวนครั้งและวิธีการใช้ที่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ใช้ในการทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านเครื่องมือที่เฟซบุ๊ก และไลน์ จัดเตรียมไว้

กรอบแนวคิดการวิจัย



งานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ซึ่งประกอบด้วยดัชนีชี้วัดความสามารถ 12 ด้าน(ตามแนวคิดของ Jenkins et al. (2006)) และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมทั้งประเภทเฟซบุ๊ก และไลน์ ของนักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์ระดับปริญญาตรีมีความแตกต่างกันตามลักษณะประชากรได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ

- ตัวแปรต้น ได้แก่ ลักษณะทางประชากร
- ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ และพฤติกรรมการใช้สื่อ เฟซบุ๊ก และไลน์

2. ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม เฟซบุ๊กและไลน์

- ตัวแปรต้น ได้แก่ ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่
- ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์

สมมติฐาน

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรมการใช้สื่อ เฟซบุ๊ก และ ไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีความสัมพันธ์กับลักษณะประชากร
2. ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อ เฟซบุ๊ก และไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นำผลการศึกษามาประกอบการแสวงหาแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งสองประเภทเพื่อประโยชน์ในการจัดบริการด้านการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การให้คำปรึกษา และการสร้างเครือข่ายบริการวิชาการแก่นักศึกษาให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพสังคมต่อไป