

ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่
เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Video Exposure on YouTube that Affect Inappropriate
Behavior of Teenagers in Bangkok



ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่ม
วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Video Exposure on YouTube that Affect Inappropriate Behavior of
Teenagers in Bangkok

ณิรนุช แก้วเนิน

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



© 2563

ฉัตรนุช แก้วเนิน

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง ป้ายการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของ
กลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ธีรณัฐ แก้วเนิน

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง)



(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

18 กรกฎาคม 2563

ณิรณู แก้วเนิน. ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, กรกฎาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร (60 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube กับพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเนื้อหาด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบารคกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.952 และแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นอายุ 11 – 21 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube จำนวน 119 คน และใช้วิธีการทางสถิติ 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กับสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติตค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน สำหรับวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน พบกว่าปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม และด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: ปัจจัยการเปิดรับสื่อ, พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม, YouTube

Kaewnern, N. M.Com.Arts. (Strategic Communications)., July 2020, Graduate School, Bangkok University.

Factors Affecting Video Exposure on YouTube that Affect Inappropriate Behavior of Teenagers in Bangkok (60 pp.)

Advisor: Assoc. Prof. Pornprom Chomngam, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this study were to study the relationship between video exposure factors on YouTube and inappropriate behavior of teenagers in Bangkok. Is a quantitative research by using questionnaires as a tool for data collection Test the accuracy and confidence of the content by using the Cronbach's alpha coefficient method with a sample of 30 people. Got a confidence level of 0.952 and distributed questionnaires to teenagers aged 11 - 21 years old living in Bangkok Which has the behavior of exposure to video media on YouTube, amount 119 people and using 2 types of statistical methods which are descriptive statistics Which consists of frequency, percentage, arithmetic mean And standard deviation for describing general information of respondents and inferential statistics such as Pearson's correlation statistics For analyzing the relationship of 2 independent variables found over the factors of video exposure on YouTube regarding personality and personal psychology Social conditions And the environment outside the communication system affect the behavior of inappropriate expression of teenagers in Bangkok. It was statistically significant at 0.01 levels that confirmed the hypothesis of this study.

Keywords: Media exposure factors, Improper Expression Behavior, YouTube

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม และรองศาสตราจารย์วัฒนา สุนทรชัย ที่ถ่ายทอดความรู้ ให้คำปรึกษาเรื่องสถิติแก่ผู้วิจัย รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ในหลักสูตรการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่กรุณาให้ความรู้ ชี้แนะ ให้คำปรึกษารวมถึงสละเวลาในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องของงานตลอดระยะเวลาของการทำการค้นคว้าอิสระจนสำเร็จลุล่วงและมีความสมบูรณ์ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยและพัฒนาการค้นคว้าอิสระผู้วิจัยได้รับความรู้และประโยชน์มากมายที่เกิดขึ้นระหว่างการศึกษาซึ่งเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่ายิ่ง ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ณิรนุช แก้วเนิน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย	5
1.4 ปัญหาในการวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 สมมติฐานการวิจัย	5
1.7 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อ	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ YouTube	17
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม	22
2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น	31
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	37
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	38
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	38
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย (ต่อ)	
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	42
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	44
4.2 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube	46
4.3 พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร	49
4.4 การทดสอบสมมติฐาน	52
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	55
5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
5.2 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube	55
5.3 พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม	56
5.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	57
5.5 อภิปรายผลการวิจัย	57
5.6 ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	67
ประวัติผู้เขียน	75
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: การแบ่งวัยตามอายุ	36
ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงผลทดสอบการคำนวณค่าความเชื่อถือได้	42
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	44
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	44
ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	45
ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	45
ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล	46
ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม	47
ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร	48
ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย	49
ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา	50
ตารางที่ 4.10: ทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร	52
ตารางที่ 4.11: ทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12: ทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube	53
ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร	
ตารางที่ 4.13: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	54



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรม บุคคล สังคม	24
ภาพที่ 2.2: หลักทฤษฎี Cognitive and Behavioral Theories Model	32
ภาพที่ 2.3: กรอบแนวคิด	37



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันมีการพัฒนาสื่อเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนในสังคม ในการเปิดรับสื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อหาความบันเทิง โดยที่ไม่ต้องเดินทางออกจากที่พักอาศัย ก็สามารถได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการพอสมควร ยิ่งสังคมในปัจจุบันเป็นยุคที่กลุ่มคนทุกช่วงวัยสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้อย่างสะดวกและรวดเร็วเพียงปลายนิ้วสัมผัส ซึ่งสื่อวิดีโอที่ได้รับความนิยมอย่างมากที่สุดในตอนนี้ คือ แอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ YouTube ที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ร้อยละ 95 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึง YouTube ได้ ประชากรกว่าร้อยละ 60 หันมานิยมดู YouTube มากกว่าการดูโทรทัศน์ และ 1 ใน 3 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตถูกดึงดูดความสนใจด้วย YouTube (สถิติผู้ใช้และเรื่องที่น่าสนใจบนแพลตฟอร์ม YouTube ในปี 2019, 2562) YouTube จึงกลายเป็นช่องทางการเปิดสื่อเพื่อความบันเทิงที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น โดยที่มีภาพเนื้อหาที่น่าสนใจ สามารถค้นหาได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล และยังมีอาชีพเกิดขึ้นใหม่นั้นคือ Youtuber ซึ่งเกิดช่องโหว่ของเนื้อหาอย่างมากมายที่สามารถควบคุมได้ยาก รวมถึงการที่เด็กวัยรุ่นมอง Youtuber เป็นแบบอย่างในการใช้ชีวิต เนื่องจากสิ่งที่เด็กวัยรุ่นต้องการนั้นคือการได้รับการยอมรับ และมีตัวตนในสังคม ซึ่งเว็บไซต์ YouTube แม้จะเต็มไปด้วยสื่อสร้างสรรค์มากมาย แต่ก็ยังมีกลุ่ม Youtuber บางคนเผยแพร่คลิปวิดีโอที่ไม่สร้างสรรค์ก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ จนไปถึงทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ทรัพย์สินและสุขภาพจิตด้วย (“Piraporn Witoorut”, 2563) สื่อวิดีโอ YouTube ที่มีหมวดหมู่ให้เลือกตามความสนใจ ได้แก่ ประเภท ภาพยนตร์ ประเภทเพลง ประเภทรายการทีวี และหมวดหมู่วิดีโอบนเว็บ ซึ่งแต่ละหมวดหมู่ก็สามารถเลือกเป้าหมายให้ตรงกับความต้องการได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย YouTube จึงเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารเข้าถึงจินตนาการและความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นได้ดีที่สุด (“YouTube ความช่วยเหลือ”, ม.ป.ป.)

อิทธิพลของสื่อที่ทำให้ผู้รับเกิดพฤติกรรมเลียนแบบ มักเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันมายาวนาน ว่าสื่อสามารถสร้างพฤติกรรมทั้งด้านบวกและด้านลบให้แก่ผู้รับสื่อได้จริงหรือไม่ ดังนั้น

ประเด็นเรื่องผลกระทบอันเกิดจากการเปิดรับสื่อเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่นักวิชาการได้ทำการศึกษามาโดยตลอด ถ้าพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้แล้ว พบว่าเยาวชนไทยเป็นส่วนหนึ่งของการได้รับผลกระทบดังกล่าวด้วย ยิ่งในปัจจุบันการสื่อสารถูกพัฒนาขึ้นในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารโดยผ่านทางสื่อที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ Tablet อินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หรือจะเป็นการสื่อสารกลางแจ้งต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตามในบรรดาสื่อทั้งหลายที่มีถูกนำมาใช้ในการสื่อสารทั้งเพื่อความบันเทิงหรือเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

หากกล่าวถึงกลุ่มเด็กวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เป็นวัยที่เชื่อมต่อระหว่างวัยเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่ และเป็นวัยที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าได้อย่างรวดเร็ว จึงต้องมีการปรับตัวหลายด้านพร้อม ๆ กัน การเรียนรู้กลุ่มวัยรุ่นจึงมีประโยชน์ทั้งต่อการส่งเสริมให้เติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่ดีแล้ว จะช่วยป้องกันปัญหาต่าง ๆ ในวัยรุ่นอีกด้วย หากวัยรุ่นนั้นจะโตมาเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ ก็ขึ้นอยู่กับให้ความสำคัญของคนในสังคม การดูแลอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว รวมไปถึงโรงเรียน แต่ถ้าได้รับการเลี้ยงดูแบบผิดๆ เช่น การเลี้ยงดูแบบควบคุม (Authoritarian Parenting Style) การเลี้ยงดูแบบตามใจ (Permissive Parenting Style) การเลี้ยงดูแบบทอดทิ้ง (Uninvolved Parenting Style) เป็นต้น หากทางครอบครัวอบรมเลี้ยงดูเช่นนี้อาจเกิดผลเสียในหลายด้าน เช่น ก้าวร้าว ไม่มีความมั่นคงทางอารมณ์ ไม่เชื่อฟังคนอื่น ขาดทักษะการอยู่ร่วมกับผู้อื่น มีพฤติกรรมเสี่ยง มองโลกในแง่ร้าย เป็นต้น เป็นอันตรายทั้งต่อตนเอง และผู้อื่น ในกลุ่มวัยรุ่นต่างนิยมสรรหาวิธีการที่จะเข้าถึงสื่อได้ตามคนในสังคมเพื่อทำตามค่านิยม เพื่อความบันเทิง เพื่อการเข้าสังคม และยิ่งมีการเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ง่ายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน (Smartphone) แท็บเล็ต (Tablet) คอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นอุปกรณ์สามารถเชื่อมต่อเข้าถึงได้ทุกพื้นที่ที่มีอินเทอร์เน็ต ถึงแม้การเปิดรับวิดีโอบน YouTube จะให้ความบันเทิงแก่กลุ่มวัยรุ่นที่รับชมแต่ก็ยังมียอดจำกัดอีกมากมาย หากกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้รับชมวิดีโอขาดคุณธรรม จริยธรรม สามัญสำนึก การรู้จักเคารพสิทธิของผู้อื่น หากผู้ใช้ไม่ระมัดระวังการใช้สื่อเหล่านี้ก็จะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสังคมไทย (“การเลี้ยงดูของพ่อแม่”, 2561)

การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์ วัยรุ่นจะเกิดความวิตกกังวลในเรื่องของรูปร่างหน้าตา เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยของการเร่งการเจริญเติบโตทั้งในทางชีวะ สรีระ และจิตวิทยา เป็นวัย

เร่งสร้างสุขนิสัย เร่งปรับตัว เร่งทางวิชาการ และเริ่มเลือกอาชีพ เรียกว่าเป็นการเร่งการเจริญเติบโตในทุกด้าน มีลักษณะทางอารมณ์ที่รุนแรงแต่อ่อนไหว ไม่มั่นคง หากต้องการอะไรจะทำได้ ถ้าถูกขัดขวางจะตอบโต้อย่างรุนแรง แต่ความต้องการนั้นจะเปลี่ยนแปลงได้ง่าย จะเปลี่ยนไปตามความต้องการความสนใจใหม่ๆ อยู่เสมอโดยการติดตามบุคคลที่มีความสำคัญในสังคมที่ให้ความรู้หรือเป็นแบบอย่างในด้านที่ตัววัยรุ่นนั้นชื่นชอบ จากการเปิดรับสื่อรับชมวิดีโอต่าง ๆ บน YouTube แต่หากรับชมจากบุคคลที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือปลูกฝังสร้างค่านิยมแบบผิดๆ อาจเกิดผลเสียตามมาทีหลังได้ ผู้ปกครองควรให้ความสนใจ ดูแลเอาใจใส่เข้าไปอยู่ในโลกของบุตรหลาน หรือเด็กในปกครอง คอยติดตามความเคลื่อนไหวของสื่อที่บุตรหลานรับชม เพราะเด็กวัยรุ่นในยุคปัจจุบันอาจจะยังแยกไม่ออกว่าอะไรคือ “โลกความจริงหรือโลกแห่งจินตนาการ” การพัฒนาการเพิ่มขึ้นของความต้องการทางเพศ ทำให้วัยรุ่นเกิดความสนใจในเพื่อนต่างเพศ ต้องการเป็นที่รู้จัก เป็นที่สนใจ ต้องการความรู้เพศศึกษา และการแนะนำในการเตรียมตัวเข้าสู่สังคมของวัยรุ่นชายและหญิง เนื่องจากในสังคมไทยยังไม่มีที่ยอมรับเรื่องนี้ในกลุ่มวัยรุ่น ส่วนใหญ่ผู้ปกครองจะชอบคิดว่าบุตรหลานยังเด็ก ยังไม่ถึงวัยที่จะต้องเรียนรู้หรือศึกษา แต่ในสื่อมีการเปิดกว้าง กลุ่มวัยรุ่นสามารถเข้าถึงได้ทุกรูปแบบอาจเกิดการอยากรู้อยากลอง โดยไม่มีความรู้หรือทราบถึงวิธีป้องกันอย่างถูกวิธี จึงเกิดปัญหาขึ้นในสังคมแบบทุกวันนี้ วัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เพราะกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีอำนาจค่อนข้างสูงของในสังคม จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันหลายสิ่งหลายอย่างที่เกิดขึ้นมักเกิดจากกลุ่มวัยรุ่น หรือตั้งกลุ่มเป้าหมายไปที่วัยรุ่น เกิดการผลิต จัดถ่ายทำสื่อวิดีโอเพื่อคนกลุ่มนี้โดยเฉพาะ อีกทั้งคนกลุ่มนี้ยังมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากคนวัยอื่น ๆ ทั้งในด้านบุคลิกภาพ กิจกรรม ความต้องการ และความสนใจ จึงจำเป็นต้องศึกษาทำความเข้าใจถึงลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มคนในวัยรุ่นอย่างแท้จริง โดยอาศัยแนวคิดเรื่องจิตวิทยาวัยรุ่นมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์หาสาเหตุแห่งพฤติกรรมต่าง ๆ ของวัยรุ่น ดังนั้นในการศึกษาถึงพฤติกรรมของวัยรุ่น จึงจำเป็นต้องใช้กรอบความคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่นมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ (“ศรีประภา ชัยสินธพ”, ม.ป.ป.)

สำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube ของกลุ่มวัยรุ่นนั้น ในปัจจุบันมักเห็นได้อย่างเด่นชัด โดยการแสดงออกให้เห็นถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นมาจากหลายปัจจัยประกอบกัน เช่น ปัจจัยทางด้านครอบครัว ปัจจัยทางสังคม ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งวัยรุ่นเป็นวัยที่กำลังอ่อนไหวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เป็นวัยที่ต้องการความรัก ความเข้าใจจากคนรอบ

ข้างเป็นอย่างมาก และต้องการให้ตนเองเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนฝูง ดังนั้นวัยรุ่นจึงต้องการสิ่งที่จะช่วยนำทางและชี้แนะให้ตนเองสามารถที่จะดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข และประสบความสำเร็จทั้งได้รับการยอมรับจากผู้อื่น สื่อวิดีโอบน YouTube จึงเป็นทางเลือกที่วัยรุ่นหันมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตตามต้นแบบที่พวกเขามีความชื่นชอบที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นทางลบหรือทางบวกขึ้นอยู่กับความต้องการของวัยรุ่นคนนั้น ๆ (บทบาทของอินเทอร์เน็ตในสื่อสังคมไทย, 2558)

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นว่า กลุ่มเด็กวัยรุ่นที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมนั้นส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นที่มีปัญหาจากสภาพจิตใจ สภาพสังคม สิ่งแวดล้อม ที่อาศัยอยู่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มวัยรุ่น หรือได้รับการอบรมสั่งสอนไม่ดีเท่าที่ควร แต่เด็กวัยรุ่นบางกลุ่มมีพฤติกรรมคือรั้น ไม่เชื่อฟังคำอบรมสั่งสอนของผู้ใหญ่ มีความคิดเป็นของตนเอง คิดและเชื่อไปเองในด้านที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม ส่วนใหญ่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากค่านิยม ความเชื่อแบบผิดๆ ต้องการที่จะเป็นที่รู้จักและให้คนในสังคมยอมรับ หรือคนกลุ่มรุ่นเดียวกัน จากการเปิดรับสื่อวิดีโอที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมนั้น ยังเป็นปัญหาในสังคมที่ผู้ใหญ่ยังไม่สามารถเข้าถึงโลกของกลุ่มวัยรุ่นได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของกลุ่มวัยรุ่น โดยศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาแนวทางส่งเสริม สนับสนุนให้วัยรุ่นได้กระทำพฤติกรรมที่เหมาะสม สามารถแยกความจริงกับจินตนาการออกจากกันได้ เลือกรับชมในสื่อวิดีโอที่ให้ประโยชน์ ความรู้ หรือความบันเทิงที่ไม่มีความรุนแรง หรือการกระทำที่ไม่เหมาะสม นำไปสู่การเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube กับพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรม การแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร จำนวน 119 คน ตั้งแต่ช่วงเดือน ธันวาคม 2562 ถึง เดือนพฤษภาคม 2563

1.4 ปัญหาการวิจัย

1. ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครเป็น อย่างไร
2. พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
3. ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม ของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครอย่างไร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร
3. สามารถนำผลของการวิจัยไปเป็นข้อมูลให้กับผู้ปกครองได้
4. สามารถนำผลของการวิจัยไปเป็นข้อมูลให้กับโรงเรียนทั่วไปไว้ใช้วิเคราะห์พฤติกรรมและ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวัยรุ่น

1.6 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ด้านสภาพ ความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ แสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7 นิยามศัพท์

1. ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอ หมายถึง สาเหตุในการเลือกรับสื่อ เช่น การดู การรับชมเนื้อหา วิดีโอหมวดหมู่ต่าง ๆ ตามความต้องการของบุคคลที่เปิดรับ
2. YouTube หมายถึง เว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพและวิดีโอระหว่างผู้ใช้ฟรี โดยนำ เทคโนโลยี Adobe Flash Player มาใช้ในการแสดงวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเข้าดูวิดีโอต่าง ๆ พร้อมทั้ง

เป็นผู้อัปโหลดวิดีโอได้ฟรี เมื่อสมัครสมาชิกแล้วผู้ชมจะสามารถใส่ภาพวิดีโอและแบ่งปันภาพวิดีโอให้คนอื่น แต่หากไม่ได้สมัครสมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดดูวิดีโอที่ผู้ใช้ใส่ไว้ได้ แต่ไม่สามารถเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอได้

3. พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกมาทั้งทางสีหน้า ท่าทาง หรือคำพูด ที่เป็นผลมาจากการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube

4. วัยรุ่น หมายถึง เยาวชน บุคคลที่อยู่ในช่วงที่มีการพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสติปัญญา ทำให้การกำหนดช่วงอายุของกลุ่มวัยรุ่นสามารถเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยหลายด้าน อาทิเช่น ครอบครัว สภาพสังคม สิ่งแวดล้อมรอบด้าน เป็นต้น ทางผู้วิจัยจึงขอ กำหนดนิยามของคำว่าวัยรุ่นให้ชัดเจนเพื่อใช้เฉพาะในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ว่า วัยรุ่น คือ บุคคลที่มีอายุระหว่าง 11 ถึง 21 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube และพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ YouTube

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม

2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น

2.6 กรอบแนวคิด

2.1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับสื่อของบุคคลนั้น (Todd Hunt & Brent d. Ruben, 1993, หน้า 50-52 อ้างในประมว สตะเวทิน, 2544, หน้า 20-21) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้รับรู้ถึงสื่อ ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน

ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกรับสื่อ การเลือกรับข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับสื่อข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและการใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสาร คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบเล่นอินเทอร์เน็ต บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์

7. สถานะ (Context) สถานะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสาร เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับสื่อ ข่าวสาร ที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะ

การอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกกระบวนการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันมากนัก (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 อ้างใน ปารวี อุปัทม์, 2551 หน้า 27-28)

MCCombs & Becker, (1979 อ้างใน นันทินี พิศวิลัย, 2558, หน้า 16-17) มีแนวคิดว่าการ
 บุคคลทั่วไปแต่ละคนมีการเปิดรับสื่อเพื่อการตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ จากการเปิดรับสื่อ ทำให้เป็นคนที่เห็นเหตุการณ์ ทันสมัย

2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับสื่อทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เพื่อเป็นการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ตนเองพบเจอแปลกใหม่ หรือในชีวิตประจำวัน

3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อไปใช้ในการพูดคุยกับบุคคลอื่นได้

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว หรือในสังคม

ปารวี อุบลัมภ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์มากที่สุด คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 62.25 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วิทยุ และนิตยสาร ตามลำดับ มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง สถานที่ในการเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์ส่วนใหญ่เปิดรับจากที่บ้าน ใช้ช่วงเวลาที่ไม่นานจนเกินไป แต่โอกาสในการเปิดรับสื่อ

กล่าวโดยสรุปคือ ปัจจัยการเปิดรับสื่อ คือ เหตุผลที่ผู้รับสารเลือกที่จะเปิดรับสื่อเพียงบางส่วนที่สามารถตอบสนองได้ตามความต้องการของตัวบุคคล ดังนั้น สื่อหรือข่าวสารใด ๆ ที่ผ่านเข้ามาจะถูกคัดเลือกอยู่เสมอตามความพึงพอใจ และช่วงเวลาที่เหมาะสมตามโอกาสของผู้รับสาร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง เทคโนโลยีการสื่อสารไม่ว่าจะเป็น สื่อเสียง (Audio) ตัวหนังสือหรือตัวเลข (Text) ภาพกราฟิก (Graphic, Still Images) หรือวิดีโอ (Video, Animation) ที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่าย อันมีคอมพิวเตอร์เป็นองค์ประกอบหลัก (“Mass Communication and the New Media”, n.d.) (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545 อ้างใน พสนนธ์ ปัญญาพร, 2555) ได้กล่าวว่า สื่อใหม่เป็นระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือบริการระดับเวิลด์ไวด์เว็บ บริการข้อมูลเชิงพาณิชย์ เป็นต้น

นอกจากนี้ McQuail (2000 อ้างใน นภสวัณจ์ ศักดิ์ชีवाल, 2553, หน้า 20-21) ได้เสนอแนวคิดที่เกี่ยวกับสื่อใหม่ว่า เป็นสื่อที่มีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสื่อใหม่มีช่องทางการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันไปตามประเภทของการใช้งาน เนื้อหาและบริบท ดังนั้นลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ที่สำคัญมีอยู่ 4 ประการ คือ

- 1) สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication Media) ได้แก่ โทรศัพท์ (ซึ่งมีลักษณะของความสามารถในการเคลื่อนย้ายมากขึ้น) และอีเมล (ในระยะแรก เป็นการใช้เพื่อการทำงาน แต่ปัจจุบันเป็นการใช้เรื่องส่วนตัวมากขึ้น) โดยทั่วไปมักมีเนื้อหาเป็นส่วนตัว ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารอาจสำคัญมากกว่าข้อมูลที่ส่งถึงกัน

- 2) สื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลิน (Interactive Play Media) ได้แก่ คอมพิวเตอร์และวิดีโอเกม รวมทั้งอุปกรณ์ Virtual Reality หากเปรียบเทียบกับสื่อเก่า แม้ว่าจะมีการสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีคล้ายคลึงกันและอาจถือว่าเป็น “ทางเลือกในการใช้งาน” ของการใช้สื่อบางอย่างข้อแตกต่างที่สำคัญก็คือ ความสามารถในการโต้ตอบ (Interactive) และ “กระบวนการ” ในการใช้ประโยชน์

3) สื่อเพื่อการค้นหาข้อมูล (Information Search Media) เป็นประเภทที่มีสื่อหลายชนิด แต่อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์เว็บเป็นตัวอย่างที่เด่นที่สุด โดยจัดเป็นเสมือนห้องสมุด และแหล่งข้อมูล ที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของขนาด ความเป็นปัจจุบัน และการเข้าถึง อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายของเนื้อหา และแรงจูงใจในการใช้ แสดงให้เห็นถึงลักษณะที่เป็นประโยชน์ที่นอกเหนือไปจากผลของการพัฒนาการทางเทคโนโลยี

4) สื่อเพื่อการมีส่วนร่วม (Collective Participatory Media) สื่อในกลุ่มนี้ประกอบด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตในการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิด ประสบการณ์ และสร้างความสัมพันธ์ จากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ นอกจากอินเทอร์เน็ตแล้ว การประชุมผ่านทางวิดีโอ และโทรศัพท์ก็เกี่ยวข้องกับสื่อประเภทนี้ด้วยเช่นกัน แม้ว่าจะเป็นสื่อที่จำกัดในขอบเขตของการใช้จุดประสงค์เรื่องงาน

คุณลักษณะของสื่อใหม่

Logan (2010) ได้สานต่อแนวคิดเรื่องสื่อใหม่มาจากทัศนะของ McLuhan ซึ่งครอบคลุมมิติต่าง ๆ ของสื่อใหม่อย่างกว้างขวาง Logan ได้นำเสนอคุณลักษณะของสื่อใหม่เอาไว้ 16 ประการ ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555, หน้า 18-51)

1. สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication) ในกรณีของการสื่อสารแบบทางเดียวนั้น ท่ามกลางกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ผู้รับสารจะถูกแปรสภาพให้กลายเป็นผู้รับสารที่ Passive แต่ในสื่อใหม่แทบจะทุกประเภท เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หรืออีเมล เป็นต้น ที่ถือว่าเป็นสื่อใหม่นั้น ล้วนแล้วแต่เอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางขึ้นมา กล่าวคือ ผู้รับสารจะสามารถมีปฏิริยาต่อทั้ง “ตัวข่าวสาร” และ “ผู้ผลิต/ผู้ส่งข่าวสาร” ได้ ดังนั้นสถานะหรือสถานะของผู้รับสารจึงเปลี่ยนมาเป็นผู้รับสารที่มีความตื่นตัว (Active)

Logan (2010) วิเคราะห์ว่า เพียงแค่รูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นคุณลักษณะที่โดดเด่นของสื่อใหม่นี้ก็ก่อผลกระทบต่อเนื่องตามมาอีกหลายประการ เช่น

1.1 การสื่อสารแบบสองทางทำให้ “การเสวนา” (Dialogue) และการแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) สามารถเกิดขึ้นได้โดยผ่านช่องทางการสื่อสารแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพหรือเสียงก็ตาม

1.2 รูปแบบการสื่อสารแบบสองทางทำให้ผู้รับสารมีโอกาสที่จะทดสอบ “ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร” (Reliability of Information) ที่ส่งมาได้ เช่น สามารถถามซ้ำกลับได้

1.3 ความรวดเร็วของสื่อใหม่แม้จะเป็นการสื่อสารแบบสองทางก็ตาม อันที่จริงการสื่อสารสองทางในอดีตนั้นก็มียุหลายแบบ เช่น การเขียนจดหมายโต้ตอบถึงกัน การโทรศัพท์ แต่ว่าสื่อใหม่ในปัจจุบัน เช่น อีเมล หรืออินเทอร์เน็ต สามารถสื่อสารสองทางผ่านสื่อทุกช่องทาง ทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นสื่อการเขียน สื่อภาพ/วิดีโอ สื่อเสียงที่มีความเร็วกว่ารูปแบบการสื่อสารในอดีต เช่น การสนทนาประชุมสายผ่านวิดีโอ (Video Conference) ในการพูดคุยติดต่อสื่อสาร ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว

2. สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการเผยแพร่กระจายสนเทศ (Ease of Access to and Dissemination of Information) ในขณะที่ผู้รับสารจากสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ก็ตามไม่สามารถที่จะควบคุมการไหลของข่าวสารข้อมูลได้ นอกจากควบคุมด้วยการ “การปิดรับ” เท่านั้น แต่ว่าสื่อใหม่ผู้รับสารสามารถที่จะเข้าถึงและควบคุมการไหลของข่าวสารได้ ซึ่งเป็นข้อเด่นอย่างมากของการส่ง/รับข่าวสารของสื่อใหม่นี้ สำหรับผลต่อเนื่องในเรื่องความง่ายของการเข้าถึงและแพร่กระจายสารสนเทศ มีดังนี้

2.1 ลักษณะความเป็นดิจิทัลของสื่อใหม่ เช่น วิทยุและโทรทัศน์ระบบดิจิทัลได้ช่วยเปิดช่องทางและประเภทของรายการวิทยุและโทรทัศน์ให้มีปริมาณมากมายอย่างที่สื่อมวลชนแบบเดิมไม่สามารถจะกระทำได้

2.2 ความง่ายในการเข้าถึงและการเผยแพร่กระจายได้ช่วยเปิดช่องว่างระหว่างการเล่นบทเป็น “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร” ให้หมดไป กล่าวคือ ผู้ที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับสารสนเทศของสื่อใหม่ สามารถที่จะเล่นบทเป็นทั้ง “ผู้รับ” และเปลี่ยนกลับมาเป็น “ผู้ส่งสาร” ได้

2.3 ความง่ายในการเข้าถึงและแพร่กระจายทำให้สื่อใหม่สามารถเพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนแบบเดิม ๆ ได้หลายประการ เช่น การแพร่กระจายข่าวสารเพิ่มเติมจากช่องทางการสื่อสารแบบปกติที่ผ่านสื่อมวลชน การกระตุ้นให้ผู้ที่ได้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนอง ได้แก่ การมีพื้นที่ให้แสดงความคิดเห็น การก่อรูปแบบของปฏิกิริยาตอบสนองให้รวมตัวเป็นกลุ่มก้อน ได้แก่ การล่าลายเซ็น และการสร้างข้อเท็จจริงใหม่ ๆ ได้แก่ การส่งคลิปวิดีโอไปเผยแพร่ใน YouTube เป็นต้น

3. สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous Learning) ผู้ใช้สื่อใหม่จะมีการแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ ส่งอีเมล แม้กระทั่งเกมออนไลน์ ผู้ใช้จะเกิดสิ่งที่เรียกว่า “ความเข้าใจ” (Cognitive) เพราะผู้ใช้อย่างน้อยต้องมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นสื่อใหม่จึงมีศักยภาพสูงกว่าสื่อมวลชนแบบเดิมในการสร้างการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติอื่นของสื่อใหม่ที่เอื้ออำนวยให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น

3.1 ในกรณีของเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ตที่มีทั้งข้อความ ภาพและเสียง จะช่วยให้เกิดการเสวนามากกว่าการท่องจำ

3.2 การออกแบบของสื่อใหม่ให้สามารถมีการตอบกลับ (Feedback) ได้ทันที

3.3 คุณลักษณะที่ปราศจากกาลเวลาและสถานที่ทำให้ผู้เขียนสามารถกำหนดช่วงเวลาที่จะเรียนหรือสถานที่ที่จะเรียนได้ด้วยตนเอง และสามารถที่จะเรียนรู้เมื่อมีความพร้อมหรือเมื่อมีอารมณ์ที่จะเรียน โดยไม่จำเป็นต้องไปขึ้นต่อตารางสอนของโรงเรียน

3.4 ในการเรียนรู้แต่ละครั้ง ผู้เรียนจะเป็นผู้กำหนดความสั้นยาวของเวลาที่จะใช้เรียนเอง กำหนดปริมาณความรู้ที่เรียนจะมีมากน้อยแค่ไหน รวมทั้งกำหนดจังหวะความเร็วช้าได้เองอีกด้วย

4. สื่อใหม่มีการดัดแปลงตัวในแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration) จากเดิมสื่อมวลชนจะมีลักษณะการให้ข่าวสารที่มาเป็นท่อน ๆ จึงไม่มีความปะติดปะต่อกัน ดังนั้นจึงยากต่อการเรียนรู้ ซึ่งต่างจากสื่อใหม่ที่มีเนื้อหาต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงบูรณาการเข้าด้วยกันจึงสะดวกต่อการใช้งาน เช่น การใช้ Hypertext, search engine เป็นต้น นอกจากนั้นสื่อใหม่ยังคงมีลักษณะการบูรณาการเข้ากับเนื้อหาความรู้เดิม ๆ ตัวอย่างเช่น นักศึกษาปริญญาตรีที่มีความรู้เดิมในด้านการใช้ภาษาอังกฤษ หากได้มาเรียนรู้ทักษะเรื่องการสร้างคลิปปวีดีโอ การสร้างสื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อเผยแพร่แก่ผู้ที่สนใจศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษก็จะสามารถผสมผสานความรู้เดิมกับทักษะใหม่ของการใช้สื่อใหม่และใช้พื้นที่ของสื่ออย่างมีประสิทธิภาพ

5. สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (Creation of community) สื่อใหม่ (New Media) สามารถทำให้เกิดการสร้างชุมชนได้ทุกรูปแบบและทุกเป้าหมาย เช่น ชุมชนการเรียนรู้ ชุมชนความบันเทิง ชุมชนทางการเมือง เป็นต้น เนื่องจากการประสานกันของคุณลักษณะทั้ง 4 คือ การสื่อสารสองทาง การเข้าถึงง่าย การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และการบูรณาการเนื้อหาในเวลาเดียวกัน การพัฒนา

สื่อใหม่ทำให้เกิดแนวคิดเรื่อง “ชุมชนเสมือน” (Virtual communication) ซึ่งมีนักวิชาการด้านสื่อใหม่ศึกษาหลายท่าน เช่น H. Rheingold (1994) หรือ T.R. Lindlof & J. Schatzner (1998) สนับสนุนว่า สื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตนั้น สามารถที่จะสร้างสรรค์ชุมชนแบบใหม่ที่เรียกว่า Computer-Mediated Communication (M-C-M)

Logan (2010) สรุปว่า ชุมชนหรือเครือข่ายที่เกิดจากสื่อใหม่เป็นเครือข่ายความรู้ที่เปิด 24 ชั่วโมง เปิดทำการทุกวัน และจะใช้เครือข่ายในสถานที่ใดก็ได้ ด้วยเหตุนี้เครือข่ายการเรียนรู้ของสื่อใหม่จึงช่วยสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

6. สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้ายพกพาได้สะดวก (Portability) สื่อใหม่ (New Media) มีคุณสมบัติที่เล็ก กะทัดรัด สามารถเคลื่อนย้าย พกพา ติดตัวไปได้ทุกที่ อย่างไรก็ตามแม้ว่าคุณลักษณะที่เล็กกะทัดรัด พกพาได้ง่ายนั้นจะมีคุณูปการอย่างมหาศาล แต่ในอีกด้านก็อาจก่อให้เกิดปัญหาด้านอื่น ๆ ตามมา เช่น การสูญเสียง่าย หรือปัญหาอาชญากรรม การลักขโมย การแอบถ่ายรูป หรือการทำโทรศัพท์มือถือไปใช้ในการวางระเบิด/ก่อการร้าย เป็นต้น

7. สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (Convergence) สื่อใหม่สามารถที่จะประสานโดยการนำ “สื่อหลาย ๆ แบบ” เข้ามารวมกันไว้ในเครื่องมือสื่อสารชิ้นเดียว อย่างไรก็ตาม Logan ได้ขยายความหมายของการหลอมรวมของสื่อใหม่ไว้ใน 2 ลักษณะ คือ

7.1 การหลอมรวมในแง่ของสื่อ คือ การประสานสื่อหลาย ๆ แบบเข้าไว้ด้วยกันในเครื่องมือชิ้นเดียว โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในปัจจุบัน มีลักษณะการหลอมรวมที่ชัดเจน เพราะการมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเครื่องเดียวก็สามารถสนทนา ส่งข้อความ ส่งภาพถ่าย ฟังเพลง ดูหนัง เล่นเกม เป็นกล้องถ่ายภาพ เป็นนาฬิกาปลุก เป็นเครื่องคิดเลข ฯลฯ เช่นเดียวกับโน้ตบุ๊กหรือหน้าเว็บต่าง ๆ ทำให้ผู้ใช้ทำงานได้หลายแบบด้วยเครื่องมือเดียว

7.2 การหลอมรวมกันในแง่ธุรกิจ เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าเนื้อหาของสื่อ กระแสหลักเดิมมักถูกขโมยหรือลักลอบไปแพร่กระจายในสื่อใหม่ เช่น YouTube Bit Torrent ดังนั้นในระยะแรกทำสื่อเก่าและสื่อใหม่มีความขัดแย้งกัน แต่ในระยะต่อมาทั้งสองฝ่ายก็หาทางออกได้อย่างลงตัว

8. สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกัน (Interoperability) สื่อใหม่ส่วนใหญ่จะมีการปฏิบัติงานร่วมกันได้ เช่น การมีทางเลือกที่หลากหลาย การเปิดช่องว่างระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคทำให้เกิดการร่วมกัน รวมทั้งการเปลี่ยนจาก “ตัวผลผลิต” ไปสู่ “การให้บริการ” เช่น การเปลี่ยนแปลงจากการฟังเพลงหรือหนังจากการซื้อแผ่นเสียงหรือแผ่นหนังไปสู่การดาวน์โหลดเพลง/หนังมาจากแหล่งผู้ให้บริการ ลักษณะของการทำงานร่วมกันนี้เกิดมาจากลักษณะสารสนเทศที่มีลักษณะดิจิทัล

9. สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประเมินเนื้อหาจากหลายแหล่งมาไว้รวมกัน (Aggregation of Content) เนื่องจากเป็นดิจิทัลทำให้สื่อใหม่สามารถที่จะรวบรวม/ประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมา รวมกันได้ เพราะระบบการถ่ายโอนข้อมูล/สารสนเทศด้วยระบบดิจิทัลนั้นทำได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ยังสามารถที่จะคัดเลือกเนื้อหาเฉพาะส่วนแล้วคัดลอกตัดมาใส่ในเนื้อหาใหม่ คือ สามารถ ตัดทอน ดัดแปลง คัดเลือก เนื้อหาใหม่จากเนื้อหาเก่าได้อย่างไม่จำกัด

10. สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลายเพิ่มทางเลือกและ Long Till

การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ เว็บไซต์ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ช่วยให้ผลงาน สื่อที่แม้จะมีผู้ต้องการเพียงจำนวนเล็กน้อยก็สามารถที่จะผลิตออกมาได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มความหลากหลายของผลผลิตสื่อมวลชนโดยตรงและที่สำคัญยิ่งกว่านั้นก็คือ จากจำนวนที่แม้จะผลิตเพียง ปริมาณเล็กน้อย แต่ในทางธุรกิจผลงานเหล่านี้ก็ยังสามารถทำกำไรต่อผู้ผลิตได้ถ้าเทียบกับการพิมพ์ แบบเดิม ๆ ที่ต้องมีปริมาณการผลิตที่สูงจึงจะคุ้มค่าการลงทุน

11. การหวนกลับมาประสานกันครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสาร/ผู้รับสาร

ในยุคของสื่อใหม่นั้นจะเป็นการหวนคืนมาประสานระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคอีกครั้งหนึ่ง แต่ ว่าในครั้งนี้มีความแตกต่างจากอดีตตรงที่การประสานงานระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคสารสนเทศจะไม่ จำกัอยู่ตรงขั้นตอนการผลิต (Production) เท่านั้น หากแต่จะหลอมรวมไปถึงขั้นตอนของการ แพร่กระจายการตลาด และขั้นตอนการบริโภคด้วย ผลสืบเนื่องของการหวนกลับมาประสานงานกัน ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคมีรายละเอียด ดังนี้

11.1 การกระจายศูนย์อำนาจของการสื่อสาร (Decentralization) กล่าวคือ สื่อใหม่ สามารถเอื้อให้ทุกคนสามารถจะเป็นศิลปิน นักเขียน นักแสดง นักร้อง ฯลฯ ดังนั้นรูปแบบการสื่อสารจึง

มีการกระจายอำนาจโดยเฉพาะในแง่ของผู้ส่งสาร (Sender) ออกไปอย่างกว้างขวาง

11.2 นอกจากการกระจายอำนาจในขั้นตอนของการผลิตแล้ว การกระจายอำนาจนั้นยังขยายมาสู่ขั้นตอนของการแพร่กระจาย/ถ่ายทอดอันเนื่องจากพื้นที่ของสื่อใหม่เปิดกว้างอย่างมหาศาลจึงเป็นเรื่องปกติที่จะพบวิดีโอคลิปที่เผยแพร่ใน YouTube และมีผู้เข้าชมไปนับล้านเพียงในเวลาไม่กี่วัน

12. สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือกันทางไซเบอร์ (Social Collectivity & Cyber-Cooperation) การสื่อสารทุกประเภทตั้งแต่อดีตไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย การเขียนจดหมาย การประชุมล้วนเป็นการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคมทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามความแตกต่างระหว่างสื่อเก่ากับสื่อใหม่ในประเด็นนี้ คือ ในขณะที่โทรศัพท์ การพูดคุยหรือจดหมายนั้นจะเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้จะต้องเป็นบุคคลที่มีความคุ้นเคยหรือรู้จักกันมาก่อน แต่สื่อใหม่ทำให้คนทุกคนติดต่อสัมพันธ์กันได้โดยอาจไม่จำเป็นต้องรู้จักกันมาก่อน เช่น การหาคูออนไลน์

13. การเกิดวัฒนธรรมแบบปริมิคซ์ (Remix Culture) สำหรับแบบแผนการใช้สื่อใหม่นั้น ส่วนใหญ่จะคุ้นเคยกับการเลือกเนื้อหาจากสื่อใหม่มาดัดแปลง ตัดต่อ ปะติด ทั้งนี้เพื่อเป้าหมายใหม่ของผู้ผลิต เช่น การทำรายงานส่งครู การทำเพลงฟัง การสร้างหนังสือ เป็นต้น

14. การเปลี่ยนจาก “ผลผลิต” (Product) มาสู่ “การบริการ” (Service) เป็นคุณลักษณะพิเศษของสื่อใหม่ เช่น การฟังเพลงจากแผ่นเสียงในสื่อเก่าก็เปลี่ยนมาเป็นการฟังจากโลกออนไลน์ เช่น YouTube Application เป็นต้น

15. สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนเนื้อหา (User-Based Transformation of New Media) สำหรับสื่อเก่าจะพบว่าฝ่ายผู้ผลิตจะเป็นผู้ปรับปรุง/เปลี่ยนแปลงเนื้อหาของผลงานสื่อ โดยที่ผู้รับสารสามารถจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวได้ ขณะที่สื่อใหม่กลับอนุญาตให้ผู้รับสาร/ผู้รับสารสามารถปรับปรุง/เปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่มีอยู่ในต้นฉบับ/ต้นทางได้

16. คุณลักษณะทั้ง 15 ประการที่ได้กล่าวมานั้น อาจสร้างข้อสรุปได้ว่า คุณลักษณะทั้ง 15 ประการนั้น ในสื่อแบบเดิม ๆ ก็อาจจะมีคุณลักษณะดังกล่าวอยู่ แต่ว่าความแตกต่างนั้นก็อยู่ตรงที่ว่า ในสื่อเดิมนั้นอาจจะมีบางคุณลักษณะเท่านั้น และไม่มีครบทุกคุณลักษณะเรื่องการสื่อสารสองทางนั้น

โทรศัพท์ก็อาจจะมีคุณลักษณะนี้แต่โทรศัพท์แบบเดิมจะพกพาไม่ได้ ในขณะที่สื่อใหม่ เช่น โทรศัพท์มือถือสามารถทำได้

รุจิภาณุจัน ธนาเศรษฐ์สุนทร (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักเรียนระดับมัธยมปลายในเขตอำเภอลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงสื่อใหม่ด้วยอุปกรณ์ประเภทโทรศัพท์มือถือ โดยลำพังมากที่สุด โดยใช้ในการสนทนากับเพื่อนที่โรงเรียนมากที่สุด โดยประเภทสื่อที่ใช้บริการเป็นอันดับ 1 คือ เฟสบุ๊ก (Facebook) อันดับ 2 คือ ไลน์ (Line Application) อันดับ 3 คือ กูเกิ้ล (Google) และอินสตราแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) และอื่น ๆ ตามลำดับ โดยกลุ่มเป้าหมายใช้เวลาก่อนเข้าออนไลน์ในการเข้าถึงสื่อมากที่สุด

กล่าวโดยสรุปคือแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ คือ เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารรูปแบบใหม่ ที่เกิดการวิวัฒนาการตามเทคโนโลยีเรื่อยมาจนมีอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถพกพาได้ แอปพลิเคชันที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้ทุกเพศ ทุกวัย และทุกเวลา โดยทางผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงสื่อใหม่ที่มีชื่อว่า “YouTube” ซึ่งเป็นสื่อที่เกี่ยวกับการแบ่งปันข้อมูลความรู้ ความบันเทิง และความเพลิดเพลินต่าง ๆ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ YouTube

YouTube ก่อตั้งขึ้นวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 มีผู้ก่อตั้งร่วมกันคือ Chad Hurley, Steve Chen และ Jawed Karim หลังจากนั้น Jawed Karim ได้ออกมาเพื่อศึกษาต่อ YouTube ใช้เวลาไม่นานก็เป็นที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในปี พ.ศ. 2549 ในปีนั้นเอง YouTube ได้รับประกาศเป็น นวัตกรรมแห่งปี (Invention of the Year) จากนิตยสาร Time ซึ่งในปัจจุบัน YouTube ถูกซื้อและควบคุมดูแลโดยบริษัท Google

YouTube เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนวิดีโอที่มีชื่อเสียงมากในปัจจุบัน เป็นเว็บไซต์ที่บริการวิดีโอที่มีผู้ชม 400 ล้านวิดีโอครั้งต่อวัน และ 600 ล้านชั่วโมงต่อหนึ่งวิดีโอต่อเดือน YouTube ได้สร้างยอดผู้เข้าใช้เว็บไซต์จากการทำเนื้อหาของวิดีโอทั้งแนwbันเทิงและความน่าเชื่อถือ และด้วยเหตุผลนี้ทำให้ YouTube สามารถเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมาก โดยมีหลักการในการใช้งานคือ เมื่อผู้ใช้สมัครเป็นผู้ใช้งาน (User) แล้ว จะมีพื้นที่ส่วนตัวในการสร้างช่อง (Channel) เป็นของตนเอง และสามารถสร้างเครือข่าย (Network) ของผู้ชมวิดีโอ โดยหากผู้ชมวิดีโอเกิดความสนใจหรือชอบในงานวิดีโอ

จะสามารถทำการ Subscribe เพื่อติดตามวิดีโอที่เราจะทำการอัปโหลด (Upload) ใหม่ได้เสมอ (กัลยกร ฝูงวานิช, 2556)

ผู้ใช้งานสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับวิดีโอในเว็บไซต์นี้ ทั้งการเปิดดูวิดีโอที่มีอยู่แล้วบนเว็บไซต์ การอัปโหลดวิดีโอเข้าไปในเว็บไซต์ และการแบ่งปัน (Share) วิดีโอให้กับผู้ใช้งานอื่น ๆ รวมถึงดาวน์โหลด (Download) โดยไม่มีค่าใช้จ่าย บน YouTube เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมคลิปวิดีโอสั้นๆ จากภาพยนตร์ มิวสิควิดีโอ (Music Video) รายการโทรทัศน์ และวิดีโอบล็อก (Vlog) จนถึงวิดีโอแบบยาว โดยในปัจจุบัน YouTube จะกำหนดให้วิดีโอหนึ่งยาวไม่เกิน 12 ชั่วโมง ซึ่งทาง YouTube ได้มีการจัดอันดับและแบ่งประเภทคลิปต่าง ๆ เอาไว้ ยกตัวอย่างเช่น ไฟล์ที่ได้รับการโหวตมากที่สุด ไฟล์ที่มีผู้ชมมากที่สุด ไฟล์ล่าสุด เป็นต้น

โดยทางเว็บไซต์ Social blade (www.socailblade.com) ผู้รวบรวมสถิติต่าง ๆ ของเว็บไซต์รวมถึงแอปพลิเคชัน (Application) ต่าง ๆ เช่น อินสตราแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) รวมถึง YouTube ได้ทำการจำแนกหมวดหมู่ช่องใน YouTube เป็นหมวดหมู่ต่าง ๆ ตามรูปแบบวิดีโอที่อัปโหลด โดยมีประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. ดนตรี (Music) หมายถึง ช่องที่มักทำการอัปโหลดวิดีโอที่เกี่ยวกับดนตรี ซึ่งมักเป็นช่องของค่ายเพลงต่าง ๆ รวมถึงช่องที่ทำการร้องเพลงดัดแปลง (Cover) เช่น ช่อง Genierock, OfficialWhiteMusic, Believe Records และ Bowky Lion เป็นต้น
2. บันเทิง (Entertainment) หมายถึง ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเพื่อความบันเทิงในรูปแบบรายการเกมโชว์ (Game Show) ต่าง ๆ มักเป็นช่องสถานีโทรทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการอัปโหลดวิดีโอรายการจากช่องของตนสำหรับผู้ต้องการดูย้อนหลัง เช่น ช่อง one31, WorkpointOfficail และ MEMITI ROOM เป็นต้น
3. เกม (Game) หมายถึง ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเกี่ยวกับเกม มักจะเป็นการเล่นเกมที่ให้ผู้ชมดูหรือเรียกบุคคลที่เล่นเกมว่า นักแคสเกม (Gamecaster) เช่น ช่อง Zbingz, Heartrocker และ SkizzTV เป็นต้น
4. บุคคล (People) หมายถึง ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเกี่ยวกับชีวิตประจำวันต่าง ๆ ของบุคคลหนึ่ง เช่น ช่อง Beam Copphone, Sreivphol และ Gonghivesalon24 เป็นต้น
5. ข่าว (News) หมายถึง ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเพื่อนำเสนอข่าวสาร มักเป็นช่องของสำนักข่าวต่าง ๆ หรือรายการข่าวในโทรทัศน์ เช่น ช่อง Thairath, AMARIN TVHD เป็นต้น

6. ภาพยนตร์ (Film) หมายถึง ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอภาพยนตร์เต็มและตัวอย่างภาพยนตร์ มักเป็นช่องของค่ายผู้จัดทำภาพยนตร์ เช่น ช่อง GDH, M Pictures และ Marvel Entertainment เป็นต้น

7. การศึกษา (Education) หมายถึง ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเกี่ยวกับการศึกษา สื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ เช่น ช่อง CrashCourse และ PEACHII เป็นต้น

8. กีฬา (Sport) หมายถึง ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเกี่ยวกับรายการกีฬา การวิเคราะห์ข่าวกีฬา เช่น ช่อง SPI TV, Patchyindee, และ NewsNBT THAILAND เป็นต้น

9. เพื่อความสนุกสนาน (Comedy) ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเกี่ยวกับรายการทั่วไปที่เน้นความสนุกสนานมากกว่าเนื้อหาสาระ อาจเป็นช่องของรายการโทรทัศน์หรือผู้ผลิตรายการบน YouTube ก็ได้ เช่น ช่อง GoodDayOfficial, The Driver และ DoMunDi TV เป็นต้น

10. สอนทำสิ่งต่าง ๆ (How to) ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเกี่ยวกับการสอนทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง (Do It Yourself) หรือการสอนทำอาหารและแต่งหน้า เช่น ช่อง PIMMY TASTY, กินได้อร่อยด้วย, DIY 5 นาที และ Gamgy channel เป็นต้น

11. ท่องเที่ยว (Travel) ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเกี่ยวกับการนำทางหรือพาไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ เช่น ช่อง I Roam Alone, อาสาพาไปหลง - asapapailong และ Go Again เป็นต้น

12. เทคโนโลยี (Tech) ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่าง ๆ มักเป็นช่องเพื่อการโฆษณาของผู้ให้บริการต่าง ๆ เช่น Ceemeagain Chatpawee, iT24Hrs และ LDA World เป็นต้น

13. ยานยนต์ (Auto) ช่องที่ทำการอัปโหลดวิดีโอเกี่ยวกับรถยนต์ มักเป็นช่องเพื่อการโฆษณาของผู้ขายรถยนต์ยี่ห้อต่าง ๆ เช่น ช่อง Mazda Thailand Official, Honda Thailand เป็นต้น

เนื่องจากทาง YouTube ให้อิสระกับผู้ใช้งานทุกคนในการอัปโหลดวิดีโอ ดังนั้น จึงมีผู้อัปโหลดวิดีโอเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน โดยผู้ที่ถ่ายทำรายการในรูปแบบต่าง ๆ ด้วยตนเองและทำการอัปโหลดขึ้น YouTube นั้น เรียกว่า ผู้ผลิตรายการบน YouTube (YouTube Content Creator) ซึ่งในต่างประเทศมีคำศัพท์ที่เรียกบุคคลเหล่านี้แตกต่างกันทั้ง YouTube Content Creator, YouTuber

และ YouTube Influencer โดยทางเว็บไซต์ YouTube ได้ให้คำจำกัดความของบุคคลเหล่านี้ไว้ว่า บุคคลผู้ผลิตเนื้อหาวิดีโอหรือเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านวิดีโอออนไลน์ (Online Video) ที่ใคร ๆ ก็สามารถเข้ามารับชมได้ผ่านทางเว็บไซต์ YouTube ซึ่งไม่มีคำจำกัดรูปแบบในการถ่ายทำวิดีโอ ผู้ผลิตรายการบน YouTube สามารถถ่ายทำวิดีโอของพวกเขาโดยกล้องจากโทรศัพท์มือถือหรือจะเป็นรูปแบบเดียวกับการฉายผลิตรายการทางโทรทัศน์ก็ได้ เพียงแต่เนื้อหาของรายการจะต้องไม่ละเมิดกฎของ YouTube โดยผู้ผลิตรายการบน YouTube มักมีการร่วมมือกันเพื่อเพิ่มจำนวนของผู้ชมหรือมีการร่วมมือกับตราสินค้าอื่น ๆ โดย YouTube สามารถทำให้คนธรรมดากลายเป็นผู้มีชื่อเสียงได้ จากการอัปโหลดวิดีโอของพวกเขา แต่วิดีโอเหล่านั้นจะต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจ จากคำกล่าวนี้นี้หมายถึง ผู้ที่ปรากฏตัวในวิดีโอที่อัปโหลดขึ้นบน YouTube สามารถเป็นผู้มีชื่อเสียงได้ หากวิดีโอดังกล่าวมีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก ก็จะกลายเป็นผู้มีชื่อเสียงในทันที เช่นเดียวกันหากผู้อัปโหลด YouTube อัปโหลดวิดีโอที่ตนเองอยู่ในวิดีโอดังกล่าวและสามารถชักจูงให้ผู้ชมสนใจเข้ามาดูวิดีโอที่ตนอัปโหลดได้ ผู้นั้นก็สามารถเป็นผู้ผลิตรายการบน YouTube ได้เช่นกัน

ถึงแม้ว่า YouTube จะให้อิสระในการอัปโหลดวิดีโอแก่ผู้ผลิตรายการบน YouTube แต่ทาง YouTube มีข้อกำหนดในการสร้างเนื้อหารายการ โดยเนื้อหาที่ YouTube จะมีการควบคุมเป็นพิเศษมีดังนี้

1. ภาพเปลือยหรือเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ หมายถึง วิดีโอที่มีการยั่วเย้าทางเพศและภาพโป๊เปลือย
2. เนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือให้โทษ หมายถึง วิดีโอที่เป็นการส่งเสริมให้ผู้อื่นโดยเฉพาะเด็กทำในสิ่งที่อันตรายต่อพวกเขาและผู้อื่น
3. ภาพหรือเนื้อหาที่มีความรุนแรง หมายถึง วิดีโอที่มีเนื้อหาทำความรุนแรงแก่ผู้อื่นหรือมีการนองเลือดเกิดขึ้น
4. เนื้อหาแสดงความเกลียดชัง หมายถึง วิดีโอที่มีเนื้อหาการเหยียดเชื้อชาติหรือชาติพันธุ์ ศาสนา ความทุพพลภาพ เพศ อายุ สัญชาติ สถานะทหารผ่านศึก หรือรสนิยม อัตลักษณ์ทางเพศ หรือเนื้อหาที่มีจุดประสงค์หลักเพื่อยุยงให้เกิดความเกลียดชัง
5. สแปม (Spam) หรือข้อมูลที่ทำให้เข้าใจผิดและสแปม หมายถึง วิดีโอที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือการหลอกลวงผู้ชมด้วยวิธีต่าง ๆ ได้แก่เพิ่มเติมส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของวิดีโอ รวมทั้งชื่อ

คำอธิบาย แท็ก (Tag) คำอธิบายประกอบ และภาพขนาดย่อเพื่อเรียกยอดดู รวมไปถึง สแปม หมายถึง เนื้อหาที่สร้างขึ้นหลอกลวงผู้อื่น เพื่อผลประโยชน์ทางการเงินของตนเอง

6. เนื้อหาที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ หมายถึง การอัปโหลดวิดีโอที่ตนไม่ได้สร้างขึ้นและไม่ได้รับอนุญาต

7. เนื้อหาที่มีการข่มขู่ หมายถึง วิดีโอที่มีพฤติกรรมการข่มขู่ การคุกคาม การขู่เชือด การล่วงละเมิด การข่มขู่ การล่วงล้ำความเป็นส่วนตัว การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่น และการยั่วยุผู้อื่นให้กระทำความรุนแรง

ผู้ผลิตรายการบน YouTube เกิดขึ้นมากกมายในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถทำเป็นอาชีพหลักได้เพราะผู้ชมและผู้ใช้ถึง YouTube นั้นเพิ่มขึ้นในทุก ๆ วัน MediakixTeam (2016) ผู้ผลิตรายการ YouTube ที่ดีและมีชื่อเสียงจะได้รับการสนับสนุน (Sponsored) จากตราสินค้าต่าง ๆ เพื่อให้คนดูได้เห็นสินค้าของพวกเขา เช่น วิดีโอ ที่มีการวางสินค้าเอาไว้ วิดีโอการแกะสินค้าออกจากกล่อง วิดีโอสาริธการใช้สินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ผลิตรายการบางประเภทก็ยังได้รับการบริจาคเงินจากผู้ชื่นชอบในรายการเป็นรายได้อีกทางหนึ่ง (ปรมินทร์ ศิริกุลวัฒนา, 2560)

พรทิพย์ กิมสกุล (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ยูทูบและประเด็นทางจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ยูทูบในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า อันดับแรกกลุ่มเป้าหมายเข้าใช้ยูทูบเพื่อความบันเทิง เช่น รับชมมิวสิควิดีโอทั้งในและต่างประเทศ ดู trailers ภาพยนตร์ เป็นต้น อันดับรองลงมาคือเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร ข้อแนะนำ ข้อคิดเห็น และเพื่อตอบสนองความสนใจใคร่รู้ของตน และยังมีผู้ที่ไม่ใช้ยูทูบซึ่งเหตุผลคือไม่มีเวลาในการใช้

กล่าวโดยสรุปได้ว่าจากแนวคิดที่กล่าวมา แนวคิดเกี่ยวกับ YouTube คือ สื่อภาพวิดีโอที่มีความหลากหลายในเรื่องของเนื้อหา เป็นเนื้อหาทั้งเก่าและใหม่ แล้วแต่ที่ผู้รับสื่อจะต้องการ สามารถเข้าถึงได้กับผู้คนทุกเพศ ทุกวัย ในสังคม ตามความต้องการของผู้เปิดรับสื่อ และอีกทั้งผู้เปิดรับสื่อสามารถเป็นได้ทั้งผู้ให้บริการหรือผู้บริโภคได้ทั้งสองรูปแบบ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม

พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกทางกายหรือทางวาจา ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อสิ่งที่มากระตุ้นด้วยการกระทำอย่างทันทีทันใด โดยมีผู้ให้ความหมาย พฤติกรรมก้าวร้าวไว้หลากหลายดังนี้

พฤติกรรมก้าวร้าวเป็นพฤติกรรมที่มีจุดประสงค์เพื่อคุกคามหรือทำให้ผู้อื่นได้รับบาดเจ็บ โดยมีการเปลี่ยนรูปแบบและความถี่ในการกระทำตามการเจริญเติบโตของเด็ก (Berndt, 1992 อ้างใน สิริพัช ชำนาญ, 2552, หน้า 6)

จารีรัตน์ หอมสนั่น (2542) ให้ความหมายของพฤติกรรมก้าวร้าว หมายถึง พฤติกรรมที่มีเจตนาทำให้ผู้อื่นเจ็บปวดหรือไม่พึงพอใจและเป็นพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาของสังคมโดยเป็นได้ทั้งพฤติกรรมทางกายหรือทางวาจาและเป็นพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการสูญเสียสัมพันธภาพระหว่างบุคคล และเป็นพฤติกรรมที่ล่วงละเมิดสิทธิของผู้อื่น

นิภาพรณ ต่อชาว (2547) ให้ความหมายของพฤติกรรมก้าวร้าว หมายถึง พฤติกรรมทั้งทางกายและทางวาจาที่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือได้รับความเสียหายทางกายหรือทางจิตใจหรือทั้งทางกายและทางจิตใจต่อตนเอง สิ่งมีชีวิตอื่น และสิ่งไม่มีชีวิต

มุขธิดา ศิริจันทร์ (2547) ให้ความหมายของพฤติกรรมก้าวร้าว หมายถึง พฤติกรรมการตอบสนองต่อบุคคลหรือสิ่งของในลักษณะต่าง ๆ ที่ไม่เหมาะสมโดยการแสดงออกทางกายหรือทางวาจาที่ทำให้ผู้อื่นได้รับความเดือดร้อนทั้งทางร่างกายจิตใจและทรัพย์สิน

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่าพฤติกรรมก้าวร้าว หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำอันเป็นพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีเจตนาทำร้ายผู้อื่นโดยการแสดงออกที่รุนแรงมากกว่าปกติ โดยทางกาย วาจา และอารมณ์ มีจุดมุ่งหมายที่จะคุกคามหรือทำให้บุคคลอื่นได้รับบาดเจ็บหรือสิ่งแวดล้อมได้รับความเสียหาย อาจทำด้วยคำพูดหรือการกระทำ

ลักษณะของพฤติกรรมก้าวร้าว

ความก้าวร้าวเป็นการตอบสนองต่อสิ่งที่มากระตุ้นด้วยการกระทำอย่างทันทีทันใด โดยมีเจตนาให้ผู้อื่นเจ็บปวด โดยแบ่งลักษณะของพฤติกรรมก้าวร้าวดังนี้ (Buss, 1961 อ้างใน สิริพัชร์ ชำนาญ, 2552, หน้า 7)

1. พฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย (Physical Aggression) เป็นความก้าวร้าวที่รุนแรงมากกว่า ซึ่งการแสดงออกมาอาจใช้วิธีทางกาย เช่น แขน ขา หรือใช้วิธีทางกายร่วมกับอาวุธ เช่น มีด ปืน โดยมีเจตนาเพื่อให้ผู้อื่นได้รับความเจ็บปวด การแสดงออกเริ่มจากหยิก ตี ทบ ตบ ต่อย จนถึงใช้อาวุธทำร้ายกัน ความก้าวร้าวทางกายนี้อาจสัมพันธ์หรือไม่สัมพันธ์กับความก้าวร้าวทางวาจาก็ได้ ลักษณะของความก้าวร้าวทางกายเป็นความก้าวร้าวที่มุ่งทำลายเพื่อให้บุคคลเป้าหมายเสียใจ เจ็บใจ มีวิธีการทำลายดังนี้

- 1.1 ทำลายสิ่งของ ทั้งที่เป็นของตนเองและผู้อื่นด้วยการแย่งของ ทบหรือทำให้แตกสลาย หรือนำไปแอบซ่อน
- 1.2 ทำลายตนเอง ความก้าวร้าวบางอย่างใช้วิธีกระทำต่อตนเอง โดยหวังให้ผู้อื่นเจ็บช้ำ เช่น ชิงตัวเอง ดึงผมตัวเอง ตีอกชกหัว หรือกระแทกเท้า เหตุเพราะทำร้ายผู้อื่นไม่ได้
- 1.3 ทำลายผู้อื่น เป็นความก้าวร้าวระดับรุนแรง และเป็นความก้าวร้าวสะสมถึงขั้นทำลาย และเป็นภัยต่อเป้าหมายโดยตรง และมุ่งถึงชีวิต

2. พฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา (Verbal Aggression) เป็นการตอบสนองต่อสิ่งที่มากระตุ้นโดยใช้ถ้อยคำทำให้ผู้อื่นได้รับความเจ็บปวด ซึ่งจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ การปฏิเสธและการบังคับ ซึ่งการปฏิเสธเป็นการปฏิเสธด้วยการแสดงท่าทางประกอบ เช่น การแสดงท่าทางรังเกียจ การหลบหน้า การปฏิเสธด้วยคำพูดซึ่งมักใช้ร่วมกับการแสดงอารมณ์เพื่อทำร้ายความรู้สึกของผู้อื่น และการบังคับเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้อื่นได้รับความเจ็บปวด บุคคลเรียนรู้จากการบังคับ จากการสังเกต และเลียนแบบมาจากการกระทำของบุคคลอื่น เช่น บิดา มารดา ครู เป็นต้น

ระดับความรุนแรงของพฤติกรรมก้าวร้าว

กุลยา ตันติผลาชีวะ (2551) กล่าวถึงความรุนแรงของพฤติกรรมก้าวร้าว สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ระดับต่ำ (Mild Aggressive) เมื่อเริ่มมีพฤติกรรมก้าวร้าวจะแสดงความรู้สึกออกมาทางสี

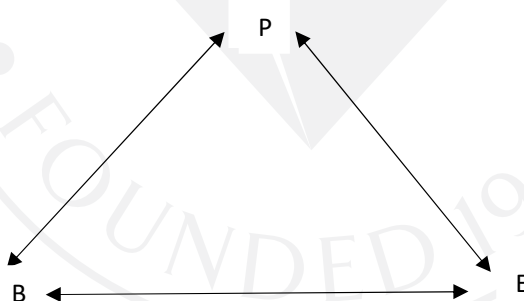
หน้า เช่น สีหน้าบึ้งตึง โกรธ แววตาไม่เป็นมิตร แสดงท่าทางไม่พอใจ พูดตอบโต้ด้วยน้ำเสียงห้วน
ขึ้นเสียง

2. ระดับปานกลาง (Moderate Aggressive) จะเริ่มแสดงอาการที่เพิ่มมากขึ้น เช่น ส่งเสียง
ดัง หรือกระทำด้วยความรุนแรง เอะอะ วางอำนาจ ชู ตะคอก

3. ระดับรุนแรง (Severe Violence) เมื่อไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมได้ มักแสดงอาการที่
ขาดสติ ไม่สามารถยับยั้งชั่งใจ ชกต่อย ทุบตีทำร้ายผู้อื่น ทำลายข้าวของ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าว

Bandura (1997) ได้อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย
3 ประการ ซึ่งมีลักษณะร่วมกันกำหนดซึ่งกันและกัน (Triadic reciprocal determinism) ได้แก่ ปัจจัย
ภายในตัวบุคคล (Internal personal factor) การแสดงพฤติกรรม (Represent behavior)
และสิ่งแวดล้อมภายนอก (External environment) แต่อิทธิพลของแต่ละปัจจัยจะมากหรือน้อย
ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และกิจกรรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งเขียนได้ดังภาพ
ภาพที่ 2.1: แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรม บุคคล และสังคม



หมายเหตุ: B = พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล, P = บุคคล (ตัวแปรที่เกิดจากผู้เรียน เช่น
ความคาดหวังของผู้เรียน), E = สิ่งแวดล้อมภายนอก

ที่มา: Bandura, (1997), *Self-efficacy: The exercise of control*, New York: W.H. Freeman.

การที่ปัจจัยทั้ง 3 กำหนดหน้าที่ซึ่งกันและกันนั้น ไม่ได้หมายความว่าทั้ง 3 ปัจจัยนั้นจะมี
อิทธิพลในการกำหนดหน้าที่ซึ่งกันและกันอย่างเท่าเทียม บางปัจจัยอาจมีอิทธิพลมากกว่าอีกปัจจัย
และอิทธิพลของทั้ง 3 ปัจจัยนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน หากแต่ต้องอาศัยเวลาในการที่ปัจจัยใด

ปัจจัยหนึ่งจะมีผลต่อการกำหนดปัจจัยอื่น ๆ (Bandura, 1989 อ้างใน สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2553, หน้า 48-49)

ปัจจัยที่กำหนดซึ่งกันและกันของ $P \longleftrightarrow B$ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างความคิด ความรู้สึก และการกระทำ ความคาดหวัง ความเชื่อ การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง เป้าหมาย และความตั้งใจ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวกำหนดลักษณะและทิศทางของพฤติกรรมสิ่งที่คุณคิด เชื่อ และรู้สึก จะกำหนดว่าคุณจะแสดงพฤติกรรมเช่นใด ในลักษณะเดียวกันการกระทำของคุณก็จะเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดลักษณะการคิดและการตอบสนองทางอารมณ์ของเขา ลักษณะของร่างกายและระบบการรับรู้ และระบบประสาทที่มีผลต่อพฤติกรรม และศักยภาพของคุณคล้ายกับกับระบบการรับรู้และโครงสร้างของสมองก็ปรับเปลี่ยนได้โดยประสบการณ์ทางพฤติกรรมเช่นกัน

การกำหนดซึ่งกันและกันของ $B \longleftrightarrow E$ เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม และสภาพแวดล้อมในชีวิตประจำวันของคนเรา พฤติกรรมเปลี่ยนเงื่อนไขสภาพแวดล้อมในลักษณะเดียวกันเงื่อนไขของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปนั้น ก็ทำให้พฤติกรรมถูกเปลี่ยนไปด้วย สภาพแวดล้อมจะไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อบุคคล จนกว่าจะมีพฤติกรรมบางอย่างเกิดขึ้น เช่น ครูผู้สอนจะไม่มีอิทธิพลต่อเด็กจนกว่าเด็กจะเข้าชั้นเรียน ผู้ปกครองจะไม่ชมเด็กถ้าเด็กยังไม่แสดงพฤติกรรมที่เป็นที่น่าชื่นชม เป็นต้น เนื่องจากทั้งพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกันและกัน ดังนั้น บุคคลจึงเป็นผู้ก่อให้เกิดและเป็นทั้งผลผลิตของสภาพแวดล้อม การมีผลซึ่งกันและกันนี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนมุมมองของกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม จากเดิมมองว่าผู้ปกครองมีอิทธิพลต่อเด็กเช่นใด มาเป็นทั้งผู้ปกครองและเด็กมีอิทธิพลต่อกันและกันแทน

ในการควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ แบนดูรา มีความเชื่อว่า การรับรู้สมรรถนะแห่งตนนั้น มีผลต่อการกระทำของคุณ บุคคล 2 คน อาจมีความสามารถไม่ต่างกัน แต่การแสดงออกในคุณภาพอาจต่างกัน ถ้าพบว่าคน 2 คนนี้มีการรับรู้สมรรถนะแห่งตนแตกต่างกัน ในคน ๆ เดียวก็เช่นกัน ถ้าการรับรู้สมรรถนะแห่งตนในแต่ละสถานการณ์แตกต่างกันก็จะแสดงพฤติกรรมออกมาได้แตกต่างกัน (Greenough, et al., 1987 อ้างใน สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2553, หน้า 49)

จากแนวคิดของแบนดูราดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าสิ่งแวดล้อมและบุคคล มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมได้แก่ ปัจจัยภายในตัวบุคคลและสิ่งแวดล้อมภายนอก และจากการ ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมก้าวร้าวพบว่า ปัจจัยที่มีผลพฤติกรรมก้าวร้าว ได้แก่

1. ปัจจัยภายในตัวบุคคล (Internal Personal factor) ที่มีผลต่อการพฤติกรรมประกอบด้วย

1.1 สมอ ในมนุษย์หรือสัตว์ชั้นสูงมีส่วนหนึ่งในสมอชื่ออมิกดาลา (Amygdala)

เป็นบริเวณที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมก้าวร้าว (สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546) อมิกดาลาตั้งอยู่ด้านหลังของสมองส่วนไฮโปทาลามัส (Hypothalamus) โดยอมิกดาลาจะทำหน้าที่ควบคุมอารมณ์โกรธและความก้าวร้าว กรณีศึกษาที่ในรายงานการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ได้แก่ การฝังอิเล็กโทรด (Electrode) ในสมองอมิกดาลา ในผู้หญิงที่มีลักษณะเป็นมิตร (Friendly) สุภาพอ่อนโยนแต่เมื่อถูกกระตุ้นด้วยกระแสไฟอ่อน ๆ พบว่าผู้หญิงคนดังกล่าวกลับมีพฤติกรรมก้าวร้าว ตะโกนด่าและพูดจาด้วยถ้อยคำไม่สุภาพ ต่อเมื่อหยุดการกระตุ้นพบว่าพฤติกรรมก้าวร้าวที่เกิดขึ้นนั้นได้หายไป (Tedeschi and Felson, 1994) รายงานการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับคำกล่าวของสิทธิโชค วรรณสันติกุล (2546) ที่ว่าเมื่อสมองส่วนอมิกดาลา (Amygdala) ได้รับการกระตุ้นจะทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมก้าวร้าวออกมา นอกจากนี้ความบกพร่องทางสมอง เช่น โรคทางสมอง โรคลมชัก รวมทั้งโรคสมาธิบกพร่อง อาจทำให้เด็กวัยรุ่นควบคุมอารมณ์ของตนเองไม่ค่อยได้และแสดงความก้าวร้าวออกมา (อุมาพร ตรังคสมบัติ, 2542)

1.2 ฮอร์โมนเทสโทสเตอร์โรน เป็นฮอร์โมนเพศชายที่มีความสัมพันธ์อย่างมากกับการเกิดพฤติกรรมก้าวร้าวเห็นได้จากผลการศึกษาผู้ต้องขังในเรือนจำจำนวนหนึ่งที่ทำโดยนักจิตวิทยาพบว่า นักโทษชายที่ต้องคดีฆาตกรรมมีปริมาณของฮอร์โมนเทสโทสเตอร์โรนสูงกว่านักโทษชายคดีอื่นที่ไม่ใช่คดีทำร้ายร่างกาย ไม่เพียงแต่เท่านั้น นักโทษเหล่านี้ยังฝ่าฝืนกฎระเบียบของเรือนจำมากกว่าและมีการทะเลาะวิวาทในเรือนจำบ่อยกว่าอีกด้วย (Dabbs, et.al., 1995) และเมื่อศึกษาในบรรดาอาชญากรในวัยรุ่นชายเทียบกับนักศึกษาชายในมหาวิทยาลัยยังพบว่าปริมาณฮอร์โมนเทสโทสเตอร์โรนสูงกว่ากลุ่มนักศึกษาชายด้วยเหมือนกัน นอกจากนี้การทดสอบความวิตกกังวลด้วยประวัติจากวัยเยาว์จนถึงอายุ 19 ปี จากเอกสารงาน เอฟ.บี.ไอ. และรายงานจากคุกแสดงชัดเจนว่านักโทษชาย 10 คน ที่มีประวัติก่อคดีร้ายแรงกว่าและก้าวร้าวมากกว่าครั้งที่เขาอยู่ในวัยรุ่นมีระดับฮอร์โมนเทสโทสเตอร์โรนสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าฮอร์โมนเทสโทสเตอร์โรนมีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงทางอาชญากรรมในวัยเด็กจนถึงวัยรุ่น (สุพัฒนา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา, 2548)

1.3 เพศ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าว และส่วนใหญ่พบว่า เพศชายจะมีความก้าวร้าวบ่อยกว่า รุนแรงกว่า และเป็นอยู่นานกว่าเพศหญิง ซึ่งอาจเนื่องมาจากฮอร์โมนเทสโทสเตอโรนนั้นเป็นฮอร์โมนเพศชาย ดังนั้นเพศชายจึงมีพฤติกรรมก้าวร้าวมากกว่าเพศหญิง สนับสนุนโดยผลการทดลองของเฟรเดอริกสันที่ได้ทำการทดลองในสัตว์ทดลอง แล้วพบว่าหนูตัวผู้เริ่มจะแสดงความก้าวร้าว เมื่ออายุย่างเข้าวัยเริ่มผลิตฮอร์โมนเพศผู้และสัตว์ตัวเมียหลาย ๆ ชนิดจะต่อสู้บ่อยครั้งกว่าและน้อยกว่าสัตว์ตัวผู้ ในสัตว์ชั้นสูงหลายชนิดตัวผู้จะก้าวร้าวกว่าตัวเมีย เพราะตัวเมียจะก้าวร้าวเมื่อถูกคุกคามเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการถูกคุกคามเกี่ยวข้องกับลูกอ่อน ในมนุษย์ก็เช่นกันจะพบว่าเด็กผู้ชายมักมีความก้าวร้าวมากกว่าเด็กผู้หญิงอย่างเห็นได้ชัด เช่นที่พบในโรงเรียนอนุบาล ลักษณะเช่นนี้จะคงอยู่จนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเด็กผู้ชายต้องการแยกออกไปจากแม่ มากกว่าจึงต้องพึ่งตนเองมากกว่า อีกทั้งยังต้องเป็นฝ่ายปกครองและคุ้มครองครอบครัวของเขาเองในอนาคต (สุพัฒนา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา, 2548)

1.4 อายุ เด็กวัยรุ่นที่อายุน้อยที่สุดจะก้าวร้าวที่สุด มีความคับข้องใจสูงทุกด้าน และมีความรู้สึกเป็นหมู่พวกสูงสุด (สุภา มาลากุล ณ อยุธยา, 2540)

1.5 ความเชื่อเกี่ยวกับความก้าวร้าว เด็กวัยรุ่นเมื่อไม่ได้รับการยอมรับจากคนในครอบครัว จึงทำให้เด็กมีความคิดต่อต้านสังคมและไม่ยอมรับกติกาการอยู่ร่วมกัน จากสภาวะดังกล่าวจึงส่งผลให้เด็กวัยรุ่นมีทัศนคติที่ต่อต้านพฤติกรรมที่เป็นปัญหา และมีพฤติกรรมเหล่านั้นในลักษณะโก้และเป็นที่ยอมรับในกลุ่ม จึงทำให้มีความพอใจอย่างทันทีทันใดโดยไม่คำนึงถึงผลที่ตามมา

1.6 ประสบการณ์ในอดีตซึ่งได้แก่ การถูกล่วงละเมิดอย่างรุนแรงมีผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กวัยรุ่น

1.7 ความข้องใจทำให้เกิดพฤติกรรมก้าวร้าว เพราะเมื่อบุคคลไม่กล้าแสดงออกนาน ๆ ปล่อยให้สิทธิและความรู้สึกของตนเองถูกล่วงละเมิด ทำให้ต้องเก็บสะสมความโกรธ ความเจ็บปวดไว้ เมื่อถึงจุดหนึ่งที่ทนไม่ได้ก็ย่อมแสดงความก้าวร้าวออกมา (Lange & Jakubowski, 1978)

สมอง ฮอร์โมน เพศ อายุ ความเชื่อเกี่ยวกับความก้าวร้าว ประสบการณ์ในอดีต และความคับข้องใจ เป็นปัจจัยภายในตัวบุคคลซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของเด็กวัยรุ่นโดยเฉพาะความเชื่อเกี่ยวกับความก้าวร้าว เพราะความเชื่อกับบุคคลมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมเมื่อบุคคลเชื่อว่าการ

แสดงพฤติกรรมก้าวร้าวเป็นวิธีการที่จะใช้ในการตัดสินปัญหา บุคคลนั้นก็จะแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวทันทีเมื่อต้องเผชิญกับปัญหา (รัตนดา ตาบัง, 2550) ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นถึงพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม เพราะพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือพฤติกรรมก้าวร้าวที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจากปัจจัยภายในตัวบุคคล ที่จะทำให้เกิดการกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งหากบุคคลได้รับปัจจัยที่ไปกระตุ้นพฤติกรรม ทั้งนี้หากตัวบุคคลสามารถควบคุมความคาดหวัง อารมณ์จากสิ่งเร้าต่าง ๆ ได้ อาจทำให้ตัวบุคคลนั้นสามารถป้องกันพฤติกรรมก้าวร้าวได้

2. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก (External environment) ที่มีผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กวัยรุ่น ประกอบด้วย (รัตนดา ตาบัง, 2550, หน้า 33-36)

2.1 การอบรมเลี้ยงดูของผู้ปกครอง จากการที่เด็กต้องอาศัยการอบรมเลี้ยงดูจากผู้ใหญ่เป็นเวลานานหลายปี จึงจะสามารถช่วยเหลือตนเองได้ การอบรมเลี้ยงดูจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เด็กมีสุขภาพกายและใจที่ดีเต็มตามศักยภาพของแต่ละคน หากเด็กได้รับสิ่งที่จำเป็นทางกายอย่างสมบูรณ์ แต่ขาดสิ่งจำเป็นทางด้านจิตใจ เด็กจะมีรูปร่างแข็งแรงสมบูรณ์แต่ไม่มีความสุข และอาจมีพฤติกรรมก้าวร้าวได้ เด็กวัยรุ่นที่ได้รับการเลี้ยงดูจากผู้ใหญ่ที่มักจะระบายอารมณ์หงุดหงิด เครียด เกลียดชัง ลงที่เด็ก เมื่อผู้ใหญ่มีเรื่องกระทบจิตใจจากสาเหตุใดก็ตาม หากเกิดเหตุการณ์นั้นซ้ำ ๆ เป็นระยะเวลานาน จะทำให้เด็กฝังในและเก็บอารมณ์ไว้ในจิตสำนึกและได้จิตสำนึก จนเมื่อเขาเติบโตเป็นวัยรุ่นมีโอกาสดำเนินชีวิตของตัวเอง เขาจะปลดปล่อยอารมณ์ที่เก็บกดไว้สู่สังคม โดยเฉพาะเด็กที่เก็บอารมณ์เหล่านี้ไปด้วยความแค้น จะปลดปล่อยความแค้นออกมาในรูปแบบของความก้าวร้าวต่อสังคม กลายเป็นอันธพาลและอาชญากรต่อสังคม ส่วนเด็กที่ถูกผู้ปกครองทอดทิ้งหรือไม่ต้องการก็จะฝังใจว่าไม่มีใครรักตนเองอย่างจริงจัง ทำให้มองโลกและสังคมเป็นศัตรูต่อตนเอง ดังนั้นจึงมักทำตัวเป็นศัตรูต่อสังคม ในทางตรงกันข้ามเด็กที่ถูกตามใจจนเสียเด็กก็จะคุ้นเคยกับการได้รับจนไม่รู้จักรู้จักการให้ เมื่ออยากได้สิ่งใดก็จะทุกอย่างพอให้ได้สิ่งนั้นมาครอบครอง โดยไม่คำนึงว่าจะได้มาโดยวิธีการทำร้ายผู้อื่น จึงอาจกลายเป็นอันธพาลหรืออาชญากรได้ ส่วนเด็กที่ถูกเลี้ยงดูมาจากพ่อแม่ที่ไม่มีเวลาให้ มักจะแสวงหาความมั่นคงทางจิตใจ ซึ่งควรจะได้รับจากพ่อแม่แต่กลับได้รับจากเพื่อนฝูงแทน ซึ่งหากเพื่อนในกลุ่มไม่ดีก็อาจชักนำพาไปพบกับความเสียหายและเป็นอันตรายต่ออนาคตและชีวิตได้ (ทะนงค์ สุขเกษม, 2544) การอบรมเลี้ยงดูจากผู้ใหญ่จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวในวัยรุ่น

2.2 วัฒนธรรม พบว่าวัฒนธรรมของสังคมที่ให้ความสำคัญกับชื่อเสียง เกียรติยศ และบรรทัดฐานของสังคม (Social norm) ความก้าวร้าวมักจะมีความรุนแรงไปถึงระดับฆ่ากันหรือ แม้แต่การฆ่าตัวตาย ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศญี่ปุ่นมีการฆ่าตัวตายเพื่อรักษาเกียรติยศของตนมา ตั้งแต่โบราณจนกลายเป็นประเพณีฮาราคีรี แม้ในปัจจุบันก็ยังมีข่าวจากญี่ปุ่นเสมอว่ามีการฆ่าตัวตาย ในกรณีที่ได้ทำงานล้มเหลว ทำผิดต่อหน้าที่ เมื่อเปรียบเทียบกับสังคมอื่นซึ่งไม่มีบรรทัดฐานของสังคม เช่นนี้ (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

2.3 สื่อและต้นแบบทางสังคม ปัจจุบันสื่อมีอิทธิพลต่อความก้าวร้าวของเด็กวัยรุ่น เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ ภาพยนตร์ และเกมส์ เป็นต้น พฤติกรรมก้าวร้าว จะถูกถ่ายทอดผ่านสื่อที่มีเนื้อหาของความก้าวร้าวรุนแรง จนอาจจะทำให้เด็กวัยรุ่นรู้สึกเคยชินกับ ภาพของความรุนแรงจนเห็นเป็นเรื่องธรรมดา และอาจแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวออกมาเป็นความ รุนแรงได้ (สมศักดิ์ โล่เลขา อ่างใน จารุวรรณ เจนจบ, 2558) นอกจากสื่อแล้วเด็กวัยรุ่นอาจเลียนแบบ พฤติกรรมก้าวร้าวเป็นต้นแบบทางสังคม เช่น พ่อแม่ หรือเพื่อนในกลุ่ม เป็นต้น (อุมาพร ตรังคสมบัติ, 2542) จากการสำรวจพบว่าในบรรดาพ่อแม่ที่ทำร้ายเด็กที่เป็นลูกตัวเองนั้น มีพ่อแม่จำนวนมากที่ เดิบโตมาจากครอบครัวที่โดนพ่อแม่ของเขาได้ทำทารุณต่อเขาในสมัยที่เขายังเป็นเด็ก เหตุคือเมื่อเขา ถูกทำร้ายด้วยมือของพ่อแม่ ทำให้เขาเรียนรู้จากตัวอย่างนี้ว่าความรุนแรงที่เขาได้รับเป็นสิ่งธรรมดา และถูกต้องในการสั่งสอนเด็ก ดังนั้น เมื่อเขามีลูกเขาจะนำวิธีการที่เขาคิดว่าถูกต้องมาใช้อีกครั้ง ผล การสำรวจนั้นสามารถอธิบายได้จากคำกล่าวของแบนดูราที่ว่าวิธีการลงโทษที่รุนแรงย่อมทำให้บุคคล เกิดความก้าวร้าวได้ เพราะทำให้บุคคลเกิดความคับแค้นใจและเห็นตัวแบบที่ก้าวร้าว (Bandura, 1973) ดังนั้นต้นแบบทางสังคมจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กวัยรุ่น

2.4 การได้รับการเสริมแรงที่มีผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าว เพราะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิด พฤติกรรมก้าวร้าวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพฤติกรรมก้าวร้าวเป็นรูปแบบหนึ่งของพฤติกรรมทางสังคม และเมื่อบุคคลแสดงความก้าวร้าวแล้วได้รับการเสริมแรง พฤติกรรมก้าวร้าวนั้นก็คงอยู่ต่อไป (Bandura, 1973) ยกตัวอย่างเช่น เมื่อนาย ก ถูกเพื่อนล้อเลียนเกี่ยวกับปมด้อยของเขา เขาจึงนำ เรื่องที่ถูกล้อเลียนมาปรึกษาพ่อแม่ของเขา พ่อแม่บอกว่าถ้าครั้งต่อไปถูกล้อเลียนอีกให้ตอบโต้กลับไป ด้วยการชกต่อยเพื่อนคนดังกล่าวเพื่อแสดงว่าตนเองเก่ง และคนอื่นจะได้ไม่กล้ามาล้อเลียนอีก เมื่อถูก ล้อเลียน นาย ก จึงตัดสินใจชกเพื่อนที่มาล้อเลียนเขา หลังจากนั้นพ่อแม่ของเขาจึงแสดงความชื่นชมที่ นาย ก ได้แสดงความกล้า โดยการชกต่อยกับผู้ที่ล้อเลียนเขา จากเหตุการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่านาย

ก ได้รับการเสริมแรงจากพ่อแม่ ดังนั้นเมื่อมีเหตุการณ์ที่มีลักษณะคล้ายกันมากระตุ้นนาย ก จึงตอบได้ เพราะต้องการเป็นคนเก่งและไม่ให้คนอื่นมารังแกอีก (รัตนา ตาบัง, 2550 หน้า 35)

2.5 ยาเสพติดและสิ่งแอลกอฮอล์ ได้แก่ สุรา กัญชา เฮโรอีน และยาบ้า มีความเกี่ยวข้องกับความเสี่ยง เช่น ในสภาวะที่บุคคลดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมากจนเมา อาจทำให้พฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงได้ เพราะแอลกอฮอล์จะไประงับการรู้คิดของบุคคล เมื่อความสามารถในการรู้คิดลดลงไป บุคคลก็จะแสดงความก้าวร้าวได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม (สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546) นอกจากนี้ในรายที่ติดสุราเรื้อรังจะมีอารมณ์เปลี่ยนแปลงง่าย โมโหง่าย มีพฤติกรรมก้าวร้าว และบางรายอาจมีอาการทางจิต เช่น หวาดระแวงจนถึงขั้นทำร้ายผู้อื่นได้ ก้าวร้าว (กระทรวงสาธารณสุข, 2549 อ้างใน จารุวรรณ เจนจบ, 2558)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมก้าวร้าวของวัยรุ่นเกิดจากปัจจัยภายในตัววัยรุ่น และสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งพฤติกรรมก้าวร้าวของวัยรุ่นที่เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากพฤติกรรมของบุคคลมีอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัย ฉะนั้นความก้าวร้าวของวัยรุ่นจึงเกิดจากสังคมที่ชอบใช้ความรุนแรง และทางตรงกันข้ามสังคมที่ชอบใช้ความรุนแรงย่อมมีผลให้วัยรุ่นในสังคมนั้นแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมก้าวร้าวที่พบมากในนักเรียนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนต้น เนื่องจากเป็นวัยที่กำลังแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์ของตน เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมาย ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เกิดความเครียดและวิตกกังวล นอกจากนั้นแล้วการที่นักเรียนไม่ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการก็จะทำให้เกิดความคับข้องใจ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมก้าวร้าวได้ (อาภรณ์ ตีนาน, 2551, หน้า 24)

อรพญา พัทบุรี (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กผู้รับอุปการะในสถานคุ้มครองสวัสดิภาพเด็กกระยอง จังหวัดระยอง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 11 – 15 ปี เรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเรียกว่าช่วงวัยมัธยมต้น มากกว่าครึ่งมีเกรดเฉลี่ยอยู่ที่ 2.01 – 2.50 มีระยะเวลาในการเข้ารับการอุปการะในสถานคุ้มครองสวัสดิภาพเด็กกระยอง ตั้งแต่ 5 – 10 ปี ถูกนำส่งโดยสถานสงเคราะห์ของรัฐ/เอกชน โดยความคิดเห็นด้านพฤติกรรมก้าวร้าวมากที่สุด อันดับแรก เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บางครั้งเมื่อเด็กไม่พอใจที่ผู้อื่นทำสมมุติหรือเสื้อผ้าของเขาเปื้อน รองลงมาเมื่อเด็กมีความรู้สึกโกรธใครเขาก็จะทำลายของของคณนั้นเป็นการตอบแทน และเมื่อเด็กถูกพ่อแม่ตักเตือนมากจนทำให้เด็กโกรธ

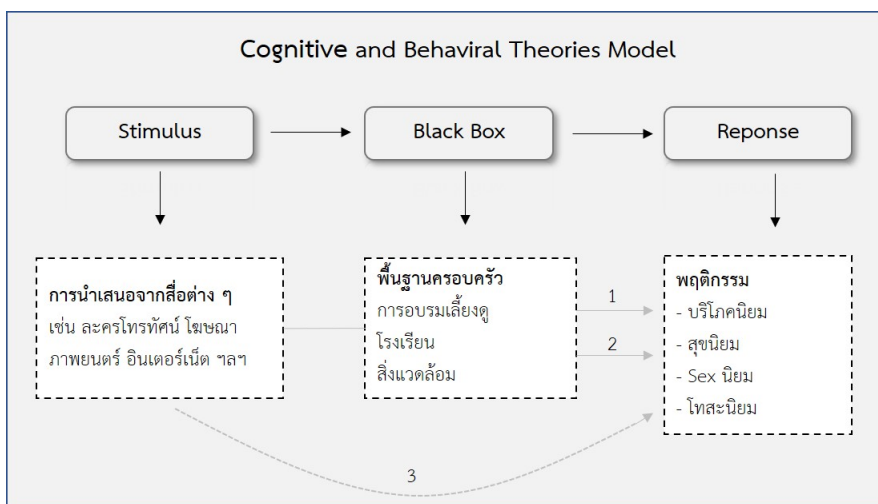
เด็กมักจะตอบโต้ด้วยการทำเสียงดัง และความคิดเห็นที่น้อยที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ เมื่อมีคนพูดไม่ดี ด้วยเด็กก็จะพูดไม่ดีกับเขาเช่นกัน รองลงมาเด็กมักจะพูดคำหยาบเมื่อโกรธหรือรู้สึกไม่พอใจ และน้อยที่สุด คือ เด็กจะไม่ทำลายของเพื่อน ถึงแม้ว่าเพื่อนจะทำของเสียหาย

กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่ก้าวร้าว เป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากเกิดความรู้สึกโกรธ ไม่พอใจ ถูกขัดใจ ไม่ได้ในสิ่งที่บุคคลนั้นต้องการทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ เกิดจากสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ จึงแสดงออกมาด้วยการพูดจาหยาบคาย ทำเสียงดัง ทำลายข้าวของ ทำร้ายตนเอง หรือมากที่สุดถึงขั้นทำร้ายผู้อื่น

2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น

ความหมายของ “วัยรุ่น” วัยรุ่น หรือ “Adolescence” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Adolescere” หมายถึง การเติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ (Steinberg, 1996) ดังนั้น ช่วงวัยรุ่นจึงหมายถึงช่วงเวลาแห่งการเติบโต จากวัยเด็กที่ยังขาดวุฒิภาวะไปสู่การเป็นผู้ใหญ่ วัยรุ่นจึงเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจำเป็นต้องมีพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาไปพร้อม ๆ กัน ในการเข้าสู่วัยรุ่นของเด็กชายและเด็กหญิงนั้นถือเอาการเข้าสู่วุฒิภาวะทางเพศเป็นเกณฑ์ ทั้งนี้ ทั้งสองเพศจะเข้าสู่วุฒิภาวะทางเพศไม่พร้อมกันขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมหลายประการ เช่น อาหาร สภาพความเป็นอยู่ ประเพณีและวัฒนธรรม รวมถึงสภาพแวดล้อมอื่น ๆ (พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539)

ภาพที่ 2.2: หลักทฤษฎี Cognitive and Behavioral Theories Model



ที่มา : รติ ธนารักษ์. (2554). มายาภาพจากสื่อที่สะท้อนสู่วัยรุ่นยุคปัจจุบัน. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 23-34.

การที่วัยรุ่นจะมีพฤติกรรมตามวัฒนธรรมที่เป็นอยู่ในสังคม “สารพัดนิยม” ต่าง ๆ นั้นมีสาเหตุที่สามารถเป็นไปได้ถึง 3 ทาง ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมที่ถูกกระตุ้นจากสื่อผสมกับพื้นฐานที่มีอยู่แล้วภายในจิตใจของเด็กที่ถูกสั่งสมมาจากครอบครัวและสภาพแวดล้อม หรือสาเหตุที่มาจากการกระทำที่เกิดจากพื้นฐานภายในจิตใจของเด็กเองที่อาจมีแบบอย่างมาจากพ่อแม่ ครูหรือเพื่อนโดยไม่เกี่ยวกับสื่อ และสุดท้ายเป็นผลงานของสื่อโดยตรงที่มีอิทธิพลถึงขั้นเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของวัยรุ่นได้ ดังแผนภาพข้างต้น (รติ ธนารักษ์, 2554)

วัยรุ่นถือเป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต คืออยู่ระหว่างความเป็นเด็กและความเป็นผู้ใหญ่ เป็นวัยที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งทางร่างกายและจิตใจ เป็นวัยที่ต้องเรียนรู้ถึงความเป็นตัวของตัวเอง และเป็นวัยที่มักเกิดปัญหาในชีวิตมากที่สุด Dusek (1987) ได้กล่าวถึงวัยรุ่นว่า วัยรุ่น หมายถึง วัยที่เชื่อมระหว่างความเป็นเด็กกับการเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นระยะที่ต้องปรับพฤติกรรมจากเด็กให้เป็นแบบผู้ใหญ่ที่สังคมยอมรับ การเป็นวัยรุ่นจึงมิได้มีเพียงการเติบโตทางร่างกายเท่านั้น หากแต่หมายรวมถึงการเติบโตทางสังคมซึ่งอยู่ในกรอบของวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นอีกด้วย

ในประเทศไทย มีนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาเกี่ยวกับวัยรุ่น ทั้งในด้านจิตวิทยา ชีววิทยา และสังคมวิทยา ซึ่งหลายท่านได้ให้นิยามของคำว่าวัยรุ่นไว้อย่างน่าสนใจ โดยจะขอยกมาอ้างถึง

ดังต่อไปนี้

จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรรณ (2541) ระบุในรายงานการทบทวนองค์ความรู้ด้านเด็ก เยาวชน และครอบครัวว่า เด็กและเยาวชนมีอายุตั้งแต่ 0 – 24 ปี แต่เยาวชนวัยรุ่นจะมีอายุตั้งแต่ 15 ถึง 24 ปี

กล่าวโดยทั่วไป วัยรุ่นเริ่มจากการมีวุฒิภาวะทางเพศที่สมบูรณ์ สามารถจะเป็นพ่อแม่คนได้ แต่ในการกำหนดอายุที่ชัดเจนแน่นอนนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก จึงเห็นควรให้แบ่งเป็นช่วงอายุดังนี้ คือ ก่อนวัยรุ่น อายุ 10 ถึง 12 ปี วัยแรกรุ่น อายุ 13 – 16 ปี และวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 17 ถึง 21 ปี

พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์ (2538) ได้ให้ความหมายของวัยรุ่นไว้ว่า วัยรุ่นจะมีอายุตั้งแต่ 12 ถึง 20 ปี โดยแบ่งวัยรุ่นออกเป็น 3 ระยะ คือ

1. วัยย่างเข้าสู่วัยรุ่น อายุตั้งแต่ 11 หรือ 12 ปี – 13 หรือ 14 ปี
2. วัยรุ่นตอนต้น อายุตั้งแต่ 13 หรือ 14 ปี – 16 หรือ 17 ปี
3. วัยรุ่นตอนปลาย อายุตั้งแต่ 17 ปี – 19 หรือ 20 ปี

องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่น

พัฒนาการของวัยรุ่นในแต่ละท้องถิ่นอาจมีลักษณะบางอย่างคล้ายกัน เช่นการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและจิตใจ แต่ในขณะเดียวกันสภาพแวดล้อมก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้วัยรุ่นมีความแตกต่างกัน ดังนั้น ในการศึกษาเกี่ยวกับวัยรุ่น นอกจากจะศึกษาโดยตรงที่ตัววัยรุ่นเองแล้ว การศึกษาบริบทแวดล้อมที่สำคัญต่อพัฒนาการ และลักษณะนิสัยของวัยรุ่นก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ควรศึกษาประกอบไปพร้อมกัน ด้วยเหตุผลนี้ Steinberg (1996) จึงเสนอให้ศึกษาบริบทแวดล้อมที่สำคัญ 4 ประการ ที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นอันได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อน โรงเรียน และกิจกรรมของวัยรุ่น เพื่อให้การศึกษาเกี่ยวกับวัยรุ่นมีความถูกต้องตามจริง และไม่เกิดความคลาดเคลื่อน

1. วัยรุ่นกับครอบครัว

ครอบครัวเป็นสถาบันพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อพัฒนาการของมนุษย์มากที่สุดนับตั้งแต่เด็กจนโต ครอบครัวจะเป็นเสมือนเบ้าหลอมให้คนมีพื้นฐานที่ดีหรือไม่ดีต่างกันไป จากการศึกษาปัญหาสังคมจะพบว่า ปัญหาของวัยรุ่นส่วนใหญ่ล้วนมีสาเหตุเบื้องต้นมาจากปัญหาภายในครอบครัวทั้งสิ้น (พรพิมล เจริญนาคินทร์, 2539) ดังนั้นในการแก้ปัญหาวัยรุ่น หนทางหนึ่งที่สามารถเป็นไปได้คือการ

เริ่มแก้ปัญหาของครอบครัวก่อน และเมื่อครอบครัวมีปัญหาน้อยลง ปัญหาของวัยรุ่นก็จะลดน้อยลงตามไปด้วย

2. วัยรุ่นกับโรงเรียน

นอกเหนือจากสถาบันครอบครัวแล้ว โรงเรียนเป็นอีกหนึ่งสถาบันที่มีความสำคัญต่อพัฒนาการหรือการเจริญเติบโตของวัยรุ่นเป็นอย่างมาก วัยรุ่นใช้เวลากว่าหนึ่งในสามของวันอยู่ภายในโรงเรียนหรือสถานศึกษา สังคมในโรงเรียนถือเป็นสังคมภายนอกบ้านที่เป็นประสบการณ์ครั้งแรกของเด็ก (พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539) เป็นสถานที่ที่เด็กมีโอกาสได้พบเพื่อนรุ่นเดียวกัน ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ทั้งที่เป็นวิชาความรู้ และเป็นประสบการณ์ชีวิต เด็กจะได้เรียนรู้การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น การทำงานเป็นหมู่คณะ ความรับผิดชอบงานต่าง ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ความมีน้ำใจ เรียนรู้บทบาทการเป็นผู้ให้และผู้รับ รู้จักสิทธิและหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น และยังได้เรียนรู้ความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ โดยสิ่งต่าง ๆ ที่เด็กเรียนรู้ในโรงเรียนจะช่วยให้เด็กพัฒนาไปสู่การมีวุฒิภาวะทางสังคมเมื่อเป็นวัยรุ่น ซึ่งเป็นรากฐานของการใช้ชีวิตในสังคมเมื่อโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่

3. วัยรุ่นกับเพื่อน

วัยรุ่นกับกลุ่มเพื่อนถือเป็นสิ่งที่คู่กัน การคบเพื่อนมีความสำคัญมากสำหรับวัยรุ่น กลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของวัยรุ่นเป็นอย่างมาก วัยรุ่นมักจะเลือกเพื่อนที่มีรสนิยมตรงกัน มีทัศนคติคล้ายคลึงกัน และมีขนาดของร่างกายเท่า ๆ กัน (สุชา จันทน์เอม และสุรางค์ จันทน์เอม, 2521) โดยเด็กชายจะรวมกลุ่มกับเด็กชายด้วยกันก่อน ในทำนองเดียวกัน เด็กหญิงก็จะรวมกลุ่ม และมีกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน (Steinberg, 1996) จากนั้นเมื่ออย่างเข้าสู่วัยรุ่นเด็กจะเริ่มมีความรู้สึกรักอยากคบเพื่อนต่างเพศบ้าง ลักษณะการคบเพื่อนของวัยรุ่นจะมีการเปลี่ยนแปลงไปเมื่อวัยรุ่นเติบโตขึ้น ซึ่ง Grimder (1966 อ้างใน พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539, หน้า 83) ได้แบ่งขั้นตอนการพัฒนาการเป็นกลุ่มของวัยรุ่นไว้ดังนี้

ขั้นที่ 1 การพัฒนาการของกลุ่มวัยรุ่นชาย-หญิง เป็นแบบอิสระต่อกัน

ขั้นที่ 2 มีการรวมกลุ่มอย่างมีโครงสร้าง โดยมีการแยกเพศของกลุ่มชายและกลุ่มหญิงแม้ว่าจะรวมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

ขั้นที่ 3 การปฏิสัมพันธ์ของวัยรุ่นชายหญิงมีลักษณะเป็นกลุ่มย่อยหลายกลุ่มและแต่ละกลุ่ม

ยังคงมีความสัมพันธ์ต่อกัน หมายถึง มีลักษณะของการจับคู่แต่ยังอยู่ภายในกลุ่ม
ขั้นที่ 4 เริ่มแบ่งแยกจากคู่ที่อยู่ในกลุ่มมาเป็นคู่เดี่ยว

การเข้ากลุ่มของวัยรุ่นนั้นเกิดจากวัยรุ่นมีความกังวลใจในการเปลี่ยนแปลงของรูปร่าง ทำให้เกิดความไม่มั่นใจจึงต้องการการยอมรับจากสังคมและกลุ่มเพื่อน วัยรุ่นต้องการให้เพื่อนยอมรับตนเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่ม โดยอาจทำกิจกรรมร่วมกัน แต่งกายแบบเดียวกัน พูดจาโดยใช้ภาษาระดับเดียวกัน การเข้ากลุ่มจะช่วยให้วัยรุ่นมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีสังคมกว้างขวางขึ้น และยังช่วยให้เข้าใจชีวิตมากขึ้นเมื่อได้เห็นปัญหาของผู้อื่น

4. วัยรุ่นกับกิจกรรม

ตามธรรมชาติของวัยรุ่นนั้น วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็น อยากทดลองสิ่งใหม่ๆ ที่ตนสนใจ ทั้งในเรื่องหลักการและแนวคิดต่าง ๆ เรื่องที่ทำหาย รวมถึงเรื่องเร้นลับ นอกจากนี้วัยรุ่นยังมีความพยายามที่จะปรับปรุงตนเอง แก้ไขข้อบกพร่องของตน และมีความมุ่งมั่นในงานที่รับผิดชอบ วัยรุ่นจึงมักใช้เวลาว่างในการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ทางเลือกของวัยรุ่นในการใช้เวลาว่างอาจเป็นไปได้ในทางที่เกิดประโยชน์ หรือเกิดโทษต่อตัววัยรุ่นเอง หรือต่อสังคม พรพิมล เจริญนาคินทร์ (2539) กล่าวว่า กิจกรรมบันเทิงที่วัยรุ่นเลือกปฏิบัตินั้น เกิดขึ้นจากเหตุผลเพียงข้อเดียว นั่นคือเพื่อให้ร่างกายผ่อนคลายความตึงเครียด และความกดดันที่เกิดขึ้นในโรงเรียน หรือจากงานที่ได้รับมอบหมายจากที่บ้าน

ศศิธร วงศ์สายัญ (2536) กล่าวถึง ลักษณะของวัยรุ่นใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะเฉพาะทางกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และลักษณะสัมพันธ์ ได้แก่ วัยช่วงอายุ และระดับการศึกษาดังนี้

1) ลักษณะเฉพาะทางกายภาพ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา

- ทางกาย จะมีลักษณะเด่น คือ อัตราการเพิ่มอย่างรวดเร็วของส่วนสูง และน้ำหนัก และการเพิ่มขนาดและหน้าที่ของอวัยวะเพศ
- ทางอารมณ์ 2 ประเภท คือ อารมณ์สุข มีความรัก ร่าเริง สนุกสนาน และอารมณ์ทุกข์ กลัว กังวลใจ โกรธ
- ทางสังคม เป็นความสัมพันธ์กับเพื่อน และความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ
- ทางสติปัญญาของเด็กวัยรุ่น มีการพัฒนาการทางความคิดมากขึ้น

2) ลักษณะสัมพันธ์ อันได้แก่ วัย ช่วงอายุ และระดับการศึกษา

ตารางที่ 2.1: การแบ่งวัยตามช่วงอายุ

วัยรุ่น	อายุ (ปี)	
	หญิง	ชาย
วัยเตรียมเข้าสู่วัยรุ่น	11 - 13	13 - 15
วัยรุ่นตอนต้น	13 - 15	15 - 17
วัยรุ่นตอนกลาง	15 - 17	17 - 19
วัยรุ่นตอนปลาย	17 - 21	19 - 21

พฤติกรรมวัยรุ่น มีลักษณะที่โดดเด่น เนื่องจากเป็นวัยที่สนใจและชอบแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ ต้องการที่จะเรียนรู้ และกล้าที่จะท้าทาย วัยรุ่นมักจะรวมตัวทำกิจกรรม ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน วัยรุ่นเป็นวัยที่อยากรู้อยากเห็น ต้องการเป็นที่ยอมรับของเพื่อนและคนในสังคม ส่งผลให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมเด่นเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ

จารีศรี กุลศิริปัญญา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมวัยรุ่นติดเกมออนไลน์จนก่อคดีลักทรัพย์ กรณีศึกษา อำเภอเสต๊ะหีบ จังหวัดชลบุรี ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีบุคลิกภาพเสียขริ้ม ก้าวร้าวบางครั้ง เวลาพูดไม่ค่อยสบตา มีความถี่ในการเล่นเกมนี้อีกกว่า 30 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ วันที่ไปโรงเรียนจะเล่นระหว่างเวลา 17.00 – 22.00 น. วันหยุดจะเล่นตั้งแต่ร้านเปิดจนถึงร้านปิด มีสาเหตุในการเล่นมาจากเพื่อนห่วยครอบครัว ชอบความตื่นเต้นและท้าทายในเกมส์ ได้เป็นอิสระอยากทำอะไรก็ได้ในเกมส์ ได้แสดงความสามารถที่ชีวิตจริงไม่มีโอกาสได้ทำ ชอบเกมส์แนวต่อสู้ ผลของเกมส์ส่งผลให้มันี่สย คือ หากไม่ได้เล่นเกมส์จะหงุดหงิด อารมณ์เสีย ควบคุมตัวเองไม่ได้อยากเล่นทุกวัน ปัจจัยเกิดจากเพื่อนชักชวน มีเพื่อนที่ชอบเหมือนกัน คุยกันรู้เรื่อง สาเหตุในการก่อคดีมาจาก

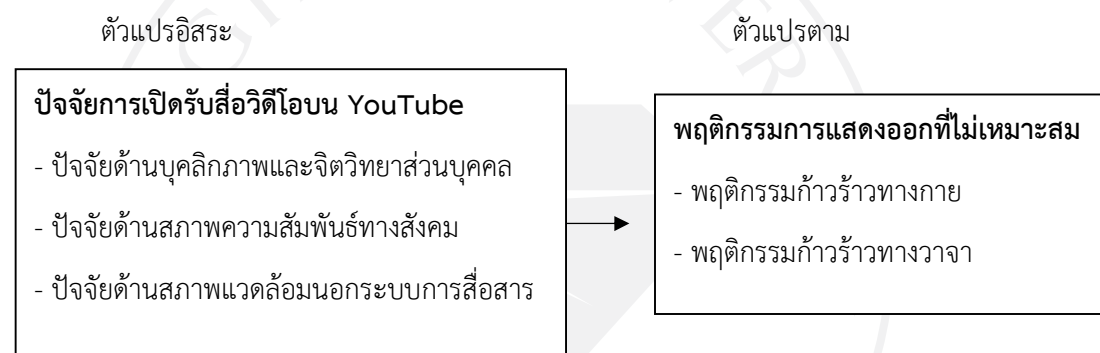
1. สภาพครอบครัว ผู้ปกครองไม่มีเวลาทำงานทุกวัน หากหยุดงานจะไม่มีรายได้ สัมพันธภาพในครอบครัวไม่ดี พูดจากันแบบตำหนิเป็นส่วนใหญ่
2. สังคม เพื่อน ชอบเล่นเกมส์เหมือนกัน สนใจสิ่งเดียวกัน
3. การรับรู้ข่าวสาร ได้รับข่าวสารคล้าย ๆ กันเกี่ยวกับเกมส์ใหม่ ๆ และหาเงินเพื่อมาเล่นเกมส์แบบเดียวกัน สิ่งที่ทำส่งผลต่อตนเอง คือ รู้สึกผิดเสียใจที่โดนจับได้ ถูกตอกย้ำและถูกตำหนิ

จากคนรอบข้าง ผลกระทบต่อครอบครัว คือ รู้สึกโกรธและอับอาย และรู้สึกไม่ดีขึ้นเพราะคิดว่าลูกไปเรียน

กล่าวโดยสรุปได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น จะเห็นได้ว่าการกำหนดช่วงอายุของวัยรุ่นนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เนื่องจากเด็กแต่ละคนจะเติบโตเป็นวัยรุ่นในช่วงอายุที่แตกต่างกันดังข้อความข้างต้น เมื่อศึกษาจากข้อมูลเอกสาร ทางผู้วิจัยจึงขอกำหนดนิยามของคำว่าวัยรุ่นให้ชัดเจนเพื่อใช้เฉพาะในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ว่า วัยรุ่น คือ บุคคลที่มีอายุระหว่าง 11 ถึง 21 ปี

2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.3: กรอบแนวคิด



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการสำรวจวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงานวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มวัยรุ่นทั้งชายและหญิงที่เปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 11 – 21 ปี เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่ถูกจัดอยู่ในเกณฑ์วัยรุ่น โดยรับสื่อผ่านโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ และ Tablet โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 717,650 คน เป็นเพศชาย 365,994 คน และเพศหญิง 351,656 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยที่นำมาศึกษาซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 119 คน ซึ่งจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้จากการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรม G*Power3 โดยกำหนดขนาดค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.15 ซึ่งเป็นค่ามาตรฐานของการกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเมื่อมีการทำการทดสอบตระกูลไคสแควร์ที่ยอมรับในระดับสากล โดยค่าอำนาจทดสอบเท่ากับ 0.95 ค่าองศาอิสระของตัวแบบ (df)

เท่ากับ 115 และเมื่อคำนวณจากสูตร $df = NI(NI+1)/2$ เมื่อตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 3 ตัว ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 119 คน

ผลลัพธ์จากโปรแกรม G*Power3

Input Parameters:	Effect size f^2	= 0.15
	α err prob	= 0.05
	Power ($1-\beta$ err prob)	= 0.95
	Number of predictors	= 3
Output Parameters:	Noncentrality parameter λ	= 17.8500000
	Critical F	= 2.6834991
	Numerator df	= 3
	Denominator df	= 115
	Total sample size	= 119
	Actual power	= 0.9509602

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่จะนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาถึงปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำข้อมูลทั้งหมดมารวบรวมเป็นเครื่องมือ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ได้แก่ โดยจะเป็นแบบสอบถามที่มีคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question) แต่สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed Form) ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม
3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร

โดยใช้แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลผลโดยยึดหลักเกณฑ์กำหนดช่วงคะแนนดังต่อไปนี้ Cohen (1988)

คะแนนค่าเฉลี่ย	การแปลผล
4.50 – 5.00	มีผลมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีผลมาก
2.50 – 3.49	มีผลปานกลาง
1.50 – 2.49	มีผลน้อย
1.00 – 1.49	มีผลน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามสำรวจพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของผู้ที่เปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้เครื่องมือคำถามที่อยู่ในมาตราส่วนอัตราภาค (Interval Scale) แบบสอบถามที่มีคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question) แต่สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed Form) ประกอบด้วย 2 ประเด็นคำถาม ได้แก่

1. พฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย
2. พฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา

โดยใช้แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลผลโดยยึดหลักเกณฑ์กำหนดช่วงคะแนนดังต่อไปนี้ Cohen (1988)

คะแนนค่าเฉลี่ย	การแปลผล
4.50 – 5.00	มีผลมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีผลมาก
2.50 – 3.49	มีผลปานกลาง
1.50 – 2.49	มีผลน้อย
1.00 – 1.49	มีผลน้อยที่สุด

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับเนื้อหา วัตถุประสงค์ และปรับปรุงโครงสร้าง รวมถึงความเหมาะสมของการใช้ภาษา และจึงนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงเพื่อให้ข้อคำถาม มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบเพื่อให้แน่ใจว่ากลุ่มใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง (try-out) ที่เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จำนวน 30 คน มีความเข้าใจตรงกัน และตอบคำถามได้ตามความเป็นจริงทุกข้อ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา

ของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha) โดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง โดยทั้งนี้ค่าความเชื่อมั่นต้องเกิน 0.70 ขึ้นไป ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาร์คของแบบสอบถามเท่ากับ 0.952 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์น่าเชื่อถือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงผลทดสอบการคำนวณค่าความเชื่อถือได้

ส่วนของแบบสอบถาม	ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient)
1. ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube	0.869
2. พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม	0.983
รวม	0.952

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ข้อมูลที่ใช้คือแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น เพศชายและหญิง มีอายุระหว่าง 11-21 ปี จำนวน 119 คน ในช่วงระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 - เมษายน พ.ศ.2563 โดยให้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณหาค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube และพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้วิธีการทางสถิติต่าง ๆ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรภาค Cohen (1988) และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างของปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่

เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น สถิติที่ใช้คือ สถิตีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ซึ่งมีสัญลักษณ์ r แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ใช้วัดขนาดของความสัมพันธ์ 5 ระดับ มีดังนี้

ค่า (r)	ระดับของความสัมพันธ์
0.90 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
0.70 - 0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.50 - 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.30 - 0.50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00 - 0.30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 119 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัย ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
- 4.2 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube
- 4.3 พฤติกรรมแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4.4 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	36	30.3
หญิง	83	69.7
รวม	119	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 3 และเพศชาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
11 - 14 ปี	18	15.1
15 - 18 ปี	41	34.5
19 - 21 ปี	60	50.4
รวม	119	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19 – 21 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 อันดับสองมีอายุระหว่าง 15 – 18 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และอันดับสุดท้ายมีอายุระหว่าง 11 – 14 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	8	6.7
มัธยมศึกษาตอนต้น	14	11.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย	55	46.2
อุดมศึกษาหรือเทียบเท่า	42	35.3
รวม	119	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 อันดับที่สองเป็นนักเรียนชั้นอุดมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 อันดับที่สามเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และอันดับสุดท้ายเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 5,000 บาท	66	55.5
2. 5,001-10,000 บาท	35	29.4
3. 10,001-15,000 บาท	8	6.7
4. 15,001 บาทขึ้นไป	10	8.4
รวม	119	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 อันดับที่สองมีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 อันดับ

ที่สามมีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และอันดับสุดท้ายมีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ

4.2 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube

ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	แปลค่า
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวตนเอง	3.66	1.052	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่ตนเองอาศัยอยู่	3.82	0.899	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด	4.00	0.930	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากกระบวนการรับรู้ ประสบการณ์หรือความรู้เดิม	4.10	0.817	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากแรงจูงใจส่วนบุคคล	4.21	0.791	มาก
รวม	3.96	0.683	มาก

จากตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.683 แปลผลอยู่ในระดับมาก

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากแรงจูงใจส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.791 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สอง เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากกระบวนการรับรู้ ประสบการณ์หรือความรู้เดิม มีค่าเฉลี่ย 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.817 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สาม เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด มีค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.930 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สี่ เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่ตนเองอาศัยอยู่ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.899 แปลผลอยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย เปิดรับสื่อวิดีโอ

YouTube จากการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวตนเอง มีค่าเฉลี่ย 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.052 แปลผลอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม

ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม	$\bar{x}$	S.D.	แปลค่า
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากสิ่งที่ยังคงกำลังเป็นที่นิยมกระแส/	4.14	0.847	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากคำแนะนำของเพื่อน	3.76	0.998	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากคำแนะนำของบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.68	1.025	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากความต้องการคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทศนคติ	3.95	0.910	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากความต้องการมีพฤติกรรมเพื่อเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม	3.63	1.126	มาก
รวม	3.83	0.712	มาก

จากตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.712 แปลผลอยู่ในระดับมาก

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากสิ่งที่ยังคงกำลังเป็นที่นิยม/กระแส มีค่าเฉลี่ย 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.847 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สอง เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากความต้องการคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทศนคติ มีค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.910 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สาม เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากคำแนะนำของเพื่อน มีค่าเฉลี่ย 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.998 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สี่ เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากคำแนะนำของบุคคลที่มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.025 แปลผลอยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากความต้องการมีพฤติกรรมเพื่อเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มีค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.126 แปลผลอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร	$\bar{x}$	S.D.	แปลค่า
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากลักษณะที่ต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น	3.85	1.022	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากเนื้อหา ความน่าสนใจของสื่อ	4.24	0.747	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากการตอบสนองของเนื้อหาที่เปิดรับ	4.05	0.852	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากประสิทธิผลของภาษาที่เข้าใจง่ายเหมาะกับการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร	4.10	0.896	มาก
การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากข้อมูล ข่าวสารที่มีประสิทธิผลสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง	4.08	0.855	มาก
รวม	4.06	0.642	มาก

จากตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.642 แปลผลอยู่ในระดับมาก

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากเนื้อหา ความน่าสนใจของสื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.747 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สอง เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากประสิทธิผลของภาษาที่เข้าใจง่ายเหมาะกับการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.896 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สาม เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากข้อมูล ข่าวสารที่มีประสิทธิผลสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.855 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สี่ เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากการตอบสนองของเนื้อหาที่เปิดรับ มีค่าเฉลี่ย 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.852 แปลผลอยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย เปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube จากลักษณะที่ต่างกัน เช่น เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.022 แปลผลอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4.3 พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย

พฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย	$\bar{x}$	S.D.	แปลค่า
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการทำลายสิ่งของของตนเอง	2.93	1.376	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการทำลายสิ่งของผู้อื่น	2.82	1.363	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการทำร้ายตนเอง	2.82	1.396	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการทำร้ายผู้อื่นโดยร่างกายของตน เช่น ตี เตะ ต่อย ผลัก กัด	3.03	1.324	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการขว้างปาสิ่งของใส่ผู้อื่น	2.85	1.412	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบทำทางความผิดปกติหรือข้อบกพร่องของผู้อื่น	2.92	1.316	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมเพิกเฉยเมินต่อบุคคลที่ไม่พอใจ	3.03	1.308	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อเกิดพฤติกรรมกีดกันไม่ให้เข้าร่วมกลุ่ม	2.97	1.423	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการทำลายสิ่งของสาธารณะเช่น ชีตเขียนโต๊ะ กำแพง	2.85	1.406	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมสร้างความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น เช่น แกล้งเอาของไปซ่อน รังแกผู้อื่นจนได้รับบาดเจ็บ	3.08	1.403	ปานกลาง
รวม	2.93	1.248	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 2.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.248 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมสร้างความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น เช่น แกล้งเอาของไปซ่อน รังแกผู้อื่นจนได้รับบาดเจ็บ มีค่าเฉลี่ย 3.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.403 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่สอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ พฤติกรรมการทำร้ายผู้อื่นโดยร่างกายของตน

เช่น ดี เต๋อ ต๋อย ผลัก กัด และพฤติกรรมเพิกเฉย เมินต่อบุคคลที่ไม่พอใจ มีค่าเฉลี่ย 3.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.324 และ 1.308 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่สาม พฤติกรรมกีดกันไม่ให้เข้าร่วมกลุ่ม มีค่าเฉลี่ย 2.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.423 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่สูง พฤติกรรมการทำลายสิ่งของของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 2.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.376 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ยี่ห้า พฤติกรรมการเลียนแบบทำทาง ความผิดปกติหรือข้อบกพร่องของผู้อื่น มีค่าเฉลี่ย 2.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.316 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ยี่หก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ พฤติกรรมการขว้างปาสิ่งของใส่ผู้อื่น และพฤติกรรมทำลายสิ่งของสาธารณะ เช่น ขีดเขียนโต๊ะ กำแพง มีค่าเฉลี่ย 2.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.412 และ 1.406 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ พฤติกรรมการทำลายสิ่งของผู้อื่น และพฤติกรรมการทำร้ายตนเอง มีค่าเฉลี่ย 2.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.363 และ 1.396 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา

พฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา	$\bar{x}$	S.D.	แปลค่า
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ถ้อยคำไม่สุภาพ พุดจาหยาบคาย	3.41	1.265	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการแสดงท่าทางรังเกียจ หลบหน้า	3.08	1.277	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมบังคับผู้อื่นให้กระทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ	3.03	1.417	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการพุดจาข่มขู่ บังคับผู้อื่นให้เกรงกลัวในตนเอง	3.00	1.420	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมกรีดร้อง ส่งเสียงดังเมื่อไม่พอใจ	3.06	1.410	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้แสดงพฤติกรรมกล้าโต้เถียงผู้ใหญ่	3.24	1.327	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกรรมการแสดงออก
ที่ตารางที่ไม่เหมาะสมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรม
ก้าวร้าวทางวาจา

พฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา	$\bar{x}$	S.D.	แปลค่า
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้มีพฤติกรรมนินทาผู้อื่นลับหลัง	3.08	1.424	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการพูดจาเสียดสี ดุถูก	3.18	1.376	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการพูดจาขี้วุ่นให้หมู่ คณะแตกร้าง	3.01	1.393	ปานกลาง
ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิดพฤติกรรมล้อเลียนผู้อื่น เช่น ปม ด้อย หรือชื่อพ่อแม่	3.10	1.417	ปานกลาง
รวม	3.12	1.244	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.12 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 1.244 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้ถ้อยคำไม่สุภาพ พูดจาหยาบคาย
มีค่าเฉลี่ย 3.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.265 แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่สอง พฤติกรรม
กล้าโต้เถียงผู้ใหญ่ มีค่าเฉลี่ย 3.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.327 แปลผลในระดับปานกลาง อันดับที่
สาม พฤติกรรมการพูดจาเสียดสี ดุถูก มีค่าเฉลี่ย 3.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.376 แปลผลใน
ระดับปานกลาง อันดับที่สี่ พฤติกรรมล้อเลียนผู้อื่น เช่น ปมด้อย หรือชื่อพ่อแม่ มีค่าเฉลี่ย 3.10 ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.417 แปลผลในระดับปานกลาง อันดับที่ห้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ พฤติกรรมการ
แสดงท่าทางรังเกียจ หลบหน้า และพฤติกรรมนินทาผู้อื่นลับหลัง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 1.277 และ 1.424 แปลผลในระดับปานกลาง อันดับที่หก พฤติกรรมกริ๊งร้อง ส่งเสียงดัง
เมื่อไม่พอใจ มีค่าเฉลี่ย 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.410 แปลผลในระดับปานกลาง อันดับที่เจ็ด
พฤติกรรมบังคับผู้อื่นให้กระทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.417
แปลผลในระดับปานกลาง อันดับที่แปด พฤติกรรมการพูดจาขี้วุ่นให้หมู่คณะแตกร้าง มีค่าเฉลี่ย 3.01

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.393 แปลผลในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย พฤติกรรมการพูดจา ช่มชู้ บังคับผู้อื่นให้เกรงกลัวในตนเอง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.420 แปลผลในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

การตั้งสมมติฐานโดยใช้ ข้อสมมติฐานคือปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อ พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.10: ทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้าน บุคลิกภาพและจิตวิทยา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

		ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและ จิตวิทยา	พฤติกรรมการแสดงออกที่ ไม่เหมาะสม
ปัจจัยด้าน บุคลิกภาพและ จิตวิทยา	r	1	.312**
	P-Value		0.001
	N	119	119
พฤติกรรมการ แสดงออกที่ไม่ เหมาะสม	r	.312**	1
	P-Value	0.001	
	N	119	119

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยา มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร แต่มีความสัมพันธ์ในระดับน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-Value} \leq 0.01$, $r=.312$)

ตารางที่ 4.11: ทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

		ปัจจัยด้านสภาพ ความสัมพันธ์ทางสังคม	พฤติกรรมการแสดงออกที่ ไม่เหมาะสม
ปัจจัยด้านสภาพ ความสัมพันธ์ทาง สังคม	r	1	.523**
	P-Value		0.000
	N	119	119
พฤติกรรม การแสดงออกที่ไม่ เหมาะสม	r	.523**	1
	P-Value	0.000	
	N	119	119

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร แต่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-Value} \leq 0.01$, $r=.523$)

ตารางที่ 4.12: ทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

		ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม นอกระบบการสื่อสาร	พฤติกรรมการแสดงออกที่ ไม่เหมาะสม
ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมนอก ระบบการสื่อสาร	r	1	.684**
	P-Value		0.000
	N	119	119
พฤติกรรม การแสดงออกที่ไม่ เหมาะสม	r	.684**	1
	P-Value	0.000	
	N	119	119

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร แต่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-Value} \leq 0.01$, $r = .684$)

ตารางที่ 4.13: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
ตัวแปรด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ตัวแปรด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากตารางที่ 4.13 จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ว่า ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ในด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร และพฤติกรรมแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานครนั้นมีความสัมพันธ์ และมีความสอดคล้องกันกับสมมติฐานการวิจัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน จำนวนทั้งสิ้น 119 ชุด โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube กับพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
- ซึ่งได้สรุปผลการวิจัยไว้ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 19 – 21 ปี ศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

5.2 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube

จากการศึกษาปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube พบว่ามากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร รองลงมาคือ ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล และด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม สำหรับรายละเอียดย่อยในแต่ละด้านมีดังนี้

ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดโดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ย พบว่า มากที่สุดคือ เนื้อหาความน่าสนใจของสื่อ รองลงมาคือ ประสิทธิภาพของภาษาที่เข้าใจง่ายเหมาะกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร รองลงมาคือ ข้อมูล ข่าวสารที่มีประสิทธิภาพสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง รองลงมา

คือ การตอบสนองของเนื้อหาที่เปิดรับ และสุดท้ายคือ ลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดโดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ย พบว่า มากที่สุดคือแรงจูงใจส่วนบุคคล รองลงมาคือ กระบวนการรับรู้ ประสบการณ์ หรือความรู้เดิม รองลงมาคือ ระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด รองลงมาคือ การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่อาศัยอยู่ และสุดท้ายคือ การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว

ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดโดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ย พบว่า มากที่สุดคือสิ่งที่สังคมกำลังเป็นที่ยินยอม/กระแส รองลงมาคือ ความต้องการคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด รองลงมาคือ คำแนะนำของเพื่อน รองลงมาคือ คำแนะนำของบุคคลที่มีชื่อเสียง และสุดท้ายคือความต้องการมีพฤติกรรมเพื่อเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

5.3 พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม

จากการศึกษาพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มากที่สุดคือ พฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา และพฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย สำหรับรายละเอียดย่อยในแต่ละพฤติกรรมมีดังนี้

พฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายละเอียดโดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ย พบว่า มากที่สุดคือ การใช้ถ้อยคำไม่สุภาพ พุดจาหยาบคาย รองลงมาคือ กล้าได้แต่ยิงผู้ใหญ่ รองลงมาคือ การพุดจาเสียดสี ดุถุก รองลงมาคือ ล้อเลียนผู้อื่น เช่น ปมด้อย หรือชื่อพ่อแม่ รองลงมาคือ การแสดงท่าทางรังเกียจ หลบหน้า และนินทาผู้อื่นลับหลัง รองลงมาคือ กรีดร้อง ส่งเสียงดังเมื่อไม่พอใจ รองลงมาคือ บังคับให้ผู้อื่นกระทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ รองลงมาคือ การพุดจาข่มขู่ให้หมู่คณะแตกร้าง และสุดท้ายคือ การพุดจาข่มขู่ บังคับให้ผู้อื่นเกรงกลัวในตนเอง

พฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายละเอียดโดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ย พบว่า มากที่สุดคือ สร้างความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น เช่น แกล้งเอาของไปซ่อน รังแกผู้อื่นจนได้รับบาดเจ็บ รองลงมาคือ การทำร้ายผู้อื่นโดยร่างกายของตน เช่น ตี

เตะ ต่อย ผลัก กัด และเพิกเฉย เมินต่อบุคคลที่ไม่พอใจ รองลงมาคือ กีดกันไม่ให้เข้าร่วมกลุ่ม รองลงมาคือ การทำลายสิ่งของของตนเอง รองลงมาคือ การเลียนแบบท่าทางความผิดปกติหรือ ข้อบกพร่องของผู้อื่น รองลงมาคือ การขว้างปาสิ่งของใส่ผู้อื่น และทำลายสิ่งของสาธารณะ เช่น ชีตเขียนโต๊ะ กำแพง สุดท้ายคือ การทำลายสิ่งของผู้อื่น และการทำร้ายตนเอง

5.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

5.4.1 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยา ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร และพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม มีความสัมพันธ์กัน

5.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยา พบว่า ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยา มีความสัมพันธ์เชิงบวกไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติ 0.1

ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม พบว่า ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติ 0.1

ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร พบว่า ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติ 0.1

5.5 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบประเด็นที่น่าสนใจและสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.5.1 ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube

ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยการเปิดรับสื่อไม่มีหลายด้าน ซึ่งในแต่ละด้าน พบว่า มากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร

เป็นอันดับแรก ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกิดจากความรู้สึกนึกคิด ความต้องการส่วนตัวของผู้เปิดรับสื่อ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ แนวคิดของ Klapper (1960, p. 19) ที่ได้สรุปว่า คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหา ความน่าสนใจ ที่ตรงกับทัศนคติของตนเอง และจะหลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารที่จะขัดแย้งกับความสนใจ และทัศนคติของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นนทน์ที่พิยะกุล (2546) ที่ได้ทำการศึกษาผลของความต้องการส่วนบุคคล และเพศที่มีต่อการเลือกลักษณะองค์กรที่ต้องการร่วมงานด้วย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งชายและหญิงไม่ต้องการที่จะทำงานในองค์กรที่มีความเหลื่อมล้ำของอำนาจสูง ต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูง ทำงานในองค์กรที่มีความเหลื่อมล้ำของอำนาจต่ำ มีโมติวิชั่นสูง ตามความต้องการของแต่ละบุคคล

รองลงมาคือ ด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมเป็นอันดับต่อมา เนื่องจาก มนุษย์เรามีความแตกต่างเฉพาะบุคคลอย่างมากทั้งเรื่องของการเลี้ยงดู การดำรงชีวิต ประสบการณ์ และนิสัยส่วนตัว สอดคล้องกับแนวคิดของ Wibur Schramm (1962) ที่ได้กล่าวว่า ประสบการณ์ของผู้เปิดรับสื่อ ข่าวสาร นั้นแตกต่างกันไปตามวิถีชีวิตของบุคคล จะมีการแสวงหา และประเมินประโยชน์ของเนื้อหาที่ได้รับเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และพิชชาภา ยางเดิม (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผ้าใบยี่ห้อ Converse ภายใต้การแข่งขันด้านนวัตกรรมของผู้บริโภคในกลุ่ม Gen Y ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อรองเท้าที่มีรูปแบบเป็นที่นิยม พบเห็นได้บ่อย หรือเคยได้ใช้ประโยชน์ สามารถใส่เล่นกีฬาและเป็นรองเท้าแฟชั่นได้ ส่วนหนึ่งคือปัจจัยด้านจิตวิทยา คือการที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารตัวสินค้า มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า และสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการตรงตามบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่าง

และสุดท้ายคือ ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากปัจจัยด้านนี้เป็นสิ่งที่มาจากภายนอกในสังคม บุคคลใกล้ชิด บุคคลสำคัญ มิใช่มาจากภายในตัวของกลุ่มตัวอย่างเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Levine & Moreland (2004) ที่ได้กล่าวถึงการคล้อยตามกลุ่มว่า เป็นการกระทำที่ได้รับอิทธิพลความคิด ทัศนคติจากบุคคลอื่น มีความสำคัญมากพอต่อความตั้งใจ มีบทบาทกับกลุ่มตัวอย่างเอง

นับว่าเป็นบุคคลสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหทัยชนก รัตโน (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของทัศนคติ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการซื้อ เครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง หากเพื่อนหรือบุคคลสำคัญเป็นคนแนะนำ หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง/ดารา โฆษณาแนะนำ และเชื่อในบทวิจารณ์ หากเป็นในทางลบก็ทำให้ไม่เลือกซื้อ

5.5.2 พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพฤติกรรมการแสดงออกนั้นมีหลายแบบ โดยทั้งนี้เป็นพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม โดยจะใช้คำกล่าวแทนว่า พฤติกรรมก้าวร้าว ซึ่งพบว่า มากที่สุดคือ พฤติกรรมการแสดงออกทางวาจา โดยเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาเป็นคำพูด หรือการแสดงออกทางสีหน้าที่ก่อให้เกิดความเจ็บปวด เสียตง ส่งผลต่อความรู้สึกของผู้อื่นในทางลบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Tremblay (2004) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจาเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกเพื่อตอบสนองทางอารมณ์จากบุคคลที่ทำให้รู้สึกไม่พอใจ ขัดใจ และพฤติกรรมเหล่านี้ยังสามารถเรียนรู้ได้จากสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวของกลุ่มเป้าหมายนั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราพร ไชยเชนทร์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจาของนักเรียนหญิงช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนในสังกัดเขตพื้นที่การศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยนี้เป็นช่วงที่กำลังพัฒนา ด้านสติปัญญาเป็นไปอย่างรวดเร็ว และพยายามเอาแบบอย่างพฤติกรรมจากบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเห็นว่าดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจได้มาจากประสบการณ์ของตนเองที่ได้พบเจอ หรือมาจากคนใกล้ชิดในครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง สื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ละคร ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ หรือแม้แต่ในอินเทอร์เน็ต ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวกลุ่มตัวอย่างมาตั้งแต่เล็กจนโต จึงมีอิทธิพลหล่อหลอมทางด้านอารมณ์ จิตใจ อุปนิสัย ทัศนคติ และพฤติกรรม โดยประสบการณ์ต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างจะทำให้กลุ่มตัวอย่างแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจาออกมาสู่สังคมภายนอก

และพฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย เป็นอันดับต่อมา โดยเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกที่รุนแรงโดยการใช้สิ่งของหรืออวัยวะของร่างกายที่สามารถทำให้ตนเองและผู้อื่นเกิดการบาดเจ็บ หรือสิ่งของได้รับความเสียหาย ซึ่งสอดคล้องกับ Tremblay (2008) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมก้าวร้าวทางกายเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกโดยเป็นการตอบสนองต่อสิ่งที่กระตุ้นให้มีอารมณ์โกรธ หรือเกิดความไม่พอใจ ขบข้องใจ ส่งผลให้ตนเองหรือผู้อื่นได้รับบาดเจ็บ เดือดร้อน หรือสิ่งของเกิดความเสียหาย

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพตล สุวิมล (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักศึกษา อาชีวศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงของวัยรุ่นไทย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความ คิดเห็นว่า สาเหตุมาจากการถูกรุกระทำอย่างรุนแรงจากกลุ่มอื่นมาก่อน ทำให้เกิดอารมณ์โกรธ และมีความคิดที่จะต้องเอาคืน (แก้แค้น)

5.6 ข้อเสนอแนะ

5.6.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

สื่อวิดีโอในปัจจุบันนั้นมีความหลากหลาย และสามารถแพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็ว สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้ทุกเพศ ทุกวัย เป็นสื่อที่ควบคุมได้ยาก ทั้งในเรื่องของการแสดงออกที่ เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมนั้น ทำให้กลุ่มผู้เปิดรับสื่อวิดีโอสามารถเข้าถึงได้ตามอัธยาศัย ตามความ ต้องการส่วนบุคคล หรือตามคำแนะนำของกลุ่มบุคคล หรือที่กำลังเป็นกระแส/นิยมในสังคม โดยไม่ คำนึงถึงผลเสียที่ตามมา ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ผ่านการซึมซับ จดจำ จนไปสู่การ เลียนแบบ และอาจมองว่าสิ่งที่ตนได้กระทำนั้นเป็นเรื่องปกติ ที่ใครก็ทำกัน

5.6.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

เพื่อให้ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้น อันเป็นประโยชน์ในการ อธิบายปรากฏการณ์ปัจจัยการเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงขอ เสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยเฉพาะเจาะจงกลุ่มตัวอย่างกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร เป็นตัวอย่างภายในจังหวัดเท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็น เด็กเล็ก ปฐมวัย หรือเด็กในจังหวัดอื่น ๆ เป็นต้น เนื่องจากเทคโนโลยี สื่อ ในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้ ทุกสถานที่และทุกช่วงวัย

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจงสื่อวิดีโอบน YouTube เพียงสื่อเดียวที่จะส่งผล ต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาสื่อช่องทาง อื่น ๆ เช่น TikTok, Facebook หรือเว็บไซต์ที่มีการเผยแพร่คลิปวิดีโอต่าง ๆ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กัลป์กร ฝูงวานิช. (2556). *ผลของการใช้ไวรัลวิดีโอในการโฆษณาสินค้า*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- การเลี้ยงดูของพ่อแม่บ่งบอกว่าลูกจะเป็นอย่างไรในอนาคต. (2561). สืบค้นจาก <https://www.parentsonline.com/4-parenting-styles-by-diana-baumrind/>.
- กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2551). *การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย*. กรุงเทพฯ: เบิร์น-เบส บุ๊คส์.
- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และพิชชาภา ยางเดิม. (2559). ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผ้าใบยี่ห้อ Converse ภายใต้การแข่งขันด้านนวัตกรรมของผู้บริโภคในกลุ่ม Gen Y. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ “นเรศวรวิจัย” ครั้งที่ 12: วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรรณ. (2541). *เด็กเยาวชน และครอบครัว*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- จารีรัตน์ หอมสนั่น. (2542). *การแก้ไขพฤติกรรมก้าวร้าวโดยใช้การฝึกพฤติกรรมกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสมแบบกลุ่ม : กรณีศึกษาเยาวชนกระทำความผิดหญิง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จารีศรี กุลศิริปัญญา. (2559). พฤติกรรมวัยรุ่นติดเกมออนไลน์จนก่อคดีลักทรัพย์ : กรณีศึกษาอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 5(3), 16-23.
- จารุวรรณ เจนจบ. (2558). *ผลของโปรแกรมการส่งเสริมสมรรถนะแห่งตนต่อการรับรู้สมรรถนะแห่งตนในการจัดการอารมณ์และพฤติกรรมแสดงออกในวัยรุ่นตอนต้น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จิราพร ไชยเชนทร์. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจาของนักเรียนหญิงช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ทะนงค์ สุขเกษม. (2544). ความสัมพันธ์ระหว่างการอบรมเลี้ยงดู การปฏิบัติตัวของเพื่อน และสื่อกับพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนมัธยมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นนท์นที พิชยะกุล. (2546). ผลของความต้องการส่วนบุคคลและเพศที่มีต่อการเลือกลักษณะองค์การที่ต้องการ ร่วมงานด้วย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพดล สุวิมล. (2552). ความคิดเห็นของนักศึกษาอาชีวศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงของวัยรุ่นไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- นภัสวณิช คักดีชัชวาล. (2553). พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันท์นที พิศวลีย์. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิภาพรรณ ต่อชาว. (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการอบรมเลี้ยงดูกับพฤติกรรมก้าวร้าวในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บทบาทของอินเทอร์เน็ตในสื่อสังคมไทย. (2558) สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/tawatchara41/>
- ปรมะ สตะเวทิน. (2544). สื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมินทร์ ศิริบุญกุลวิทยา. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการโฆษณาแฝงในรายการ อาหารบนยูทูบ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปารวี อุปัทมภ์. (2551). การเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุษย์. (2538). *จิตวิทยาครอบครัว*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรทิพย์ กิมสกุล. (2553). *พฤติกรรมการใช้ยาสูบและประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ยาสูบ*

ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรพิมล เจียมนาคินทร์. (2539). *พัฒนาการวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ: คอมฟอร์ม.

พสนนธ์ ปัญญาพร. (2555). *แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)*. สืบค้นจาก

<http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>.

มุขธิดา ศิริจันทร์. (2547). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเลี้ยงดูกับการแสดงออกของเยาวชน*

ที่มีพฤติกรรมก้าวร้าวในสถานศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

รติ ธนารักษ์. (2554). *มายาภาพจากสื่อที่สะท้อนสู่วัยรุ่นยุคปัจจุบัน*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย*

ราชภัฏอุตรดิตถ์, 23-34.

รัตนา ตาบัง. (2550). *ผลของโปรแกรมการกำกับตนเองต่อการรับรู้สมรรถนะแห่งตน ในการควบคุม*

พฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กวัยรุ่น. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รุจิกาญจน์ ธนาเศรษฐ์สุนทร. (2561). *การรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักเรียนระดับมัธยมปลายในเขตอำเภอ*

ลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศศิธร วงศ์สายัญ. (2536). *เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมวัยรุ่น หน่วยที่ 1-8*. กรุงเทพฯ:

โอเดียนส์ไตร์

ศรีประภา ชัยสินธพ. (ม.ป.ป.). *สภาพจิตใจของวัยรุ่น*. สืบค้นจาก

<https://med.mahidol.ac.th/ramamenta/generaldoctor/06062014-0847>.

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2553). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *สถิติประชากรและเคหะ*. สืบค้นจาก

<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>.

สถิติผู้ใช้และเรื่องที่น่าสนใจบนแพลตฟอร์ม YouTube ในปี 2019. (2562). สืบค้นจาก

<https://www.thumbsup.in.th/youtube-stats-2019>.

สิทธิโชค วรานุกุล. (2546). *จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด.

- สิริพัช ข่านาญ. (2552). *อัตมโนทัศน์การสนับสนุนทางสังคม และพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียน
อาชีวศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุชา จันทน์เอม และสุรางค์ จันทน์เอม. (2521). *จิตวิทยาวัยรุ่น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ:
แพรวพิทยา.
- สุพัฒนา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา. (2548). *คู่มือบทความเพื่อสุขภาพจิต*. กรุงเทพฯ: สถาบันจิตเวช
ศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.
- สุภา มาลากุล ณ อยุธยา. (2540). *การศึกษาพฤติกรรมก้าวร้าวเป็นกลุ่มของนักเรียนอาชีวศึกษา*.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อักษรบัณฑิต.
- หทัยชนก รัตน์. (2560). *อิทธิพลของทัศนคติ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อความตั้งใจเชิง
พฤติกรรมในการซื้อเครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อรพญา พัทบุรี. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กก่อกวนในสถานคุ้มครองสวัสดิ
ภาพเด็ก ะยอง จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพ
พรรณี.
- อาภรณ์ ตีนาน. (2551). *แนวคิดและวิธีการส่งเสริมสุขภาพวัยรุ่น*. ชลบุรี:
ไฮเดนกรุป ปรีนท์ แอนด์มิตี.
- อุมาพร ตรังคสมบัติ. (2542). *สร้างวินัยให้ลูกคุณ*. กรุงเทพฯ: ชันดำการพิมพ์.
- Bandura. (1973). *Aggression: A social learning analysis*. Englewood cliffs,
NJ: Prentice-Hall.
- Bandura. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for behavior sciences* (2nd ed). Hillsdale NJ:
Lawrence Erlbaum.
- Dabbs, Et, Al. (1995). *Testosterone, crime, and misbehavior among 672 male prison
inmates. Personality and Individual Difference, 18, 627-633*.
- Dusek. (1987). *Adolescent development and behavior*. Englewood Cliffs,
NJ: Prentice-Hall.

- Klapper. (1960). *The effect of mass communication*. New York: The Free Press.
- Lange and Jakubowski. (1978). *Responsible assertive behavior: Cognitive behavior procedures for trainers*. Champaign, Singapore: PG Publishing.
- Levine & Moreland. (2004). *Group socialization. Theory and research European Review of Social Psychology*, 5, 305-336.
- Piraporn Witoorut. (2563). เมื่อไอดอลของเด็ก ๆ มาจาก YouTube: การเลียนแบบ การมีตัวตน และพื้นที่สร้างสรรค์ของเด็ก. สืบค้นจาก <https://thematter.co/social/youtuber-effect-children/97579>.
- Steinberg. (1996). *Adolescence* (4th ed.). New York City: McGraw-Hill.
- Tremblay. (2004). *Physical aggression during early childhood: Trajectories and predictors. Pediatrics*, 114 (1), 43-50.
- Tremblay. (2008). *Understanding development and prevention of chronic physical aggression: Towards experimental epigenetic studies. Philosophical transactions of the Royal Society*, 363, 2613-2622.
- Schramm, W. (1962). *"The Newer Educational Media in the United States."* Working paper for Paris Conference of Experts on Educational Media, March 1962. Published in Unesco, *New Methods and Techniques in Education*.
- YouTube ความช่วยเหลือ. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://support.google.com/youtube/answer/4594615?hl=th>.



แบบสอบถาม

เรื่อง: ปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่าน
กรุณากรอกแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตรงตามความจริงและโปรดตอบทุกคำถาม

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 11 – 14

☐ 15 – 18

☐ 19 – 21

3. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนปลายหรืออาชีวศึกษา

☐ อุดมศึกษาหรือเทียบเท่า

4. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท☐ 5,001 – 10,000 บาท☐ 10,001 – 15,000 บาท☐ 15,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยการเปิดรับสื่อวิดีโอบน YouTube

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	ปัจจัยการเปิดรับสื่อ	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล						
1	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวตนเอง					
2	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่ตนเองอาศัยอยู่					
3	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากระดับสติปัญญา ความคิดทัศนคติ					
4	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากกระบวนการรับรู้ประสบการณ์หรือความรู้เดิม					
5	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มาจากแรงจูงใจส่วนบุคคล					

ข้อ	ปัจจัยการเปิดรับสื่อ	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม						
1	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากสิ่งที่สังคมกำลังเป็นที่นิยม/ กระแส					
2	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากคำแนะนำของเพื่อน					
3	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากคำแนะนำของบุคคลที่มี ชื่อเสียง					
4	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากความต้องการคล้อยตามกลุ่ม ในแง่ความคิด ทักษะคติ					
5	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากความต้องการมีพฤติกรรมเพื่อ เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม					

ข้อ	ปัจจัยการเปิดรับสื่อ	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร						
1	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น					
2	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากเนื้อหา ความน่าสนใจของสื่อ					
3	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากการตอบสนองของเนื้อหาที่ เปิดรับ					
4	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากประสิทธิภาพของภาษาที่เข้าใจ ง่ายเหมาะกับการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร					
5	การเปิดรับสื่อวิดีโอ YouTube มา จากข้อมูล ข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้อย่าง ถูกต้อง					

ส่วนที่ 3 ด้านพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	พฤติกรรมการแสดงออก	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
พฤติกรรมก้าวร้าวทางกาย						
1	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมการทำลายสิ่งของของ ตนเอง					
2	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมการทำลายสิ่งของผู้อื่น					
3	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมทำร้ายตนเอง					
4	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมทำร้ายผู้อื่นโดย ร่างกายของตน เช่น ตี เตะ ต่อย ผลัก กัด					
5	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมขว้างปาสิ่งของใส่ ผู้อื่น					
6	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมเลียนแบบทำทาง ความผิดปกติหรือข้อบกพร่องของ ผู้อื่น					
7	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมเพิกเฉย เมินต่อบุคคลที่ ไม่พอใจ					
8	ผลจากการเปิดรับสื่อเกิด พฤติกรรมกีดกันไม่ให้เข้าร่วมกลุ่ม					

ข้อ	พฤติกรรมการแสดงออก	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
9	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมทำลายสิ่งของสาธารณะ เช่น ชีตเขียนโต๊ะ กำแพง					
10	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมสร้างความเดือดร้อนแก่ ผู้อื่น เช่น แกล้งเอาของไปซ่อน รังแกผู้อื่นจนได้รับบาดเจ็บ					
พฤติกรรมก้าวร้าวทางวาจา						
1	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมการใช้ถ้อยคำไม่สุภาพ พูดจาหยาบค้าย					
2	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมการแสดงท่าทางรังเกียจ หลบหน้า					
3	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมบังคับผู้อื่นให้กระทำในสิ่ง ที่ตนเองต้องการ					
4	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมพูดจาข่มขู่ บังคับ ผู้อื่นให้เกรงกลัวในตนเอง					
5	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมกรีดร้อง ส่งเสียงดังเมื่อไม่ พอใจ					
6	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้แสดง พฤติกรรมกล้าโต้เถียงผู้ใหญ่					
7	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้มี พฤติกรรมนินทาผู้อื่นลับหลัง					

ข้อ	พฤติกรรมการแสดงออก	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
8	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมกรรมการพุดจาเสียตสี ดุถูก					
9	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมกรรมการพุดจายั่วยุให้หมู่คณะ แตกร้าว					
10	ผลจากการเปิดรับสื่อทำให้เกิด พฤติกรรมล้อเลียนผู้อื่น เช่น ปม ด้อย หรือชื่อพ่อแม่					

ประวัติผู้เขียน	
ชื่อ นามสกุล	ณิรนุช แก้วเนิน
อีเมล	neeranuch.kaew@bumail.net
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 2 เดือน กันยายน พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ธีรเดช แก้วเนิน อยู่บ้านเลขที่ 148/1 หมู่ 9
ซอย เพชรหิรัญ 20 ถนน เพชรหิรัญ ตำบล/แขวง บางยอ
อำเภอ/เขต พระประแดง จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10130
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7620301056

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์

ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด
ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์
หัวข้อ ปัจจัยการเปิดรับสื่อวีดิโอบน YouTube ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมของกลุ่ม
วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อ
สาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน
ลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้
อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ของผู้
อนุญาตให้ใช้สิทธิตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำ
การจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับสิทธิ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวณิรุษ แก้วเนิน)

ลงชื่อ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.อัมฤฎา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ พยาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนสุตา ปุณณะหิตานนท์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ พยาน
(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย