รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคม
และอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

The Role of New Digital Media (NDM) in the Construction of Social Values and Identity of Youths in Bangkok

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

รายงานนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2556

DPU

ชื่อเรื่อง: บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย: ผศ.ดร.ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน **สถาบัน**: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปีที่พิมพ์: พุทธศักราช 2556 **สถานที่พิมพ์**: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

แหล่งที่เก็บรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์: ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จำนวนหน้างานวิจัย: 165 หน้า

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อใหม่กับการสร้างค่านิยมทางสังคมและการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผลการวิจัยพบว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างค่านิยมทั้งเชิงลบและเชิงสร้างสรรค์แก่เยาวชน นอกจากนี้ สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ยังเข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นเครื่องมือและพื้นที่ให้เยาวชนได้ใช้ค้นหา สำรวจ ทดลองและทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง รวมทั้งยังมีบทบาททางอ้อมในการขัดเกลาทางสังคมให้แก่เยาวชนอีกด้วย

คำสำคัญ: สื่อใหม่ สื่อดิจิทัล โซเชียลมีเดีย คอมพิวเตอร์เกม เด็ก เยาวชน อัตลักษณ์ ค่านิยม การขัดเกลาทางสังคม

Research Topic: The Role of New Digital Media in the Construction of Social Values and Identity of Youths in Bangkok

Researcher: Assist Prof. Dr.Thitinan B.Common **Institution**: Dhurakij Pundit University

Year of Publication: 2013 **Place of Publication**: Dhurakij Pundit University

Place of Collection: Dhurakij Pundit University

Number of pages: 165 Pages

Abstract

This research project is the study of the relationship between the use of new digital media (NDM) and the construction of social values and identity of the youths in Bangkok. The project has been conducted with both quantitative and qualitative methods. It is found that NDM has an influence upon youth's social values in both negative and positive aspects. The youths in Bangkok use NDM as a tool and space to explore, express, and experiment their identities. Moreover, NDM plays an indirect role in the socialization for the youths in Bangkok.

Keywords: New Media, Digital Media, Social Media, Computer Game, Youths, Children, Adolescents, Identity, Social Values, Socialization

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้เกิดขึ้นจากประสบการณ์ทำงานของผู้วิจัยที่คลุกคลีกับเยาวชนในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา และได้พบเห็นความเปลี่ยนแปลงทางด้านค่านิยม มุมมองทางความคิด และพฤติกรรมของเยาวชนไทยอันเป็นผลมาจากการใช้สื่อใหม่ ผู้วิจัยจึงเกิดแรงบันดาลใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อค่านิยมทางสังคมและการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย ด้วยหวังว่าตลอดเส้นทางของการวิจัยจะเป็นประสบการณ์อันดีในการเข้าถึงและเรียนรู้เพื่อเข้าใจมุมมองและความคิดที่เยาวชนมีต่อตนเอง การมองโลก และการมองสังคม ด้วยผู้วิจัยเชื่อว่าเรากำลังอาศัยอยู่ในสังคมร่วมสมัยระหว่างคนในยุคก่อนดิจิทัล (Pre-digital Generation) และคนรุ่นดิจิทัล (Digital Generation) ซึ่งคนทั้งสองรุ่นอาจมีมุมมองและวิธีการคิดที่แตกต่างกันออกไปอันเป็นผลจากการใช้และการเข้าถึงสื่อใหม่ที่แตกต่างกัน

งานวิจัยชิ้นนี้คือความพยายามเรียนรู้เพื่อเข้าใจค่านิยมและการสร้างอัตลักษณ์อันเป็นผลมาจากการใช้สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ของเยาวชนไทย โดยหวังว่าผลการวิจัยจะช่วยสร้างความเข้าใจและลดช่องว่างด้านมุมมองทางความคิดระหว่างคนสองรุ่นที่อาศัยอยู่ในสังคมร่วมสมัยบนโลกใบเดียวกัน

ผู้วิจัยขอขอบคุณศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ผู้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย และขอบคุณเยาวชนทุกคนที่เข้าร่วมโครงการวิจัยครั้งนี้อย่างกระตือรือร้น ขอบคุณทุกข้อมูลและความคิดเห็น และขอบคุณทุกคนที่ไม่เคยเบื่อต่อการร่วมตอบคำถามและแสดงความคิดเห็นอันมีคุณค่าต่อการวิจัยครั้งนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิติกรรมประกาศ	ค
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	4
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	20
บทที่ 4 ผลการวิจัย	24
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	107
บรรณานุกรม	164

DPU

DPU

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกปัจจุบัน มนุษย์ถูกเชื่อมร้อยกันไว้ด้วยการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ สื่ออันทันสมัยในโลกดิจิทัลที่เราคุ้นเคยกันอย่าง อินเตอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน และแอพลิเคชั่นต่างๆเหล่านี้ไม่ได้มีบทบาทเพียงแค่อำนวยความสะดวกให้กับจังหวะการใช้ชีวิตและเพิ่มอัตราความเร็วในการสื่อสารให้กับเราเท่านั้น แต่ยังเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมและแบบแผนในการดำรงชีวิต นอกจากนี้ ยังเข้ามาเปลี่ยนมุมมอง วิธีคิด วิธีการมองโลก รวมทั้งค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้ใช้อีกด้วย

เยาวชน คือกลุ่มที่เข้าถึงและมีความใกล้ชิดกับสื่อใหม่ที่สุดในสังคมไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี ดังเราจะเห็นว่า เด็กเล็กบางคนในวัยที่ยังอ่านหนังสือไม่ออกและเขียนหนังสือไม่ได้ แต่กลับสามารถเล่นแอพลิเคชั่นในคอมพิวเตอร์แท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟนได้อย่างคล่องแคล่วโดยไม่ต้องมีคนช่วยสอน เพราะพวกเขาใช้วิธีการเรียนรู้ผ่านระบบสัญลักษณ์ในโลกดิจิทัล เด็กและเยาวชนที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีในโลกดิจิทัลสมัยใหม่ (Digital Generation) จึงมีมุมมองเกี่ยวกับโลก สังคม และวัฒนธรรม แตกต่างออกไปจากคนที่มาจากโลกยุคก่อนดิจิทัล (Pre-digital Generation) ด้วยสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในการมองโลกและการกำหนดแบบแผนพฤติกรรม ค่านิยม อัตลักษณ์ รวมทั้งการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวตนของเขากับผู้อื่นผ่านโลกดิจิทัล

การใช้สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media หรือ NDM) เหล่านี้มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ตัวตน (Self) และการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ของเยาวชนในโลกสมัยใหม่ ด้วยสื่อใหม่ถือเป็นช่องทางที่เปิดให้เยาวชนได้สำรวจ ทดลอง ทดสอบ และพัฒนาอัตลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ในการเรียนรู้และการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ของเยาวชน

มุมมองหนึ่งเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อเยาวชนไทยคือการที่สื่อเข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้เกี่ยวกับโลกและการศึกษาของเยาวชน อินเตอร์เน็ตคือห้องสมุดที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ไพศาล เป็นช่องทางให้พวกเขาแสวงหาความรู้และข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ เยาวชนในยุคปัจจุบันเข้าถึงข้อมูลจำนวนมากและเข้ามามีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจเรื่องต่างๆร่วมกับผู้ปกครอง ตัวอย่างเช่นในบางครอบครัวอาจพบว่าลูกๆบางคนจะมีบทบาทหน้าที่ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและที่พักในวันว่างให้กับครอบครัว บางคนถึงขนาดทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยค้นหาข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจซื้อรถคันใหม่ของคุณพ่อคุณแม่ นอกจากนี้สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียยังได้เข้ามามีบทบาทในการสร้างสังคมเสมือนจริงให้กับเยาวชนได้ใช้เป็นพื้นที่ในการสำรวจ แสดงออก และทดสอบทางอัตลักษณ์ของตนเอง

อย่างไรก็ตาม บทบาทของสื่อใหม่ต่อเยาวชนในอีกแง่มุมหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ก็คือ อันตรายที่แฝงมาในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่อันตรายแบบร้ายแรง เช่น การถูกหลอกลวงทางอินเตอร์เน็ตตามที่เห็นในภาพข่าวกันอยู่เสมอ การติดเกมคอมพิวเตอร์ การเสพติดเทคโนโลยี จนถึงอันตรายแบบอ่อนๆ เช่น การที่สื่อใหม่เข้ามาสร้างแนวคิดและค่านิยมเชิงวัตถุ อุปนิสัย พฤติกรรมและอัตลักษณ์ต่างๆให้กับเยาวชน

สภาพแวดล้อมของเยาวชนไทยยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอด 24 ชั่วโมงของพวกเขาเต็มไปด้วยเทคโนโลยีสื่อใหม่ โครงการวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ชิ้นนี้ จึงมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาว่า สื่อใหม่เหล่านี้เข้ามามีบทบาทอย่างไรในการสร้างแบบแผนพฤติกรรมการดำเนินชีวิต ค่านิยมทางสังคม และอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย การเรียนรู้โลกของเยาวชนที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อใหม่จะช่วยทำให้เราเข้าใจความคิด ค่านิยม และวิธีการมองโลกของพวกเขา อันจะนำไปสู่การเรียนรู้และการสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นร่วมกันระหว่างคนจากยุคสมัยที่แตกต่างกัน และจะช่วยเชื่อมโยงความเข้าใจเกี่ยวกับมุมมองทางสังคม วัฒนธรรม ของคนต่างสมัยที่อยู่ในโลกใบเดียวกัน

1.2 ปัญหานำวิจัย

1.2.1 เยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีรูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่อย่างไรบ้าง

1.2.2 สื่อใหม่ส่งผลต่อค่านิยมทางสังคมใดบ้างแก่เยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 สื่อใหม่มีบทบาทอย่างไรบ้างในการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.2 เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.3 เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้เข้าใจรูปแบบพฤติกรรมในการใช้สื่อใหม่ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.2 ได้เข้าใจบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.3 ได้เข้าใจบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.4 ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนในแนวทางที่สร้างสรรค์

1.4.5 ผลการวิจัยสามารถใช้ประกอบการพิจารณาแนวทางแก้ไขและบรรเทาอันตรายที่แฝงมาในรูปแบบต่าง ๆของการใช้สื่อใหม่

1.4.6 องค์ความรู้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้พัฒนาการเรียนการสอนเกี่ยวกับสื่อใหม่และการศึกษาอัตลักษณ์ในบริบทของเยาวชนในประเทศไทย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ คือ การศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ อันได้แก่ **สื่อใหม่ที่เป็นอุปกรณ์** (Hardware) เช่น คอมพิวเตอร์ (Computer) โน๊ตบุ๊ค (Notebook) แท็ปเล็ต (Tablet) โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smart Phone) และ**สื่อใหม่เป็นลักษณะของโปรแกรมซอฟแวร์และแอพลิเคชั่น** (Software Programmes and Applications) เช่น อินเตอร์เน็ต (Internet) โซเชียลมีเดีย (Social Media) คอมพิวเตอร์เกม (Computer Game) โดยศึกษาบทบาทของสื่อใหม่เหล่านี้ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและลักษณ์ให้แก่เยาวชนไทยอายุระหว่าง 15-25 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เยาวชนมีการเข้าถึงสื่อใหม่มากกว่าพื้นที่ในเขตต่างจังหวัด

1.6 นิยามศัพท์

สื่อใหม่ หมายถึง สื่อใหม่ที่เป็นอุปกรณ์ (Hardware) เช่น คอมพิวเตอร์ (Computer) โน๊ตบุ๊ค (Notebook) แท็ปเล็ต (Tablet) โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smart Phone) และสื่อใหม่เป็นลักษณะของโปรแกรมซอฟแวร์และแอพลิเคชั่น (Software Programmes and Applications) เช่น อินเตอร์เน็ต (Internet) โซเชียลมีเดีย (Social Media) คอมพิวเตอร์เกม (Computer Game)

รูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ หมายถึง ประเภทของสื่อใหม่ที่ใช้ ระยะเวลาในการใช้ ค่าใช้จ่ายในการใช้ วิธีการและวัตถุประสงค์ในการใช้งานสื่อใหม่ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ค่านิยมทางสังคม หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ความนิยม รวมทั้งพฤติกรรมและแบบแผนในการปฏิบัติของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครอันเกิดจากการใช้สื่อใหม่

อัตลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่เป็นเครื่องบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้สื่อใหม่ ทั้งอัตลักษณ์ภายนอก เช่น ภาพ เสียง ระบบสัญลักษณ์ ถ้อยคำและภาษาที่ใช้ และอัตลักษณ์ภายใน เช่น ความคิด ค่านิยม และการมองโลก

บทที่ 2
แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อใหม่กับการสร้างคานิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการผสมผสานแนวคิดด้านอัตลักษณ์ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ และแนวคิดเกี่ยวกับการขัดเกลาทางสังคมเข้าไว้ด้วยกัน

โครงการวิจัยชิ้นนี้ตั้งอยู่บนแนวคิดพื้นฐานว่า การใช้สื่อใหม่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการเรียนรู้และขัดเกลาทางสังคมของเยาวชนไทย รวมทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย โดยแนวคิดทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media)

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity)

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการขัดเกลาทางสังคม (Socialization)

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (NDM/New Digital Media)

คำว่า สื่อใหม่ (New Media) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เจาะจงใช้ชื่อเต็มว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media/NDM) เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ความหมายและคำจำกัดความของคำว่าสื่อใหม่ยังคงคลุมเครือและขาดความชัดเจน

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนส่งผลให้รูปแบบและคุณสมบัติของสื่อในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง นับจากการสื่อสารระหว่างบุคคล สู่การสื่อสารผ่านสื่อในแต่ละยุคสมัย อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์ พัฒนาการด้านเทคโนโลยีสื่อในยุคปัจจุบันอันเป็นผลจากการเกิดขึ้นของอินเตอร์เน็ตและการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารระบบดิจิทัล ส่งผลให้ศักยภาพของสื่อได้รับการพัฒนาและปรับเปลี่ยนไปทั้งในด้านรูปแบบ คุณสมบัติในการทำงาน คุณสมบัติและคุณลักษณะของตัวสื่อ

อาจกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้สามารถแบ่งประเภทของสื่อออกได้เป็น 2 ประเภท คือ สื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) และสื่อใหม่ (New Media) โดยสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว และที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ เช่น หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อภาพยนตร์ ส่วนสื่อใหม่ (New Media) หรือชื่อเต็มว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media/NDM) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังมีคุณสมบัติพิเศษในการส่งสารได้หลายรูปแบบ คือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อความ และสื่อแบบประสม

ความหมายของสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (NDM/New Digital Media)

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้นว่า ความหมายและคำจำกัดความของคำว่า สื่อใหม่ (New Media) หรือที่มีชื่อเต็มว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (NDM/New Digital Media) ยังเป็นเรื่องที่ไม่มีคำนิยามชัดเจน ด้วยคำว่า สื่อใหม่ ที่กล่าวถึงในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาจะมีความหมายและคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ในอดีตเมื่อมีสื่ออิเล็คทรอนิกส์ประเภทสื่อวิทยุและโทรทัศน์เกิดขึ้น วิทยุและโทรทัศน์ก็ถูกเรียกว่า สื่อใหม่ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเพณีดั้งเดิมในยุคนั้น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และภาพยนตร์ ต่อมาเมื่อมีการเกิดขึ้นของอินเตอร์เน็ต วิทยุและโทรทัศน์ก็จึงถูกเปลี่ยนสถานภาพมาเป็นสื่อประเพณีดั้งเดิม (Traditional Media) และมอบตำแหน่งของสื่อใหม่ (New Media) ให้แก่ สื่ออินเตอร์เน็ตแทน อย่างไรก็ตาม สื่อใหม่ในยุคปัจจุบันได้พัฒนาไปอย่างมาก สื่อใหม่เช่นสื่ออินเตอร์เน็ตมีอายุราว 40 ปีแล้ว และได้รับการพัฒนาจากเว็บไซต์ 1.0 แบบธรรมดา ไปสู่เว็บไซต์แบบ 2.0 ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถเป็นผู้ออกแบบและกำหนดเนื้อหาข้อมูลเองได้ (User-generated Content) การเกิดขึ้นของโซเชียลเน็ตเวิร์ครวมทั้งเว็บไซต์แบบที่ให้ผู้ใช้เป็นผู้สร้างข้อมูลได้ส่งผลต่อรูปแบบการสื่อสารในหลายด้าน และส่งผลให้บทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารถูกหลอมรวมไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ อุปกรณ์การสื่อสารในยุคของสื่อใหม่ยังได้รับการพัฒนาและออกแบบให้เอื้ออำนวยแก่การใช้งานที่หลากหลายประโยชน์ เช่น สามารถใช้เป็นโทรศัพท์พูดคุยสื่อสาร ได้ยินเสียงและเห็นหน้าตา บันทึกและรับส่งส่งข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งยังสามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเตอร์เน็ตและโทรคมนาคมอื่นๆ ความดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของ สื่อใหม่ (New Media) จึงมีความจำเป็นต้องทำความเข้าใจสื่อใหม่ทั้งในด้านของตัวอุปกรณ์ (Hardware) เทคโนโลยีการสื่อสาร (Technology) และซอฟแวร์หรือแอพพลิเคชัน (Software/ Application) ต่างๆประกอบไปด้วย

คำว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media/ NDM) บ่งบอกถึงรูปแบบสื่อที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งหมายถึงเป็นสื่อที่มีลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในระบบตัวเลขฐานสอง คือ เลขศูนย์และเลขหนึ่ง โดยสื่อดิจิทัลสมัยใหม่มีรูปแบบและคุณลักษณะที่แตกต่างออกไปจากรูปแบบของสื่อประเพณีดั้งเดิมใน 4 ประการ (Lister และคณะ, อ้างใน Siapera, 2009) ดังนี้

1.) เนื้อหาของสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ไม่ผูกติดกับอุปกรณ์ที่ใช้ แต่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหานั้นได้จากอุปกรณ์ที่หลากหลาย เช่น การอ่านหนังสือจากสื่ออินเตอร์เน็ต ดูภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์รวมทั้งเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์ ซึ่งคุณสมบัติข้อนี้เป็นผลมาจากการหลอมรวมของสื่อ (Media Convergence)
2.) ข้อมูลที่ส่งผ่านสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ มีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และข้อความ ซึ่งถูกบีบอัดไว้ ใช้พื้นที่ในการจัดเก็บข้อมูลน้อย จึงสามารถเก็บเนื้อหาและข้อมูลไว้ได้ในอุปกรณ์ที่มีขนาดเล็ก เช่น โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smart Phone) และยูเอสบี (USB) ขนาดเล็ก
3.) การเข้าถึงข้อมูลของสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ในรูปแบบที่ไม่เป็นเส้นตรง (Non-linear) คือเข้าถึงได้ทุกช่วงของเนื้อหาและสามารถข้ามไปยัง

ช่วงต่างๆได้ เช่น การดูภาพยนตร์ไม่จำเป็นต้องดูจากต้นจนจบเรื่อง แต่สามารถเลือกดูได้ในตอนและฉากที่ผู้ชมต้องการ

4.) การจัดการข้อมูลและเนื้อหาในสื่อดิจิทัลสมัยใหม่สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วกว่าระบบแอนาล็อค (Analogue) ทั้งการลบ การบันทึก การตกแต่ง การจัดระเบียบเนื้อหาและข้อมูลของสื่อใหม่

"สื่อดิจิทัลสมัยใหม่" หรือชื่อสั้นๆว่า "สื่อใหม่" ไม่ใช่เป็นเพียงผลผลิตของนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังเป็นพัฒนาการด้านนวัตกรรมการสื่อสาร โดย Lev Manovich (2001) กล่าวว่าสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ถือเป็นผลของการหลอมรวมระหว่างพัฒนาการด้านคอมพิวเตอร์และนวัตกรรมการสื่อสาร โดยรูปแบบของสื่อใหม่มีอยู่ 3 ประเภทคือ

1.) รูปแบบของตัวอุปกรณ์ (Hardware) เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน เครื่องเล่นดีวีดี มัลติมีเดีย คอมพิวเตอร์เกม

2.) รูปแบบของโปรแกรมซอฟแวร์ (Software) เช่น โซเชียลมีเดีย เกมออนไลน์ รวมทั้งแอพพลิเคชั่น (Application) ต่างๆที่ใช้งานในอุปกรณ์สมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์แท็ปเล็ต

3.) รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network) เช่น ระบบสื่อสารดาวเทียม เคเบิลใยแก้ว เครือข่ายอินเตอร์เน็ต โทรคมนาคม

"สื่อดิจิทัลสมัยใหม่" หรือที่จะเรียกสั้นๆในการวิจัยครั้งนี้ว่า "สื่อใหม่" จึงหมายถึง สื่อที่เป็นทั้งอุปกรณ์การสื่อสาร โปรแกรมซอฟแวร์และเครือข่ายการสื่อสาร ที่มีรูปแบบการจัดเก็บ การจัดการและจัดส่งข้อมูลเนื้อหาในรูปบบดิจิทัล ในการวิจัยครั้งนี้มีการศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ในรูปแบบของโปรแกรมซอฟแวร์ที่สำคัญ 2 ประเภท คือ โซเชียลมีเดีย (Social Media) และเกมคอมพิวเตอร์ (Computer Game) ซึ่งมีที่มา ความหมายและรายละเอียดดังที่จะนำเสนอต่อไปนี้

โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) และโซเชียลมีเดีย (Social Media)

เมื่อ Mark Zuckerberg คิดค้นและสร้างเฟสบุ๊ค (Facebook) ขึ้นมาจากเครื่องคอมพิวเตอร์ในห้องนอนที่หอพักในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดในปี ค.ศ. 2004 นั้น ไม่มีใครคาดคิดว่าเฟสบุ๊คจะนำมาซึ่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์และการพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสารอื่นๆได้มากมายถึงเพียงนี้

อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้าการเกิดขึ้นของโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) อย่างเฟสบุ๊ค ได้มีเว็บไซต์ต่างๆอันเปรียบเสมือนผู้ปูทางให้กับสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คในปัจจุบัน (boyd และ Ellision, 2007) ซึ่งเว็บไซต์เหล่านี้ได้แก่ Six Degrees (1997) Live Journal (1999) Friendster (2001) และ Myspace (2003) แนวความคิดหลักของโซเชียลเน็ตเวิร์คคือการช่วยให้ผู้ใช้สามารถนำเสนอเรื่องราวของตนเอง เช่น รูปถ่ายประวัติ ความสนใจส่วนตัว งานอดิเรก ลงมาใส่ไว้บนพื้นที่สาธารณะในเครือข่ายอินเตอร์เน็ต โดยผู้ใช้สามารถติดตามเรื่องราวของเพื่อนและสามารถให้ผู้อื่นมาติดตามเรื่องราวของตนเองบน

เครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์คได้ นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้สร้างและขยายเครือข่ายเพื่อนของตนเองได้บนเครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์คโดยวิธีการเข้าไปเป็นเพื่อนกับเพื่อนของตนเอง ซึ่งเป็นแนวความคิดที่สะท้อนถึงชื่อของระบบโซเชียลเน็ตเวิร์คหรือการสร้างเครือข่ายนั่นเอง

ต่อมาในกลางปี ค.ศ. 2005 ได้มีการเกิดขึ้นของเว็บไซต์แบบ User-generated Content ซึ่งหมายถึง เว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถกำหนดและสร้างเนื้อหาขึ้นได้เองหลายเว็บไซต์ เช่น Flicker และ YouTube โดยเว็บไซต์เหล่านี้นอกจากจะเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานได้สามารถสร้างเนื้อหาส่วนตัวเช่น บันทึกส่วนตัว ภาพถ่าย วิดีโอคลิป และนำเนื้อหาเหล่านั้นมาใส่ลงไว้ในเว็บไซต์แล้ว ยังสามารถแบ่งปันเนื้อหาเหล่านั้นให้ให้ผู้อื่นได้ติดตามและร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหานั้นๆได้อีกด้วย boyd และ Ellision (2007) ได้ให้คำนิยามของโซเชียลเน็ตเวิร์คไว้ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีคุณลักษณะ 3 ประการในการให้บริการคือ

1.การสร้างโพรไฟล์ (Profile) ของผู้ใช้ลงบนพื้นที่สาธารณะภายใต้อาณาเขตของระบบที่ให้บริการ

2.มีการเชื่อมโยงรายชื่อของผู้ใช้งานไว้ด้วยกันด้วยความสัมพันธ์ที่มีอยู่ร่วมกันของผู้ใช้งานในระบบ

3.ผู้ใช้งานในระบบสามารถเห็นข้อมูลต่างๆของทั้งตนเองและผู้ติดต่อ รวมทั้งสามารถปฏิเสธผู้ที่ต้องการเข้ามาเป็นผู้ติดต่อได้

หลายปีต่อมา ได้เกิดคำว่า โซเชียลมีเดีย (Social Media) ขึ้น โดยคำว่าโซเชียลมีเดียได้ถูกนำมาใช้ในความหมายของการหลอมรวมกันทางเทคโนโลยีระหว่าง เว็บไซต์แบบ User-generated Content และโซเชียลเน็ตเวิร์ค คำว่า โซเชียลมีเดีย (Social Media) จึงกลายมาเป็นคำหลักที่มีความหมายกว้างและใช้เรียกครอบคลุมทั้งสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คและเว็บไซต์แบบ User-generated Content ที่ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ใช้งาน

นักวิชาการด้านสื่อใหม่หลายคนกล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของโซเชียลมีเดียไว้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร (boyd, 2008) เป็นสื่อที่มีความเปิดกว้างและสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น (Mayfield, 2007) เป็นสื่อที่ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงและการสร้างชุมชนให้เกิดขึ้น (Smith, Borash, Getoor และ Lauw, 2008 และ Mayfield, 2007)

กล่าวโดยภาพรวม โซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่ประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ ดังนี้ (Siapera, 2012)

1. เป็นสื่อที่ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างข้อมูล ดาวน์โหลดและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน
2. เป็นสื่อที่ทำให้ผู้ใช้สามารถเผยแพร่ข้อมูลและโพรไฟล์ของตนเองได้
3. เป็นสื่อที่ทำให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อสื่อสารกับผู้ใช้คนอื่นๆได้

ความนิยมที่ผู้ใช้มีต่อโซเชียลมีเดียเกิดขึ้นมากมายโดยไม่มีข้อกังขา ผลการวิจัยของ บริษัท เอซีเนลสัน ในปี ค.ศ. 2009 พบว่า 2 ใน 3 คน ของผู้ใช้สื่อออนไลน์จะใช้สื่อโซเชียลมีเดีย โดยเฉลี่ยผู้ใช้สื่อออนไลน์จะใช้เวลา 10 เปอร์เซ็นต์ของการออนไลน์นั้นไปกับการใช้งานในโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้

โซเชียลมีเดียยังได้รับความนิยมเป็นอันดับที่สี่ในกระบวนกิจกรรมการใช้งานออนไลน์ทั้งหมดและยังถือเป็นอันดับที่สูงกว่าการใช้งานในส่วนของอีเมล์หรือจดหมายอิเล็คทรอนิกส์อีกด้วย

นอกจากนี้ ความนิยมในการใช้โซเชียลมีเดียยังส่งผลให้นักวิชาการด้านสื่อส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียในแง่มุมต่างๆ อาทิ การศึกษาคุณสมบัติและคุณลักษณะของโซเชียลมีเดีย การศึกษาการใช้โซเชียลมีเดียในการสร้างอัตลักษณ์และชื่อเสียง รวมทั้งการศึกษาถึงความสัมพันธ์และศึกษาเปรียบเทียบสังคมในโลกของโซเชียลมีเดียและในโลกแห่งความเป็นจริง

เกมคอมพิวเตอร์ (Computer Game)

คอมพิวเตอร์เกมกำลังมีการเติบโตอย่างสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ของอุตสาหกรรมสื่อและความบันเทิง (Herz, 1997, Kline และคณะ, 2003) โดยย้อนกลับไปเมื่อช่วงทศวรรษ 1970 วงการเกมคอมพิวเตอร์เริ่มต้นขึ้นด้วยบริษัท Atari จากนั้นประสบปัญหาการขาดทุนและปิดตัวลงในปี ค.ศ. 1984 ส่วนคลื่นลูกที่สองก่อตัวขึ้นโดยการกลับมาของบริษัท Nintendo บริษัท Sega และบริษัท Sony ในทศวรรษ 1980 ซึ่งถือเป็นยุคที่เฟื่องฟูอย่างมากของวงการเกมคอมพิวเตอร์ ผลิตผลและกำไรจากอุตสาหกรรมเกมสูงแซงหน้ากำไรที่ได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และแน่นอนว่าเด็กและเยาวชนถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมเกมคอมพิวเตอร์

Marsha Kinder (1991) กล่าวว่า เกมคอมพิวเตอร์ถือเป็นอาณาจักรที่ยิ่งใหญ่ในยุคสังคมร่วมสมัยของเด็กในปัจจุบัน นอกจากนี้คอมพิวเตอร์เกมยังมีเนื้อหาที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับสื่ออื่นๆ ดังจะเห็นได้จากในปัจจุบันที่พบว่าเนื้อหาของสื่อภาพยนตร์ โทรทัศน์ การ์ตูน และเกมคอมพิวเตอร์มีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะส่งผลต่อการทำการตลาดแบบผสมผสาน โดยสามารถดูตัวอย่างได้จากเกมโปเคมอน (Pokemon) ของค่ายนินเทนโด (Nintendo) ซึ่งถือเป็นความสำเร็จในการสร้างอาณาจักรเกมแบบดิจิทัลที่มีมูลค่ามหาศาลและถือเป็นความสำเร็จในระดับโลก รวมทั้งยังมีบทบาทในการสร้างวัฒนธรรมกลุ่มเพื่อนทางสังคมโดยโปเคมอนเป็นปรากฏการณ์ของเกมที่เชื่อมโยงเด็กเกือบทั้งโลกเข้าไว้ด้วยกัน

อย่างไรก็ตาม เกมคอมพิวเตอร์ในยุคปัจจุบันได้รับการพัฒนาไปมาก โดยผู้เล่นสามารถเล่นเกมร่วมกันผ่านเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ได้ทีละหลายคน เกมในยุคปัจจุบันได้รับการพัฒนาและเรียกกันว่าเกมออนไลน์แบบสวมบทบาทและมีผู้เล่นหลายคน (Massively Multiplayer: online role-playing games หรือ MMORGS) คือเป็นเกมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้สร้างตัวตนเสมือนจริงขึ้นมาในโลกออนไลน์ โดยการสร้างร่างเสมือนที่เป็นร่างทรง (Avatars) ของตนเองขึ้น เกมออนไลน์ลักษณะนี้ได้รับความนิยมอย่างสูงมากในกลุ่มผู้ใช้ทั้งต่างประเทศและทั้งในประเทศ โดยเกมออนไลน์เหล่านี้ได้แก่ “Second Life” “World of Witchcraft” และ “The Sim” เป็นต้น

เกมออนไลน์แบบสวมบทบาทและมีผู้เล่นหลายคน (MMORGS) ยังถือเป็นสื่อโซเชียลมีเดียประเภทหนึ่งที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้ทดสอบอัตลักษณ์ของตนเองได้อย่างหลากหลาย ทั้งอัตลักษณ์ด้านเพศ อายุ เชื้อชาติ และบทบาทหน้าที่ต่างๆ โดยการสร้างร่างทรง (Avatars) ของตนเองเป็นตัวละครกราฟิกในเกมและแสดงบทบาทหน้าที่ต่างๆตามนั้น ตัวตนที่สร้างผ่านเกมออนไลน์นี้สามารถแสดงออกได้อย่างทันทีทันใด โดยผู้เล่นจะได้เรียนรู้ประสบการณ์เสมือนจริงผ่านเกมออนไลน์เหล่านี้และนำไปปรับ

ใช้ในการพัฒนาอัตลักษณ์ของตนเอง (Turkle, 1999) นอกจากนี้ การเรียนรู้อัตลักษณ์ผ่านเกมออนไลน์นี้ต้องอาศัยทักษะความคิดเชิงนามธรรม (Abstract Thought) ซึ่งเป็นทักษะการคิดขั้นสูง เมื่อผู้ใช้ได้ทดลองแสดงบทบาทต่างๆในเกมออนไลน์จะทำให้เกิดการสร้างความคิดเกี่ยวกับตัวตน (Self) และนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ (Identity)

ในด้านผลกระทบของสื่อใหม่ประเภทเกมคอมพิวเตอร์ที่มีต่อเด็กและเยาวชน มีการระบุว่า (Buckingham, 2007) การเล่นเกมส่งผลต่อพฤติกรรมต่อต้านสังคม (Anti-Social Behavior) ขณะที่ Papert (1993) กล่าวว่า เกมเป็นเครื่องมือและสิ่งสำคัญในโลกอินเตอร์เน็ต การถกเถียงกันในประเด็นที่ว่าเกมเป็นความบันเทิงหรือเป็นเครื่องเรียนรู้ไม่ใช่เรื่องสำคัญ แต่สิ่งที่สำคัญคือ นักสร้างเกมและผู้ออกแบบเกมควรให้ความสนใจเกี่ยวกับศักยภาพของเกมในการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน โดยข้อมูลผลการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบที่เกมคอมพิวเตอร์มีต่อเด็กและเยาวชนจะนำเสนอในหัวข้อ 2.4 ต่อไป

ผลกระทบของสื่อใหม่ที่มีต่อเด็กและเยาวชน

David Buckingham ได้กล่าวถึงเรื่องของผลกระทบที่สื่อใหม่มีต่อเด็กและเยาวชนไว้ว่า สื่อใหม่นำมาซึ่งทั้งความน่าตื่นตาตื่นใจและความน่าหวาดกลัวเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อเด็กและเยาวชน ซึ่งเรื่องในลักษณะนี้เคยเกิดขึ้นมาแล้วในอดีตกับสื่อโทรทัศน์ สื่อใหม่จะสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นขึ้นในครอบครัวหรือจะก่อให้เกิดการแบ่งแยกจากกัน รวมทั้งสื่อใหม่จะก่อให้เกิดผลกระทบที่สร้างสรรค์หรือผลกระทบในเชิงลบต่อเด็กและครอบครัว ถือเป็นประเด็นที่นักวิชาการด้านสื่อต่างก็ให้ความสำคัญในการศึกษา

ด้านผลกระทบด้านบวกที่สื่อใหม่มีต่อเด็กและเยาวชน พบข้อมูลต่างๆที่น่าสำคัญคือ Seymour Papert (1993) กล่าวว่า คอมพิวเตอร์ถือเป็นวิธีการเรียนรู้แบบใหม่และเป็นพื้นที่ในการปลดปล่อยทางจินตนาการสำหรับเด็ก คอมพิวเตอร์มีส่วนในการกระตุ้นการเรียนรู้และทำลายข้อจำกัดในการเรียนรู้แบบเดิมๆให้หมดสิ้น ขณะที่ Jon Katz (1996) สนับสนุนว่า คอมพิวเตอร์เข้ามาสร้างอำนาจให้กับเด็กและเยาวชน โดยเปิดโอกาสให้เด็กได้แสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน อินเตอร์เน็ตคือเครื่องมือในการแสดงอิสรภาพ และการหลุดพ้นจากอำนาจและการควบคุมของผู้ใหญ่ อินเตอร์เน็ตทำให้เด็กและเยาวชนสร้างชุมชนและวัฒนธรรมของตนเองขึ้นมา นับเป็นครั้งแรกที่เด็กสามารถหลุดพ้นจากกำแพงของขอบเขตและประเพณีนิยมที่ผู้ใหญ่สร้างขึ้น รวมทั้งหลุดพ้นจากกฎระเบียบที่ผู้ใหญ่คิดว่าดีสำหรับเด็กและสร้างขึ้นมาควบคุมเด็ก

Don Tapscott (1997) เสนอว่า อินเตอร์เน็ตได้สร้างคนรุ่นใหม่ที่มีความเป็นประชาธิปไตย มีจินตนาการ และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กันในสังคมได้มากกว่าคนในยุคก่อนๆ เทคโนโลยีดิจิทัลนำมาซึ่งการตื่นตัวทางสังคม ทดลอนขั้นตอน ลำดับชั้นทางสังคม และประเพณีนิยมทางความรู้และอำนาจ นอกจากนี้ Nixon (1988) ได้วิเคราะห์โฆษณาที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารแล้วพบว่า โฆษณาสินค้าที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีมักจะใช้เด็กเป็นตัวแสดง และนำเสนอในลักษณะที่ว่าเด็กมีความสามารถโดยธรรมชาติในการใช้เทคโนโลยี โฆษณาสินค้าของค่ายแอพเปิล (Apple) แม็คส์ (Macs) และไมโครซอฟ (Microsoft) ล้วนนำเสนอโดยใช้ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เป็นจุดขาย ขณะเดียวกันก็ใช้จุดเว้าวอน

โดยการเชื่อมโยงให้เห็นว่า เทคโนโลยีจะสร้างเวทมนตร์แห่งโลกอนาคต โดยเทคโนโลยีคือหน้าต่างที่เปิดสู่โลกใบใหม่อันจะช่วยพัฒนาสัญชาตญาณของเด็กและความกระหายใคร่รู้

ส่วนในด้านลบ พบแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ที่สร้างค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมเชิงลบแก่เด็กและเยาวชนในด้านต่าง ๆที่คล้ายคลึงกับบทบาทเชิงลบของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กทั้ง 6 ด้าน อันได้แก่ 1.) ด้านความรุนแรงและความก้าวร้าว (Provenzo, 1991) 2.) การส่งผลต่อความถดถอยด้านสมอง จินตนาการและการเรียนรู้ (Griffiths, 1996) 3.) ด้านพฤติกรรมต่อต้านสังคม (Anti Social Behavior) รวมทั้งพฤติกรรมการเก็บตัวอยู่แต่ในบ้านและหมกมุ่นอยู่กับคอมพิวเตอร์มากกว่าการสื่อสารพูดคุยแบบตัวต่อตัว (Tobin, 1998) ซึ่งในประเทศญี่ปุ่นเรียกว่า Otaku-Zoku โดยแปลเป็นภาษาอังกฤษได้ว่า กลุ่มคนที่เก็บตัวอยู่แต่ในบ้าน (Stay at Home Tribe) 4.) เกมคอมพิวเตอร์ส่งผลต่อปัญหาคุณธรรม จริยธรรมของเด็กและเยาวชน 5. ปัญหาภาพลามกอนาจาร (Pornography) และ 6.) ปัญหาการโฆษณาชวนเชิญทางการตลาดที่มอมเมาเด็กและเยาวชน

ปัญหาต่าง ๆทั้ง 6 ข้อ นำมาซึ่งความวิตกกังวล ความสับสนเกี่ยวกับสื่อใหม่ ซึ่งความพยายามในการหาทางออกและป้องกันสามารถทำได้ในสองด้านคือ

1.) การแก้ไขโดยเทคโนโลยี (Technology Fix) เช่น การจัดเรท (Rate) หรือระดับความเหมาะสมด้านเนื้อหาของเกมคอมพิวเตอร์

2.) การแทรกแซงทางความรู้ (Educational Intervention) โดยการให้ความรู้เท่าทันสื่อกับเด็กและเยาวชน รวมทั้งพ่อแม่ผู้ปกครองและครู

จากการถกเถียงวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับบทบาททั้งด้านลบและสร้างสรรค์ของสื่อใหม่ที่มีต่อเด็กและเยาวชนพบว่า ความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องนี้แบ่งออกเป็นสองด้านคือ ด้านที่หนึ่งมองว่า เด็กมีจินตนาการและสัญชาตญาณในการเรียนรู้ เทคโนโลยีและสื่อใหม่จะเป็นตัวปลดปล่อยจินตนาการและความสามารถในการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน ในขณะที่อีกมุมมองหนึ่งเห็นว่า เด็กและเยาวชนมีความเปราะบางและต้องการการดูแลปกป้องจากอิทธิพลของสื่อใหม่ พ่อแม่และผู้ปกครองบางคนเห็นว่าจำเป็นต้องมีการควบคุมสื่อใหม่และปกป้องเด็กจากอิทธิพลของสื่อใหม่ ในขณะที่บางคนถือโอกาสในการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่เพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้และการศึกษาให้กับลูกหลานของตนเอง

ในยุคปัจจุบัน สื่อใหม่และเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดความเยาว์วัยของเด็กและเยาวชน การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่อันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีสื่อใหม่นี้ทำให้เด็กและเยาวชนมองเห็นตัวตนและค้นพบอัตลักษณ์ของตนเองในมุมมองที่ต่างออกไปจากคนในยุคก่อน เด็ก ถือเป็นตัวแทนของมนุษย์ต่างดาว (Alien) ในยุคหลังสมัยใหม่ (Green และ Bigum, 1993) ซึ่งในที่นี้หมายถึงคนที่มีความแตกต่างจากที่เป็นอยู่ในยุคสมัยปัจจุบันหรือเป็นคนที่มาจากโลกอื่น

Turkel (1999) กล่าวว่า สื่อใหม่เป็นตัวกำหนดและจะนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเทคโนโลยีจะนำไปสู่การปฏิวัติและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Powerful Technological Determinism) ที่มองว่าปรากฏการณ์และการเปลี่ยนแปลงทั้งหลายด้านเทคโนโลยีจะส่งผลต่อสังคมโดยรวม ทั้งที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คน วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมทั้งทัศนคติและการมองโลกของคน

กล่าวโดยสรุป แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีของสื่อใหม่ที่ไม่เพียงแต่เพิ่มศัพยภาพและความรวดเร็วในการสื่อสารให้เกิดขึ้น แต่ยังเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ค่านิยม การรับรู้ตนเองและการมองโลกให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้ ซึ่งในที่นี้หมายถึงเด็กและเยาวชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังมีบทบาทต่อการสร้างและการกำหนดตัวตนและอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชนในยุคปัจจุบัน โดยจะได้นำเสนอเกี่ยวกับแนวคิดด้านอัตลักษณ์หัวข้อต่อไป

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity)

ตัวตน (Self) ของมนุษย์ และการรับรู้ตัวตนของมนุษย์เป็นสิ่งที่มีการพัฒนาตลอดชีวิต ในวัยแรกเกิดและวัยแบเบาะนั้น เด็กทารกจะยังไม่สามารถแยกตัวตนของเขาออกจากสิ่งแวดล้อมได้ ทารกจะยังไม่มีความรู้สึกของตัวตน (Self) ของตนเอง แต่จะยึดตัวเองไว้กับมารดาหรือผู้ที่เลี้ยงดูตน ทารกยังไม่รู้จักแม้แต่ร่างกายของตนเอง ดังเราจะเคยพบว่า เด็กทารกตกใจกลัวเสียงร้องของตัวเอง หรือเอามือไปจิกขยำผมตนเองเพราะไม่รู้ว่าเป็นผมของตนเองเป็นต้น จนเติบโตขึ้นตามวัยจากทารกกลายเป็นเด็กช่วงเวลาแห่งพัฒนาการจะทำให้เด็กเริ่มเข้าใจว่าตนเองคือมนุษย์หนึ่งคนที่มีตัวตน (Self) กระบวนการรับรู้และเรียนรู้ทางสังคม (Social Cognitive) จะทำให้เด็กสามารถแยกแยะตนเองออกจากตัวตน (Self) ของมารดาหรือผู้เลี้ยงดู และเห็นตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่กว้างใหญ่ขึ้น พัฒนาการในการเรียนรู้และรู้จักตนเองนี้จะเกิดขึ้นผ่านการขัดเกลาทางสังคมตลอดช่วงเวลาของการเติบโต โดยเฉพาะเมื่อเข้าสู่ช่วงวัยรุ่นจะถือว่าเป็นช่วงเวลาที่สำคัญของมนุษย์ในการสำรวจตัวตน (Self) และการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ของตนเอง

Erikson (1968) กล่าวว่า วัยรุ่นถือเป็นช่วงเวลาอันสำคัญในการสำรวจตนเองอีกครั้ง (Re-examination) ช่วงเวลาที่เปลี่ยนผ่านจากวัยเด็กเข้าสู่วัยรุ่นจะก่อให้เกิดคำถามว่า “เราเป็นใคร” หรือ “เราจะปฏิบัติตนอย่างไรให้เหมาะสมกับสังคมที่เราอาศัยอยู่” วัยรุ่นต้องการเวลาในการครุ่นคิด สำรวจ ทดลอง และทดสอบตัวตนของตนเอง กระบวนการเหล่านี้อาศัยระยะเวลาและพลังงานทั้งทางร่างกายและจิตใจอันมหาศาล มนุษย์จะมีการสำรวจ สะท้อนและทดสอบตัวตนตลอดเวลา โดยกระบวนการเหล่านี้จะช่วยสร้างและหล่อหลอมตัวตน ค่านิยม ความเชื่อ และเป้าหมายในการดำเนินชีวิตให้เป็นที่ประจักษ์ทั้งต่อตนเอง และเป็นที่รับรู้ของผู้อื่นในสังคม

อัตลักษณ์ (Identity) เป็นความหมายร่วม (Shared Meaning) ที่มีภาษาเป็นสื่อกลาง ทำให้คนที่มีอัตลักษณ์ร่วมกันสามารถเข้าใจสิ่งต่างๆร่วมกันได้ อัตลักษณ์สื่อความหมายด้วยระบบสัญลักษณ์ซึ่งเป็นตัวแทนความหมายที่ผลิตและแลกเปลี่ยนผ่านการใช้ภาษาในลักษณะรูปแบบต่างๆ เช่น เสียง ข้อความ ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว สื่อเป็นตัวแทนของสังคมสมัยใหม่ สื่อและอัตลักษณ์จึงมีบทบาทเชื่อมโยงระหว่างกัน อย่างไรก็ตาม อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่อยู่คงที่ (Fixed-entity) แต่หากเปลี่ยนแปลงตามบริบทและเวลาที่เปลี่ยนไป อัตลักษณ์ (Identity) คือสิ่งที่ได้รับการสร้างและพัฒนาตลอดช่วงชีวิตของมนุษย์ ช่วงเวลาในการเติบโตของมนุษย์หนึ่งคนจากวัยทารกสู่วัยเด็ก จนถึงวัยรุ่นสู่วัยผู้ใหญ่ การสร้างความเป็นตัวตนและอัตลักษณ์มีความเป็นพลวัตร โดยจะเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับความสามารถในการ

รับรู้และการสร้างความสัมพันธ์กับสังคม ก่อนการเรียนรู้ผ่านภาษา ความเป็นตัวตนของมนุษย์จะเป็นการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสและความเคลื่อนไหวเท่านั้น จนเมื่อทักษะทางด้านภาษาของมนุษย์ได้รับการพัฒนา จึงจะเริ่มแยกตัวตนออกมาและรับรู้ตนเองในฐานะมนุษย์ที่มีตัวตนแตกต่างจากคนอื่น ช่วงเวลาดังกล่าว มนุษย์จะเริ่มรับรู้ ทดสอบและสร้างอัตลักษณ์ของตนเองขึ้นมา (Harter, 1999)

การเกิดขึ้นของอัตลักษณ์และการใช้ "วัตถุดิบ" ในการสร้างอัตลักษณ์

อัตลักษณ์คือสิ่งที่บ่งบอกว่าเราเป็นใคร มนุษย์เรามีพหุอัตลักษณ์ ซึ่งประกอบด้วย อัตลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity) ซึ่งหมายถึงบุคลิก ลักษณะนิสัยของบุคคลนั้นๆ และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มคนที่มีลักษณะเหมือนกัน เช่น อัตลักษณ์คนไทย อัตลักษณ์คนญี่ปุ่น อัตลักษณ์วัยรุ่น (Tajfel, 1981)

Michael Foucault (1988) กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าเราเป็นใคร เป็นสิ่งระบุตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับใคร มนุษย์ต้องอาศัย "วัตถุดิบ" ในการสร้างอัตลักษณ์ ดังที่ Foucault กล่าวว่า อัตลักษณ์ของมนุษย์ถูกสร้างผ่านเทคนิคและการปฏิบัติที่เรียกว่า "เทคโนโลยีของตัวตน" (Technologies of the Self) อันหมายถึงแนวปฏิบัติที่ทำให้เราเข้าใจตัวตนและหล่อหลอมอัตลักษณ์ของเรา ซึ่งการสร้างอัตลักษณ์ดังกล่าวอยู่ภายใต้วาทกรรมของอำนาจ (Power Discourse) กล่าวคือ มนุษย์สามารถสร้างอัตลักษณ์ขึ้นได้ แต่อัตลักษณ์นั้นต้องเข้ากันได้กับระบบสังคมที่มนุษย์อาศัยอยู่ การสร้างอัตลักษณ์ของมนุษย์จึงเป็นการสร้างและหล่อหลอมอัตลักษณ์จากวาทกรรมและแนวปฏิบัติที่มีอยู่ในสังคม ซึ่งตรงกับที่ Marx (1852) ได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์สร้างอัตลักษณ์ของตนเองได้ แต่ไม่ใช่เป็นการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นจากการเลือกของตนเอง หากเป็นการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นภายใต้บริบทที่สังคมหยิบยื่นให้ กล่าวโดยสรุป แนวความคิดของ Foucault และ Marx ชี้ให้เห็นว่าตัวตนและอัตลักษณ์ของมนุษย์ถูกสร้างขึ้นตามบริบทของสังคมที่มนุษย์อาศัยอยู่ มนุษย์จึงต้องเลือกใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในบริบทของสังคมนั้นมาสร้างและหล่อหลอมอัตลักษณ์และตัวตน

Anthony Giddens (1991) กล่าวว่า ในโลกของสังคมสมัยใหม่ อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่มีความเป็นพลวัตรและเปลี่ยนแปลงได้ มนุษย์สร้าง ทบทวนและปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ตลอดเวลา การสร้างอัตลักษณ์ของมนุษย์ในยุคสังคมสมัยใหม่เกิดขึ้นโดยอาศัยข้อมูลและวัตถุดิบที่มีอยู่ในสภาวะแวดล้อมของสังคมนั้นๆ

Stuart Hall (1992) ได้สรุปแนวคิดการเกิดขึ้นของอัตลักษณ์ไว้ 3 แนวคิด คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในยุคสว่างไสวทางปัญญา (Enlightenment Subject) เป็นแนวคิดที่เชื่อว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่มีแก่น (Inner Core) มนุษย์ทุกคนเกิดมาพร้อมกับแก่นของอัตลักษณ์ที่ติดตัวมาและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของนักสังคมศาสตร์ (Sociological Subject) เป็นแนวคิดที่เชื่อว่ามนุษย์เกิดมาพร้อมกับแก่น (Inner Core) ของอัตลักษณ์ซึ่งเป็นส่วนที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ แต่ยังมีอัตลักษณ์บางส่วนของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงได้ตามประสบการณ์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในยุคสังคมหลังสมัยใหม่ (Post-modern Subject) เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่า อัตลักษณ์ไม่มีแก่น (Inner Core) และอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่คงที่ อัตลักษณ์ของมนุษย์ในยุคสังคมหลังสมัยใหม่ จึงเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้เสมอ

อัตลักษณ์ (Identity) ถูกสร้างและแสดงออกได้หลายวิธี มนุษย์ใช้อัตลักษณ์ในการแยกแยะตนเองว่าแตกต่างจากผู้อื่น เช่น การอธิบายความแตกต่างทางลักษณะกายภาพ ความสามารถทางร่างกาย ลักษณะอารมณ์ และความเป็นเจ้าของสิ่งต่างๆ การสร้างอัตลักษณ์ในปัจจุบันเกิดขึ้นทั้งในพื้นที่จริงและพื้นที่เสมือนจริง ดังที่ Castells (2006) กล่าวว่า อัตลักษณ์สร้างขึ้นได้ในหลายมิติของสังคม โลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ถือเป็นพื้นที่หนึ่งและช่องทางหนึ่งในการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ที่ Foucault เรียกว่า “เทคโนโลยีของตัวตน” (Technologies of the Self) ซึ่งสามารถสร้าง ปรับปรุงและปรับเปลี่ยนได้ด้วยสื่อดิจิทัลสมัยใหม่

กล่าวโดยสรุป ในสังคมยุคศตวรรษที่ 21 สื่อดิจิทัลสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทสำคัญในบริบทของการสื่อสารของมนุษย์ โดยเป็นทั้งเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ และเป็นพื้นที่ในการนำเสนอวัตถุดิบในการสร้างและหล่อหลอมอัตลักษณ์ของมนุษย์ในสังคมสมัยใหม่ สื่อดิจิทัลสมัยใหม่จึงมีความสัมพันธ์กับการสร้างตัวตน อัตลักษณ์ของผู้ใช้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้หมายถึงกลุ่มเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการขัดเกลาทางสังคม (Socialization)

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2549) ได้ให้ความหมายของ การขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ว่า หมายถึง กระบวนการที่คนเรียนรู้การเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือของสังคม โดยการซึมซับเอาบรรทัดฐานและค่านิยมทางสังคมมาเป็นของตนและเรียนรู้ในการปฏิบัติตนตามบทบาทและภาระหน้าที่ทางสังคม

การขัดเกลาทางสังคม (Socialization) จึงหมายถึง กระบวนการอบรมสั่งสอนสมาชิกให้เรียนรู้ระเบียบของสังคมเพื่อให้เห็นคุณค่า และนำเอากฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติเหล่านั้นไปเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ การขัดเกลาสังคมเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องได้รับตลอดชีวิต เพื่อที่จะทำให้มนุษย์สามารถปรับตัวเข้ากับสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ได้เป็นอย่างดี โดยการขัดเกลาทางสังคม คือ กระบวนการที่สังคมหรือกลุ่มสั่งสอนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้ผู้ที่จะเป็นสมาชิกของกลุ่มได้เรียนรู้ และรับเอาระเบียบวิธีกฎเกณฑ์ ความประพฤติ และค่านิยมต่างๆ ที่กลุ่มได้กำหนดไว้เป็นระเบียบของความประพฤติและความสัมพันธ์ของสมาชิกของสังคมนั้น สมาชิกของสังคมจะต้องผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมตลอดชีวิตทั้งโดยตรงและโดยอ้อม การขัดเกลาทางสังคมจึงจำแนกได้ 2 ประเภทดังนี้คือ

1.การขัดเกลาทางสังคมโดยทางตรง เช่น การอบรมสั่งสอน ขัดเกลาที่พ่อแม่ให้กับลูก ไม่ว่าจะเป็นโดยวิธีการสอน การพูด การฝึกหัด โดยในกรณีนี้ผู้สอนและผู้รับจะรู้สึกตัวในกระบวนการอบรมสั่งสอนโดยตรง

2.การขัดเกลาทางสังคมโดยทางอ้อม เช่น การอ่านหนังสือ การฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ ตลอดจนการดูภาพยนต์ ซึ่งผู้รับจะเรียนรู้โดยไม่รู้ตัว แต่จะค่อยๆซึมซับเข้าไปจิตใต้สำนึกว่าสิ่งนั้นเป็นที่สังคมยอมรับหรือไม่ นอกจากนี้ การขัดเกลาทางสังคมโดยทางอ้อมจะครอบคลุมไปถึงการ

ได้เข้าร่วมกับกลุ่มเพื่อนและการทำงาน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการปรับตัวและการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง

คำที่มักใช้ในความหมายเดียวกันกับคำว่าการขัดเกลาทางสังคม คือคำว่า “สังคมกรณ์” “สังคมประกิต” “การอบรมเรียนรู้ทางสังคม” และ “การทำให้เหมาะสมแก่สังคม” ซึ่งเป็นกระบวนการสังคมกับทางจิตวิทยา ที่มีผลทำให้บุคคลมีบุคลิกภาพตามแนวทางที่สังคมต้องการ เด็กที่เกิดมาจะต้องได้รับการอบรมสั่งสอนให้เป็นสมาชิกที่สมบูรณ์ของสังคม สามารถอยู่ร่วมและมีความสัมพันธ์กับคนอื่นได้อย่างราบรื่น ทำให้มนุษย์เปลี่ยนแปลงสภาพตามธรรมชาติเป็นมนุษย์ผู้มีวัฒธรรม มีสภาพต่างจากสัตว์โลกชนิดอื่น

การขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรม ค่านิยมสังคม ซึ่งมีตัวแทนในสังคมที่ทำหน้าที่ในการขัดเกลาทางสังคม ดังนี้

1.ครอบครัว ถือเป็นตัวแทนสำคัญที่สุดในการทำหน้าที่ขัดเกลาทางสังคม เพราะเป็นสถาบันแรกที่เด็กจะได้รับการอบรมสั่งสอนและจะมีความผูกพันทางสายโลหิตอย่างลึกซึ้ง ซึ่งจะมีผลด้านอารมณ์ความประพฤติ เจตคติ ตลอดจนบุคลิกภาพของบุคคลมากที่สุด

2.กลุ่มเพื่อน เป็นตัวแทนที่ทำหน้าที่ขัดเกลาทางสังคมอีกหน่วยหนึ่ง เนื่องจากแต่ละกลุ่มย่อมมีระเบียบ ความเชื่อ และค่านิยมเฉพาะกลุ่มตนเอง ซึ่งอาจแตกต่างกันออกไปตามลักษณะกลุ่ม

3.โรงเรียน เป็นตัวแทนสังคมที่ทำหน้าที่โดยตรงในการขัดเกลาสมาชิกตั้งแต่ในวัยเด็กจนถึงผู้ใหญ่ โดยอบรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีต่างๆของสังคม ตลอดจนค่านิยมและทักษะอันจำเป็นให้แก่สมาชิกในสังคม

4.ศาสนา เป็นตัวแทนในการขัดเกลาจิตใจของคนในสังคมยึดมั่นในสิ่งที่ดีงาม ศีลธรรมและจริยธรรม รวมทั้งความประพฤติในทางที่ถูกที่ควร โดยศาสนาจะมีอิทธิพลทางจิตวิทยาต่อบุคคลในการสร้างบุคลิกภาพเป็นอย่างมาก

5.กลุ่มอาชีพ อาชีพแต่ละประเภทจะมีการจัดระเบียบปฏิบัติเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มที่มีอาชีพค้าขายจะต้องมีความซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบลูกค้า ผู้ที่เป็นสมาชิกใหม่ของกลุ่มต่างๆก็ต้องเรียนรู้ประเพณีของกลุ่มอาชีพที่ตนเป็นสมาชิกอยู่

6.สื่อมวลชน เป็นหน่วยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกในสังคม มีส่วนในการขัดเกลาทางสังคมแก่มนุษย์ในด้านต่างๆ ทั้งด้านความคิด ความเชื่อ แบบแผนการประพฤติปฏิบัติ

การขัดเกลาทางสังคม เป็นกระบวนการของคนที่กระทำระหว่างกันทางสังคม การได้รับรูปแบบของบุคลิกภาพ (Personality) และการเรียนรู้ (Learning) รวมทั้งการดำเนินวิถีชีวิตในรูปแบบต่างๆจากสังคมและกลุ่ม การขัดเกลาทางสังคมจึงถือเป็นกระบวนการเรียนรู้วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อยของคนในสังคมหรือกลุ่มสังคม รวมถึงพฤติกรรมและการกระทำที่จะต้องแสดงตามสถานภาพและบทบาทที่เปลี่ยนไป

โดยสรุปแล้ว การขัดเกลาทางสังคม คือ การเรียนรู้ของสมาชิกในสังคมทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพตามความต้องการของสังคม โดยการขัดเกลาทางสังคมมีแนวคิดที่สำคัญ 3 แนวคิดดังนี้

1.การขัดเกลาทางสังคม เป็นการสืบทอดวัฒนธรรมระหว่างคนรุ่นหนึ่ง กับคนอีกรุ่นหนึ่ง (Socialization as Enculturation) แนวคิดนี้มองว่า บุคคลรับเอาวัฒนธรรมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกอย่างตรงไปตรงมา โดยอัตโนมัติ เพราะเกิดขึ้นจากการรับรู้ซ้ำๆซากๆ เป็นเวลานานจนซึมซาบเข้าไปโดยที่เกือบจะไม่มีการแปรสภาพวัฒนธรรมนั้นๆเลย โดยนัยยะสำคัญของแนวคิดนี้ อธิบายได้ใน 3 ลักษณะ คือ เด็กรับเอาวัฒนธรรมอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีปฏิกิริยาตอบโต้หรือกลั่นกรองวัฒนธรรมแต่อย่างใด (Passive Recipient) วัฒนธรรมมีความมั่นคงถาวร (Stable Culture) คงเส้นคงวา (Consistent Content) ไม่ขัดแย้งกัน กระบวนการขัดเกลาทางสังคมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอื่นๆอย่างเป็นเหตุเป็นผลกัน แยกออกจากกันได้ยาก และเกื้อหนุนการคงอยู่ของวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ แนวคิดนี้มุ่งแสดงให้เห็นถึงพลังในเชิงอนุรักษ์ของสังคม โดยพัฒนามาจากสาขาวิชามานุษยวิทยา (Anthropology) ที่ศึกษาสังคมขนาดเล็ก มีเสถียรภาพสูง ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงแต่น้อย จึงทำให้มองเห็นภาพของการขัดเกลาทางสังคมในรูปของกระบวนการ ซึ่งทำให้สังคมดำรงอยู่ตามแบบฉบับเดิม

2. การขัดเกลาทางสังคม เป็นกระบวนการควบคุมแรงผลักดันส่วนบุคคล (Impulse Control) แนวคิดนี้มองว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม เป็นกระบวนการจำกัดขอบเขตแรงกระตุ้นทางธรรมชาติของบุคคลที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ซึ่งหากปล่อยให้มีผลต่อพฤติกรรมโดยลำพังแล้ว อาจทำให้เกิดความระส่ำระสายในสังคมได้ กระบวนการทางสังคม จึงทำหน้าที่หล่อหลอมให้บุคคลผันแปรพฤติกรรมที่เกิดจากแรงกระตุ้นธรรมชาตินั้น ไปในทางที่สังคมยอมรับได้ โดย แนวคิดนี้มีที่มาจากทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psycho-analysis) ซึ่งมองว่ามนุษย์มีความต้องการทางธรรมชาติต่างๆซึ่งมีมาแต่กำเนิดก่อนที่จะมาเป็นสมาชิกของสังคม เช่น ความก้าวร้าว หรือตัณหาของบุคคล ซึ่งบุคลิกภาพนี้ฟรอยด์ (Freud) นักทฤษฎีจิตวิเคราะห์ เรียกว่า "อภิอัตตา" (Super Ego) แนวคิดนี้เชื่อว่าการควบคุมด้วยการขัดเกลาทางสังคมไม่ใช่ว่าจะกระทำได้ผลแก่ทุกคนเสมอไป แต่โดยเฉลี่ยแล้วสังคมประสบความสำเร็จในการป้องกันมิให้คนส่วนใหญ่ในสังคมแสดงออกซึ่งพฤติกรรม อันเกิดจากแรงกระตุ้นทางธรรมชาติส่วนบุคคล ซึ่งก่อให้เกิดความระส่ำระสายในสังคม

3. การขัดเกลาทางสังคมเป็นการเตรียมบุคคลเข้ารับบทบาทต่างๆในสังคม (Role Training) แนวคิดนี้มองว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการของสังคม ในอันที่จะทำให้ปัจเจกบุคคลต้องปฏิบัติตามปทัสถาน (Norms) ของสังคม ที่มาของแนวคิดนี้เกิดจากการมองว่า การที่สังคมจะดำรงโครงสร้างของมันอยู่ได้ก็ด้วยการสรรหาบุคคลต่างๆมาสวมบทบาทต่างๆในสังคมได้ บุคลิกภาพ (Personality) ของบุคคลและโครงสร้างทางสังคม (Social Structure) จึงเป็นระบบที่แยกต่างหากออกจากกัน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพส่วนบุคคลกับโครงสร้างทางสังคมจึงอาจมีหลายแนวทาง โดยกระบวนการขัดเกลาทางสังคมจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมร้อยให้สองระบบไปด้วยกันได้

ดังนั้น การขัดเกลาทางสังคมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการหล่อหลอมพฤติกรรมของบุคคล และเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการดำรงอยู่ ความขัดแย้ง และการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยความมุ่งหมายของการขัดเกลาทางสังคม ได้แก่

1. การปลูกฝังระเบียบวินัย
2. การปลูกฝังความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ
3. การสอนให้รู้จักบทบาทและทัศนคติต่างๆ
4. การสอนให้เกิดความชำนาญหรือทักษะ

เมื่อไรก็ตามที่บุคคลยอมรับค่านิยมจากกลุ่มก็จะมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างเกิดขึ้นในตัวบุคคล การยอมรับค่านิยมเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดขึ้นแห่งตัวตน (Self) และอัตลักษณ์ (Identity) ซึ่งจะมีพร้อมกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคม แนวคิดทางสังคมวิทยามองการขัดเกลาทางสังคมเป็นการเตรียมบุคคลเข้ารับบทบาทต่าง ๆ ในสังคม (Role Training) แนวคิดนี้มองว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการของสังคม ในอันที่จะทำให้ปัจเจกบุคคลต้องปฏิบัติตามปทัสถาน (Norms) ของสังคม ที่มาของแนวคิดนี้เกิดจากการมองว่า การที่สังคมจะดำรงโครงสร้างอยู่ได้ก็ด้วยการสรรหาบุคคลต่าง ๆ มาสวมบทบาทต่าง ๆ ในสังคมได้ การขัดเกลาทางสังคมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการหล่อหลอมพฤติกรรมของบุคคล และเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของสังคม

ในทางสังคมวิทยาจึงให้ความสำคัญกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) เป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะมนุษย์ไม่ได้มีความเป็นมนุษย์โดยกำเนิด หรือไม่มีพัฒนาการบางอย่างที่จำเป็นต่อการอยู่รอด มนุษย์จึงต้องได้รับการขัดเกลาทางสังคม โดยมีตัวแทนมาพัฒนาบุคคล จากบุคคลทางชีววิทยา (Biological Person) มาเป็นบุคคลทางสังคม (Social Person) โดยการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับคนอื่น ทำให้บุคคลเรียนรู้บทบาท หน้าที่ และค่านิยมทางสังคมของสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ บุคคลนับตั้งแต่เกิดมาเติบโตเป็นผู้ใหญ่ประกอบอาชีพจนกระทั่งตายจะต้องผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ซึ่งเป็นกระบวนการจัดประสบการณ์ทางสังคม เพื่อหล่อหลอมความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม แรงจูงใจ และบุคลิกภาพของบุคคลโดยรวม บุคคลแต่ละคนจะเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐาน จารีตประเพณี และวิถีปฏิบัติต่าง ๆ ของสังคมที่เขาอาศัยอยู่

กล่าวโดยสรุป การขัดเกลาทางสังคมจะหล่อหลอมให้สมาชิกในสังคมมีลักษณะทางจิตใจและพฤติกรรมสอดคล้องกับลักษณะที่สังคมปรารถนาและเห็นว่าเหมาะสมกับบทบาทของบุคคล ทั้งบทบาทที่ดำรงอยู่ในปัจจุบันและที่มีมาในอนาคต ในความซับซ้อนของกระบวนการนี้ สังคมเป็นแหล่งที่กำหนดรางวัล ข้อห้ามหรือบทลงโทษสำหรับสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งผู้ทำหน้าที่ให้การอบรมแก่สมาชิกของสังคมจะสามารถนำรางวัลและข้อห้ามต่าง ๆ เหล่านี้ไปประยุกต์ ใช้ในกระบวนการขัดเกลาทางสังคมต่อไป “สื่อ” ถือเป็นสถาบันหนึ่งที่มีหน้าที่ในการขัดเกลาทางสังคมให้กับเยาวชนในทางอ้อม การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงนำแนวคิดเรื่องกระบวนการขัดเกลาทางสังคมมาใช้ศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ในกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมและการขัดเกลาทางสังคมของกลุ่มเยาวชนไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในประเทศอังกฤษโดย Livingstone และ Bober (2004) พบว่า 74 เปอร์เซ็นต์ของเด็กอายุ 9-19 ปี ใช้งานอินเตอร์เน็ตที่บ้าน และ 99 เปอร์เซ็นต์ของโรงเรียนในประเทศอังกฤษมีอินเตอร์เน็ตใช้งาน ซึ่งตัวเลขนี้เป็นตัวเลขที่มีความใกล้เคียงกับประเทศอื่นๆที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก 88 เปอร์เซ็นต์ของครอบครัวชนชั้นกลางมีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน ขณะที่ 61 เปอร์เซ็นต์ของครอบครัวชั้นแรงงานมีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน ชนชั้น (Social Class) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพในการเข้าถึงและการใช้งานอินเตอร์เน็ต

ส่วนในสหรัฐอเมริกาพบผลการวิจัยซึ่งเป็นข้อมูลในปี ค.ศ. 2008 ว่า 93 เปอร์เซ็นต์ของครัวเรือนที่มีเด็กและเยาวชนจะมีคอมพิวเตอร์ (ทั้งแบบตั้งโต๊ะและแบบพกพา) อย่างน้อย 1 เครื่อง และ 58 เปอร์เซ็นต์ของครัวเรือนในสหรัฐอเมริกามีคอมพิวเตอร์ใช้งานมากกว่า 1 เครื่อง นอกจากนี้ 94 เปอร์เซ็นต์ของครัวเรือนในสหรัฐอเมริกายังมีสมาชิกอย่างน้อย 1 คนในบ้านที่ใช้งานสื่อออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ (Boyd, 2008)

ในอดีตพบผลการวิจัยว่า เด็กผู้หญิงมีความสนใจและเข้าถึงอินเตอร์เน็ตน้อยกว่าเด็กผู้ชาย ซึ่งส่งผลต่อทักษะการใช้งานคอมพิวเตอร์ที่มีความแตกต่างกัน (Cupitt และ Stockbridge, 1996, Funk และ Bunchman, 1996, Kubey และ Larson, 1990, Durndell และคณะ, 1995) อย่างไรก็ตามข้อมูลในปีต่อๆมาพบการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกี่ยวกับเรื่องนี้ และพบอัตราส่วนการเข้าถึงอินเตอร์เน็ตของเด็กชายและเด็กหญิงมีแนวโน้มที่จะความเท่าเทียมกันมากขึ้น (Livingstone และ Bober, 2004)

นอกจากนี้ พบเหตุผลและแรงจูงใจในการใช้อินเตอร์เน็ตที่แตกต่างกันระหว่างเด็กทั้งสองกลุ่ม คือเพศชายและหญิง เด็กและเยาวชนที่มาจากต่างชนชั้นทางสังคมจะมีระดับการเป็นเจ้าของ ความเข้าใจ และการใช้งาน รวมทั้งทัศนคติที่มีต่อสื่อใหม่ที่แตกต่างกัน มากไปกว่านั้นคือ ชาติพันธุ์ยังถือเป็นตัวแปรสำคัญในการเข้าถึงสื่อใหม่ โดยผลการวิจัยในสหรัฐอเมริกาพบว่าการใช้สื่อใหม่ถือเป็นกิจกรรมของคนผิวขาวมากกว่า

แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าไม่ควรมองเพียงแค่ปัจจัยการเข้าถึงสื่อใหม่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องมองลึกลงไปถึงประสบการณ์ในการใช้สื่อใหม่ของเด็กและเยาวชน โดยต้องมองให้ชัดเจนว่าเด็กและเยาวชนอยู่ในฐานะผู้รับสารที่ถูกกระทำ (Passive Recipients) หรือเป็นผู้ใช้ที่มีความคิดอ่านและรู้เท่าทันสื่อ (Media-literate Audience)

ส่วนด้านงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับเกมคอมพิวเตอร์ ในยุคแรกๆมีงานวิจัยของ Patricia Greenfield ในปี ค.ศ. 1983 เรื่อง Video Games and Human Behaviors: A Research Agenda for the SOS ที่มีข้อค้นพบว่าการเล่นเกมคอมพิวเตอร์มีผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ (Cognitive Skills) อย่างมาก ทั้งด้านการฝึกการประสานกันระหว่างมือและสายตา (Hand-eyes Coordination) การฝึกฝนความจำ (Memory) การคิดแบบอุปนัย (Inductive Thinking) การคิดแบบคู่ขนาน (Parallel Thinking) และการตระหนักเกี่ยวกับพื้นที่ (Spatial Awareness) และทักษะการแก้ปัญหา (Problem Solving) อย่างไรก็ตาม ผลงานวิจัยส่วนใหญ่เกี่ยวกับเรื่องเกมมักจะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบด้านลบที่เกมมีต่อเด็กและเยาวชน เช่นการเล่นเกมส่งผลให้การเรียนตกต่ำ และส่วนใหญ่จะใช้ระเบียบวิธีวิจัย

เชิงสำรวจเข้ามาศึกษาในภาพกว้าง มีงานวิจัยบางชิ้นได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงทดลองซึ่งเป็นการศึกษาผลกระทบระยะสั้นของเกมคอมพิวเตอร์ที่มีต่อเด็ก แต่ผลการวิจัยที่ออกมายังไม่เป็นที่ยอมรับ ด้วยมีปัจจัยด้านตัวแปรอื่นๆที่ไม่สามารถควบคุมได้

ดังที่เคยกล่าวไว้ในข้างต้นที่ผ่านมาว่า สื่อใหม่มีศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ต่อเด็กและเยาวชน โดยพบผลการวิจัยว่า สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ของเด็กและเยาวชน โดยไม่ต้องอยู่ในการควบคุมของผู้ปกครองหรือภายใต้วัฒนธรรมของผู้ใหญ่ (Tapscott, 1997) ส่วนด้านบทบาทเชิงวัฒนธรรมพบว่า สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการสร้างและตกแต่งอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชน (Chandler และ Robert-Young, 1998 ใน Buckingham, 2007) (Stern, 2004) โดยการตกแต่งหน้าโพร์ไฟล์ของเด็กผ่านสื่อใหม่ก็เปรียบเหมือนกับการตกแต่งฝาพนังห้องนอนของเด็กในยุคก่อนๆ เพียงแต่เปลี่ยนพื้นที่มาอยู่ในพื้นที่เสมือนจริงของโลกออนไลน์เท่านั้น นอกจากนี้ โฮมเพจ (Homepage) และบล็อค (Blog) ยังถือเป็นการหลอมรวมกันของพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะของเด็กและเยาวชน โดยงานของ Buckingham (2007) สะท้อนว่าโฮมเพจและบล็อคถือเป็นเสมือนบันทึกส่วนบุคคลที่เด็กและเยาวชนสามารถนำมาเผยแพร่ให้ผู้อื่นได้เห็น บล็อคจึงถือเป็นพื้นที่สำหรับให้วัยรุ่นได้เขียนและสะท้อนความคิดต่างๆของตนเอง อันถือเป็นวิธีการหนึ่งในการสำรวจตัวตนและอัตลักษณ์ของวัยรุ่น

นอกจากนี้ผลการศึกษาของ Pugh และ Hart (1999) พบว่า การใช้สื่อใหม่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนถือเป็นการเรียนรู้ในการปรับตัว การลดการยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง (Egocentrism) โดยพบว่า เด็กที่มีทักษะการสื่อสารและมุษยสัมพันธ์ที่ดีในโลกออนไลน์ก็มักจะมีเพื่อนจำนวนมากและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนในโลกของความเป็นจริงด้วยเช่นเดียวกัน โดยผลการศึกษายังพบว่า เด็กและเยาวชนมักจะใช้สื่อใหม่ในการสานความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ตนมีอยู่แล้วให้แน่นแฟ้นขึ้นมากกว่าที่จะใช้สื่อใหม่ในการมองหาและผูกมิตรกับเพื่อนใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Turkle (1999) ที่ระบุว่า สื่อใหม่ โดยเฉพาะอุปกรณ์โทรศัพท์เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเด็กและผู้ปกครองและความสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับเพื่อนให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น

ในด้านภาษาที่ใช้ในสื่อใหม่ พบว่า ภาษาที่เยาวชนใช้ในสื่อใหม่เป็นการผสมผสานกันระหว่างภาษาพูดและภาษาเขียน (Merchant, 2001) ซึ่ง Turkle (1999) กล่าวว่าสิ่งนี้ถือเป็นการหลอมรวมของอัตลักษณ์ในยุคสังคมหลังสมัยใหม่ สื่อใหม่จึงเป็นพื้นที่สำหรับเด็กได้ค้นพบและเป็นตัวของตัวเองอย่างแท้จริง (Tobin, 1998) นอกจากนี้ Susannah Stern (2004) ได้ทำการวิจัยและค้นพบข้อมูลที่น่าสนใจว่า เด็กผู้หญิงจะมีลักษณะของการตกแต่งโฮมเพจอยู่ 3 ประเภทคือ 1.) แบบแสดงออกถึงความสดใสร่าเริง มีชีวิตชีวา (Spirited Sites) 2.) แบบที่แสดงถึงความหดหู่ ถูกกักขัง คับข้องใจ มองโลกในแง่ร้าย (Somber Sites) และ 3.) แบบที่ยังไม่แน่ใจ มีความขัดแย้งในตัวตนอยู่ (Self-conscious Site) ซึ่งเป็นการผสมผสานของสองรูปแบบแรกเข้าไว้ด้วยกัน

นอกจากนี้ โครงการวิจัยเกี่ยวกับสื่อใหม่ที่ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยฮาวาร์ด ภายใต้ชื่อโครงการวิจัย The Good Work Project ยังพบว่า การใช้สื่อใหม่มีผลต่อพฤติกรรมและการเรียนรู้ทางสังคมของเด็กและเยาวชน โดยเด็กและเยาวชนใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการเรียนรู้บทบาททางสังคมของคนเองกับเพื่อน ครอบครัว สังคม และการสานสัมพันธ์กับคนรัก ผลการวิจัยยังพบอีกว่า เด็กและ

เยาวชนใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการแสดงออก ค้นหา ทำความเข้าใจเกี่ยวกับตัวตนและอัตลักษณ์ของตนเอง นอกจากนั้น สื่อใหม่ยังมีความสัมพันธ์กับวิธีการมองโลกของเด็กและเยาวชน รวมทั้งการทำความเข้าใจและรับรู้เกี่ยวกับโลกและผู้อื่น โครงการวิจัยดังกล่าวยังได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ อาทิ นีโอเพ็ต (Neopets) เวิร์ล ออฟ วิชคราฟท์ (World of Witchcraft) และ เซคกัล ไลฟ์ (Second Life) กับการเรียนรู้บทบาททางสังคมของเด็กและเยาวชน โดยพบว่า เกมดังกล่าวมีบทบาทในการเป็นพื้นที่แสดงออกทางศัยภาพและทักษะความสามารถของเด็กและเยาวชน เกมในพื้นที่ของโลกเสมือนจริงเปรียบเสมือนสนามเด็กเล่นในโลกแห่งความจริงที่เด็กและเยาวชนจะได้แสดงทักษะความสามารถและศักยภาพของตนเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ รวมทั้งเด็กและเยาวชนยังสามารถรับผลสะท้อนกลับจากเกมซึ่งเป็นสื่อใหม่ได้อย่างรวดเร็วทันทีในรูปแบบของรางวัลและคะแนนที่ได้รับจากการเล่นเกม นอกจากนี้ผลการวิจัยจากโครงการดังกล่าวยังพบว่าเด็กและเยาวชนใช้เกมดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการสำรวจด้านเพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ และทักษะความสามารถทางร่างกาย ผ่านการสวมบทบาทลงในเกมที่ตนเล่น

จากแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ สามารถประมวลและกล่าวได้โดยสรุปว่า สื่อใหม่มีบทบาทต่อกระบวนการเรียนรู้และขัดเกลาทางสังคมของเด็กและเยาวชน โดยเด็กและเยาวชนใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการสำรวจค้นหาตัวตน รวมทั้งเป็นการแสดงออกและทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง โดยแนวความคิดที่ประมวลได้จากบทนี้จะนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย ดังวิธีการและระเบียบวิธีวิจัยที่จะกล่าวต่อไปในบทที่สามซึ่งเป็นบทถัดไป

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อใหม่กับการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนผู้ใช้สื่อใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแบบแผนพฤติกรรมในการใช้สื่อใหม่ รวมทั้งบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชน การวิจัยเชิงสำรวจจะทำให้เห็นภาพกว้างเกี่ยวกับประด็นในการวิจัยดังที่กล่าวมา ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพจะนำมาใช้ขยายผลในเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) และ การเขียนแบบบันทึก (Diary Research) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โครงการวิจัยเรื่อง “บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” มีรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรในการศึกษาวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เยาวชนไทยอายุระหว่าง 15-25 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอุดมศึกษา ซึ่งเป็นผู้ใช้สื่อใหม่ทั้งที่เป็นอุปกรณ์ (Hardware) เช่น คอมพิวเตอร์ (Computer) โน๊ตบุ๊ค (Notebook) แท็ปเล็ต (Tablet) โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smart Phone) และสื่อใหม่เป็นลักษณะของโปรแกรมซอฟแวร์และแอพลิเคชั่น (Software Programmes and Applications) เช่น อินเตอร์เน็ต (Internet) โซเชียลมีเดีย (Social Media) คอมพิวเตอร์เกม (Computer Game)

3.2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่และบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อค่านิยมทางสังคมและการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการหาขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน ของ Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามสูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดยแทนค่า n = ขนาดของตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม

Z = ค่ามาตรฐานซึ่งอยู่กับระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ Z = 1.96

e = ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

q = 1-p

แทนค่าตามสูตรได้ผลดังนี้ $n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 384.16 \approx 385$

จะได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และสำรองไว้ 4% เท่ากับจำนวน 15 คน รวมขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยแบ่งเก็บข้อมูลตามสัดส่วน คือ กลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้น อายุ 15-18 ปี จำนวน 200 ชุด และกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 19-25 ปี จำนวน 200 ชุด

ในการคัดเลือกลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) คือ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) ดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไปในหัวข้อ 3.3

3.2.2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้แบ่งเยาวชนออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มแรกคือ กลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้น อายุ 15-18 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 8 คน ส่วนกลุ่มที่สองเป็นกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 19-25 ปี ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นอุดมศึกษา จำนวน 8 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 16 คน โดยแบ่งสัดส่วนด้านเพศให้เท่ากัน คือเพศชายและเพศหญิงจำนวนกลุ่มละ 4 คน เยาวชนที่เลือกมาศึกษาเป็นเยาวชนที่มีการเปิดรับและใช้สื่อใหม่ทั้งสื่อใหม่ที่เป็นอุปกรณ์ (Hardware) เช่น คอมพิวเตอร์แบบต่างๆ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน และสื่อใหม่ที่เป็นลักษณะของโปรแกรม (Software) เช่น อินเตอร์เน็ต (Internet) โซเชียล มีเดีย (Social Media) และแอพลิเคชั่น (Application) ต่างๆ

ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อการสัมภาษณ์กลุ่ม ได้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Snowball Sampling คือใช้กลุ่มที่มีอยู่แล้วทางสังคมมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเป็นเป็นกันเองและกล้าแสดงความคิดเห็นระหว่างกันภายในกลุ่ม

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับแบบแผนพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ รวมทั้งค่านิยมทางสังคมและการสร้างอัตลักษณ์ผ่านสื่อใหม่ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ภาพกว้างของข้อมูลที่อ้างอิงไปยังภาพรวมของประชากรได้ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้เพื่อขยายผลในเชิงลึกจากการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งดำเนินการโดยการสัมภาษณ์กลุ่มกับเยาวชน 2 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 16 คน และการเขียนแบบบันทึก (Diary Research) ของเยาวชนจำนวน 46 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเจาะลึกเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.3.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ผู้วิจัยใช้นำแบบสอบถามไปทำ Pre-test เพื่อนำผลมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ จากนั้นจึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยแบ่งเก็บข้อมูลตามสัดส่วน คือ กลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้น อายุ 15-18 ปี จำนวน 200 ชุด และกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 19-25 ปี จำนวน 200 ชุด โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) คือ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสะดวก (Convenient Sampling) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ในกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้น อายุ 15-18 ปี จำนวน 200 ชุด ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่มาร่วมงาน Edufest ที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่จัดขึ้นในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2555 ซึ่งมีนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากหลากหลายโรงเรียนมาร่วมกิจกรรมในวันดังกล่าว

ในกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 19-25 ปี ใช้วิธีลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลตามมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยแบ่งเป็นมหาวิทยาลัยรัฐบาลสองแห่ง คือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอกชนสองแห่ง คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยหอการค้า จำนวนมหาวิทยาลัยละ 50 ชุด รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 200 ชุด จากสี่มหาวิทยาลัย โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือน พฤศจิกายน-ธันวาคม 2555

3.3.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview)

ผู้วิจัยได้แบ่งเยาวชนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และกลุ่มนักศึกษาในระดับชั้นอุดมศึกษา โดยให้มีจำนวนผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์กลุ่มละ 8 คน รวมเป็น 16 คน ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling) โดยติดต่อกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณและให้ความสนใจเข้าร่วมสนทนากลุ่มในโครงการวิจัย จึงได้นัดหมายกลุ่มตัวอย่างและดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มในช่วงเดือนมกราคม 2556

การดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มเป็นการแยกสัมภาษณ์ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย โดยแบ่งกลุ่มตามความแตกต่างด้านอายุ ทั้งนี้เนื่องมาจากเยาวชนสองกลุ่มเป็นคนละกลุ่มเพื่อนและมีความแตกต่างกันด้วยช่วงวัย หากนำมาแสดงความคิดเห็นร่วมกันอาจทำให้บรรยากาศการสนทนาที่เขินอายหรือไม่ผ่อนคลาย โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอาจจะไม่กล้าแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ต่อหน้ากลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายที่อายุมากกว่า ผู้วิจัยจึงดำเนินการสัมภาษณ์โดยแยกเป็นสองกลุ่มดังที่กล่าวมา

3.3.3 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (วิธีเสริม) โดยการเขียนแบบบันทึก (Diary Research)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยังได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติม โดยใช้การเขียนแบบบันทึก (Diary Research) เกี่ยวกับแบบแผนพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ทัศนคติและค่านิยมที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่ของเยาวชน โดยมีเยาวชนให้ความสมัครใจเขียนแบบบันทึกทั้งสิ้นจำนวน 46 คน แบ่งเป็นเยาวชนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น 20 คน และเยาวชนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 26 คน โดยเยาวชนที่สมัครใจเป็นกลุ่มตัวอย่างเขียนแบบบันทึก (Diary Research) ทั้ง 46 คน ได้รับการชักชวนให้เข้าร่วมโครงการวิจัยผ่านการติดต่อกับผู้วิจัยด้วยเครือข่ายโซเชียลมีเดีย กลุ่มตัวอย่างทั้ง 46 คน นี้ประกอบด้วยทั้งผู้ที่เป็นเพื่อนอยู่แล้วในเครือข่ายโซเชียลมีดียของผู้วิจัย และบางคนได้รับการแนะนำจากผู้ที่เป็นเพื่อนในเครือข่ายโซเชียลมีดียของผู้วิจัยอีกต่อหนึ่ง ข้อมูลที่ได้จากวิธีการเขียนแบบบันทึก (Diary Research) นี้ เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์เพิ่มเติมร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มซึ่งเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์พรรณนาโดยนำทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม ใช้เกณฑ์ในการให้ค่าคะแนนความคิดเห็นแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

บทที่ 4
ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นและตอนปลายอย่างละ 200 ชุด และการดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มกับเยาวชนจำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน รวมทั้งสิ้นเป็น 16 คน ประกอบกับข้อมูลจากการเขียนแบบบันทึกของเยาวชนจำนวน 48 คน ผู้วิจัยพบผลการวิจัยซึ่งจะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง (4.1) เป็นผลการวิจัยเชิงสำรวจจากแบบสอบถามที่สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับแบบแผนพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร และบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อค่านิยมทางสังคมและการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชน ส่วนที่สอง (4.2) จะนำเสนอข้อมูลผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มและการเขียนแบบบันทึกของเยาวชน โดยมีรายละเอียดของผลการวิจัยในแต่ละส่วนดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับแบบแผนพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่และบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยในส่วนนี้เป็นการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดที่เก็บกับเยาวชนผู้ใช้สื่อใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน แบ่งเป็น วัยรุ่นตอนต้นจำนวน 200 คน และวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 200 คน โดยแบ่งหัวข้อนำเสนอออกเป็น 8 หัวข้อย่อย คือ

1. เพศ/อายุ/ระดับการศึกษาของเยาวชน
2. การเข้าถึง/ค่าใช้จ่ายและเวลาในการใช้สื่อใหม่ของเยาวชน
3. วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อใหม่ของเยาวชน
4. พฤติกรรมและลักษณะการใช้สื่อใหม่ของเยาวชน
5. ทัศนคติและความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อการใช้สื่อใหม่
6. ความคิดเห็นและค่านิยมของเยาวชนที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่
7. ค่านิยมทางสังคมที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่ของเยาวชน
8. สื่อใหม่กับอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย

โดยมีรายละเอียดของผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เพศ/อายุ/ระดับการศึกษา

เพศ	**อายุ 15-18 ปี** (n=200) **มัธยมศึกษาตอนปลาย**	**อายุ 19-25 ปี** (n=200) **อุดมศึกษา**	**รวม** (N=400)
ชาย	92 คน ร้อยละ 46	96 คน ร้อยละ 48	188 คน ร้อยละ 47
หญิง	108 คน ร้อยละ 54	104 คน ร้อยละ 52	212 คน ร้อยละ 53
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ผลการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นอายุระหว่าง 15-18 ปี จำนวน 200 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 19-25 ปี จำนวน 200 คน พบข้อมูลด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ **มีเพศหญิง จำนวนทั้งสิ้น 212 คน คิดเป็น ร้อยละ 53 ส่วนเพศชายมีจำนวนทั้งสิ้น 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47**

เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศหญิงจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54 เพศชายจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวนทั้งสิ้น 200 คน มีเพศหญิงจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเพศชายจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48

2. การเข้าถึง/ค่าใช้จ่าย/และเวลาในการใช้สื่อใหม่

2.1 การเข้าถึงอินเตอร์เน็ตที่บ้าน

การเข้าถึงอินเตอร์เน็ตที่บ้าน	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
มีอินเตอร์เน็ตใช้ที่บ้าน	194 คน ร้อยละ 97	199 คน ร้อยละ 99.5	393 คน ร้อยละ 98.25
ไม่มีอินเตอร์เน็ตใช้ที่บ้าน	6 คน ร้อยละ 3	1 คน ร้อยละ 0.5	7 คน ร้อยละ 1.75
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าถึงอินเตอร์เน็ตที่บ้านของกลุ่มเยาวชนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า **กลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 คน มีอินเตอร์เน็ตใช้ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 98.25 มีเพียง 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ที่ไม่มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน**

เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน พบว่า ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน194 คน มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน โดยคิดเป็นร้อยละ 97 และมีจำนวน 6 คน ที่ไม่มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า จำนวนทั้งสิ้น 199 คน มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 99.5 มีเพียง 1 คนในกลุ่มนี้ที่ไม่มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน 10 โดยคิดเป็นร้อยละ 0.5

2.2 บริเวณ/พื้นที่การใช้อินเตอร์เน็ตที่บ้าน

พื้นที่ใช้งาน	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	รวม (N=400)
ใช้อินเตอร์เน็ต ในห้องนอนส่วนตัว	120 คน ร้อยละ 60	154 คน ร้อยละ 77	274 คน ร้อยละ 68.5
ใช้อินเตอร์เน็ตจากส่วนกลาง ร่วมกับสมาชิกในบ้าน	80 คน ร้อยละ 40	46 คน ร้อยละ 33	126 คน ร้อยละ 31.5
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ในการใช้งานอินเตอร์เน็ตที่บ้านของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า **กลุ่มตัวอย่างจำนวน 274 คน ใช้งานอินเตอร์เน็ตในห้องนอนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 68.5 มีจำนวน 126 คน ที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตจากส่วนกลางร่วมกับสมาชิกในบ้าน โดยคิดเป็นร้อยละ 31.5**

เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน พบว่า ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 120 คน ใช้งานอินเตอร์เน็ตในห้องนอนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 60 มีจำนวน 80 คน ที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตจากส่วนกลางร่วมกับสมาชิกในบ้าน โดยคิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า จำนวน 154 คน ใช้งานอินเตอร์เน็ตในห้องนอนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 77 มีจำนวน 46 คน ที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตจากส่วนกลางร่วมกับสมาชิกในบ้าน โดยคิดเป็นร้อยละ 33

2.3 การใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทคอมพิวเตอร์

อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	อายุ 15-18 ปี (n=200)	อายุ 19-25 ปี (n=200)	รวม (N=400)
มี Computer PC/ Notebook	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100
มี Tablet Computer	42 คน ร้อยละ 21	68 คน ร้อยละ 32.5	110 คน ร้อยละ 27.5

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทคอมพิวเตอร์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า **กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีคอมพิวเตอร์ประเภทพีซีและโน๊ตบุ๊คใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 100 และมีจำนวน 110 คน ที่มีคอมพิวเตอร์เท็ปเล็ต (Tablet) ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน**

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคอมพิวเตอร์ Tablet ใช้งาน อยู่ในกลุ่มที่เป็นวัยรุ่นตอนต้น 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นทั้งหมดจำนวน 200 คน ส่วนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายพบว่ามีจำนวน 68 คน ที่มีคอมพิวเตอร์เท็ปเล็ตใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายทั้งหมดจำนวน 200 คน

2.4 การใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทโทรศัพท์

อุปกรณ์โทรศัพท์	อายุ 15-18 ปี (n=200)	อายุ 19-25 ปี (n=200)	รวม (N=400)
โทรศัพท์สำหรับใช้งานธรรมดา	16 คน ร้อยละ 8	0 คน ร้อยละ 0	16 คน ร้อยละ 4
โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smart Phone)	184 คน ร้อยละ 92	200 คน ร้อยละ 100	384 คน ร้อยละ 96
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทโทรศัพท์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน **มีจำนวน 384 คนที่มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 96 และมีจำนวน 16 คน ที่มีเพียงโทรศัพท์สำหรับใช้งานธรรมดาใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 4** ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งจำนวนผู้มีโทรศัพท์สำหรับใช้งานธรรมดาทั้ง 16 คน อยู่ในกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นทั้งหมด หากวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 200 คน จะ

พบว่ามี 184 คนที่มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 92 และมีจำนวน 16 คน ที่มีเพียงโทรศัพท์สำหรับใช้งานธรรมดาใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 8

2.5 จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานอุปกรณ์โทรศัพท์ในหนึ่งวัน

จำนวนชั่วโมง/วัน	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	57 คน ร้อยละ 28.5	24 คน ร้อยละ 12	81 คน ร้อยละ 20.25
1-2 ชั่วโมง	26 คน ร้อยละ 13	20 คน ร้อยละ 10	46 คน ร้อยละ 11.5
2-3 ชั่วโมง	76 คน ร้อยละ 38	30 คน ร้อยละ 15	106 คน ร้อยละ 26.5
3-4 ชั่วโมง	28 คน ร้อยละ 14	32 คน ร้อยละ 16	60 คน ร้อยละ 15
5 ชั่วโมงขึ้นไป	13 คน ร้อยละ 6.5	94 คน ร้อยละ 47	107 คน ร้อยละ 26.75
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานโทรศัพท์ในหนึ่งวันของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการใช้งานโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงขึ้นไปจำนวน 107 คน ใกล้เคียงกับอีกจำนวน 106 คน ที่ใช้งานโทรศัพท์วันละ 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 26.75 และ 26.5 ตามลำดับ** รองลงมาคือ จำนวน 81 คน ใช้งานโทรศัพท์น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 20.25 มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน ใช้งานโทรศัพท์วันละ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15 และมีจำนวน 46 คนที่ตอบว่าใช้งานโทรศัพท์วันละ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 11.5

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มคือกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลายซึ่งมีจำนวนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน พบข้อมูลดังนี้คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นส่วนใหญ่จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ใช้งานโทรศัพท์วันละ 2-3 ชั่วโมง รองลงมาจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ใช้งานโทรศัพท์น้อยกว่า 1 ชั่วโมงในแต่ละวัน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ตอบว่าใช้งานโทรศัพท์วันละ 3-4 ชั่วโมง จำนวน 26 คนตอบว่าใช้งานโทรศัพท์วันละ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 13 ขณะที่มีเพียง 13 คน ตอบว่า ใช้งานโทรศัพท์มากกว่า 5 ชั่วโมงในแต่ละวัน คิดเป็นร้อยละ 6.5

เมื่อพิจารณาดูข้อมูลการใช้โทรศัพท์ในแต่ละวันของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายพบข้อมูลที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่เกือบครึ่ง คือ จำนวน 94 คนตอบว่าใช้งานโทรศัพท์วันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ จำนวน 32 คนใช้งานโทรศัพท์วันละ 3-4 ชั่วโมง จำนวน 30 คนใช้โทรศัพท์วันละ 2-3 ชั่วโมง จำนวน 24 คน ใช้โทรศัพท์น้อยกว่าหนึ่งชั่วโมงต่อวัน และจำนวน 20 คน ตอบว่าใช้โทรศัพท์วันละ 1-2 ชั่วโมง โดยคิดเป็นร้อยละ 16 ร้อยละ15 ร้อยละ 12 และร้อยละ 10 ตามลำดับ

ทั้งนี้เนื่องจากโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในปัจจุบันสามารถใช้งานได้มากกว่าการรับสายโทรเข้าออก แต่สามารถเชื่อมโยงกับอินเตอร์เน็ต แอพพลิเคชั่น และใช้งานอื่นๆได้ ดังนั้นข้อมูลของจำนวนชั่วโมงในการใช้งานโทรศัพท์ของกลุ่มตัวอย่างจึงเป็นภาพรวมการใช้งานโทรศัพท์ด้วยวัตถุประสงค์การใช้งานต่างๆ ไม่ใช่ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนชั่วโมงในการใช้โทรศัพท์ในการพูดคุยสนทนาแต่เพียงอย่างเดียว

2.6 ค่าใช้จ่ายบริการโทรศัพท์ประจำเดือน

จำนวนเงิน/เดือน	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
100-200 บาท	91 คน ร้อยละ 45.5	24 คน ร้อยละ 12	115 คน ร้อยละ 28.75
201-500 บาท	96 คน ร้อยละ 48	80 คน ร้อยละ 40	176 คน ร้อยละ 44
501-700 บาท	8 คน ร้อยละ 4	40 คน ร้อยละ 20	48 คน ร้อยละ 12
701-1000 บาท	5 คน ร้อยละ 2.5	32 คน ร้อยละ 16	37 คน ร้อยละ 9.25
มากกว่า 1000 บาท	0 คน ร้อยละ 0	24 คน ร้อยละ 12	24 คน ร้อยละ 6
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์ในหนึ่งเดือนของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเดือนละ 201-500 บาทต่อเดือน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44** รองลงมาคือเดือนละ 100-200 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตอบว่ามีค่าใช้จ่าย 501-700 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 37 คน ตอบ

ว่า มีค่าใช้จ่าย 701-1000 บาทต่อเดือนในการใช้งานโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 9.25 ที่เหลืออีก 24 คน ตอบว่า มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์เดือนละมากกว่าหนึ่งพันบาท คิดเป็นร้อยละ 6

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย พบข้อมูลที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์อยู่ที่ 201-500 บาท จำนวน 96 คน และค่าใช้จ่ายที่ 100-200 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และร้อยละ 45.5 ตามลำดับ มีเพียง 8 คนที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์ 501-700 บาท และ 5 คน ที่มีค่าใช้จ่าย 701-1000 บาทต่อเดือนในการใช้งานโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 4 และร้อยละ 2.5 ตามลำดับ ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นไม่พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่ามีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์มากกว่าหนึ่งพันบาท

ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์ของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายพบว่าส่วนใหญ่คือ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40 มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 201-500 บาทต่อเดือน รองลงมาจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 501-700 บาท กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 701-1000 บาท ส่วนผู้ที่มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ 100-200 บาท ต่อเดือน และมากกว่า 1000 บาท ต่อเดือนมีจำนวนเท่ากันคือกลุ่มละ 24 คนคิดเป็นร้อยละ 12 เท่ากัน

2.7 ประเภทของโซเชียลมีเดียที่ใช้งาน

ประเภทของโซเชียลมีเดีย	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
Facebook	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100
Twitter	42 คน ร้อยละ 21	112 คน ร้อยละ 56	154 คน ร้อยละ 38.5
Instagram	9 คน ร้อยละ 4.5	36 คน ร้อยละ 18	45 คน ร้อยละ11.25
Hi 5	12 คน ร้อยละ 6	30 คน ร้อยละ 15	42 คน ร้อยละ 10.5
Line	12 คน ร้อยละ 6	24 คน ร้อยละ 12	36 คน ร้อยละ 9
Tango	0 คน ร้อยละ 0	20 คน ร้อยละ 10	20 คน ร้อยละ 5

ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของสื่อโซเชียลมีเดียที่กลุ่มเยาวชนใช้งาน พบข้อมูลในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังนี้ **กลุ่มตัวอย่างทุกคนใช้เฟสบุ๊ค (Facebook) คิดเป็นร้อยละ 100**

รองลงมามีจำนวน **154 คน ที่ใช้ทวิตเตอร์ (Twitter) คิดเป็นร้อยละ 38.5** ในของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน แต่เมื่อจำแนกตามกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลายพบว่า กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายใช้ทวิตเตอร์มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนต้น คือเกินครึ่งของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คน มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 ที่ใช้ทวิตเตอร์ ขณะที่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นเพียง 42 คน ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน มีการใช้งานทวิตเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 21

กลุ่มตัวอย่างจำนวน **45 คน จาก 400 คน มีการใช้งานอินสตาแกรม (Instagram) คิดเป็นร้อยละ 11.25** ในจำนวนนี้มี 36 คน เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย และ 9 คนที่อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 18 และร้อยละ 4.5 ตามลำดับ เมื่อจำแนกสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสองกลุ่มที่มีจำนวนกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างจำนวน **42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ใช้งานโซเชียลมีเดียประเภทไฮไฟว์ (Hi 5)** เมื่อจำแนกสัดส่วนเป็นสองกลุ่มพบว่า กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ใช้งานไฮไฟว์ ซึ่งเป็นจำนวนและอัตราส่วนที่มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนต้นคือ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6 เมื่อคำนวนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่าง**จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ใช้งานโซเชียลมีเดียประเภทไลน์ (Line)** เมื่อจำแนกสัดส่วนเป็นสองกลุ่มพบว่า กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ใช้งานไลน์ซึ่งเป็นจำนวนและอัตราส่วนที่มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนต้นคือ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6 เมื่อคำนวนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่าง**จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ใช้งานโซเชียลมีเดียประเภทแทงโก (Tango)** โดยทั้ง 20 คนเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนปลาย เมื่อเทียบสัดส่วนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน จึงคิดเป็นร้อยละ 10 ของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้งานแทงโก

2.8 จำนวนชั่วโมงที่ใช้โซเชียลมีเดียในหนึ่งวัน

จำนวนชั่วโมง/วัน	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	18 คน ร้อยละ 9	6 คน ร้อยละ 3	24 คน ร้อยละ 6
1-2 ชั่วโมง	32 คน ร้อยละ 16	18 คน ร้อยละ 9	50 คน ร้อยละ 12.5
2-3 ชั่วโมง	110 คน ร้อยละ 55	46 คน ร้อยละ 23	156 คน ร้อยละ 39

3-4 ชั่วโมง	10 คน ร้อยละ 5	34 คน ร้อยละ 17	44 คน ร้อยละ 11
5 ชั่วโมงขึ้นไป	30 คน ร้อยละ 15	96 คน ร้อยละ 48	126 คน ร้อยละ 31.5
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนชั่วโมงในการใช้งานโซเชียลมีเดียในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 2-3 ชั่วโมง** รองลงมาคือ 5 ชั่วโมงขึ้นไป มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 1-2 ชั่วโมง มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 3-4 ชั่วโมง มี 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีผู้ตอบน้อยที่สุดคือจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน พบว่า **กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นส่วนใหญ่จำนวนเกินครึ่งคือ 110 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 55** ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 16 ใช้งานวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไปจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ15 มีผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และใช้งานวันละ 3-4 ชั่วโมง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ส่วนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 200 คน พบว่า**กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่จำนวนเกือบครึ่งคือ 96 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 48** ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน มีจำนวน 46 คน ที่ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมามีจำนวน 34 คน ที่ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17 มีจำนวน 18 คน ที่ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9 และน้อยสุดคือมีจำนวน 6 คน ที่ใช้งานโซเชียลมีเดียน้อยกว่าวันละ 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3

3. วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อใหม่

3.1 วัตถุประสงค์ในการใช้อินเตอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ในการใช้อินเตอร์เน็ต	อายุ 15-18 ปี (n=200)	อายุ 19-25 ปี (n=200)	รวม (N=400)
พูดคุยสนทนา/แสดงความคิดเห็น	194 คน ร้อยละ 97	190 คน ร้อยละ 95	384 คน ร้อยละ 96
หาข้อมูลข่าวสาร	189 คน ร้อยละ 94.5	180 คน ร้อยละ 90	369 คน ร้อยละ 92.25
เล่นเกม	142 คน ร้อยละ 71	116 คน ร้อยละ 58	258 คน ร้อยละ 64.5
ซื้อสินค้า/บริการ	37 คน ร้อยละ 18.5	94 คน ร้อยละ 47	131 คน ร้อยละ 65.5
อื่นๆ	0 คน ร้อยละ 0	6 คน ร้อยละ 3	6 คน ร้อยละ 1.5

ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้งานสื่ออินเตอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า **ส่วนใหญ่จำนวน 384 คน ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ในการพูดคุยสนทนาและแสดงความคิดเห็น โดยคิดเป็นร้อยละ 96** ทั้งนี้เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ในการพูดคุยสนทนาและแสดงความคิดเห็นมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก คือ จำนวน 194 คนในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 190 คน ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 97 และ 95 ตามลำดับเมื่อคำนวณอัตราส่วนจากจำนวนประชากรกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างจำนวน **369 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ใช้อินเตอร์เน็ตในการหาข้อมูลข่าวสาร** ทั้งนี้เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ในการหาข้อมูลข่าวสารมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก คือ จำนวน 189 คนในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 180 คน ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 94.5 และ 90 ตามลำดับเมื่อคำนวณอัตราส่วนจากจำนวนประชากรกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างจำนวน **258 คน ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการเล่นเกม คิดเป็นร้อยละ 64.5** จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ทั้งนี้เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อการเล่นเกมมีอัตราส่วนที่แตกต่างกันเล็กน้อยคือ มีจำนวน 142 คน ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 71 ซึ่งเป็นอัตราส่วนและจำนวนที่มากกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คือ 116 คน คิดเป็นร้อยละ 58 เมื่อคำนวณอัตราส่วนจากจำนวนประชากรกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างจำนวน **131 คน ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 65.5** จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ทั้งนี้เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการมีจำนวนแตกต่างกัน คือ มีจำนวน 94 คน ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้อินเตอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 47 ซึ่งมากกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ที่มีเพียง 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 เมื่อคำนวณอัตราส่วนจากจำนวนประชากรกลุ่มละ 200 คน

นอกจากนี้ มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คนให้ข้อมูลว่า มีการใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ดูภาพยนตร์ ชมละครย้อนหลัง จำนวน 4 คน และใช้ทำธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านอินเตอร์เน็ต จำนวน 2 คน โดยทั้ง 6 คนเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 1.5 ของกลุ่มประชากรทั้งหมด 400 คน และ คิดเป็นร้อยละ 3 เมื่อคำนวณเฉพาะกลุ่มประชากร 200 คนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

3.2 วัตถุประสงค์ในการใช้โซเชียลมีเดีย

วัตถุประสงค์ในการใช้โซเชียลมีเดีย (Social Media)	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
พูดคุยกับเพื่อน	184 คน ร้อยละ 92	194 คน ร้อยละ 97	378 คน ร้อยละ 94.5
เล่นเกมและแอพพลิเคชั่น	189 คน ร้อยละ 94.5	110 คน ร้อยละ 55	299 คน ร้อยละ 74.75
ติดตามข่าวสารจากดาราและศิลปินที่ชื่นชอบ	125 คน ร้อยละ 62.5	122 คน ร้อยละ 61	247 คน ร้อยละ 61.75
อัพเดทสถานะของตน	113 คน ร้อยละ 56.6	132 คน ร้อยละ 66	245 คน ร้อยละ 61.25
อัพโหลดรูป	96 คน ร้อยละ 48	138 คน ร้อยละ 69	234 คน ร้อยละ 58.5
ระบายอารมณ์และความในใจ	78 คน ร้อยละ 39	124 คน ร้อยละ 62	202 คน ร้อยละ 50.5
อื่นๆ	0 คน ร้อยละ 0	6 คน ร้อยละ 3	6 คน ร้อยละ 1.5

ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้งานโซเชียลมีเดียของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 378 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการพูดคุยสนทนากับเพื่อน คิด**

เป็นร้อยละ 94.5 เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่ใกล้เคียงกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 184 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย 194 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการพูดคุยสนทนากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 92 และร้อยละ 97 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 299 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการเล่นเกมและแอพพลิเคชั่น คิดเป็นเป็นร้อยละ 74.75 เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 189 คนใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการเล่นเกมและแอพพลิเคชั่น ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายซึ่งมีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 และร้อยละ 55 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 247 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการติดตามข่าวสารจากดาราและศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ โดยคิดเป็นร้อยละ 61.75 เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่ใกล้เคียงกันมากคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 125 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย 122 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการติดตามข่าวสารจากดาราและศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ คิดเป็นร้อยละ 62.5 และร้อยละ 61 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 245 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่ออัพเดทสถานะของตน โดยคิดเป็นร้อยละ 61.25 เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่ไม่แตกต่างกันมากนักคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 113 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย 132 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่ออัพเดทสถานะของตน คิดเป็นร้อยละ 56.6 และร้อยละ 66 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 234 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่ออัพโหลดรูปของตน โดยคิดเป็นร้อยละ 58.5 เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวนเพียง 98 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่ออัพโหลดรูปของตน ซึ่งน้อยกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่มีจำนวน 138 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 48 และร้อยละ 69 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 202 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อระบายอารมณ์และความในใจ โดยคิดเป็นร้อยละ 50.5 เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวนเพียง 78 คน ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อระบายอารมณ์และความในใจ ซึ่งน้อยกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่มีจำนวน 124 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 39 และร้อยละ 62 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้พบข้อมูลเพิ่มเติมว่า มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน ใช้โซเชียลมีเดียในวัตถุประสงค์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.5 ของประชากรทั้งหมด โดยจำนวนทั้ง 6 คน ที่ใช้โซเชียลมีเดียในวัตถุประสงค์อื่นๆ อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 3 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คน โดยกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลว่าใช้โซเชียลมีเดียเพื่อวัตถุประสงค์ในการทำธุรกิจขายสินค้าต่างๆ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋าแฟชั่น และมีกลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 2 คน ระบุว่าใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเป็นช่องทางในการดูรูปผู้หญิงสาวที่หน้าตาดี

4. พฤติกรรมและลักษณะการใช้สื่อใหม่ของเยาวชน

4.1 ลักษณะการเปิดและปิดสัญญาณของอุปกรณ์โทรศัพท์

การเปิด-ปิดสัญญาณโทรศัพท์	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
เปิดไว้ตลอด 24 ชั่วโมง	163 คน ร้อยละ 81.5	170 คน ร้อยละ 85	333 คน ร้อยละ 83.25
ปิดก่อนเข้านอน และเปิดเมื่อตื่นนอน	37 คน ร้อยละ 18.5	30 คน ร้อยละ 15	67 คน ร้อยละ 16.75
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า **ส่วนใหญ่จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 83.25 จะเปิดสัญญาณโทรศัพท์ไว้ตลอด 24 ชั่วโมง** ที่เหลืออีกจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 จะปิดสัญญาณโทรศัพท์เมื่อเข้านอนและเปิดสัญญาณโทรศัพท์อีกครั้งเมื่อตื่นนอน

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย พบว่ามีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน คือ วัยรุ่นตอนต้นจำนวน 163 คน และวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 170 คนจะมีพฤติกรรมการเปิดสัญญาณโทรศัพท์ไว้ตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 81.5 และร้อยละ 85 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน ส่วนจำนวนผู้มีพฤติกรรมการปิดสัญญาณโทรศัพท์เมื่อเข้านอนและเปิดสัญญาณโทรศัพท์อีกครั้งเมื่อตื่นนอนของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีจำนวน 37 คน ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีจำนวน 30 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 18.5 และร้อยละ 15 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

4.2 จำนวนหน้าของเว็บเพจ (Webpage) ที่เปิดดูในแต่ครั้ง

จำนวนหน้าเว็บเพจที่เปิดดู	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
เปิดดูครั้งละ 1 หน้า	25 คน ร้อยละ 12.5	10 คน ร้อยละ 5	35 คน ร้อยละ 8.75
เปิดดูครั้งละ 2-3 หน้า	134 คน ร้อยละ 67	84 คน ร้อยละ 42	218 คน ร้อยละ 54.5
เปิดดูครั้งละ 3-4 หน้า	33 คน ร้อยละ 16.5	50 คน ร้อยละ 25	83 คน ร้อยละ 20.75
เปิดดูครั้งละ 5 หน้าขึ้นไป	8 คน ร้อยละ 4	56 คน ร้อยละ 28	64 คน ร้อยละ 16
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ผลการวิจัยพบข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนหน้าของเว็บเพจที่กลุ่มตัวอย่างเปิดดูในแต่ละครั้งคือ ส่วนใหญ่ **จำนวนเกินครึ่ง คือ 218 คน จากทั้งหมด 400 คน จะเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า คิดเป็นร้อยละ 54.5** รองลงมา จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 จะเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 3-4 หน้า มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ที่เปิดดูเว็บเพจครั้งละ 5 หน้าขึ้นไป มีเพียง 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ที่มีพฤติกรรมการเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 1 หน้าเท่านั้น

เมื่อแยกดูข้อมูลทั้งสองกลุ่มพบว่า มีข้อมูลคล้ายคลึงกันในบางส่วน คือ กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่เปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า โดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 134 คน จาก 200 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 84 คน จากทั้งหมด 200 คน จะมีพฤติกรรมเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า คิดเป็นร้อยละ 67 และ 42 ตามลำดับเมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

ส่วนข้อมูลพฤติกรรมการเปิดดูเว็บเพจของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มสามารถแยกตามรายละเอียดได้ดังนี้คือ ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น จะมีลักษณะการเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า จำนวนมากที่สุด ดังที่กล่าวไปแล้ว รองลงมาจะเปิดดูครั้งละ 3-4 หน้า โดยมีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ เปิดดูครั้งละ 1 หน้า มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และจำนวนน้อยที่สุดคือเพียง 8 คนที่เปิดดูเว็บเพจครั้งละ 5 หน้าขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4 จากจำนวนประชากรในกลุ่มทั้งหมด 200 คน

ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย จะมีลักษณะการเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า จำนวนมากที่สุด ดังที่กล่าวไปแล้ว รองลงมาจะเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 5 หน้าขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ซึ่งเป็นจำนวนและอัตราส่วนใกล้เคียงกับผู้ที่เปิดดูเว็บเพจครั้งละ 3-4 หน้า ซึ่งมีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ

25 ส่วนผู้ที่เปิดดูครั้งละ 1 หน้า มีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5 จากจำนวนประชากรในกลุ่มทั้งหมด 200 คน

4.3 พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่อาจารย์กำลังสอน

การใช้โทรศัพท์ในห้องเรียน	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
เคยใช้โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอน	196 คน ร้อยละ 98	199 คน ร้อยละ 99.5	395 คน ร้อยละ 98.75
ไม่เคยใช้โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอน	4 คน ร้อยละ 2	1 คน ร้อยละ 0.5	5 คน ร้อยละ 1.25
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ด้านพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ในห้องเรียนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า **ส่วนใหญ่จำนวนทั้งสิ้น 395 คน คิดเป็นร้อยละ 98.75 เคยใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอน** โดยแบ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 196 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 98 และร้อยละ 99.5 ตามลำดับเมื่อคำนวณจากสัดส่วนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน ส่วนผู้ที่ตอบว่าไม่เคยใช้โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอนมีจำนวนทั้งหมด 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 เมื่อเทียบกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เมื่อแยกดูข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบว่า มีจำนวน 4 คน ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่ตอบว่าไม่เคยใช้โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอน และจำนวน 1 คน ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ตอบว่าไม่เคยใช้โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอน คิดเป็นร้อยละ 2 และร้อยละ 0.5 ตามลำดับเมื่อคำนวณจากสัดส่วนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

4.4 ลักษณะรูปที่ใช้ในโพรไฟล์ (Profile) ของสื่อใหม่

ลักษณะของรูปที่ใช้	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
รูปตัวเอง	132 คน ร้อยละ 66	196 คน ร้อยละ 98	328 คน ร้อยละ 82
รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ชื่นชอบ	68 คน ร้อยละ 44	4 คน ร้อยละ 2	72 คน ร้อยละ 18
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของรูปที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในโพรไฟล์ของสื่อใหม่ พบว่า **ส่วนใหญ่แล้ว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82 จะใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพร์ไฟล์ ที่เหลืออีก 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์**

เมื่อจำแนกข้อมูลทั้งสองกลุ่มจะพบข้อมูลที่คล้ายคลึงกันคือ ส่วนใหญ่จะใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพร์ไฟล์ โดยมีจำนวน 132 จาก 200 คน ของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 196 คน จาก 200 คน ของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพรไฟล์ คิดเป็นร้อยละ 66 และร้อยละ 98 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามมีข้อมูลที่แตกต่างกันระหว่างสองกลุ่มคือ พบว่า **มีกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวนมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์** คือ มีกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 68 คน ที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์ ขณะที่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีเพียง 4 คน ที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 44 เปรียบเทียบกับร้อยละ 2 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 200 คน

5. ทัศนคติและความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อการใช้สื่อใหม่

5.1 ความรู้สึกในวันที่ลืมอุปกรณ์โทรศัพท์ไว้ที่บ้าน

ความรู้สึกในวันที่ลืมโทรศัพท์มือถือ/ Smart Phone ไว้ที่บ้าน	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
รู้สึกปกติ/เฉยๆ	104 คน ร้อยละ 52	64 คน ร้อยละ 32	168 คน ร้อยละ 42
กระวนกระวายใจ แต่สามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติ	96 คน ร้อยละ 48	102 คน ร้อยละ 51	198 คน ร้อยละ 49.5
ทนไม่ได้ ต้องกลับไปเอามาจากบ้าน	0 คน ร้อยละ 0	34 คน ร้อยละ 14	34 คน ร้อยละ 8.5
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลภาพรวมเกี่ยวกับความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อการใช้สื่อใหม่ **พบว่า เมื่อเยาวชนลืมโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนเอาไว้ที่บ้าน จะก่อให้เกิดความรู้สึกกระวนกระวายใจแต่ยังสามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติ** โดยมีจำนวนผู้ตอบในข้อนี้ทั้งหมด 198 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ที่รู้สึกปกติเฉยๆและใช้ชีวิต

ตามปกติโดยไม่กระวนกระวายใจ ส่วนผู้ที่ตอบว่า ทนไม่ได้ ต้องกลับไปเอาโทรศัพท์มาจากบ้าน มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่ม พบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ ขณะที่**กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่**ครึ่งหนึ่ง คือ จำนวน 102 คน จาก 200 คน **ตอบว่าตนรู้สึกกระวนกระวายใจแต่สามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติหากลืมโทรศัพท์มือถือเอาไว้ที่บ้าน** โดยคิดเป็นร้อยละ 51 **แต่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นส่วนใหญ่** คือ 104 คน จาก 200 คน คิดเป็นร้อยละ 52 **ตอบว่า ตนรู้สึกปกติเฉย ๆและใช้ชีวิตได้ตามปกติโดยไม่กระวนกระวายใจในวันที่ลืมโทรศัพท์มือถือไว้ที่บ้าน** มีเพียง 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่ตอบว่าตนจะรู้สึกกระวนกระวายใจ ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ที่ตอบว่าตนรู้สึกปกติเฉยๆหากลืมนำโทรศัพท์มือถือมาจากบ้าน

ข้อมูลที่แตกต่างกันอีกข้อคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ตอบว่าหากตนเองลืมโทรศัพท์มือถือไว้ที่บ้านจะรู้สึกทนไม่ได้และต้องกลับไปเอามาจากที่บ้าน ขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นเลือกตอบข้อนี้

5.2 จะทำอย่างไรหากตนเองไม่มีสมาร์ทโฟนใช้ เหมือนกับเพื่อนในกลุ่ม

จะทำอย่างไร ถ้าเพื่อนในกลุ่มทุกคนมีสมาร์ทโฟนใช้ ยกเว้นตัวเรา	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
ขอให้ผู้ปกครองซื้อให้	33 คน ร้อยละ 16.5	26 คน ร้อยละ 13	59 คน ร้อยละ 14.75
หางานทำ/เก็บเงินซื้อเอง	54 คน ร้อยละ 27	62 คน ร้อยละ 31	116 คน ร้อยละ 29
ไม่มีก็ได้ไม่เป็นไร	96 คน ร้อยละ 48	90 คน ร้อยละ 45	186 คน ร้อยละ 46.5
ไม่มีก็ได้แต่รู้สึกกดดัน	17 คน ร้อยละ 8.5	22 คน ร้อยละ 11	39 คน ร้อยละ 9.75
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการและความสำคัญของโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่มีต่อเยาวชน พบข้อมูลภาพรวมคือ **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า หากทุกคนในกลุ่มเพื่อนของตนเองมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้ยกเว้นตนเอง จะรู้สึกว่าตนไม่มีก็ไม่เป็นไร** โดยมีผู้ตอบข้อนี้

จำนวน 186 คน จากทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 มีคนตอบว่า จะหางานทำเพื่อเก็บเงินซื้อเอง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตอบว่า จะขอให้ผู้ปกครองซื้อให้ ส่วน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตอบว่าตนไม่มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้ก็ได้แต่จะรู้สึกกดดัน

เมื่อจำแนกดูข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบข้อมูลที่คล้ายคลึงกันคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นว่า หากทุกคนในกลุ่มเพื่อนของตนเองมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้ยกเว้นตนเอง จะรู้สึกว่าตนไม่มีก็ไม่เป็นไร โดยในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีผู้ตอบข้อนี้จำนวน 96 คน จากทั้งหมด 200 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีผู้ตอบข้อนี้จำนวน 90 คน จากทั้งหมด 200 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า จะหางานทำเพื่อเก็บเงินซื้อเอง โดยในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีผู้ตอบข้อนี้จำนวน 54 คน จากทั้งหมด 200 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีผู้ตอบข้อนี้จำนวน 62 คน จากทั้งหมด 200 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า จะให้ผู้ปกครองซื้อให้ โดยในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีผู้ตอบข้อนี้จำนวน 33 คน จากทั้งหมด 200 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีผู้ตอบข้อนี้จำนวน 26 คน จากทั้งหมด 200 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และข้อคิดเห็นที่มีกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบน้อยที่สุดตรงกันคือ ไม่มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้ก็ได้แต่จะรู้สึกกดดัน โดยในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีผู้ตอบข้อนี้จำนวน 17 คน จากทั้งหมด 200 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีผู้ตอบข้อนี้จำนวน 22 คน จากทั้งหมด 200 คน คิดเป็นร้อยละ 11

5.3 สื่อใหม่ในฐานะของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

คุณเคยขอร้องให้ผู้ปกครองซื้ออุปกรณ์สื่อใหม่ (เช่น Smart Phone/Computer Notebook/Tablet ฯลฯ) ให้เป็นของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
เคย	134 คน ร้อยละ 67	118 คน ร้อยละ 59	252 คน ร้อยละ 63
ไม่เคย	66 คน ร้อยละ 33	82 คน ร้อยละ 41	184 คน ร้อยละ 46
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมการขออุปกรณ์สื่อใหม่ เช่น สมาร์ทโฟน โน๊ตบุ๊ค และแท็ปเล็ต เป็นของขวัญจากผู้ปกครอง พบว่า **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 เคยขอร้องให้ผู้ปกครองซื้ออุปกรณ์สื่อใหม่ให้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ** ในจำนวนนี้ แบ่งเป็น กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 134 คน กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 67 และร้อยละ 59 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 184 คน จากทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ตอบว่า ไม่เคยขอให้ผู้ปกครองซื้ออุปกรณ์สื่อใหม่ให้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ในจำนวนนี้ แบ่งเป็น กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 66 คน กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และร้อยละ 41 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

5.4 การเลือกทำกิจกรรมยามว่าง ระหว่างกิจกรรมที่เกี่ยวกับสื่อใหม่ หรือ กิจกรรมร่วมกับครอบครัว/เพื่อน

ในวันที่รู้สึกดี ๆ จะเลือกทำระหว่างสิ่งใดต่อไปนี้	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
ทำกิจกรรมผ่านสื่อใหม่ เช่น เล่นเกม เล่น App หรือ Chat/Search ออนไลน์	87 คน ร้อยละ 43.5	64 คน ร้อยละ 32	151 คน ร้อยละ 37.75
หากิจกรรมที่ไม่เกี่ยวกับสื่อใหม่ทำร่วมกับครอบครัวหรือเพื่อน เช่น ไปเดินเล่น ท่องเที่ยว อ่านหนังสือ วาดรูป เล่นกีฬา	113 คน ร้อยละ 56.5	136 คน ร้อยละ 68	249 คน ร้อยละ 62.25
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกทำกิจกรรมในวันว่างของเยาวชน **พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่จำนวน 249 คน** คิดเป็น**ร้อยละ 62.25 ตอบว่าในวันว่างตนจะเลือกทำกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวกับสื่อใหม่ร่วมกับครอบครัวหรือเพื่อน** เช่น ไปเดินเล่น ท่องเที่ยว อ่านหนังสือ วาดรูป เล่นกีฬา ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบ 113 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 136 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 56.5 และร้อยละ 68 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

เยาวชนจำนวน 151 คน จากทั้งหมด 400 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 37.75 เลือกตอบว่า ตนจะเลือกทำกิจกรรมผ่านสื่อใหม่ เช่น เล่นเกม เล่นแอพพลิเคชั่น หรือพูดคุยสนทนาออนไลน์ ในวันว่างของตน ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบ 87 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 64 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 43.5 และร้อยละ 32 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

5.5 การเสพติดอุปกรณ์โทรศัพท์

การเสพติดอุปกรณ์โทรศัพท์	อายุ 15-18 ปี (n=200)	อายุ 19-25 ปี (n=200)	รวม (N=400)
ติดมาก/ขาดไม่ได้	18 คน ร้อยละ 9	18 คน ร้อยละ 9	36 คน ร้อยละ 9
ติดบ้าง/แต่ยังควบคุมตัวเองได้	152 คน ร้อยละ 76	130 คน ร้อยละ 65	282 คน ร้อยละ 70.5
ไม่ติด/ใช้อย่างมีสติ	30 คน ร้อยละ 15	52 คน ร้อยละ 26	82 คน ร้อยละ 20.5
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับการเสพติดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนของกลุ่มตัวอย่าง พบข้อมูลในภาพรวมคือ **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 ให้ความเห็นว่าตนเองติดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนในระดับที่ยังควบคุมตนเองได้** ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบ 152 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 130 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 76 และร้อยละ 65 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน รองลงมากลุ่มตัวอย่างจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตอบว่าตนเองไม่ติดการใช้โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟน โดยใช้งานอย่างมีสติ ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบ 30 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 52 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ15 และร้อยละ 26 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ตอบว่าตนเองติดการใช้โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนมาก โดยขาดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนไม่ได้ ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบ 18 คน เท่ากันจากทั้งกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 9 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

5.6 การเสพติดสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย

การเสพติดสื่อออนไลน์และ Social Media	**อายุ 15-18 ปี** (n=200)	**อายุ 19-25 ปี** (n=200)	**รวม** (N=400)
ติดมาก/ขาดไม่ได้	18 คน ร้อยละ 9	20 คน ร้อยละ10	38 คน ร้อยละ 9.5
ติดบ้าง/แต่ยังควบคุมตัวเองได้	158 คน ร้อยละ 79	140 คน ร้อยละ 70	298 คน ร้อยละ 74.5
ไม่ติด/ใช้อย่างมีสติ	24 คน ร้อยละ 12	40 คน ร้อยละ 20	64 คน ร้อยละ 16
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมการเสพติดสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียของกลุ่มเยาวชน พบข้อมูลภาพรวมเหมือนกับค่านิยมเกี่ยวกับการเสพติดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟน ดังนี้คือ **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 ให้ความเห็นว่าคนเองติดสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียในระดับที่ยังควบคุมตนเองได้** ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบ 158 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 140 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 79 และร้อยละ 70 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน รองลงมากลุ่มตัวอย่างจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ตอบว่าตนเองไม่ติดการใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย โดยใช้งานอย่างมีสติ ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบ 24 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 40 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ12 และร้อยละ 20 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตอบว่าตนเองติดการใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียมาก โดยขาดสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียไม่ได้ ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบ 18 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และจำนวน 20 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 9 และร้อยละ 10 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

5.7 ความเหมือนและความแตกต่างของตัวตนของเยาวชนในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่และตัวตนในโลกแห่งความจริงของเยาวชน

ตัวตนจริง ๆกับตัวตนในโลกเสมือนจริงมีความเหมือนกันหรือต่างกัน	อายุ 15-18 ปี (n=200)	อายุ 19-25 ปี (n=200)	รวม (N=400)
เหมือนกัน	101 คน ร้อยละ 50.5	94 คน ร้อยละ 47	195 คน ร้อยละ 48.75
ต่างกัน	3 คน ร้อยละ 1.5	12 คน ร้อยละ 6	15 คน ร้อยละ 3.75
มีทั้งส่วนที่เหมือนกันและต่างกัน	96 คน ร้อยละ 48	94 คน ร้อยละ 47	190 คน ร้อยละ 47.5
รวม	200 คน ร้อยละ 100	200 คน ร้อยละ 100	400 คน ร้อยละ 100

ข้อมูลความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความเหมือนและความแตกต่างของชีวิตในโลกของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงของเยาวชน พบข้อมูลในภาพรวมดังนี้ **กลุ่มตัวอย่างจำนวน 195 คน จากทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 ให้ความเห็นว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงมีความเหมือนกัน** ในที่นี้เป็นผู้ตอบจากกลุ่มเยาวชนตอนต้น 101 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย 94 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และร้อยละ 47 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 200 คน ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 190 คน จากทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ให้ความเห็นว่า ชีวิตในโลกเวมือนจริงของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงมีทั้งส่วนที่เหมือนกันและต่างกัน ในที่นี้เป็นผู้ตอบจากกลุ่มเยาวชนตอนต้น 96 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย 94 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และร้อยละ 47 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างจำนวนเพียง 15 คน จากทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ให้ความเห็นว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงมีความแตกต่างกัน ในที่นี้เป็นผู้ตอบจากกลุ่มเยาวชนตอนต้น 3 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และร้อยละ 6 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 200 คน

6. ความคิดเห็นและค่านิยมของเยาวชนที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่

ความคิดเห็น	อายุ 15-18 ปี (n=200)	อายุ 19-25 ปี (n=200)	รวม (N=400)
1. ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เราจะเป็นอะไรก็ได้ตามใจปรารถนา	ค่าเฉลี่ย = 3.85 S.D. = 0.955	ค่าเฉลี่ย = 3.78 S.D. = 0.660	ค่าเฉลี่ย = 3.81 S.D. = 0.807
2. เราจะมีกี่ร่างก็ได้ในโลกเสมือนจริง	ค่าเฉลี่ย = 4.02 S.D. = 0.976	ค่าเฉลี่ย = 3.91 S.D. = 0.804	ค่าเฉลี่ย = 3.96 S.D. = 0.890
3. ชีวิตในโลกเสมือนจริง ถ้าไม่ชอบก็ลบได้สร้างใหม่ได้	ค่าเฉลี่ย = 4.22 S.D. = 0.777	ค่าเฉลี่ย = 4.40 S.D. = 0.578	ค่าเฉลี่ย = 4.31 S.D. = 0.647
4. โลกเสมือนจริงคือสถานที่ที่เราสามารถปลดปล่อยความคิด ความรู้สึก และตัวตนของเรา	ค่าเฉลี่ย = 4.22 S.D. = 0.827	ค่าเฉลี่ย = 4.12 S.D. = 0.900	ค่าเฉลี่ย = 4.17 S.D. = 0.863
5. ชีวิตในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่มีความรวดเร็ว ทันใจ	ค่าเฉลี่ย = 4.46 S.D. = 0.538	ค่าเฉลี่ย = 4.31 S.D. = 0.824	ค่าเฉลี่ย = 4.38 S.D. = 0.681
6. โลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ไม่มีผู้ใหญ่คอยควบคุม ไม่มีกฎเกณฑ์ แต่เป็นอาณาจักรที่เราควบคุมเอง	ค่าเฉลี่ย = 3.94 S.D. = 0.754	ค่าเฉลี่ย = 4.05 S.D. = 0.749	ค่าเฉลี่ย = 3.99 S.D. = 0.751
7. ในโลกเสมือนจริงไม่มีชนชั้นทุกคนเท่ากันหมด	ค่าเฉลี่ย = 4.12 S.D. = 0.797	ค่าเฉลี่ย = 4.07 S.D. = 0.845	ค่าเฉลี่ย = 4.09 S.D. = 0.848
8. ในโลกเสมือนจริงเรารู้สึกว่าเป็นผู้นำมากกว่าผู้ตาม	ค่าเฉลี่ย = 3.64 S.D. = 0.743	ค่าเฉลี่ย = 3.71 S.D. = 0.737	ค่าเฉลี่ย = 3.67 S.D. = 0.740
9. คนเราสามารถตกหลุมรักกันได้ในโลกเสมือนจริง	ค่าเฉลี่ย = 3.22 S.D. = 1.232	ค่าเฉลี่ย = 3.85 S.D. = 0.819	ค่าเฉลี่ย = 3.53 S.D. = 1.025
10. ความสัมพันธ์ในโลกเสมือนจริงสามารถพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ที่แท้จริงและยั่งยืนได้ในโลกแห่งความจริง	ค่าเฉลี่ย = 2.29 S.D. = 1.024	ค่าเฉลี่ย = 3.63 S.D. = 1.066	ค่าเฉลี่ย = 2.96 S.D. = 1.045

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นและค่านิยมของเยาวชนที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่ จากการเก็บข้อมูลกับเยาวชนจำนวนทั้งหมด 400 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มเยาวชนวัยรุ่นตอนต้น อายุ 15-18 ปี จำนวน 200 คน และกลุ่มเยาวชนวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 19-25 ปี จำนวน 200 คน พบข้อมูลดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อโลกของสื่อใหม่ พบว่า **เยาวชนเห็นด้วยอย่างมากกับความคิดที่ว่า โลกของสื่อใหม่และโลกเสมือนจริงทำให้เยาวชนสามารถเป็นอะไรก็ได้ตามใจปรารถนา**

โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในข้อนี้ในภาพรวมอยู่ที่ 3.81 เมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากเท่ากันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.85 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78

ความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อการสร้างร่างและตัวตนในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่พบว่า **เยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่า ในโลกของสื่อใหม่นั้นสามารถทำให้เยาวชนสร้างจำนวนร่างและตัวตนได้มากกว่าหนึ่งร่าง** โดยเยาวชนมีระดับความเห็นด้วยมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.96 ต่อความคิดเห็นว่าสื่อออนไลน์และสื่อใหม่ทำให้เยาวชนสามารถมีหลายร่างในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ เมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากเท่ากันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.91

ความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อการสร้างและลบชีวิตในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่พบว่า **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.31 ว่า ชีวิตในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่และโลกออนไลน์เป็นโลกที่เยาวชนสามารถสร้าง ลบ และสร้างขึ้นมาใหม่ได้ใหม่** เมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดเท่ากันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.40

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่า โลกเสมือนจริงของสื่อใหม่คือสถานที่ที่เยาวชนสามารถปลดปล่อยความคิด ความรู้สึกและตัวตนของได้ โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในข้อนี้อยู่ระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.17 เมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับที่แตกต่างกันเล็กน้อยคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นเห็นด้วยมากที่สุดกับความคิดเห็นข้างต้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีระดับการเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.12

ความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อความรวดเร็วของสื่อใหม่พบว่า **เยาวชนส่วนใหญ่**เห็นว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่มีความรวดเร็วทันใจ โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 4.38 คือ**เห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่เป็นโลกที่มีความรวดเร็วทันใจ** และเมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดเท่ากันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.31

ความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อกฎเกณฑ์ ชนชั้น และความเท่าเทียมกันในโลกของสื่อใหม่พบว่า **เยาวชนเห็นด้วยในระดับมากต่อความคิดเห็นที่ว่าโลกเสมือนจริงเป็นโลกที่ไม่มีผู้ใหญ่คอยควบคุม ไม่มีกฎเกณฑ์ แต่เป็นอาณาจักรที่เยาวชนควบคุมกันเอง** โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.99 และเมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม พบค่าความคิดเห็นอยู่ใน

ระดับมากใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.05

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับที่มากต่อค่านิยมที่ว่า โลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เป็นโลกที่ไม่มีชนชั้น ทุกคนมีความเท่าเทียมกันหมด โดยมีระดับความคิดเห็นของค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 และเมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม พบค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเหมือนกันและมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันโดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.07

เยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมากต่อความคิดเห็นที่ว่า ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ เป็นโลกที่เยาวชนมีความรู้สึกเป็นผู้นำมากกว่าผู้ตาม โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 3.67 เมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม พบค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเหมือนกันและมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันโดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.71

ด้านค่านิยมและความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อการสร้างความสัมพันธ์ในโลกของสื่อใหม่ พบว่า **เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากต่อความคิดเห็นที่ว่า คนเราสามารถตกหลุมรักกันได้ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่** โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.53 และเมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่มพบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้อยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือ ขณะที่กลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายมีความเห็นด้วยในระดับที่มากต่อความคิดเห็นที่ว่า คนเราสามารถตกหลุมรักกันได้ในโลกของสื่อใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.85 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นกลับมีความเห็นด้วยเกี่ยวกับเรื่องนี้ในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ย 3.22

ด้าน**ความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อค่านิยมที่ว่า ความสัมพันธ์ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่สามารถพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ที่แท้จริงและยั่งยืนได้ในโลกจริง** พบว่า **กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลาง**ต่อความคิดเห็นดังกล่าว ด้วยระดับค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 2.96 และเมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่มพบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้อยู่ในระดับที่แตกต่างกันอย่างมากคือ ขณะที่กลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายมีความเห็นด้วยในระดับที่มากต่อความคิดเห็นที่ว่าความสัมพันธ์ในโลกของสื่อใหม่สามารถพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ที่แท้จริงและยั่งยืนได้ในโลกจริง โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.63 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นกลับมีความเห็นด้วยเกี่ยวกับเรื่องนี้ในระดับน้อยด้วยค่าเฉลี่ยเพียง 2.29

7. ค่านิยมทางสังคมที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่

ความคิดเห็น	อายุ 15-18 ปี (n=200)	อายุ 19-25 ปี (n=200)	รวม (N=400)
1. โลกแห่งความเป็นจริงเชื่องช้า ไม่ทันใจเหมือนโลกเสมือนจริง	ค่าเฉลี่ย = 3.41 S.D. = 1.063	ค่าเฉลี่ย = 3.76 S.D. = 1.515	ค่าเฉลี่ย = 3.58 S.D. = 1.289
2. เทคโนโลยีสื่อใหม่มีส่วนทำให้เราเป็นคนใจร้อน ไม่ชอบรออะไรนานๆ	ค่าเฉลี่ย = 3.82 S.D. = 1.100	ค่าเฉลี่ย = 3.81 S.D. = 0.819	ค่าเฉลี่ย = 3.81 S.D. = 0.909
3. เทคโนโลยีสื่อใหม่มีส่วนทำให้เราเป็นคนเบื่อง่าย	ค่าเฉลี่ย = 3.36 S.D. = 0.895	ค่าเฉลี่ย = 3.89 S.D. = 0.860	ค่าเฉลี่ย = 3.62 S.D. = 0.877
4. เทคโนโลยีสื่อใหม่ทำให้เราเป็นคนไม่มีความอดทน	ค่าเฉลี่ย = 3.05 S.D. = 1.312	ค่าเฉลี่ย = 3.53 S.D. = 1.040	ค่าเฉลี่ย = 3.29 S.D. = 1.176
5. วิทยุและโทรทัศน์เป็นสูตรสำเร็จเกินไปสำหรับคนรุ่นเรา	ค่าเฉลี่ย = 3.23 S.D. = 0.741	ค่าเฉลี่ย = 3.79 S.D. = 0.765	ค่าเฉลี่ย = 3.51 S.D. = 0.753
6. เท็ปเล็ตและสมาร์ทโฟน คือเครื่องบ่งบอกรสนิยมของเรา	ค่าเฉลี่ย = 3.84 S.D. = 1.290	ค่าเฉลี่ย = 3.66 S.D. = 0.969	ค่าเฉลี่ย = 3.75 S.D. = 1.129
7. การใช้สมาร์ทโฟนหรือเท็ปเล็ตในที่สาธารณะถือเป็นวิธีแสดงตัวตนและรสนิยมของเราวิธีหนึ่ง	ค่าเฉลี่ย = 2.97 S.D. = 1.237	ค่าเฉลี่ย = 3.55 S.D. = 0.906	ค่าเฉลี่ย = 3.26 S.D. = 1.071
8. เทคโนโลยีสื่อใหม่เปลี่ยนมุมมองในการมองโลกและสังคมของเรา	ค่าเฉลี่ย = 3.83 S.D. = 0.709	ค่าเฉลี่ย = 3.86 S.D. = 0.782	ค่าเฉลี่ย = 3.84 S.D. = 0.745
9. ในโลกสมัยใหม่ เราไม่จำเป็นต้องใช้ปากกามี URL ไว้ Search ก็พอแล้ว	ค่าเฉลี่ย = 2.88 S.D. = 1.162	ค่าเฉลี่ย = 3.66 S.D. = 0.720	ค่าเฉลี่ย = 3.27 S.D. = 0.941
10. เราสามารถเรียนรู้ในโลกออนไลน์ได้มากกว่าการเรียนกับอาจารย์ในห้องเรียน	ค่าเฉลี่ย = 3.55 S.D. = 0.768	ค่าเฉลี่ย = 3.92 S.D. = 0.804	ค่าเฉลี่ย = 3.73 S.D. = 0.786

ด้านค่านิยมทางสังคมของเยาวชนที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่พบข้อมูลดังนี้ **เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า โลกของความเป็นจริงเป็นโลกที่เชื่องช้าไม่รวดเร็วทันใจเหมือนโลกของสื่อใหม่** โดยมีระดับค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในภาพรวมอยู่ที่ 3.58 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกัน คือระดับมากเหมือนกันทั้งสองกลุ่ม โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ 3.41 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากต่อค่านิยมที่ว่า เทคโนโลยีสื่อใหม่มีส่วนทำให้ตนเองเป็นคนใจร้อน ไม่ชอบรออะไรนาน ๆ โดยมีระดับค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในภาพรวมอยู่ที่ 3.81 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกัน คือระดับมากเหมือนกันทั้ง

สองกลุ่ม โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ 3.82 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากต่อค่านิยมที่ว่า เทคโนโลยีสื่อใหม่มีส่วนทำให้ตนเองเป็นคนเบื่อง่าย โดยมีระดับค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในภาพรวมอยู่ที่ 3.62 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่อยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.36 คือเห็นด้วยในระดับปานกลางต่อความเห็นที่ว่า เทคโนโลยีสื่อใหม่มีส่วนทำให้ตนเองเป็นคนเบื่อง่าย ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 คือเห็นด้วยระดับมากต่อค่านิยมการเป็นคนเบื่อง่ายอันเป็นผลมาจากการใช้สื่อใหม่

เยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับปานกลางต่อความคิดเห็นที่ว่า สื่อใหม่ทำให้เยาวชนมีค่านิยมการเป็นคนไม่อดทน ด้วยระดับค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 3.29 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่อยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.05 คือเห็นด้วยในระดับปานกลางต่อความเห็นที่ว่า เทคโนโลยีสื่อใหม่มีส่วนทำให้ตนเองเป็นคนไม่อดทน ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 คือเห็นด้วยระดับมากต่อค่านิยมการเป็นคนไม่อดทนอันเป็นผลมาจากการใช้สื่อใหม่

เยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมากต่อค่านิยมเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อที่ว่า วิทยุและโทรทัศน์เป็นสูตรสำเร็จเกินไปสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยมีระดับค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 3.51 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่อยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.23 คือเห็นด้วยในระดับปานกลางต่อความเห็นที่ว่า วิทยุและโทรทัศน์เป็นสูตรสำเร็จเกินไปสำหรับคนรุ่นใหม่ ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 คือเห็นด้วยอย่างมากต่อค่านิยมและความคิดเห็นดังกล่าว

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมากต่อค่านิยมที่ว่า เท็ปเล็ตและสมาร์ทโฟน ถือเป็นเครื่องบ่งบอกรสนิยมของเยาวชนในยุคปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 3.75 ในระดับที่มาก เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มพบข้อมูลที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ ทั้งสองกลุ่มเห็นด้วยอย่างมากต่อการใช้ สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องบ่งบอกรสนิยม ด้วยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่ 3.84 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 3.66 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลางต่อค่านิยมที่ว่า การใช้เท็ปเล็ตและสมาร์ทโฟนในที่สาธารณะถือเป็นวิธีการแสดงตัวตนและรสนิยมวิธีหนึ่งของเยาวชนในยุคปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 3.26 ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มพบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายเห็นด้วยอย่างมากต่อความคิดเห็นดังกล่าว

ด้วยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่ 3.55 แต่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นกลับเห็นด้วยต่อค่านิยมดังกล่าวในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยที่ 2.97

ข้อมูลด้าน**บทบาทของสื่อใหม่ต่อการเปลี่ยนแปลงมุมมองและวิธีการในการมองโลก**ของเยาวชน พบว่าในภาพรวมและข้อมูลในระดับกลุ่มย่อยเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ **กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมาก** ด้วยระดับค่าเฉลี่ยที่ 3.84 **ว่า สื่อใหม่มีบทบาทในการเปลี่ยนมุมมองในการมองโลกและสังคมของตนเอง** เมื่อพิจารณาดูค่าเฉลี่ยในแต่ละกลุ่ม พบว่ามีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมากเหมือนกัน ด้วยค่าเฉลี่ย 3.83 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 3.86 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยต่อค่านิยมที่ว่า ในโลกสมัยใหม่นั้นไม่จำเป็นต้องมีปากกาใช้งาน แต่มีเพียง URL ไว้ใช้ค้นหาข้อมูลก็เพียงพอแล้ว โดยมีระดับค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 3.27 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของทั้งสองกลุ่มพบความคิดเห็นแตกต่างกันคือ กลุ่มเยาวชนตอนต้นเห็นด้วยต่อค่านิยมดังกล่าวในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 2.88 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นเห็นด้วยอย่างมากต่อค่านิยมดังกล่าว ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.66

ด้านความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อค่านิยมที่ว่า เราสามารถเรียนรู้ในโลกออนไลน์ได้มากกว่าเรียนรู้กับอาจารย์ในห้องเรียน พบว่าในภาพรวมและข้อมูลในระดับกลุ่มย่อยเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ **กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมาก** ด้วยระดับค่าเฉลี่ยที่ 3.73 **ว่า สามารถเรียนรู้ในโลกออนไลน์ได้มากกว่าเรียนรู้กับอาจารย์ในห้องเรียน** เมื่อพิจารณาดูค่าเฉลี่ยในแต่ละกลุ่ม พบว่ามีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมากเหมือนกัน ด้วยค่าเฉลี่ย 3.55 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 3.92 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

8. สื่อใหม่กับอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย

ความคิดเห็น	อายุ 15-18 ปี (n=200)	อายุ 19-25 ปี (n=200)	รวม (N=400)
1. เรากล้าแสดงออกในโลกเสมือนจริงมากกว่าในโลกแห่งความเป็นจริง	ค่าเฉลี่ย = 4.10 S.D. = 0.756	ค่าเฉลี่ย = 3.86 S.D. = 0.726	ค่าเฉลี่ย = 3.98 S.D. = 0.741
2. ในโลกเสมือนจริงเรากล้าระบายอารมณ์และความรู้สึกมากกว่าในโลกจริง	ค่าเฉลี่ย = 3.58 S.D. = 1.02	ค่าเฉลี่ย = 3.86 S.D. = 0.960	ค่าเฉลี่ย = 3.72 S.D. = 0.990
3. เทคโนโลยีสื่อใหม่ทำให้เราหาเพื่อนได้มากกว่าในโลกจริง	ค่าเฉลี่ย = 3.23 S.D. = 0.891	ค่าเฉลี่ย = 3.83 S.D. = 0.923	ค่าเฉลี่ย = 3.53 S.D. = 0.907
4. เทคโนโลยีสื่อใหม่ทำให้เราสานสัมพันธ์กับเพื่อนได้มากกว่าในโลกจริง	ค่าเฉลี่ย = 3.39 S.D. = 1.111	ค่าเฉลี่ย = 3.58 S.D. = 0.931	ค่าเฉลี่ย = 3.48 S.D. = 1.021
5. เทคโนโลยีสื่อใหม่ทำให้เรารู้สึกถูกตัดขาดจากโลกจริงๆภายนอก	ค่าเฉลี่ย = 3.55 S.D. = 0.986	ค่าเฉลี่ย = 3.75 S.D. = 0.881	ค่าเฉลี่ย = 3.65 S.D. = 0.933
6. เรารู้สึกว่าแยกเรื่องราวต่างๆจากโลกเสมือนจริงและโลกที่แท้จริงไม่ออก	ค่าเฉลี่ย = 2.76 S.D. = 1.056	ค่าเฉลี่ย = 3.10 S.D. = 1.220	ค่าเฉลี่ย = 2.93 S.D. = 1.138
7. ชีวิตคนเราเหมือนโลกเสมือนจริง ถ้าไม่ชอบอะไรก็สามารถลบแล้วสร้างขึ้นมาใหม่ได้เสมอ	ค่าเฉลี่ย = 2.61 S.D. = 1.300	ค่าเฉลี่ย = 3.15 S.D. = 1.140	ค่าเฉลี่ย = 2.88 S.D. = 1.220
8. เราไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากสื่อใหม่	ค่าเฉลี่ย = 2.67 S.D. = 0.990	ค่าเฉลี่ย = 3.32 S.D. = 0.959	ค่าเฉลี่ย = 2.99 S.D. = 0.974
9 ตัวตนของเราในโลกเสมือนจริงแตกต่างจากตัวตนของเราในโลกจริงๆ	ค่าเฉลี่ย = 3.03 S.D. = 0.961	ค่าเฉลี่ย = 3.20 S.D. = 0.941	ค่าเฉลี่ย = 3.11 S.D. = 0.951
10. เราชอบตัวตนของเราในโลกเสมือนจริงมากกว่าตัวตนของเราในโลกจริงๆ	ค่าเฉลี่ย = 2.72 S.D. = 1.280	ค่าเฉลี่ย = 2.77 S.D. = 1.340	ค่าเฉลี่ย = 2.74 S.D. = 1.310
11. ถ้าเลือกได้เราอยากใช้ชีวิตในโลกเสมือนจริงมากกว่าในโลกที่แท้จริง	ค่าเฉลี่ย = 2.64 S.D. = 1.160	ค่าเฉลี่ย = 2.63 S.D. = 1.26	ค่าเฉลี่ย = 2.63 S.D. = 1.21

ผลการวิจัยพบข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า **สื่อใหม่ทำให้เยาวชนกล้าแสดงออกในโลกเสมือนจริงมากกว่าการแสดงออกในโลกที่แท้จริง** โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับ**เห็นด้วยมาก** คือ 3.98 กับความคิดเห็นที่ว่า สื่อใหม่ทำให้เยาวชนกล้าแสดงออกในโลกเสมือนจริงมากกว่าในโลกจริง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับดียวกันคือเห็นด้วยอย่างมาก แต่มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยที่ 4.10 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายซึ่งอยู่ที่ 3.86

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่**เห็นด้วยในระดับที่มาก**ต่อความคิดเห็นที่ว่า **ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่นั้นทำให้เยาวชนกล้าระบายอารมณ์และความรู้สึกได้มากกว่าในโลกแห่งความจริง** โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมที่ 3.72 ส่วนค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มใกล้เคียงกันโดยพบว่า ค่าเฉลี่ยของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจะน้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายเล็กน้อย คือ อยู่ที่ 3.58 และ 3.86 ตามลำดับ แต่ถือเป็นค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระดับเห็นด้วยมากเหมือนกัน

ด้านบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนของเยาวชน พบข้อมูลในภาพรวมว่ากลุ่มตัวอย่าง**เห็นด้วยในระดับมาก**ต่อความคิดเห็นที่ว่า **เทคโนโลยีสื่อใหม่ช่วยทำให้เยาวชนหาเพื่อนได้มากกว่าในโลกแห่งความจริง** ที่ค่าเฉลี่ย 3.53 แต่เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีระดับความเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 3.23 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีระดับความเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.83

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า **เทคโนโลยีสื่อใหม่ทำให้เยาวชนสามารถสานสัมพันธ์กับเพื่อนได้มากกว่าในโลกจริง** โดยมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่**เห็นด้วยในระดับมาก** ด้วยค่าเฉลี่ย 3.48 แต่เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีระดับความเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 3.39 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีระดับความเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.58

เยาวชนส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า **สื่อใหม่ทำให้ตนเองรู้สึกถูกตัดขาดจากโลกภายนอก** โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ใน**ระดับเห็นด้วยอย่างมาก**ที่ 3.65 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยที่ไม่แตกต่างกันมากนัก คืออยู่ที่ระดับเห็นด้วยอย่างมาก ด้วยค่าเฉลี่ยของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่ 3.55 และวัยรุ่นตอนปลายที่ 3.75

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับ**เห็นด้วยปานกลาง**ต่อความคิดที่ว่า **ตนเองมีความรู้สึกว่าไม่สามารถแยกเรื่องราวต่าง ๆออกจากโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่กับโลกที่แท้จริงได้** โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.93 ในภาพรวม ส่วนค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม อยู่ที่ 2.76 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 3.10 ซึ่งแตกต่างกันเล็กน้อย แต่ถือว่ายังอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยในระดับปานกลางเหมือนกันทั้งสองกลุ่ม

ในส่วนความคิดเห็นที่ว่า **ชีวิตคนเราก็เหมือนโลกเสมือนจริง ถ้าไม่ชอบอะไรก็สามารถลบแล้วสร้างขึ้นมาใหม่ได้เสมอ** พบข้อมูลจากการวิจัยว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่**เห็นด้วยในระดับปานกลาง**ต่อความคิดเห็นดังกล่าว โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 2.88 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่ม พบระดับค่าเฉลี่ยแตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าที่ 3.15 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่น

ตอนต้นมีระดับค่าเฉลี่ยน้อยกว่าคืออยู่ที่ 2.61 แต่ระดับความคิดเห็นยังอยู่ระดับปานกลางเหมือนกันทั้งสองกลุ่ม

เยาวชนส่วนใหญ่มีความ**เห็นด้วยในระดับปานกลาง**ต่อความคิดเห็นที่ว่า **ตนเองไม่สามารถมีชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากสื่อใหม่** โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 2.99 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่ม พบระดับค่าเฉลี่ยแตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า คืออยู่ที่ 3.32 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีระดับค่าเฉลี่ยน้อยกว่าคืออยู่ที่ 2.67 แต่ระดับความคิดเห็นยังอยู่ระดับปานกลางเหมือนกันทั้งสองกลุ่ม

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างตัวตนและอัตลักษณ์ของเยาวชนในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่และโลกแห่งความเป็นจริง พบข้อมูลในภาพรวมว่า **เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลาง**ที่ค่าเฉลี่ย 3.11 **ว่า ตัวตนและอัตลักษณ์ของตนเองในโลกเสมือนจริงและโลกจริงมีความแตกต่างกัน** เมื่อพิจารณาข้อมูลของทั้งสองกลุ่ม พบระดับความคิดเห็นที่ระดับเห็นด้วยปานกลางด้วยค่าเฉลียที่ไม่แตกต่างกันมากนักคือ 3.03 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 3.20 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

เยาวชนส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า มีความ**เห็นด้วยในระดับปานกลาง**ต่อความเห็นที่ว่า **ชอบตัวตนและอัตลักษณ์ของตนเองในโลกเสมือนจริงมากกว่าโลกจริง** ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 2.74 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่ค่อนข้างน้อยในเกณฑ์ความคิดเห็นระดับปานกลาง (อยู่ใกล้กับเกณฑ์ของระดับความเห็นด้วยน้อย ที่ 1.81-2.60) เมื่อพิจารณาข้อมูลของทั้งสองกลุ่ม พบระดับความคิดเห็นที่ระดับเห็นด้วยปานกลางเหมือนกัน ด้วยค่าเฉลี่ยที่ไม่แตกต่างกันมากนักคือ 2.72 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 2.77 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

เมื่อถูกถามว่า หากต้องเลือกระหว่างตัวตนและอัตลักษณ์ของชีวิตในโลกเสมือนจริงกับโลกแห่งความเป็นจริงแล้ว เยาวชนจะเลือกชีวิตในโลกเสมือนจริงหรือไม่ **พบระดับความคิดเห็นระดับปานกลางค่อนมาทางระดับเห็นด้วยน้อย ต่อความคิดเห็นที่ว่า ตนจะเลือกใช้ชีวิตในโลกเสมือนจริงมากกว่าในโลกจริง ๆ** คือมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นที่ 2.63 ในภาพรวม เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มพบว่าใกล้เคียงกันมากคือ ระดับค่าเฉลี่ยที่ 2.64 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 2.63 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

4.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ต่อการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย

ผลการวิจัยส่วนที่สอง ในประเด็นหัวข้อเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ต่อการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย เป็นการนำเสนอข้อมูลผลการวิจัยที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) กับเยาวชนจำนวนสองกลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้น อายุ 15-18 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 8 คน (เป็นชาย 4 คน และหญิง 4 คน) และ กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายอายุ 19-25 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นอุดมศึกษา จำนวน 8 คน (เป็นชาย 4 คน และหญิง 4 คน) รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 16 คน (เป็นชาย 8 คน และหญิง 8 คน) โดยเยาวชนทุกคนที่เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มมีการเปิดรับและใช้สื่อใหม่ทั้งสื่อใหม่ชนิดที่เป็นอุปกรณ์และชนิดที่เป็นซอฟแวร์ กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนใช้งาน เข้าถึงอินเตอร์เน็ต และใช้โซเชียลมีเดียในการติดต่อสื่อสาร

เยาวชนที่เข้าร่วมสัมภาษณ์กลุ่มในการวิจัยครั้งนี้คือ

กลุ่มวัยรุ่นตอนต้น (15-18 ปี) จำนวน 8 คน ได้แก่

1. ภัทรพงษ์ งามวิไล เพศชาย อายุ 18 ปี
2. นัฐชัย เสือแย้ม เพศชาย อายุ 18 ปี
3. ภานุเดช จักรเงิน เพศชาย อายุ 17 ปี
4. อัครภพ แก้วตา เพศชาย อายุ 17 ปี
5. เปรมิกา จงจินดา เพศหญิง อายุ 16 ปี
6. กันติมา ปราโมทย์ เพศหญิง อายุ 16 ปี
7. นิพาพร โพธิ์แก้ว เพศหญิง อายุ 15 ปี
8. ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง เพศหญิง อายุ 15 ปี

กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย (19-25 ปี) จำนวน 8 คน ได้แก่

1. ฐปกรณ์ ทิมเงิน เพศชาย อายุ 25 ปี
2. นันทวัฒน์ แก้วมณี เพศชาย อายุ 23 ปี
3. รชต สุขใจ เพศชาย อายุ 21 ปี
4. พุทธิพงษ์ สิงห์มา เพศชาย อายุ 20 ปี
5. กนกกร ประเสริฐศรี เพศหญิง อายุ 22 ปี
6. ภัสรา พรหมเปี่ยม เพศหญิง อายุ 21 ปี
7. ศิริกานต์ จงวัฒนากร เพศหญิง อายุ 20 ปี
8. รัชนก ศรีสุข เพศหญิง อายุ 19 ปี

ผลการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ต่อการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในส่วนนี้ จะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน คือ 4.2.1) บทบาทของสื่อใหม่ต่อค่านิยมทางสังคมของเยาวชนไทย 4.2.2) บทบาทของสื่อใหม่ต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย และ 4.2.3) บทบาทของสื่อใหม่ต่อการขัดเกลาทางสังคมของเยาวชนไทย ดังมีรายละเอียดของแต่ละหัวข้อดังนี้

4.2.1 บทบาทของสื่อใหม่ต่อค่านิยมทางสังคมของเยาวชนไทย

ผลการวิจัยพบข้อมูลว่า สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทต่อวิธีการคิด ทัศนคติ มุมมองในการมองโลกและค่านิยมทางสังคมทั้งในเชิงสร้างสรรค์และเชิงลบต่อเยาวชน จากการสัมภาษณ์กลุ่มกับเยาวชนทั้งสองกลุ่ม คือกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลายพบข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ กลุ่มเยาวชนเห็นว่าสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทกับชีวิตของตนเองเป็นอย่างมาก โดยการใช้สื่อใหม่ส่งผลต่อทัศนคติและค่านิยมในการใช้ชีวิตของตนเองทั้งในด้านบวกและลบ

4.2.1.1 สื่อใหม่กับการสร้างพฤติกรรมและค่านิยมทางสังคมในเชิงสร้างสรรค์

กลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มให้ความเห็นว่า สื่อใหม่เป็นสิ่งที่มีประโยชน์หากรู้จักนำมาใช้ในทางสร้างสรรค์ จะก่อให้เกิดค่านิยมทางสังคมและการใช้ชีวิตในทางที่ดีขึ้น โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มสามารถประมวลผลบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อการสร้างค่านิยมในทางบวกแก่เยาวชนได้ทั้งสิ้น 6 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1.) สื่อใหม่และค่านิยมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและเพื่อน

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่า เยาวชนส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มมีความเห็นว่า สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในการสร้างค่านิยมและการแสดงออกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับครอบครัว และความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับเพื่อน โดยสื่อใหม่เป็นช่องทางในการแสดงออกถึงความรัก ความห่วงใยที่เยาวชนมีต่อพ่อแม่ ผู้ปกครองและเพื่อน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายนั้นพบว่าส่วนใหญ่จะอยู่ห่างไกลกับพ่อแม่ผู้ปกครอง บางคนมีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดและเข้ามาเรียนในกรุงเทพก็จะใช้วิธีการโทรศัพท์ติดต่อและส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านโทรศัพท์เพื่อส่งข่าวเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของตนเองให้ทางบ้านได้รับรู้ เพื่อให้ผู้ปกครองได้คลายความเป็นห่วงเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ที่ห่างไกลกัน ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายต่อไปนี้

“ผมเป็นเด็กต่างจังหวัด เข้ามาเรียนที่กรุงเทพฯ ก็ได้อาศัยโทรศัพท์มือถือส่งข่าวติดต่อกับคุณพ่อคุณแม่ที่บ้านเพื่อท่านจะได้ไม่เป็นห่วง จะโทรหากันทุกสัปดาห์คุยกันทีนานๆก็ช่วยให้หายคิดถึงได้ ส่วนโอกาสสำคัญก็จะใช้วิธีส่งข้อความไปหาทางโทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์มือถือนี่เป็นสิ่งที่ผมขาดไม่ได้เลยเพราะมีความสำคัญมาก ถ้าไม่มีไอ้เจ้าเครื่องนี้คงแย่มากไม่รู้จะติดต่อครอบครัวอย่างไรดี” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ผมเป็นคนเชียงใหม่ ได้ทุนมาเรียนที่กรุงเทพฯต้องอยู่หอพักคนเดียวก็เหงามาก โดยเฉพาะช่วงมาอยู่แรกๆคิดถึงบ้านมาก โทรศัพท์กลับบ้านทุกวัน ช่วงหลังๆเริ่มชินก็ปรับตัวได้ไม่ต้องโทรทุกวัน แต่ก็ยังใช้โทรศัพท์มือถือโทรกลับบ้านอยู่เสมอเพื่อส่งข่าวพูดคุยกับแม่ที่เชียงใหม่ ถึงตัวจะอยู่ไกลกันแต่ก็ได้โทรศัพท์นี่ล่ะเชื่อมโยงกันไว้ ผมว่าเทคโนโลยีมันก็มีข้อดีตรงที่ช่วยเชื่อมความสัมพันธ์กับครอบครัวที่อยู่ห่างไกลกัน แล้วยังรวดเร็วด้วย มีอะไรก็คุยกันได้ตลอดเวลา” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างยังใช้วิธีส่งข้อความแสดงความรักและความรู้สึกของตนเองในโอกาสวาระสำคัญต่างๆแก่พ่อแม่ผ่านโทรศัพท์ เช่น ส่งข้อความอวยพรวันเกิด ข้อความแสดงความรักในวันพ่อและวันแม่ ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“โทรศัพท์มือถือมันดีตรงที่ใช้ส่งข้อความได้ เวลามีอะไรก็ใช้วิธีพิมพ์แล้วส่งไปได้ อย่างวันเกิดแม่วันนั้นแม่ต้องไปทำงาน เราตื่นมาอวยพรให้แม่ไม่ทัน ก็ส่งข้อความไปอวยพรวันเกิดแทน เขียนไปตั้งเยอะแยะ บรรยายความรู้สึกได้ ไม่เขินเหมือนพูดกันต่อหน้าด้วย” (กันติมา ปราโมทย์, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“อย่างวันพ่อวันแม่นี่สำคัญมากเลยครับ เป็นโอกาสที่เราจะได้บอกรักพ่อแม่ ผมไม่กล้าบอกต่อหน้าก็จะใช้ส่งข้อความและรูปเข้าโทรศัพท์มือถือท่าน” (ภานุเดช จักรเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“บางทีอยากขออะไร หรืออยากได้อะไร ไม่กล้าขอต่อหน้า ก็จะใช้วิธีส่งข้อความไปขอไปอ้อนบางทีก็ได้ผลนะคะ” (ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

นอกจากการใช้สื่อใหม่ประเภทอุปกรณ์โทรศัพท์ในการสนทนาและส่งข้อความเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวของกลุ่มเยาวชนแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนยังใช้สื่อใหม่ประเภทแอพพลิเคชั่นในการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครอง โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายใช้โปรแกรมเฟสไทม์ (Facetime) ในไอแพด (IPad) ติดต่อกับผู้ปกครองเสมอเมื่ออยู่นอกบ้าน

“ตัวเองเป็นลูกสาวคนเดียว พ่อเขาเป็นคนกังวลและขี้เป็นห่วงมาก ต้องคอยตามตลอดว่าอยู่ที่ไหน ทำอะไรอยู่ ถึงบ้านหรือยัง อยู่กับใครตอนนี้ พ่อเลยซื้อไอแพดมาสองเครื่องไว้ให้ตัวเองกับพ่อใช้คนละเครื่อง เอาไว้คุยกัน แล้วเฟสไทม์มันคุยกันได้แบบเห็นหน้าด้วย เวลาคุยกันพ่อก็จะรู้ตลอดเวลาว่าอยู่ที่ไหนทำอะไรอยู่ ก่อนออกจากบ้านก็ต้องเฟสไทม์ให้พ่อเห็นว่าโอเคออกมาแล้วนะ พอถึงมหาวิทยาลัยก็ต้องเฟสไทม์ไปให้เห็นอีกว่าอยู่มหาวิทยาลัยแล้วนะ อยู่ในห้องเรียน พอตอนเย็นพ่อก็จะเฟสไทม์มาดูให้เห็นกับตาว่าเราถึงบ้านแล้ว พอเห็นภาพว่าอยู่ที่บ้านพ่อจะได้ไม่เป็นห่วง แต่ส่วนตัวไม่รำคาญนะที่พ่อ

คอยตามดู เพราะพ่อเขาเป็นคนขี้ห่วง รักลูกมาก ก็เลยชินแล้ว” (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

เยาวชนส่วนใหญ่ใช้โซเชียลมีเดียติดต่อกับพี่น้องในวัยเดียวกันที่อยู่ห่างไกลกันและบางส่วนยังสอนให้พ่อแม่ผู้ปกครองรู้จักใช้สื่อใหม่ประเภทโซเชียลมีเดียเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับตนเอง โดยพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่ใช้โซเชียลมีเดียติดต่อกับผู้ปกครอง และจำนวน 4 คนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้โซเชียลมีเดียในการติดต่อสื่อสารกับพ่อแม่ผู้ปกครอง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นให้ข้อมูลว่าผู้ปกครองจะคอยติดตามความเคลื่อนไหวของตนเองจากโซเชียลมีเดียอยู่เสมอและเข้ามามีส่วนร่วมในการสนทนาเป็นบางครั้ง ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น

“ก็เริ่มมาจากแม่เห็นเราเล่นเฟสบุ๊คกับเพื่อนเลยมายืนดูหน้าคอมพิวเตอร์แล้วก็ถามๆอยู่นั่นล่ะ เราเลยสอนแล้วก็สมัครให้แม่เลย ตอนนี้เลยมาเป็นเพื่อนกันกับลูกแล้วก็เพื่อนของลูกในเฟสบุ๊คแล้ว บางทีแม่ก็เข้ามาเม้น (คอมเม้นท์) ในเฟสบุ๊คของเรากับเพื่อนด้วย อย่างเวลาไปทำงานบ้านเพื่อนวันเสาร์อาทิตย์แล้วอัพ (อัพโหลด) รูปกัน แม่ก็เข้ามาเม้น (คอมเม้นท์) ว่า อย่ามัวแต่เล่นกันลูกๆ ทำงานด้วยนะ” (นิพาพร โพธิ์แก้ว, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เหมือนแม่ผมเลย มีอยู่ตอนหนึ่งเป็นตอนปิดเทอมผมอยู่บ้านเล่นเฟสบุ๊คบ่อยๆนานๆ แม่ก็คงคอยแอบดูอยู่ เลยเข้ามาโพสต์ว่าอย่าลืมอ่านหนังสือที่แม่วางไว้ให้นะ ทำอะไรบนเฟสบุ๊คเดี๋ยวนี้แม่รู้หมดเลย” (นัฐชัย เสือแย้ม, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“แต่ก็มีประโยชน์มากเวลาที่ต้องติดต่อกัน อย่างเวลาแม่ไปตลาดแล้วเราอยากได้อะไรก็จะเขียนส่งไปบอก มีอยู่วันหนึ่งแม่ไปซื้อของตอนเช้า พ่อทำกับข้าวอยู่แล้วมาบอกว่าไข่หมดให้โทรบอกแม่ด้วย เราก็ใช้วิธีโพสต์ลงไปในเฟสบุ๊คแม่ว่าให้ซื้อไข่มาด้วย แม่ก็เห็นข้อความแล้วตอบกลับมา แบบนี้ประหยัดค่าโทรศัพท์ได้อีกด้วย” (เปรมิกา จงจินดา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ข้อมูลว่าสื่อใหม่เข้ามาช่วยกระชับความสัมพันธ์กับครอบครัวได้อย่างมาก โดยเฉพาะกรณีที่สมาชิกในครอบครัวต้องอยู่ห่างไกลกัน ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ที่บ้านในครอบครัวจะใช้สื่อใหม่ติดต่อกัน ใช้ถามสารทุกข์สุขดิบหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลและรูปภาพกันเป็นประจำอยู่แล้ว นอกจากนี้จะใช้ติดต่อกับญาติพี่น้องที่อยู่ต่างประเทศ เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารด้วยโทรศัพท์ โดยส่วนตัวคิดว่าสื่อใหม่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้ครอบครัวมากขึ้น” (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“แม่ของผมก็เล่นเฟสบุ๊ค แล้วชอบเข้ามาเช็คดูสถานการณ์ของผมว่าเป็นยังไง ทำอะไรที่ไหนแล้วก็ยังมีการโพสต์หาผมเพื่อเป็นกำลังใจและคอยถามทุกข์สุขด้วย เพราะว่าอยู่ไกลกัน แม่ก็จะเห็นเรา

จากเฟสบุ๊คได้ เวลาใกล้สอบก็จะโพสต์มาให้กำลังใจในการสอบ" (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"ของเราคือพี่น้องสามคนอยู่ไกลกันหมด พ่อแม่ก็อยู่ใต้ นานๆจะได้เจอกันที ก็ได้เฟสบุ๊คช่วยเชื่อมความสัมพันธ์ พี่น้องก็ใช้กันเป็นอยู่แล้ว แล้วก็ไปสอนให้พ่อกับแม่ใช้เฟสบุ๊คในมือถือ เอาโทรศัพท์ไปลงโปรแกรมให้เลย มีอะไรจะได้คุยกันได้ในครอบครัว เวลาทำอะไรก็โพสต์ไปให้พ่อแม่เห็นจะได้หายคิดถึงกัน พ่อแม่จะได้ไม่เป็นห่วงด้วย" (ภัสรา พรหมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"สื่อใหม่กับคนในครอบครัวของเราส่วนใหญ่จะเป็นพี่มากกว่า ส่วนใหญ่เราจะอยู่หอพักกลับบ้านอาทิตย์ละครั้ง สื่อใหม่มีส่วนช่วยให้มีโอกาสติดต่อพูดคุยกับครอบครัวได้เยอะขึ้นจากที่กลับบ้านถึงจะคุยกัน แต่สื่อใหม่เป็นสื่อกลางที่ทำให้มีโอกาสติดต่อกันบ่อยขึ้นทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี บางคำพูดอาจจะไม่ได้พูดกันต่อหน้า แต่การใช้สื่อใหม่เป็นสื่อกลางแทนคำพูดก็สามารถทำให้ความสัมพันธ์ไม่ลดน้อยลงไปได้" (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

อย่างไรก็ตามมีกลุ่มตัวอย่างเพศชายจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายหนึ่งคนให้สัมภาษณ์ว่า การใช้โซเชียลมีเดียติดต่อกับครอบครัวมีผลดีแต่บางครั้งก็อาจก่อให้เกิดการเข้าใจผิดกันได้ เช่นในส่วนของตนเองเคยมีประสบการณ์ที่เพื่อนเข้ามาโพสต์เรื่องที่ไม่เหมาะสม เมื่อผู้ปกครองมาเห็นทำให้เกิดปัญหาตามมา

"สื่อใหม่มีทั้งดีและไม่ดี เช่นเรื่องดีคือในบางโอกาสเรายังได้ตอบโต้กับคนในครอบครัวผ่านทางเฟสบุ๊ค ทำให้เป็นอีกช่องทางหนึ่งให้เลือกในการติดต่อสื่อสาร ส่วนในเรื่องที่ไม่ดีคือ บางโอกาสเพื่อนได้เข้ามาโพสต์ในเรื่องที่ไม่ควรมาโพสต์ เช่น ภาพไปสังสรรค์กันแล้วเล่นกันแบบสนุกๆตามประสาวัยรุ่น ซึ่งจริงๆเพื่อนก็ไม่ได้ตั้งใจหรืออาจจะเป็นเพราะรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ผลที่ตามมาก็คือคนในครอบครัวได้เห็นภาพและข้อความดังกล่าว จึงทำให้มีปัญหากับครอบครัวในเวลาต่อมา" (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ส่วนในด้านการใช้สื่อใหม่เพื่อการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับเพื่อน พบว่าเยาวชนส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า สื่อใหม่เป็นช่องทางในการแสดงออกถึงความรู้สึกที่ตนมีต่อเพื่อนและคนรัก บางครั้งเป็นความรู้สึกที่ไม่กล้าบอกเมื่ออยู่ต่อหน้า ก็สามารถใช้สื่อใหม่ในการแสดงความรู้สึกนั้นได้ เช่น การส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านโทรศัพท์ การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียด้วยวิธีการเขียนข้อความบนสถานะ (Status) ของเพื่อน ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

"สื่อใหม่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างเรากับเพื่อนดีขึ้น เพราะสมัยนี้มีเทคโนโลยีที่ล้ำหน้า สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนได้รวดเร็วและย่นระยะเวลาในการสื่อสารได้เร็วขึ้น ไม่ว่าจะเป็น 3G ทวิตเตอร์ (Twitter) ข้อความ อินสตาแกรม สามารถส่งและแชร์สิ่งต่างๆให้เพื่อนเราได้ ทำให้มีสัมพันธ์กับเพื่อนดี

ขึ้น ไม่ว่าเราจะไปไหนเราก็จะแชร์ความรู้สึกหรือแชร์สิ่งที่เราไปเห็นมาให้เพื่อนดู" (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"ในส่วนของมิตรภาพเพื่อนฝูงเราจะสามารถรู้การเคลื่อนไหวของเพื่อนรักหรือเพื่อนสนิทของเราได้ผ่านทางโลกของโซเชียลมีเดียเช่นกัน เพราะสื่อตัวนี้จะคอยอัพเดทข่าวสารมากมายไม่ว่าจะเป็นตำแหน่งเช็คอินของใคร หรือใครทำอะไร สถานการณ์ยังไงเราก็สามารถเข้ามาคอยเช็คดูได้เช่นกัน" (อัครภพ แก้วตา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"สื่อใหม่ช่วยกระชับความสัมพันธ์กับเพื่อนให้ดีขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เวลาที่เพื่อนมีปัญหาแต่ไม่กล้าบอกเพื่อน แต่กลับไปโพสต์ระบายในเฟสบุ๊ค พอเราเห็นโพสต์ของเพื่อนจึงได้รู้ว่าเพื่อนกำลังไม่สบายใจ เราก็ยังได้ช่วยแสดงความคิดเห็นเพื่อให้เพื่อนสบายใจขึ้น จึงทำให้เราและเพื่อนมีความสัมพันธ์ที่ดีและมีมิตรภาพที่ดีต่อกัน" (ภัสรา พรหมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"เห็นด้วยว่าสื่อใหม่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างเรากับเพื่อนดีขึ้น เพราะเราไม่ได้พบปะกันก็สามารถพูดคุยผ่านโซเชียลมีเดียได้ ด้วยการที่เพื่อนๆเป็นกลุ่มคนวัยเดียวกัน มีความคิดไปในแนวเดียวกัน ชอบเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายในการสื่อสาร การหาข้อมูลเหมือนกัน เช่น การใช้โปรแกรมไลน์ (Line) ส่งข้อความ รูปภาพ หรือโทรพูดคุยกันแทนที่จะต้องเสียค่าโทรศัพท์พูดคุยกัน หรือถ้าอยากเห็นหน้ากันเวลาทำรายงาน พูดอย่างเดียวไม่เข้าใจก็ใช้โปรแกรมสไกป์มาช่วยในการสื่อสารได้" (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างยังใช้วิธีการสนทนากันผ่านโปรแกรมเฟสไทม์ (Facetime) บนไอแพด (IPad) และโปรแกรมสไกป์ (Skype) ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สามารถสื่อสารกันแบบเห็นหน้าตากันได้จริง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โปรแกรมสนทนาทั้งสองโปรแกรมข้างต้นเป็นเยาวชนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งได้อธิบายเพิ่มเติมว่าส่วนใหญ่จะใช้สนทนากันในเวลาที่ต้องทำการบ้านหรือรายงานกลุ่ม ทำให้ไม่ต้องนัดหมายออกมาพบกันข้างนอก แต่สามารถคุยกันได้จากบ้านหรือหอพัก

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเพศชายจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายคนหนึ่งยังได้ให้ข้อมูลว่าตนใช้โปรแกรมสไกป์ (Skype) ในการสนทนากับคนรักที่อยู่ห่างไกลกัน และพบว่าสื่อใหม่ประเภทนี้มีความสำคัญมากเพราะช่วยกระชับความสัมพันธ์ของตนและคนรักที่อยู่ห่างไกลกัน

"ถ้าพูดถึงเทคโนโลยีในโลกปัจจุบันแล้วสื่อต่างเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ยิ่งเวลาเปลี่ยนไปเทคโนโลยีก็ยิ่งพัฒนาไปไกลทำให้คนที่อยู่ไกลกันเข้ามาใกล้กันได้ไม่ยาก โดยเฉพาะผมซึ่งอยู่กรุงเทพฯ ส่วนแฟนเรียนจบไปแล้วและได้งานทำอยู่ภูเก็ต ความห่างไกลทำให้เราต้องห่างไกลกัน ก็ได้สื่อเข้ามามีบทบาททำให้เราสองคนใกล้กันมากขึ้น ผมใช้เฟสบุ๊คในการติดต่อกับแฟน ทุกวันนี้ทำอะไรก็จะแชร์ลิงค์แชร์งานไปให้แฟนดู แล้วก็จะใช้สไกป์คุยกันทุกวัน เป็นทั้งแฟนและที่ปรึกษาคอยอยู่

ข้างๆกันมาตลอด เราห่างกันตั้งหลายร้อยกิโล นั่งรถต้องข้ามวันข้ามคืนเลยทีเดียว มีสไกป์นี่ล่ะที่ทำให้เราได้ใกล้กัน" (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

2.) สื่อใหม่และค่านิยมในความสะดวกรวดเร็ว

เยาวชนทั้งสองกลุ่มให้ข้อมูลตรงกันว่าสื่อใหม่เข้ามาสร้างค่านิยมเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต ทั้งในเรื่องการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วผ่านช่องทางที่หลากหลาย การทำธุรกรรมทางการเงิน การซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งการใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการสนับสนุนการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการเรียนระหว่างกลุ่มเพื่อนและอาจารย์ โดยกลุ่มตัวอย่างอธิบายถึงความสะดวกรวดเร็วของสื่อใหม่ไว้ดังนี้

"สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทกับเราในปัจจุบันอย่างมากเพราะเทคโนโลยีสมัยนี้ล้ำขึ้นทุกวัน ทำให้ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงมาก จะเรียกว่าเป็นกระแสก็ว่าได้ ตัวผมใช้สื่อใหม่อยู่เพราะว่ามันสะดวกสบายรวดเร็ว และมีแอพ (แอพพลิเคชั่น) ต่างๆมากมาย ง่ายต่อการติดต่อ ผู้คนเข้าถึงกันมากขึ้น นำมาใช้ในชีวิตประจำวันก็สะดวกขึ้น" (ภัทรพงษ์ งามวิไล, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"ตัวเองเป็นคนที่ใช้และชื่นชอบเกี่ยวกับเทคโนโลยีของสื่อใหม่ โดยการเล่นแล้วเข้าสู่โลกของสังคมออนไลน์ผ่านอินเตอร์เน็ตและแอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์ ซึ่งทำให้ติดค่านิยมความสะดวกสบายในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร พบปะหรือพูดคุยกับเพื่อนและคนในสังคมออนไลน์ได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น ไม่ว่าเราจะอยู่ที่ไหน ทำอะไร ก็สามารถอัพเดทข้อมูลข่าวสารทั้งของตนเองและผู้อื่นได้ตลอดเวลา และยังสามารถหาความบันเทิงให้กับตนเองด้วยการโหลดหนัง คลิปวิดีโอ ฟังเพลงจากยูทูป หรือเล่นเกมต่างๆในเวลาที่ตนเองเครียดหรือเหงาได้ นอกจากนี้ยังทำให้เราทราบเกี่ยวกับข่าวสาร สถานการณ์ต่างๆในปัจจุบันได้มากขึ้น" (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"สื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในปัจจุบันเปลี่ยนชีวิตเราเป็นอย่างมาก ความสะดวกสบายที่เพิ่มขึ้น คือ การทำธุรกรรมทางการเงิน การโอนเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆก็ทำได้ผ่านโทรศัพท์มือถือง่ายๆ การติดต่อก็ง่ายขึ้น เพราะโทรศัพท์มือถือสามารถพกพาไปไหนได้สะดวกง่ายต่อการใช้งาน และทุกวันนี้มือถือก็แทบจะใช้งานแทนโน๊ตบุ๊คได้อยู่แล้ว การติดต่อที่ง่ายขึ้น คือ สามารถติดต่อได้โดยไม่ต้องโทรหา โดยสามารถใช้ไลน์ (Line) กับโซเชียลมีเดีย การรับรู้ข่าวสารก็รวดเร็วผ่านอินเตอร์เน็ตที่ไม่ใช่แค่เล่นในคอมพิวเตอร์ แต่สามารถเล่นได้ทุกที่ทุกเวลาที่เราต้องการ" (รัชนก ศรีสุข, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"สื่อใหม่เข้ามาเปลี่ยนชีวิตของผมอย่างสิ้นเชิง โดยเมื่อก่อนนั้นผมรู้สึกว่าว่างเปล่า ไปเรียนแล้วก็กลับบ้านนั่งรอดูรายการโทรทัศน์ สิ่งที่ผมเจอก็คือแค่ไปโรงเรียนและกลับบ้านเท่านั้น เมื่อมีสื่อใหม่เข้ามาทำให้ผมสามารถได้รับรู้เรื่องราวต่างๆที่ผมอยากรู้ได้ทันใจ อย่างเช่น ข่าวหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ถ้าผมอยากจะอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับเมื่อวานหรือเมื่อวันก่อนก็เพียงแค่ง่ายๆไม่ต้องไปร้านขายหนังสือเพียงแต่คลิกเข้าไปในเว็บไซต์ก็สามารถอ่านย้อนหลังได้แบบสบายๆ และผมยังสามารถเข้าไปดูการ์ตูน

หรือดูหนังออนไลน์ได้อย่างมีความสุข และแถมยังเข้าไปค้นคว้าหาข้อมูลหรือรูปภาพในสิ่งที่ผมอยากรู้ตามที่ต้องการได้" (นัฐชัย เสือแย้ม, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"สำหรับตัวเองแล้วคิดว่าสื่อใหม่เข้ามามีประโยชน์ในแง่ความรวดเร็ว สร้างค่านิยมรักความรวดเร็วสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ เช่น สมาร์ทโฟน ทำให้ชีวิตเรารวดเร็วทันใจได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส อย่างการค้นหาข้อมูลก็ไม่ต้องเสียเวลาไปร้านคอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลแต่สามารถหาจากสมาร์ทโฟนได้เลย หรือการทำธุรกรรมทางธนาคารทั้งหลายเช่นการโอนเงิน เมื่อก่อนเราต้องไปธนาคาร นั่งรอ เขียนใบโอนเงิน ยุ่งยากวุ่นวาย แต่สมัยนี้ไม่ต้อง ธนาคารเข้ามาอยู่ในโทรศัพท์เราเรียบร้อยแล้ว เราสามารถโอนเงิน เช็คยอดเงิน หรืออื่นๆอีกมากมายได้ในสมาร์ทโฟน" (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่า กลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งทำธุรกรรมต่างๆผ่านสื่อใหม่ ด้วยเหตุผลด้านความรวดเร็วดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจะใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ตนสนใจ รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างทุกคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีประสบการณ์ซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางของสื่อใหม่ เช่น ซื้อเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า และเครื่องสำอางออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงหนึ่งคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ให้ข้อมูลว่าตนดำเนินธุรกิจขายเสื้อผ้าและสินค้าแฟชั่นผ่านสื่อใหม่ประเภทเฟสบุ๊คอีกด้วย

ในส่วนของพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านสื่อใหม่ของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างเพียงหนึ่งคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านสื่อใหม่ คือสั่งซื้อหนังสือนิยายและการ์ตูนผ่านบริการออนไลน์โดยได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองและใช้บัตรเครดิตของผู้ปกครองในการชำระค่าสินค้า

"เคยสั่งซื้อหนังสือการ์ตูนและนิยายจากสำนักพิมพ์แจ่มใสทางออนไลน์ ก็ทำเองทุกอย่างเข้าเว็บเอง กรอกข้อมูลต่างๆ โดยใช้ข้อมูลของแม่กับบัตรเครดิตของแม่ เพราะว่าซื้อมาแล้วแม่ก็มาอ่านด้วยกัน" (เปรมิกา จงจินดา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นคนอื่นๆให้เหตุผลว่าสาเหตุที่ตนไม่ได้ซื้อสินค้าออนไลน์เพราะเนื่องมาจากว่า พวกตนยังเป็นเด็กทำให้อำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายและซื้อสินค้ายังมีไม่มาก โดยทุกอย่างต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ปกครองก่อนจึงจะซื้อได้ ทำให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางสื่อใหม่ยังไม่เกิดขึ้น หากจะซื้ออะไรก็จะเข้าไปดูข้อมูลออนไลน์และบอกให้ผู้ปกครองเป็นคนดำเนินการซื้อให้แทน เพราะต้องมีการชำระค่าสินค้าและบริการที่ต้องใช้บัตรเครดิตและการโอนเงินจากบัญชีธนาคารซึ่งตนเองไม่มีจึงไม่สามารถทำเองได้

ในด้านการเรียนพบว่า กลุ่มเยาวชนได้นำเอาข้อดีเกี่ยวกับความรวดเร็วของสื่อใหม่มาใช้ในการสนับสนุนการเรียนของตน โดยกลุ่มเยาวชนทั้งสองกลุ่มให้ข้อมูลตรงกันว่า สื่อใหม่เป็นช่องทางในการค้นหาความรู้และข้อมูลประกอบการเรียนและการทำรายงาน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเกี่ยวกับเรื่องการเรียน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าตนจะใช้โปรแกรมสไกป์ และ เฟสไทม์ในการติดต่อพูดคุยเพื่อทำการบ้านและงานกลุ่มร่วมกัน

“เมื่อก่อนเวลาต้องทำรายงานกลุ่มจะนัดกันลำบากมาก เวลาว่างไม่ตรงกัน ออกจากบ้านก็ไม่สะดวก เดี๋ยวนี้มีสื่อใหม่ทำให้การทำงานสะดวกมากขึ้น ทำรายงานก็เอามาโพสต์กันบนเฟสบุ๊คแล้วก็ทำด้วยกันได้ ถ้าใครมีสไกป์ยิ่งดีใหญ่เลย สามารถใช้คุยงานกันได้แบบเห็นหน้าด้วย” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ถ้ามีไอแพดก็ใช้เฟสไทม์คุยกันได้เลยสดๆ ต่างคนต่างอยู่บ้านก็ทำงานกลุ่มด้วยกันได้ ไม่ต้องไปค้างคืนบ้านเพื่อนดึกๆให้พ่อแม่เป็นห่วง” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจะใช้วิธีโพสต์การบ้านลงบนเฟสบุ๊คเพื่อแบ่งปันข้อมูลและช่วยเหลือกันทำการบ้านในวิชาที่ยากๆผ่านสื่อใหม่

“ส่วนใหญ่เวลาทำการบ้านวิชาไหนไม่ได้ก็จะโพสต์ไปถามเพื่อน บางทีเพื่อนที่เก่งๆก็ช่วยกันทำโดยการโพสต์การบ้านมาให้เพื่อนคนอื่นดูบนเฟสบุ๊ค” (อัครภพ แก้วตา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“อย่างตัวเองจะเก่งวิชาคณิตศาสตร์ ถ้าครูให้การบ้านยากๆเพื่อนทำไม่ได้แต่เราทำได้ ก็จะโฟสต์ลงเฟสบุ๊คให้เพื่อนดูแป็นตัวอย่าง แต่วิชาอังกฤษเราไม่เก่ง บางที่เจอการบ้านยากๆก็จะเฟสไปถามพี่ที่เขาเก่งอังกฤษให้เขาสอนให้ ก็ช่วยแก้ปัญหาเรื่องการเรียนได้เยอะค่ะ” (ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ส่วนการสื่อสารผ่านอีเมล์นั้นผลการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่า ทั้งสองกลุ่มจะใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างกันในกรณีที่ต้องส่งไฟล์งานขนาดใหญ่ให้กัน สำหรับการใช้โซเชียลมีเดียติดต่อกับอาจารย์ผู้สอนนั้น กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ข้อมูลว่าส่วนใหญ่จะใช้โซเชียลมีเดียประเภทเฟสบุ๊คในการติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ผู้สอนเกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆในการเรียน เช่น ใช้สอบถามเกี่ยวกับรายวิชาที่เปิดสอน รวมทั้งหากมีเนื้อหาและการบ้านที่ตนสงสัยก็จะใช้วิธีการสอบถามไปยังเฟสบุ๊คของอาจารย์ผู้สอน ทั้งเฟสบุ๊คส่วนตัวของอาจารย์และเฟสบุ๊คหน้าที่อาจารย์สร้างขึ้นโดยเฉพาะเพื่อการเรียนการสอน

ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นพบว่าจะไม่ใช้เฟสบุ๊คในการติดต่อกับอาจารย์ในเรื่องการเรียน โดยให้เหตุผลว่าเพราะส่วนใหญ่จะพบอาจารย์ทุกวันที่มาโรงเรียนอยู่แล้ว หากมีเรื่องเร่งด่วนจะใช้วิธีการโทรศัพท์หาอาจารย์ หรือบางครั้งอาจารย์ก็จะโทรศัพท์มาหาตนเอง เพราะอาจารย์กับนักเรียนจะมีหมายเลขโทรศัพท์ของกันและกันอยู่

กลุ่มตัวอย่างทุกคนเห็นตรงกันว่า สื่อใหม่เข้ามาสร้างค่านิยมเกี่ยวกับความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ทั้งในด้านการค้นหาข้อมูล การเรียนหนังสือ และการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งส่งผลให้พวกตนมีค่านิยมที่ชอบความสะดวกรวดเร็วในการใช้ชีวิต โดยกลุ่มตัวอย่างตระหนักว่าบางครั้งการยึดติดกับความรวดเร็วสะดวกสบายก็อาจส่งผลในทางลบได้ ซึ่งรายละเอียดของค่านิยมด้านลบที่เกิดจากการติดความรวดเร็วสะดวกสบายของสื่อใหม่จะได้นำเสนอในหัวข้อ 4.2.1.2 ต่อไป

3.) สื่อใหม่กับการสร้างค่านิยมในการแบ่งปันและช่วยเหลือกัน

ต่อเนื่องจากค่านิยมเรื่องความรวดเร็วสะดวกสบายของสื่อใหม่ในข้อสองดังที่กล่าวมาในข้างต้น ประกอบกับคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่กระตุ้นและสนับสนุนให้มีการแบ่งปันข้อมูลกันระหว่างผู้ใช้ กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นว่า สื่อใหม่เข้ามาสร้างค่านิยมของการแบ่งปันให้เกิดขึ้นระหว่างตนเองและเพื่อน โดยให้เหตุผลว่า ในโลกของสื่อใหม่นั้นไม่ว่าใครจะทำอะไรก็สามารถเห็นกันได้หมดพร้อมๆกันในเวลาอันรวดเร็ว สื่อใหม่จึงเป็นเครื่องมือและช่องทางในการแบ่งปันและช่วยเหลือกันระหว่างคนรุ่นใหม่ โดยเรื่องที่นำมาแบ่งปันกันในพื้นที่ของสื่อใหม่มีทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนและเรื่องในชีวิตประจำวันทั่วๆไป

ในส่วนของเรื่องการเรียนนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มกล่าวว่าตนใช้สื่อใหม่ในการแบ่งปันข้อมูลในการทำการบ้านและรายงาน เช่น การโพสต์การบ้าน การโพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับตารางสอน ตารางสอบ และแนวข้อสอบ ให้เพื่อนๆในเฟสบุ๊คได้รับรู้ร่วมกัน รวมทั้งส่งรายงานและโครงงานกลุ่มให้กันผ่านอีเมล์

“ช่วงลงทะเบียนนั้นสื่อใหม่จะมีความสำคัญมาก หากเรารู้ข้อมูลเกี่ยวกับตารางสอน วันเวลาลงทะเบียน หรือวิชาที่เปิดสอนก็จะนำมาแชร์กันบนเฟสบุ๊ค เพื่อนๆจะได้รู้ด้วย ลงบนเฟสทีเดียวทุกคนรู้หมดเลย ไม่ต้องคอยโทรถามโทรบอกกันทีละคน สะดวกมาก” (ภัสรา พรหมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“บางทีเพิ่มถอนรายวิชา มันต้องมีรายละเอียดเซ็นเอกสารเยอะแยะทำไม่ถูกไม่รู้ขั้นตอน ก็ได้ข้อมูลที่ช่วยๆกันโพสต์นี่ล่ะทำให้รู้ขั้นตอนในการยื่นเรื่องลงทะเบียนต่างๆ” (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“เวลาอาจารย์สั่งการบ้านแล้วไม่ได้มาหรือฟังไม่ทันก็จะโพสต์กันบนเฟสบุ๊ค บางทีอาจารย์มาเห็นโพสต์ก็เข้ามาแจมด้วยเลยถือโอกาสถามเรื่องเรียนกันนอกเวลาเรียน มันก็ทำให้เราใกล้ชิดอาจารย์มากขึ้น บางทีสี่ทุ่มกว่าแล้วอาจารย์ยังมาตอบเฟสให้เลย” (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ผมเคยครั้งหนึ่งไม่มีรายชื่อในรายงานกลุ่ม อาจารย์ก็เคยเขียนเฟสบุ๊คมาบอกให้รีบมาตรวจดูรายชื่อกับคะแนนเก็บ โชคดีที่มีเฟสบุ๊คไม่งั้นอาจจะติดเอฟวิชานั้นไปเลยเพราะอาจารย์ตามตัวไม่เจอ” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ส่วนการแบ่งปันข้อมูลอื่นๆที่เป็นเรื่องราวทั่วไปนั้น กลุ่มตัวอย่างได้ยกตัวอย่างไว้ว่า หากตนพบว่ามีข้อมูลใดๆที่น่าสนใจ รวมทั้งข่าวสารที่อยู่ในกระแสปัจจุบันและเกี่ยวข้องกับตนเองและเพื่อนก็จะนำมาแชร์และแบ่งปันร่วมกัน โดยเมื่อจำแนกดูตามเพศพบข้อมูลที่แตกต่างกันเกี่ยวกับประเด็นที่นำมาแบ่งปันคือ กลุ่มเพศชายมักจะแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาและเทคโนโลยีใหม่ๆ ขณะที่กลุ่มผู้หญิงมักจะแชร์เรื่องแฟชั่นและความสวยความงาม ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เป็นคนที่ชอบแต่งหน้ามาก เวลาเจอแนวแต่งหน้าใหม่ๆ หรือเทรนใหม่ๆก็จะเอามาโพสต์และเอาลิงค์มาแชร์ คือเราเห็นอะไรสวยๆงามก็อยากให้เพื่อนเห็น เพื่อนจะได้สวยด้วย” (รัชนก ศรีสุข , สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ส่วนใหญ่ผู้หญิงก็จะรักสวยรักงาม เห็นแฟชั่นอะไรนำสมัย เสื้อผ้าหน้าผมใหม่ๆก็จะเอามาลงการเอาข้อมูลทันสมัยมาลงหน้าเฟสบุ๊คของเรามันก็จะทำให้เราดูเป็นคนทันสมัยไปด้วย” (นิพาพร โพธิ์แก้ว, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เราเป็นคนชอบทำผม และชอบเข้าไปดูแบบผมในเว็บต่างๆมาก พอเจอทรงผมหรือแบบผมน่าสนใจก็จะเอามาแชร์ลิงค์ในเฟสบุ๊คให้คนอื่นได้ดูด้วย” (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ผมชอบดูฟุตบอลมาก สังเกตุได้ว่าหน้าเฟสบุ๊คของผมจะมีแต่เรื่องกีฬาฟุตบอล ยิ่งคืนไหนมีเตะกัน ผมจะดูไปด้วยอัพเดทสกอร์ไปด้วยในเวลาเดียวกัน แถมคอมเม้นท์เกมไปด้วยแบบสดๆ เผื่อเพื่อนคนอื่นไม่ได้ดูก็จะได้รู้คะแนนด้วย” (ภัทรพงษ์ งามวิไล, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“ผมชอบเทคโนโลยีที่ทันสมัย เวลาไปเจอลิงค์หรือเจอข้อมูลอัพเดทเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่างๆ เช่น สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ แอพพลิเคชั่นใหม่ๆ ก็จะเอาลิงค์มาโพสต์ไว้ มันก็เป็นวิธีการแสดงตัวตนว่าเราชอบอะไร เราเป็นคนทันสมัย และคนอื่นก็จะได้แชร์ความรู้ข้อมูลไปด้วย” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างยังมีการแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับการเตือนภัยและอันตรายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับตนเองและผู้อื่นด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแบ่งปันข้อมูลเตือนภัยบนโซเชียลมีเดียไว้ดังนี้

“สื่อโซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่ที่ดีมากในการแบ่งปันข้อมูลเพราะมันมีความรวดเร็วมาก แชร์ได้ทั้งภาพ ข้อความ และวิดีโอ เห็นที่มีการแชร์กันเรื่องความปลอดภัยต่างๆบนเฟสบุ๊คแล้วเป็นประโยชน์มาก

เช่น ภัยบนที่จอดรถสำหรับผู้หญิง วิธีป้องกันตัวเวลาถูกทำร้าย อ่านแล้วได้ประโยชน์มาก" (ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"ตัวเองก็เคยเอาเรื่องมาแชร์เหมือนกัน คือ เคยขึ้นแท็กซี่แล้วคนขับแย่มาก พูดจาไม่ดีใส่ ก็แอบถ่ายรูปแล้วเอาเรื่องมาแชร์ในเฟสบุ๊ค เวลาที่เพื่อนหรือใครมาอ่านเจอแล้วพบแท็กซี่คันนี้จะได้ไม่ขึ้น" (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"เคยไปอ่านเจอข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่อันตราย เช่น ถนนและซอยเปลี่ยวในเขตกรุงเทพ ก็เอามาแชร์ให้คนอื่นเห็นและได้อ่านเหมือนกับตัวเอง จะได้ระวังตัวไว้" (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"ล่าสุดที่ตัวเองไปเจอแล้วเอามาแชร์คือ วิธีการเอาตัวรอดหากถูกโจรจี้ให้กดเงินที่ตู้ ATM คือให้กดรหัสกลับหลังแล้วเครื่องจะส่งสัญญาณให้กับตำรวจมาช่วย ก็ยังไม่เคยใช้กับตัวเอง เห็นว่ามันน่าจะมีประโยชน์เลยเอามาแชร์ เป็นการแบ่งปันกัน" (นัฐชัย เสือแย้ม, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"เราเป็นผู้หญิงห้าวๆชอบกีฬาแบบผู้ชายอย่างพวกกีฬาป้องกันตัว ฝึกยูโดกับศิลปะป้องกันตัวไว้เพราะชอบเป็นส่วนตัวอยู่แล้ว แล้วยังเอาไว้ดูแลตัวเองด้วย เวลาไปเห็นข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันตัว เช่น ท่าป้องกันตัวต่างๆในการเอาตัวรอดจากการถูกเข้าทำร้าย ก็จะเอามาโพสต์ให้เพื่อนได้อ่าน เพื่อเรียนรู้ที่จะป้องกันตัวเองด้วย" (กันติมา ปราโมทย์, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นด้วยว่า สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียสามารถนำมาใช้เป็นช่องทางในการขอความช่วยเหลือต่างๆได้ เช่น การช่วยติดตามคนหาย หรือการช่วยเหลือผู้ประสบภัยในเหตุการณ์ต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นจุดดีของสื่อใหม่ในการนำมาใช้ช่วยเหลือสังคม ซึ่งเป็นวิธีที่มีความสะดวกรวดเร็วอีกด้วย

"อย่างช่วงน้ำท่วมก็มีการแชร์ข้อมูลกันเกี่ยวกับผู้ประสบภัยที่ต้องการความช่วยเหลือ อันนั้นเป็นสิ่งที่ดีมากที่โซเชียลมีเดียเข้ามาเป็นช่องทางในการขอความช่วยเหลือ คนที่มาเห็นก็สามารถเข้าไปช่วยหรือส่งของไปบริจาคได้ อันนี้เป็นข้อดีอย่างมากของสื่อใหม่ คือถ้านำมาใช้อย่างมีประโยชน์ก็สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลกันได้" (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"กรณีคนหายแล้วเอามาโพสต์ในเฟสบุ๊คให้ช่วยกันตามหาก็มีและดีมากๆ แถมเร็วอีกด้วย พวกมูลนิธิอะไรต่างๆสามารถหาข้อมูลและช่วยกันตามหาจนเจอก็มีหลายราย เหมือนเป็นช่องทางให้สังคมได้แบ่งปันและช่วยเหลือกันผ่านสื่อใหม่" (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ข้อคิดว่า สังคมของสื่อใหม่เป็นสังคมแห่งการแบ่งปัน สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียทำให้ผู้ใช้สามารถนำข้อมูลต่างๆมาแชร์ลงบนหน้าโพรไฟล์ของตนและผู้อื่น หรือสามารถส่งข้อมูลไปยังกลุ่มเพื่อนได้ทีละหลายๆคนในครั้งเดียวกัน ทำให้ข่าวสารและข้อมูลสามารถ

ส่งต่อถึงกันได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งส่วนหนึ่งทำให้ตนเองมีนิสัยชอบแบ่งปัน เห็นอะไรก็มักนำมาแชร์ (Share) ไว้บนโซเชียลมีเดียของตนเอง

เมื่ออภิปรายถึงประเด็นเกี่ยวกับจรรณยาบรรณในการแบ่งปันหรือการแชร์ (Share) ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ความเห็นว่า การแบ่งปันข้อมูลกันบนสื่อใหม่เป็นเรื่องที่ดี แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ในกรอบของความเคารพผู้อื่นด้วย คือการนำเรื่องของผู้อื่นที่เขียนไว้มาแชร์ (Share) บนหน้าโซเชียลมีเดียของตนเองก็ควรมีการให้เกียรติ โดยการบอกที่มาหรือชื่อเจ้าของข้อมูลด้วย มิฉะนั้นจะกลายเป็นเรื่องของการละเมิดลิขสิทธิ์และไม่ให้เกียรติกันได้

“บางทีเห็นคนเอาเรื่องต่างๆมาแชร์ เช่น คำคม ความคิดเห็น ข้อคิดเก๋ๆ โดยไม่ได้ระบุที่มา คือแบบว่าลอกมาเป็นของตัวเอง ให้คนอ่านเข้าใจว่าเราเป็นคนเขียนเอง เห็นแบบนี้ทีไรจะรู้สึกไม่ดี เพราะถือว่าเป็นการไม่ให้เกียรติเจ้าของความคิดเขา ถ้าเจ้าของความคิดมาอ่านเจอเขาคงรู้สึกไม่ดี โดยส่วนตัวถ้าผมเอาคำพูดคนอื่นมาแชร์ผมจะให้เครดิตเจ้าของทุกครั้ง ถือเป็นการให้เกียรติกันด้วย” (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า แม้คนนำมาแชร์จะไม่ได้อ้างหรือให้เครดิตที่มาของข้อความ แต่สุดท้ายแล้วคนที่ได้มาอ่านหรือมาเห็นก็สามารถตรวจสอบที่มาของข้อมูลได้อยู่ดี ดังนั้นการแชร์ข้อมูลจากแหล่งอื่นควรอยู่ในพื้นฐานของการให้เกียรติเจ้าของข้อมูลด้วย เพราะหากนำเอาข้อมูลของผู้อื่นมาแชร์โดยไม่มีการอ้างอิงที่มาก็จะกลายเป็นการทำให้เสียความน่าเชื่อถือของตนเองได้

“โลกของสื่อใหม่มันตรวจเช็คกันได้ตลอดเวลา ถึงไปเอาข้อมูลคนอื่นมาโดยไม่อ้างแหล่งที่มาหรือเจ้าของความคิด คนที่มาอ่านเขาก็ฉลาดพอที่จะรู้และสามารถตรวจเจอที่มาของข้อมูลได้ เพราะอาจจะไปอ่านเจอข้อความแบบนั้นเหมือนกันจากที่อื่นที่เป็นต้นฉบับ ซึ่งถ้าเป็นแบบนั้นก็จะทำให้ให้เราเสียเครดิตเพราะไปขโมยเครดิตคนอื่น โลกโซเชียลมีเดียมันเวียนกันไปมา ใครทำอะไรก็เห็นกันหมดตรวจสอบได้อยู่แล้ว” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

4.) สื่อใหม่กับค่านิยมในการเรียนรู้ด้วยตนเองของเยาวชน

เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจากทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า สื่อใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งคืออินเตอร์เน็ตเป็นพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่สำคัญของคนรุ่นใหม่ โดยอินเตอร์เน็ตเปรียบเสมือนห้องสมุดขนาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยข้อมูลมหาศาลในการเรียนรู้ สื่อใหม่จึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างค่านิยมเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยตนเองในหมู่เยาวชน โดยเยาวชนส่วนใหญ่จะใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นคว้าข้อมูลประกอบการเรียนและการทำรายงาน และใช้แอพพลิเคชั่นจากสื่อใหม่ในการอ่านหนังสือ โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นตรงกันว่าเว็บไซต์กูเกิล (Google) ถือเป็นคลังสมองและห้องสมุดขนาดใหญ่ที่พวกเขาขาดไม่ได้ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เครื่องมือที่ยอดฮิตที่สุดในการค้นหาคือกูเกิล ที่ทำให้สามารถค้นหาอะไรได้อย่างสะดวก เหมือนที่พวกผู้ใหญ่เคยชอบว่าพวกเราว่า คิดอะไรไม่ออกบอกกูเกิล ซึ่งช่วยได้มาก เป็นห้องสมุดที่กว้างใหญ่ไพศาล ยอมรับว่าเด็กสมัยนี้เข้ากูเกิลบ่อยกว่าเข้าห้องสมุดจริงๆ” (ภานุเดช จักรเงิน, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“อินเตอร์เน็ต โดยเฉพาะกูเกิล ถือเป็นคุณครูคนหนึ่งของเรา คือไม่รู้อะไร อยากรู้อะไรก็สามารถค้นหาข้อมูลได้ เวลาทำการบ้านหรือรายงานถ้าไม่มีอินเตอร์เน็ตคงจะลำบากมาก อินเตอร์เน็ตช่วยให้เราค้นหาข้อมูลได้จากหลายแหล่งมากทั้งจากเว็บไซต์ต่างๆและจากยูทูป” (เปรมิกา จงจินดา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ส่วนผมเป็นคนชอบอ่านหนังสือ ตอนนี้สื่อใหม่มีแอพพลิเคชั่นที่โดนใจผมมากคือ IBook ที่เหมาะสำหรับหนอนหนังสืออย่างผม และที่เจ๋งไปกว่านั้นคือสามารถ Sync ไฟล์เอกสาร PDF ลงไปเพื่อเอาไว้อ่านก่อนสอบได้อย่างสบาย เวลาอยากได้หนังสืออะไรก็ไม่ต้องไปเดินซื้อให้เสียเวลา สามารถค้นหาได้จากคลังหนังสือบนอินเตอร์เน็ต ไปไหนมาไหนก็ไม่ต้องพกหนังสือทีละหลายเล่ม ประหยัดทรัพยากรกระดาษด้วย” (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“สื่อใหม่มันก็มีเรื่องดีๆอยู่บ้างล่ะ อย่างชีวิตนักศึกษาอย่างเรา วันๆแทบจะไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์เลย อาศัยเข้าเว็บอ่านข่าวตลอด พอเรามีสมาร์ทโฟนที่สามารถเข้าอินเตอร์เน็ตได้ เราก็สามารถรับรู้ข่าวสารบ้านเมืองได้เสมอ แต่ส่วนตัวผมจะมีวิธีหนึ่งในการติดตามข่าวสารนั่นคือผมจะเล่นโปรแกรมทวิตเตอร์ เพราะเวลาเราอ่านไทม์ไลน์ (Timeline) ของคนอื่น เราจะได้เห็นสิ่งที่เขาคิดอะไรอยู่ในตอนนั้นๆ และตั้งแต่น้ำท่วมปีที่แล้ว ผมได้ใช้ทวิตเตอร์เป็นตัวช่วยว่าระดับน้ำถึงไหนแล้ว หรือมีเหตุการณ์อะไรแปลกๆเราก็จะสามารถรู้ได้อย่างทันท่วงที นับว่าเป็นสื่อใหม่อีกสื่อที่มีประโยชน์มากๆ” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังอยู่ในช่วงของการเตรียมตัวศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา จะใช้วิธีเข้าไปดูเว็บไซต์ของคณะและมหาวิทยาลัยที่ตนเองต้องการศึกษาต่อ รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับการแนะแนวศึกษาต่อ เพื่อหาแนวทางในการเรียนต่อที่สอดคล้องเหมาะสมกับตัวเอง ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ความเห็นว่า นอกจากจะใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นคว้าข้อมูลประกอบการเรียนและการทำงานแล้ว ยังใช้ค้นหาข้อมูลเพื่อวางแผนเกี่ยวกับการทำงานในอนาคต เช่น การหาสถานประกอบการสำหรับไปฝึกงาน และค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทต่างๆเพื่อไปสมัครงาน

นอกเหนือจากการใช้อินเตอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนแล้ว เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นอีกว่า โลกของสื่อใหม่โดยเฉพาะอินเตอร์เน็ตช่วยสร้างค่านิยมในการเรียนรู้ด้วยตนเองให้เกิดขึ้น เมื่อเยาวชนมีความสนใจในสิ่งใดก็สามารถหาข้อมูลได้ง่ายดายและนำเอาข้อมูลและความรู้ที่มีอยู่ในอินเตอร์เน็ตมาปรับใช้กับตนเอง เช่น การเข้าไปดูวิธีการเล่นเครื่อง

ดนตรีอูคลูเลเล่ในยูทูปและนำมาฝึกหัดเอง การเข้าไปหาสูตรทำขนมเค้กและนำมาหัดทำ และการเรียนแต่งหน้าด้วยตัวเอง เป็นต้น

“สื่อใหม่เปิดช่องทางในการเรียนรู้ด้วยตัวเอง อย่างการเล่นดนตรี เราไม่จำเป็นต้องเสียเงินไปเรียนตามโรงเรียนสอนดนตรี เดี๋ยวนี้อย่างอยากเล่นกีตาร์เป็นเราก็เข้าไปค้นดูในยูทูป ดูคลิปที่เขาสอนเล่น แล้วโหลดมาดูก็หัดเล่นได้แล้ว หรืออย่างอูคลูเลเล่เนี่ยแทบจะเรียกได้ว่าเด็กสมัยนี้เล่นกันได้ทุกคน เรียนเอาจากยูทูปก็ได้ ไม่ต้องขอเงินพ่อแม่ไปเสียเงินเรียน” (ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ตัวเองเป็นคนชอบทำขนม เพราะจริงๆแล้วคือชอบกินขนมและพวกเบเกอรีมาก คุณแม่ก็ชอบกินด้วย พอดีเป็นวันเกิดคุณแม่ อยากทำเซอร์ไพรส์ให้คุณแม่ ก็เลยเข้าไปดูสูตรทำเค้กในอินเตอร์เน็ต แล้วก็เอามาลองทำให้คุณแม่ในวันเกิด เลยแอบไปขอใช้เตาอบน้าข้างๆบ้านทำ แล้วเอามาเซอร์ไพรส์แม่วันเกิด เค้กออกมามีคนชมก็รู้สึกภูมิใจเลยเป็นแรงบันดาลใจให้ทำอีก อยากทำเค้กอะไรก็เข้าไปหาสูตรในอินเตอร์เน็ตมาทำได้ โตขึ้นอาจจะเปิดร้านเบเกอรีเป็นของตัวเอง เพราะชอบมาก” (นิพาพร โพธิ์แก้ว, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ของเราคือสนใจเรื่องการแต่งหน้ามาก แล้วเข้าไปดูเว็บของ “โมเมพาเพลิน” เขาสอนแต่งหน้าก็ดูแล้วลองเอามาทำ เพื่อนๆเห็นก็ชมว่าเราแต่งหน้าสวย เลยลองฝึกและเรียนด้วยตัวเองไปเรื่อยๆ ตอนนี้ฝีมือใช้ได้แล้วก็รับจ็อบแต่งหน้าเป็นรายได้พิเศษ แล้วยังทำให้เราค้นพบตัวเองด้วยว่าเราชอบอะไร มีความสามารถทางไหน ตอนนี้เริ่มไปเรียนเพิ่มเติมกับ “แพรี่พาย” ที่เขาเป็นมือโปรและมีชื่อเสียงมากในโลกออนไลน์ แล้วเขาก็ให้ช่วยเป็นผู้ช่วยแมคอัพอาร์ทติส ได้ช่วยแต่งหน้าดารานางแบบจริงๆด้วย” (รัชนก ศรีสุข , สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การเรียนรู้ผ่านโลกเสมือนจริงและโลกในความเป็นจริงยังมีข้อแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า ความแตกต่างระหว่างห้องสมุดในอินเตอร์เน็ตกับห้องสมุดในโลกแห่งความจริงคือ อินเตอร์เน็ตคือห้องสมุดที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง และมีความสะดวกรวดเร็วในการค้นหามากกว่าห้องสมุดทางกายภาพที่มีเวลาในการเปิดและปิด นอกจากนี้อินเตอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหาเรื่องราวต่างๆได้จากหลายแหล่งในเวลาเดียวกัน เพราะสามารถเปิดเว็บเพ็จขึ้นดูได้พร้อมๆกันทีละหลายหน้าอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่ออภิปรายเปรียบเทียบถึงเรื่องการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อใหม่กับวิธีการเรียนแบบในห้องเรียนที่มีครูผู้สอนด้วย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การเรียนรู้กับครูในห้องเรียนก็ยังเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอยู่ โดยกลุ่มเยาวชนให้เหตุผลว่า สื่อใหม่เป็นช่องทางที่นำไปสู่ข้อมูลความรู้ แต่บางครั้งแค่การอ่านด้วยตนเองก็ไม่สามารถทำให้ตนเข้าใจได้ ต้องอาศัยครูช่วยอธิบายให้ฟังจึงจะเข้าใจ เช่น วิชาคณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ

“ผมคิดว่า อาจารย์ยังคงมีความสำคัญในการเรียนรู้ เพราะเป็นผู้ให้คำแนะนำและสอนให้รู้จักวิธีการคิด อินเตอร์เน็ตและสื่อใหม่ให้ข้อมูล แต่สอนให้เราคิดไม่ได้” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“การเรียนด้วยตัวเองในโลกออนไลน์ก็สะดวกรวดเร็ว เหมาะกับเรื่องเฉพาะที่เราสนใจ แต่ถ้าเป็นการเรียนที่มีเนื้อหาในวิชาเรียน แน่นอนว่าคุณครูก็ยังสำคัญอยู่ อย่างเช่น วิชาคณิตศาสตร์ เรียนเองก็ไม่รู้เรื่องแน่นอน ต้องให้ครูช่วยอธิบายและทำให้ดูเป็นตัวอย่าง” (ภัทรพงษ์ งามวิไล, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“อย่างวิชาภาษาอังกฤษก็ต้องมีการฝึกพูดด้วย จะฝึกพูดกับอินเตอร์เน็ตก็คงไม่ได้ แต่ฝึกพูดกับครูกับเพื่อนในห้องเรียนมันได้ปฏิบัติจริงทำจริง แล้วที่โรงเรียนครูอังกฤษเป็นครูฝรั่งก็จะช่วยคอยแนะนำเรื่องการออกเสียงด้วย” (นิพาพร โพธิ์แก้ว, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังอธิบายเปรียบเทียบด้วยอารมณ์ขันว่า อินเตอร์เน็ตเป็นเพียงเครื่องมือในการหาความรู้ แต่ไม่สามารถให้ผลสะท้อนกลับและข้อแนะนำกับนักเรียนและนักศึกษาได้

“อินเตอร์เน็ตช่วยให้เราค้นหาข้อมูลได้ แต่พูดคุยตอบคำถามกับเราเหมือนคุณครูในห้องเรียนไม่ได้ แถมไม่สามารถตรวจข้อสอบและให้เกรดกับเราได้ด้วย” (ภัสรา พรหมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

5.) สื่อใหม่กับค่านิยมในการแสดงออกของเยาวชน

เยาวชนส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นว่า สื่อใหม่คือพื้นที่ในการแสดงออกและปลดปล่อยทางความคิดของวัยรุ่น โดยให้เหตุผลว่าโลกของสื่อใหม่เป็นโลกของตนเอง เป็นโลกที่ไม่มีกฎเกณฑ์ ไม่มีผู้ใหญ่คอยออกคำสั่งหรือควบคุมเหมือนในโลกแห่งความเป็นจริง

กลุ่มตัวอย่างทุกคนเห็นด้วยว่า สื่อใหม่เป็นช่องทางในการปลดปล่อย ระบายอารมณ์ความรู้สึกของตนเอง เยาวชนส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มเห็นตรงกันว่าเวลามีเรื่องไม่สบายใจหรือไม่ชอบใจมักจะใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการระบายอารมณ์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับว่าเคยใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการระบายอารมณ์และความรู้สึก มีเพียงส่วนน้อยคือ 2 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 1 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่กล่าวว่าตนไม่เคยใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการแสดงออกทางอารมณ์ โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลว่าไม่เคยใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการระบายอารมณ์ให้เหตุผลว่า ตนเองมีตัวตนและบุคลิกที่ไม่ชอบแสดงออกทางอารมณ์อยู่แล้วจึงไม่เคยใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการระบายอารมณ์และความรู้สึก แต่จะเข้าไปดูข้อมูลของคนอื่นและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความของคนอื่นๆมากกว่า

“ไม่เคยระบายอารมณ์โดยใช้สื่อใหม่ เพราะนิสัยส่วนตัวเป็นคนไม่พูด ไม่แสดงออกอยู่แล้ว ถ้ามีอะไรไม่พอใจหรือไม่สบายใจมากๆจะใช้วิธีคุยกับคนในครอบครัวที่เขาจะช่วยเราได้ หรือไม่ก็หาอะไร

อย่างอื่นทำจะได้ลืมเรื่องไม่สบายใจไป แต่ไม่เคยเขียนระบายในสื่อ ส่วนใหญ่จะเข้าไปดูและเขียนตอบเพื่อนๆมากกว่า" (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังอธิบายว่า วัยรุ่นเป็นวัยแห่งการค้นหาและเรียนรู้ บางครั้งยังไม่ค่อยเข้าใจและยังไม่รู้จักตนเอง ต้องการการลองผิดลองถูกรวมทั้งต้องการพื้นที่ในการแสดงออกเพื่อลองผิดลองถูก เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและนำมาใช้ปรับเปลี่ยนตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างได้เล่าความคิดเห็นและประสบการณ์ของตนเองให้ฟังดังนี้

"มีความรู้สึกว่าเรายังเป็นกึ่งเด็กกึ่งผู้ใหญ่ คือ ไม่รู้จะเป็นอะไรดี ยังหาตัวเองไม่เจอ ไม่รู้ว่าเราเป็นแบบไหน ชอบอะไร บางทีก็ใช้วิธีทดลองดู เช่น ทำผมแบบที่เราคิดว่าเหมาะกับตัวเองแล้วเอาไปโพสต์ดูในเฟสบุ๊ค แล้วดูว่าคนอื่นมีความเห็นอย่างไร ชอบเหมือนเราไหม มันก็เป็นวิธีหาตัวเองแบบหนึ่งว่า เพื่อนๆยอมรับเราแบบนี้ไหม แล้วเราชอบตัวเองแบบนี้ไหม" (นัฐชัย เสือแย้ม, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"เคยโพสต์ภาพตัวเองแบบทำท่าแอ๊บแบ๊วเหมือนดารา ก็ทำไปตามแบบดาราที่เราชอบ แล้วน้าเขามาเห็นในเฟสบุ๊ค เขาก็มาบอกว่าทำไมโพสต์ภาพแบบนั้นมันไม่น่ารักสมวัย เขาบอกว่าเรายังเด็กอยู่น่าจะโพสต์รูปแบบใสใสน่ารักเป็นธรรมชาติแบบเด็กๆดีกว่า เราก็ฟังนะ แล้วเอาภาพแบบถ่ายเล่นๆธรรมชาติกับเพื่อนมาลง น้ากับเพื่อนๆกับคนอื่นๆเขาก็มาชมมากดไลค์ ก็เลยรู้ว่า ภาพเลียนแบบดารามันเกินวัยไปหน่อย ก็ได้เรียนรู้ตัวเองไปด้วย" (เปรมิกา จงจินดา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มพบข้อมูลในภาพรวมเกี่ยวกับการแสดงออกในโลกของสื่อใหม่คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า สิ่งที่ตนแสดงออกไปในโลกของสื่อใหม่นั้นมีทั้งสิ่งที่เป็นตัวตนของตนเองและสิ่งที่ไม่ใช่ตัวตนของตนเอง เมื่อจำแนกข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนี้ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มพบว่ามีข้อมูลแตกต่างกันออกไปเล็กน้อยคือ ในขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ตัวตนที่แสดงออกในโลกของสื่อใหม่นั้นตรงกับตัวตนของตนเองในโลกแห่งความจริง กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นกลับให้ความเห็นที่แตกต่างกันว่า บางครั้งสิ่งที่ได้แสดงออกไปนั้นตนเองก็ยังไม่แน่ใจว่าใช่ตนเองจริงหรือไม่ โดยอธิบายเพิ่มเติมว่า แม้ในโลกแห่งความเป็นจริงบางครั้งก็ยังเกิดความรู้สึกสงสัยเกี่ยวกับตัวตนและการแสดงออกของตนเองอยู่เช่นกัน ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นดังนี้

"ยอมรับว่าในชีวิตจริงก็ยังไม่ค่อยเข้าใจตัวเอง คือยังมองไม่เห็นภาพของตัวเองที่ชัดเจนว่า เราคือใคร เราจะเติบโตเป็นอย่างไร การแสดงออกในโลกออนไลน์หรือโลกของสื่อใหม่บางครั้งมันก็เป็นการทดลอง หรือลองดูมากว่า" (อัครภพ แก้วตา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นคนหนึ่งยอมรับว่าตอนเคยใช้การโพสต์ข้อความลงในเฟสบุ๊คเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้อื่นและอยากให้คนมากดชอบ โดยที่ตนเองก็ยังไม่แน่ใจในสิ่งที่ตนเองเขียนแสดงความคิดลงไป

“เคยแบบว่าเขียนข้อความลงไปในเฟสบุ๊คเกี่ยวกับความคิดเห็นอะไรพวกนี้ ซึ่งตัวเองก็ยังไม่ค่อยเข้าใจ แต่เขียนไปเพื่อจะดูว่าคนอื่นเขาจะมากดไลค์ให้ไหม มาเขียนความคิดเห็นยังไงกับข้อความของเรา ก็ยอมรับว่าเขียนลงไปเพื่อทดสอบว่าคนอื่นเขาจะตอบรับอย่างไรกับสิ่งที่เราเขียน ทั้งที่ก็ยังงงๆ กับสิ่งที่ตัวเองเขียนอยู่เหมือนกัน” (ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ความเห็นว่า สามารถนำสื่อใหม่มาใช้ปลดปล่อยพลังในเชิงสร้างสรรค์ได้ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อทำโครงงานต่างๆส่งครูเสร็จแล้วก็สามารถนำมาแสดงออกผ่านสื่อใหม่ได้ เช่น การโพสต์หนังสั้นและมิวสิควิดีโอที่ตนเองผลิตในชั้นเรียนลงบนยูทูป

“เราเรียนคณะนิเทศศาสตร์ อาจารย์จะให้ทำงานผลิตมิวสิควิดีโอ หนังสั้น พอทำเสร็จก็เอามาลงไว้บนยูทูปให้คนอื่นช่วยดูช่วยออกความเห็นด้วย พอมาเห็นงานตัวเองบนยูทูปก็จะรู้สึกภูมิใจด้วย” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“ผมชอบร้องเพลง แล้วก็มีคนชมว่าร้องได้ดี เคยประกวดในงานของโรงเรียนก็ได้รางวัล แล้วก็ชอบร้องเพลงมาก เคยร้องเพลงในห้องสตูดิโอแล้วบันทึกเป็นวิดีโอไว้ เอามาลงในยูทูปแล้วโพสต์ลิงค์ให้เพื่อนๆและอาจารย์ดู ให้ช่วยติชมกัน ก็รู้สึกภูมิใจเวลาเห็นคนมากดไลค์ให้เรา ถือเป็นการปล่อยพลังเชิงสร้างสรรค์ด้วย หากมีคนมาเห็นและสนใจก็สามารถติดต่อจ้างให้เราไปออกงานได้” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

6.) สื่อใหม่กับค่านิยมในการทำงานเพื่อหารายได้ของเยาวชน

ผลการวิจัยพบข้อมูลที่น่าสนใจคือ กลุ่มตัวอย่างบางคนมีความเห็นว่าสื่อใหม่มีส่วนส่งเสริมค่านิยมในการทำงาน เยาวชนเพศหญิงจำนวนหนึ่งคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายได้นำสื่อใหม่มาใช้เป็นช่องทางในการทำงานเพื่อหารายได้ โดยการประกอบธุรกิจขายเสื้อผ้าและกระเป๋าแฟชั่นผ่านเครือข่ายโซเชียลมีเดียประเภทเฟสบุ๊ค

“ตัวเองใช้ไอโฟน 4S ซึ่งถือว่ามีบทบาทอย่างมาก เป็นเหมือนลูกสาวคนหนึ่งของตัวเองก็ว่าได้ เพราะว่ามันสามารถทำได้ทุกอย่างตั้งแต่ อัพรูป โหลดรูป เช็คเฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ กูเกิ้ล ไลน์ และแอพพลิเคชั่นต่างๆมากมาย สะดวกสบายในการใช้งาน สามารถติดต่อได้หลายช่องทางและประหยัดเงินด้วย โดยส่วนตัวเป็นคนติดโทรศัพท์มากเพราะต้องติดต่อกับเพื่อนๆและอีกอย่างหนึ่งคือตัวเองได้ทำกิจการร้านค้าออนไลน์เป็นของตัวเอง ขายในเฉพาะเฟสบุ๊คคือมีเพจของร้านเป็นของตนเอง ก็ขอขอบคุณแอพพลิเคชั่นต่างๆในตัวโฟนที่ทำให้การขายของเป็นเรื่องง่าย สามารถติดต่อกับลูกค้าได้โดยไม่ต้องใช้คอมพิวเตอร์ และที่สำคัญคือไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางออกไปห้างหรือธนาคารเพราะเรา

สามารถทำธุรกรรมโอนเงินจ่ายเงินกันผ่านโทรศัพท์มือถือได้" (รัชนก ศรีสุข, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เหลือให้ความเห็นว่า การที่เยาวชนสามารถนำเครือข่ายโซเชียลมีเดียมาใช้เป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพได้ถือเป็นเรื่องที่น่าภาคภูมิใจ หากตนมีโอกาสก็อาจจะทำธุรกิจค้าขายผ่านเครือข่ายของสื่อใหม่เช่นกัน เพราะเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องลงทุนมาก เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมชอบซื้อของออนไลน์ รวมทั้งเป็นลักษณะอาชีพที่มีความเป็นอิสระสูง

4.2.1.2 สื่อใหม่กับการสร้างค่านิยมทางสังคมในเชิงลบ

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่า กลุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตระหนักว่าการใช้สื่อใหม่นอกจากจะนำมาซึ่งค่านิยมและพฤติกรรมที่สร้างสรรค์แล้ว หากไม่รู้จักวิธีใช้หรือใช้สื่อใหม่โดยไม่ถูกวิธีก็สามารถนำมาซึ่งค่านิยมในเชิงลบได้ โดยผลการสัมภาษณ์กลุ่มพบข้อมูลความคิดเห็นจากเยาวชนเกี่ยวกับค่านิยมในเชิงลบที่เกิดจากสื่อใหม่ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.) สื่อใหม่กับค่านิยมการลอกเลียนแบบและตามกระแสในทางที่ผิด

กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า บางครั้งการใช้สื่อใหม่ส่งผลให้เกิดค่านิยมและพฤติกรรมการเลียนแบบ รวมทั้งการตามกระแสในทางที่ผิด โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าการตามกระแสมากๆจะทำให้ขาดความเป็นตัวของตัวเอง เพราะกลัวว่าตนเองจะตกกระแส เห็นใครทำอะไรหรือมีสิ่งใดก็ต้องทำตามหรือมีด้วย เช่น การใช้ของหรือซื้อของตามดาราในอินสตาแกรม การแต่งตัวโป๊ล่อแหลมตามดารา การมีพฤติกรรมฟุ่มเฟือย อยากได้อยากมีตามที่เห็นคนอื่นมี

"สื่อใหม่มันก็ส่งผลกระทบในด้านลบ คือเหมือนทำให้เรามีการคล้อยตามกระแสสังคมง่ายขึ้น กลัวตกเทรนด์ ขาดความเป็นตัวของตัวเอง ติดเทคโนโลยีมากเกินไป ตามทุกเรื่องทุกกระแส เห็นใครแต่งอะไรก็แต่งตาม เห็นใครมีอะไรโพสต์อะไรก็ต้องโพสต์ตาม" (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ว่าตนเองก็มีพฤติกรรมเลียนแบบดารานักแสดงและตามกระแสสังคมบ้าง โดยเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างบอกว่ามีการลอกเลียนแบบมากที่สุดคือ การเลียนแบบแฟชั่น ทรงผม และการแต่งกายตามดารานักแสดงทั้งไทยและต่างประเทศ นอกจากนั้นคือการเลียนแบบลักษณะการโพสต์ท่าทางเวลาถ่ายรูปตามดารานักแสดง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า การเข้าไปดูรูปภาพหรือสิ่งที่คนอื่นๆนำมาลงไว้ในสื่อโซเชียลมีเดีย จะก่อให้เกิดความรู้สึกอยากได้อยากมีเหมือนกับผู้อื่น และเกิดความต้องการตามกระแส โดยบางครั้งไม่ได้เป็นความรู้สึกที่แท้จริงหรือตัวตนของตนเอง แต่เป็นสิ่งที่ถูกกดดันจากสังคม อย่างไรก็

ตาม ความรู้สึกอยากได้อยากมีและการเลียนแบบของแต่ละคนเกิดขึ้นในระดับที่แตกต่างกัน ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เคยเห็นพวกดาราโพสต์เสื้อผ้า กระเป๋า ลงในอินสตาแกรม ยอมรับว่า มันทำให้เราอยากมีอยากได้ไปด้วย แต่ก็ไม่ได้เลียนแบบหรือทำตามไปทุกอย่าง บางอย่างที่เกินตัวแบบ เฟอร์บี้ ตัวละเจ็ดพันบาทเราก็ไม่เอา แต่ยอมรับว่าพอเข้าไปดูบ่อยๆก็อดคล้อยตามไม่ได้ในบางเรื่อง” (ภัสรา พรหมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“ก็เป็นเรื่องปกติ คือเราเป็นวัยรุ่น ทำอะไรก็ต้องมีการตามกระแสกันอยู่แล้ว วัยรุ่นกลัวตกเทรนด์ ก็ต้องมีการตามเทรนด์ตลอดเวลา แต่เราก็ต้องดูด้วยว่าอะไรเหมาะกับเราหรือไม่เหมาะกับเรา จะตามไปทุกเรื่องก็คงไม่ได้” ” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ผลการสัมภาษณ์พบว่าเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจากทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ยอมรับว่าสื่อใหม่มีผลทำให้เกิดความรู้สึกต้องการเลียนแบบ และตามกระแสสังคม โดยเฉพาะการเลียนแบบดารานักแสดง แต่ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าตนสามารถควบคุมความรู้สึกของตนเองได้ อาจมีการเลียนแบบบ้างในเรื่อง เช่น แฟชั่น การแต่งกาย และลักษณะของการโพสต์ท่าในการถ่ายรูป แต่ยังสามารถควบคุมตนเองได้ โดยพยายามไม่ลอกเลียนแบบในทางที่ผิดและก่อให้เกิดอันตราย

2.) สื่อใหม่กับค่านิยมการเรียกร้องความสนใจในทางที่ไม่ถูก

เกี่ยวกับประเด็นนี้ กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ความเห็นว่า สื่อใหม่นำมาซึ่งค่านิยมในการเรียกร้องความสนใจจากสังคมและผู้อื่น โดยวิธีการเรียกร้องมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่รูปแบบทั่วไป เช่น การโพสต์ภาพและข้อความพร่ำเพรื่อเพื่อให้คนมากดถูกใจ จนถึงค่านิยมการเรียกร้องความสนใจในแบบผิดๆ เช่น การโชว์ภาพวาบหวาม โป๊เปลือย ของตนเอง เพราะอยากให้มีคนมาติดตามและกดไลค์

“ยอมรับว่าเราต้องใช้สื่อใหม่เพื่อให้มีพื้นที่อยู่ในกระแสสังคม ไม่ห่างหายไปจากสังคมเพื่อน การจะทำให้เพื่อนยังจำได้ว่าเรายังอยู่ในสังคมสื่อใหม่ก็คือต้องมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา แต่บางครั้งพบว่าบางคนก็เคลื่อนไหวแบบเยอะไป คือเป็นลักษณะของการเรียกร้องความสนใจ โพสต์เพื่อเรียกกระแสแต่ไร้สาระ อยากให้มีคนมากดถูกใจ สร้างภาพความป๊อปปูลาร์ให้กับตนเอง” (นันทวัฒน์ แก้วมณี , สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เห็นบ่อยคือ พฤติกรรมการโพสต์พร่ำเพรื่อ ไร้สาระ เรียกร้องความสนใจจากคนอื่น เป็นสิ่งที่น่ารำคาญมาก อันนี้เป็นการใช้สื่อใหม่ในทางที่ผิด ใช้เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้อื่น แสดงให้เห็นว่าตัวจริงเป็นคนขาดความอบอุ่น เลยต้องทำอะไรเพื่อเรียกร้องให้คนมาสนใจ” (อัครภพ แก้วตา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“บางคนคือแข่งกันมีเพื่อนเยอะๆในเฟสบุ๊ค ซึ่งอาจจะไม่รู้จักกันเลยด้วยซ้ำ ก็แอดกันไปมาให้จำนวนดูเยอะๆจะได้ดูเป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ดี หรือบางครั้งก็โพสในอินสตาแกรมเพื่อเรียกร้องให้มีคนมากดติดตาม (Follow) เยอะๆ” (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เราก็เห็นกันในภาพข่าว และในภาพที่ส่งต่อๆกันมาทางโซเชียลมีเดียว่า เด็กวัยรุ่นบางคนก็ต้องการเรียกร้องความสนใจในโซเชียลมีเดีย โดยถึงกับมีการแก้ผ้าถ่ายรูปลงคลิปก็มี ซึ่งมันเป็นการรับวัฒนธรรมมาแบบผิดๆ” (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เชื่อว่าทุกคนต้องเคยเห็นคือ นมแลกไลค์ ที่มีเด็กวัยรุ่นผู้หญิงโพสต์ภาพตัวเองเปลือยอก แล้วมาขอให้คนที่เห็นกดไลค์ให้ คือยอมโชว์หน้าอกเพื่อแลกกับไลค์ มันน่าเกลียดมาก นี่เป็นผลด้านลบของสื่อใหม่จริงๆ” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“อย่างเรื่อง น้องเนยรักโลก ก็เหมือนกัน แรกๆก็ดูตลกดีว่ารักโลกเลยไม่กินผัก ตอนหลังเริ่มโพสต์บ่อยๆเพื่อให้คนมาสนใจ มากดไลค์ อันนี้เป็นพฤติกรรมเรียกร้องความสนใจของเด็กที่เกิดมาจากการใช้สื่อใหม่” (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างบางคนให้ความเห็นว่า การใช้สื่อใหม่เพื่อเรียกร้องความน่าสนใจจากผู้อื่นเป็นเรื่องน่ารำคาญ ขณะที่บางคนยอมรับว่าตนเคยใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการเรียกร้องความสนใจจากผู้อื่นแต่เป็นวิธีการเรียกร้องความสนใจเล็กๆน้อยๆ เช่นการโพสต์ข้อความหรือรูปภาพที่น่าสนใจหรือตลกขบขัน เพราะต้องการให้ผู้อื่นมากดไลค์ให้ แต่ไม่เคยใช้วิธีเรียกร้องความสนใจถึงขั้นล่อแหลมและอันตรายอย่างเช่นการโพสต์ภาพโป๊เปลือยวาบหวามของตนเอง

3.) สื่อใหม่กับค่านิยมเป็นคนใจร้อน อารมณ์รุนแรงและไม่อดทน

ผลการวิจัยพบข้อมูลว่า พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่นำมาซึ่งค่านิยมเกี่ยวกับความสะดวกรวดเร็วในการใช้ชีวิต แต่ขณะเดียวกันก็สร้างค่านิยมผิดๆโดยที่ผู้ใช้อาจไม่รู้ตัว โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่าเยาวชนจากทั้งสองกลุ่มยอมรับว่าการใช้สื่อใหม่เป็นระยะเวลานานๆทำให้ตนเองยึดติดกับค่านิยมของความรวดเร็ว ส่งผลให้กลายเป็นคนใจร้อน มีอารมณ์รุนแรง และเป็นคนไม่อดทนโดยไม่รู้ตัว โดยการสร้างค่านิยมเป็นคนใจร้อนและไม่อดทนอันเป็นผลจากสื่อใหม่ของแต่ละคนอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน กลุ่มที่คิดว่าสื่อใหม่ส่งผลต่อค่านิยมไม่อดทนและใจร้อนในระดับเล็กน้อยได้ให้ความเห็นไว้ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“พวกผู้ใหญ่ชอบว่าพวกเราว่าใจร้อน ไม่อดทน ซึ่งความจริงมันก็มีบ้าง คือ พวกเราเกิดในยุคสมัยที่อะไรมันก็รวดเร็วสะดวกสบาย เพราะเทคโนโลยีสื่อใหม่เข้ามาสร้างความสะดวกสบาย ทำให้เราไม่ชอบรออะไรนานๆ แต่ถึงขั้นว่าเป็นคนใจร้อนไหมคิดว่า โดยส่วนตัวแล้วตัวเองยังไปไม่ถึงขั้นนั้น คือถ้าอะไรจำเป็นต้องรอก็รอได้” (นัฐชัย เสือแย้ม, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“เรื่องใจร้อนไม่อดทนก็มีบ้าง ถามว่ามันเกิดเพราะการใช้สื่อใหม่หรือไม่ก็คงปฏิเสธไม่ได้ มันมีในระดับหนึ่งคือ ชีวิตของสื่อใหม่มันสะดวกรวดเร็ว อยากรู้อะไรอยากทำอะไรก็ทำได้เดี๋ยวนั้น ที่ไหนก็ได้ ทำให้เวลามาอยู่ในโลกของความจริงแล้ว เวลาที่เราต้องรออะไรนานๆเราจะรู้สึกเบื่อและอึดอัด” (ภานุเดช จักรเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

เมื่อลองตั้งคำถามถึงตัวอย่างของเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าตนเองเกิดความรู้สึกไม่สามารถอดทนกับสิ่งรอบตัวได้เพราะค่านิยมใจร้อนที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่ พบกรณีตัวอย่างในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนและการลงทะเบียนเรียน ดังคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายต่อไปนี้

“อย่างเรื่องการเรียนอันนี้ยอมรับเลยว่าน่าเบื่อมาก เวลาต้องเดินเรื่องต่างๆ เช่น ลงทะเบียนเพิ่มถอนรายวิชา กลุ่มเต็มอะไรต่างๆ ต้องเดินเรื่องเอกสารยุ่งยากมาก ต้องใช้เวลามากในการไปตามหาลายเซ็นจากอาจารย์ตั้งหลายคน เดินจนขาลากเพื่อล่าลายเซ็น หมดเวลาเรียนไปทั้งวันเพื่อเรื่องนี้ แล้วพอไปถึงทะเบียนเอาเรื่องไปยื่นก็ต้องรออีกเป็นอาทิตย์กว่าที่จะรู้ผล ถ้าเจออะไรแบบนี้ขอบอกว่าเซ็งมาก ถ้าจะหาว่าใจร้อนเพราะใช้สื่อใหม่ก็ยอมล่ะ” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“เข้าใจความรู้สึกแบบนี้ คือโลกปัจจุบันมันเป็นโลกของเทคโนโลยีที่สร้างความสะดวกสบาย ย่นเวลาให้กับชีวิต เราจะทำธุรกรรมอะไรก็ง่ายดาย เช่น โอนเงิน เติมเงิน ซื้อของ ก็กดๆในโทรศัพท์ไม่กี่นาทีก็เสร็จ แต่พอออกมาอยู่ในโลกของความจริง เราก็ต้องยอมรับว่าเราไม่ใช่ทุกอย่างมันจะรวดเร็วทันใจเสมอไปหมด อะไรทนได้ก็ทน หรือบางทีไม่อยากจะทนก็ต้องทน” (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“เกี่ยวกับเรื่องเรียนก็มีบ้าง อันนี้เจอมากับตัวคือ เราก็ไม่รู้ตัวเองว่าใจร้อน คือมีอยู่วันหนึ่งไปส่งงานอาจารย์แล้วพอส่งเสร็จก็ถามเรื่องคะแนนเก็บกับอาจารย์ว่าได้เท่าไหร่ อาจารย์ก็มองหน้าแล้วถามว่านี่เพิ่งส่งงานครูเมื่อกี้ถามคะแนนเก็บแล้วหรือ ยังไม่ได้ตรวจเลยจะเอาคะแนนที่ไหนมาบอก ครูไม่ใช่คอมพิวเตอร์ประมวลผลนะจะได้ส่งงานปุ๊บออกคะแนนปั๊บ เราก็ฟังครูว่าแล้วก็กลับมาคิดว่า เออจริงของครู เราติดกับความรวดเร็วของเทคโนโลยีจนลืมความจริงไปว่าโลกข้างนอกกับโลกเทคโนโลยีมันต่างกันนะ แต่ยอมรับว่าไม่รู้ตัวจริงๆว่ากลายเป็นคนใจร้อนเพราะเทคโนโลยี” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างหนึ่งคนเป็นเพศหญิงจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ข้อมูลว่า ยอมรับว่าตนเองเป็นคนใจร้อนมาก และเป็นผลมาจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ซึ่งเข้ามาสร้างนิสัยชอบเอาชนะ ความเป็นคนใจร้อน อารมณ์รุนแรงให้กับตนเอง ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์

“เป็นคนติดเกมคอมพิวเตอร์มาก ชอบเล่นและชอบเอาชนะให้ได้ เวลาที่เล่นแล้วแพ้จะโมโหมาก ถึงขนาดเคยทุบเครื่องคอมพิวเตอร์เพราะโมโหเวลาที่ตัวเองเล่นแพ้ แล้วก็รู้ตัวว่าติดนิสัยใจร้อนกับ

อารมณ์รุนแรงแบบนั้นมาจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เวลาอยู่ในสังคมกับกลุ่มเพื่อนจะเป็นคนอารมณ์ร้ายที่สุด ชอบเหวี่ยงชอบวีน จะมีเรื่องกับคนอื่นบ่อยๆ แต่โชคดีที่มีเพื่อนคอยช่วยปรามไว้" (รัชนก ศรีสุข , สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

4.) ค่านิยมการเสพติดสื่อใหม่

การเสพติดการใช้สื่อใหม่ถือเป็นค่านิยมทางลบที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่เป็นระยะเวลานานๆ โดยกลุ่มตัวอย่างทุกคนที่เข้าร่วมสัมภาษณ์กลุ่มยอมรับว่าตนเองติดการใช้สื่อใหม่ แต่ลักษณะการติดจะอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือบางคนติดมาก บางคนติดน้อย บางคนสามารถควบคุมตนเองได้ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับค่านิยมการเสพติดสื่อใหม่ดังต่อไปนี้

"สื่อใหม่ๆที่เข้ามานั้นจริงๆแล้วมีประโยชน์ต่อคนใช้มาก แต่บางคนนำสื่อมาใช้ไม่ถูกวิธี อย่างเช่น สมาร์ทโฟน วัยรุ่นส่วนใหญ่จะมีกันทั้งนั้น แต่อาจเป็นการใช้มากจนถึงขั้นติดหรืออาจเรียกได้ว่าเสพติดสมาร์ทโฟน เพราะจะเล่นตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเวลาเรียน เวลากินข้าว เวลาอยู่กับเพื่อน ทำให้สื่อสารกับเพื่อนที่อยู่ต่อหน้าน้อยลง เป็นผลกระทบอย่างหนึ่งต่อเรื่องของการสื่อสารแบบต่อหน้า ทำให้พูดคุยกับเพื่อนที่อยู่ด้วยกันน้อยลง" (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"พวกอินเตอร์เน็ตก็เหมือนกัน คือจะมีพวกที่ติดเกมออนไลน์ถึงขั้นเสพติดเกมออนไลน์ ไม่กินข้าว เสียการเรียน นั่งอยู่แต่หน้าจอคอมพิวเตอร์ทั้งวัน ทำให้เสียสายตาและร่างกายอาจเปลี่ยนแปลงได้ เพราะไม่ได้ออกกำลังกายหรือลุกไปไหนนอกจากห้องน้ำ" (ภัสรา พรหมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"จากความรวดเร็วของสื่อใหม่นี้ทำให้ช่วงหลังๆตัวเองกลายเป็นคนที่ติดสื่อใหม่เป็นอย่างมาก เรียกได้ว่าเมื่อไหร่ที่ตนเองว่างหรือไม่รู้จะทำอะไร แม้แต่เวลาตื่นนอน เดินทาง กินข้าว ไปเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน หรือก่อนเข้านอน ก็ต้องคอยเล่นพวกสื่อใหม่นี่ตลอดเวลา จนรู้ว่าบางทีทำให้คนรอบข้างเกิดความรำคาญอึดอัดเวลาที่อยู่กับเรา เพราะเราเอาแต่เล่นและสนใจอยู่กับสื่อใหม่" (รชต สุขใจ , สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"เวลาไปเดินเล่นที่ห้างสรรพสินค้าเราจะเห็นอย่างมากว่าวัยรุ่นสมัยนี้นิยมแชท (สนทนา) ผ่านทางโทรศัพท์ของตนเองมากกว่าที่จะโทรคุยหรือพูดคุยกันต่อหน้า โทรศัพท์แทนที่จะเอาไว้พูดคุยสนทนา ตอนนี้กลายเป็นว่าเอาไว้ดู เอาไว้กดจิ้มแทน บางทีเห็นวัยรุ่นนั่งอยู่ด้วยกันแต่ไม่พูดกัน ต่างคนต่างจิ้มกดกันแต่หน้าจอโทรศัพท์ของตัวเอง ติดโทรศัพท์จนลืมสนใจคนรอบข้าง ให้ความสำคัญกับการพูดจาและพบปะกันตัวต่อตัวน้อยลง" (ภัทรพงษ์ งามวิไล, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"Blackberry เป็นโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่เป็นสื่อใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนชีวิตของผม มันทำให้ผมเปลี่ยนชีวิตไปมาก จากการที่สมัยก่อนมีโทรศัพท์รุ่นธรรมดาอาศัยแค่โทรเข้าโทรออกได้ก็พอ โทรเสร็จปุ๊บก็วางสายเก็บเข้ากระเป๋า วันๆแทบจะนับครั้งที่จับโทรศัพท์ได้เลย แต่พอวันหนึ่งผมได้จับโทรศัพท์

Blackberry ขึ้นมา ชีวิตผมก็ค่อยๆเปลี่ยนไป จากการที่ไม่ค่อยจับโทรศัพท์ ก็จับโทรศัพท์มากขึ้น คอยเช็คดูว่ามีใครพิมพ์มาหาเราบ้างไหม คอยอัพเดทสเตตัสขึ้นเฟสบุ๊ค หรือบางครั้งหาสถานที่อร่อยๆในโปรแกรมโฟร์สแควร์ (Foursquare) บางทีก่อนกินอาหารก็ถ่ายรูปเก็บไว้สักหน่อย เผื่อแชร์ให้เพื่อนๆเห็นและอีกหลายๆอย่าง บางทีผมก็รู้ว่านิสัยติดโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผมไม่ดี แต่มันก็ไม่มีอะไรเฟอร์เฟ็ค (Perfect) ดีเสมอไปหมด" (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"ยอมรับว่าสื่อสังคมออนไลน์มันกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตไปแล้ว จนชีวิตแทบจะขาดกูเกิล วิกิพีเดีย เฟสบุ๊ค ยูทูป และอีเมล์ไม่ได้ ในแต่ละวันสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินชีวิต เช่น ตื่นมาตอนเช้าก็ต้องเข้าเฟสบุ๊คก่อนเพื่อเช็ค อัพเดทข้อมูลข่าวสารต่างๆ จะกินข้าวก็ต้องอัพรูปอาหารก่อน ต้องเช็คอินว่าตอนนี้อยู่ที่ไหน ตั้งสถานะว่าทำอะไรอยู่ ไม่ว่าจะตอนไหนๆหรือกระทั่งก่อนจะนอนก็ต้องเข้าเฟสบุ๊คเสมอไม่เช่นนั้นจะนอนไม่หลับ" (นิพาพร โพธิ์แก้ว, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"ปัจจุบันผมใช้ไอโฟน 3GS ที่เพิ่งซื้อมือสองมาไม่นานนี้ ด้วยเหตุผลที่ว่าอยากได้โทรศัพท์ใหม่เท่านั้น แต่พอซื้อมาได้สักพักก็เริ่มเบื่อกับมัน เพราะเรายังไม่ชินกับเครื่องเก่าที่เคยใช้อยู่เลยไปหาแอพพลิเคชั่นมาเล่น บางอันก็ต้องเสียเงิน บางอันก็โหลดฟรี เช่น โปรแกรมแชท หรือโปรแกรมที่ถ่ายรูป เพราะเราสามารถถ่ายรูปสวยๆไปอวดเพื่อนได้ หรืออาจถ่ายรูปอาหารอัพลงในโปรแกรมโฟว์สแควร์เพื่อคอมเม้นให้เห็นว่าเราไปร้านนั้นจริงๆ นานวันเข้าผมยิ่งโหลดหลายโปรแกรมมากขึ้นโดยเฉพาะโปรแกรมแชท (สนทนา) ที่วันๆเอาแต่นั่งพิมพ์คุยอยู่กับเพื่อนฝูง ทั้งเวลาเรียนและเวลาทำงาน มันทำให้ชีวิตผมเปลี่ยนไปในทางที่แย่มากกว่าทางที่ดี ผมเลยมานั่งคิดดูดีๆแล้วว่า เราจะมานั่งเล่นโทรศัพท์มือถือไปตลอดอย่างนี้คงไม่ดีแน่ นี่ก็อยู่ปีสี่แล้ว ถ้าเราไปทำงานล่ะ สักวันหนึ่งเราจะต้องห่างจากโทรศัพท์ให้ได้ ผมจึงตัดสินใจแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ โดยการไม่เติมเงินโทรศัพท์ที่เป็นค่าอินเตอร์เน็ต เติมเงินไว้แต่เป็นค่าโทรศัพท์โทรออก ถึงจับโทรศัพท์บ่อยแค่ไหนก็ไม่มีทางได้เล่นแชท (สนทนา) กับเพื่อนๆมันเป็นวิธีที่ดีเลยทีเดียว หลังจากนั้นผมก็ทำใจให้ชิน อยากเล่นโทรศัพท์ก็ต่อหา WIFI เล่นเอา ทุกวันนี้มันทำให้ผมประหยัดค่าเติมเงินโทรศัพท์ไปได้เยอะเลย" (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างยอมรับว่าค่านิยมการเสพติดสื่อใหม่ของตนส่งผลต่อการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องชีวิตส่วนตัว สุขภาพและการเรียน กลุ่มตัวอย่างเพศชายจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นให้ข้อมูลว่าตนติดการใช้งานคอมพิวเตอร์ในระดับที่มากและส่งผลกระทบต่อการเรียนดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

"การติดสื่อใหม่นี่มันเป็นนิสัยที่แก้ยากมาก บางทีคนรอบข้างก็บ่นว่าให้บ้างเหมือนกัน เพราะเรามัวแต่สนใจเจ้าไอโฟน เจ้าแชท (สนทนา) สนใจอัพรูป อัพสถานะต่างๆนาๆ บางทีอยู่กับเพื่อนแต่ไม่ได้

คุยกับเพื่อนเลย เป็นข้อเสียที่เราติดโทรศัพท์มากเกินไป บางทีเกิดการปวดเมื่อยตามร่างกาย ปวดนิ้วบ้าง แต่ก็ยังเล่นอยู่เป็นประจำ" (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"การติดสื่อใหม่ทำให้ผมเป็นคนขี้เกียจ อย่างเวลาครูสั่งการบ้าน ในหัวของผมจะมีแต่คำว่า เดี๋ยว มากขึ้นทุกวัน เวลาตอนอยู่บ้านผมมีความตั้งใจที่จะทำการบ้านให้เสร็จ แต่พอมาอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์แล้ว ผมรู้สึกว่าเหมือนจะมีพลังงานอะไรบางอย่างทำให้ความรู้สึกที่อยากจะทำการบ้านหายไปเกือบหมด ก็คือใจหนึ่งบอกว่าจะต้องรีบทำการบ้านอีกใจหนึ่งก็บอกว่าเดี๋ยวค่อยทำก็ได้ มีเวลาอีกเยอะ ผลออกมาก็คือ บางวันกว่าจะทำการบ้านเสร็จก็ตีสองตีสาม จากนั้นก็เล่นเฟสบุ๊คต่ออีกประมาณครึ่งชั่วโมงทั้งๆที่ไม่มีความเคลื่อนไหวอะไร แต่ก็นั่งดูไปเรื่อยๆ บ่อยครั้งที่ผมนั่งดูการ์ตูน เล่นเกมออนไลน์ จนทำให้ผมไปเรียนสาย แต่ก็มีบางครั้งที่รู้สึกว่าอยู่ในโลกอินเตอร์เน็ตมากเกินไปจนลืมโลกแห่งความจริง" (อัครภพ แก้วตา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างจากทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าตนติดการใช้สื่อใหม่ โดยเฉพาะสมาร์ทโฟนในระดับที่ยังสามารถควบคุมได้ ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 1 คน ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นให้ข้อมูลว่าตนเองติดสื่อใหม่ประเภทคอมพิวเตอร์เกมในระดับที่มากบางครั้งควบคุมตนเองไม่ได้ เล่นจนดึกดื่นและส่งผลกระทบต่อการเรียน คือตื่นไปโรงเรียนไม่ทัน และสมองไม่แจ่มใสส่งผลให้เรียนหนังสือไม่เข้าใจ

"ผมติดเกมคอมพิวเตอร์อย่างมาก ยอมรับครับ เริ่มจากตอนเด็กๆเล่นเกมจากเพลย์สเตชั่น (Play Station) ก็เริ่มติดแล้ว หลังจากนั้นพอโตขึ้นที่บ้านซื้อคอมพิวเตอร์ให้ใช้สำหรับการเรียน ก็ลองเริ่มเล่นเกมคอมพิวเตอร์ทั้งเล่นเกมแผ่นและเกมออนไลน์ ก็ยิ่งติดมากขึ้น กลับมาจากโรงเรียนปุ๊บก็เล่นเลย เล่นถึงเที่ยงคืน ถ้าเป็นช่วงเสาร์อาทิตย์หรือปิดเทอมบางทีเล่นจนถึงตีหนึ่งตีสอง ยอมรับว่าติดมากและส่งผลต่อสุขภาพ คือกลายเป็นคนอ้วน แล้วก็เรื่องการเรียนคือ ตื่นไปโรงเรียนไม่ไหว นั่งเรียนก็ไม่รู้เรื่องมันง่วงๆมึนๆ สมองไม่แจ่มใส การเรียนก็ผ่านบ้าง ตกบ้าง รู้ตัวว่าสิ่งที่ทำมันไม่ดี ซึ่งที่บ้านก็คอยเตือนอยู่ แต่ยอมรับว่าควบคุมตัวเองไม่ค่อยได้" (ภานุเดช จักรเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คน เป็นชายหนึ่งคนและหญิงหนึ่งคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ข้อมูลว่าตนติดโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมาก ต้องนำมาเช็คดูตลอดเวลา ไม่สามารถอยู่ห่างจากสมาร์ทโฟนได้เลย และบางครั้งถึงกับขโมยเงินผู้ปกครองมาใช้เติมเงินโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของตนเอง

"ผมติดสมาร์ทโฟนมากครับ ใช้ไอโฟนอยู่ ติดแบบว่าต้องหยิบขึ้นมาดูตลอดเวลา ไม่สามารถให้มันห่างตัวเองได้เลย ในห้องเรียนก็ยังหยิบมาดู เคยมีครั้งหนึ่งโดนอาจารย์ว่าเรื่องใช้โทรศัพท์ในห้องเรียน อาจารย์เตือนแล้วหลายครั้งผมก็ห้ามตัวเองไม่ให้หยิบขึ้นมาดูไม่ได้ อาจารย์เลยเดินมาหลังห้องแล้วหยิบไอโฟนไป บอกว่าเดี๋ยวเรียนเสร็จแล้วค่อยมารับคืน อาจารย์ไม่ได้ดุหรือด่าแค่มาขอไปเก็บไว้เพราะผมควบคุมตัวเองไม่ได้ ตอนนั้นผมรู้สึกกระวนกระวายมาก ใจสั่นมือสั่นแบบว่าจะร้องไห้ทั้งที่

ไอโฟนมันก็ไม่ได้ไปไหน อาจารย์วางไว้บนโต๊ะหน้าห้องก็เห็นๆอยู่ แต่แบบว่าจิตใจมันไม่อยู่กับเนื้อกับตัว บอกไม่ถูก รู้ตัวว่าตัวเองติดไอโฟนมากอย่างรุนแรง ก็พยายามจะหาวิธีแก้อยู่" (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"ตัวเองติดบีบี (โทรศัพท์สมาร์ทโฟน Blackberry) คือติด BBM หรือแชท (สนทนา) ในบีบี ทวิตเตอร์ เฟสบุ๊ค อินเตอร์เน็ต ทุกอย่างมันใช้งานได้ในบีบี ก็ใครเล่าจะไม่ติด ตัวเองติดชนิดที่ว่าถ้าวันไหนลืมเอามา แบตหมดหรือไม่ได้เติมโปร จะรู้สึกเซ็งมาก อยากจะลาโลกและผู้คนที่สุด ถามว่าติดอะไรในบีบี คือติดทุกอย่าง ถ้ามากหน่อยก็คือ ทวิตเตอร์ และความที่เป็นแอดมินหรือหัวหน้าแฟนคลับของน้องเดอะสตาร์คนหนึ่ง เวลาที่น้องเขามีงาน หน้าที่เราก็คือต้องกระจายข่าว กระจายงานเพื่อให้คนไปติดตามน้องเยอะๆน้องจะได้ไม่ดับในวงการ เมื่อทวิตเตอร์ไปบางคนจะมีข้อสงสัย เราก็ต้องตอบเขาทุกคน เพราะกลัวเขาจะโกรธ บีบีเลยต้องอยู่ข้างตัวตลอดเวลา เข้าขั้นโรคจิต คือนั่งกดบีบีตลอดจนถึงตีสี่ตีห้ากดทั้งคืน ตื่นมาตอนบ่ายสามทุกวัน ตื่นขึ้นมาปุ๊ปสิ่งแรกที่จับก็คือบีบี ต้องมาเปิดแล้วก็รีบตอบ จะอาบน้ำ เข้าห้องน้ำก็ยังเอาเข้าไป คือถ้ามีสายเข้ามาหรือมีข้อความเข้ามาก็จะต้องหยิบมากดดูหรือรับสายตลอด รู้ตัวว่าเข้าขั้นโรคจิต" (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างรายนี้ยังเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า ค่านิยมการเสพติดสื่อใหม่ส่งผลให้ตนเคยถึงกับขโมยเงินมารดามาใช้ซื้อบัตรเติมเงินโทรศัพท์ ดังคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

"เคยมีช่วงหนึ่งที่เงินหมด ไม่สามารถเติมโปรบีบีได้ วันแรกที่บีบีกลายเป็นเหมือนโนเกีย 3310 รู้สึกเครียด หงุดหงิด อารมณ์เสียและพาลเป็นบ้า อาละวาดใส่ทุกคน แต่ก็สลบหยุดไปเอง วันที่สองก็ยังหงุดหงิด มันเหมือนเวลาคนเราขาดอะไรไปสักอย่างไปซึ่งเป็นสิ่งที่เราคุ้นเคยละชินมากๆ วันที่สามนี่หนักเลย คิดหาวิธีหาเงินมาเติมโปร เคยถึงขนาดขโมยเงินในกระเป๋าแม่ออกไปเติม พอแม่ถามหาก็ไม่ยอมรับ แต่ทำครั้งนั้นครั้งเดียว เพราะรู้ตัวว่าถ้าปล่อยให้โปรหมดอีก ความรู้สึกและการกระทำแบบเดิมจะกลับมาอีก เลยคิดได้ว่า การที่เราติดสื่อใหม่พวกนี้ได้ทั้งด้านดีและเสีย ซึ่งด้านเสียนี่ทำให้เราเป็นนางมารน่าดูเลย บางทีนึกแล้วก็ยังกลัวตัวเองเลย" (, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

โดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่า ข้อเสียอันส่งผลมาจากค่านิยมการเสพติดสื่อใหม่นั้นเป็นข้อเสียที่มีตั้งแต่ระดับเล็กๆน้อยๆ เช่น ติดสื่อใหม่จนใช้ไม่ถูกกาละเทสะ การไม่สื่อสารระหว่างบุคคลกับคนรอบข้าง และข้อเสียในระดับที่รุนแรงขึ้นมา เช่น ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ การเรียน การโกหกหรือขโมยเงินผู้ปกครองมาใช้เพื่อซื้อสื่อใหม่ การไปทำงานที่ล่อแหลมไม่เหมาะสมเพื่อแลกกับสื่อใหม่หรือเพื่อนำเงินนั้นมาซื้อสื่อใหม่ สำหรับข้อเสียข้อสุดท้ายที่เกี่ยวกับการทำงานล่อแหลมและไม่เหมาะสมเพื่อหาเงินมาซื้ออุปกรณ์สื่อใหม่นั้น เป็นความคิดเห็นและค่านิยมที่กลุ่มตัวอย่างอ้างจากสิ่งที่ตนเคยเห็นมาหรือเคยอ่านพบในภาพข่าว แต่ไปปรากฏว่ามีกลุ่มตัวอย่างคนใดเคยทำพฤติกรรมในลักษณะดังกล่าว

5.) สื่อใหม่กับค่านิยมเกี่ยวกับการใช้ภาษา

ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้สื่อใหม่อันก่อให้เกิดค่านิยมด้านลบต่อการใช้ภาษาของเยาวชน พบข้อมูลว่า เยาวชนส่วนใหญ่ยอมรับว่า สื่อใหม่ส่งผลให้ตนเองใช้ภาษาผิดๆทั้งแบบที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ โดยให้เหตุผลว่า ภาษาที่ใช้ในสื่อใหม่ เช่น การส่งข้อความผ่านโซเชียลมีเดีย และข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์ จะเป็นการภาษาแบบสั้นๆเพื่อความกระชับ รวมทั้งบางครั้งจะสะกดไม่ถูกต้องครบถ้วนตามหลักไวยากรณ์ของภาษา เมื่อใช้ภาษาลักษณะนั้นบ่อยๆทำให้เกิดการติดเป็นนิสัยโดยไม่รู้ตัวและนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การพูดกับเพื่อนหรือคนรอบข้างแบบสั้นๆห้วนๆ ทำให้ผู้อื่นไม่เข้าใจหรือจับใจความไม่ได้ นอกจากนี้ เยาวชนหลายคนเห็นว่าการใช้ลักษณะภาษาสั้นๆห้วนๆแบบสื่อใหม่ บางครั้งสามารถก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและทะเลาะกันได้ เพราะการสื่อสารผ่านข้อความโดยไม่เห็นหน้าตาและน้ำเสียงทำให้ไม่สามารถคาดเดาอารมณ์ของคู่สื่อสารขณะเวลานั้นได้ จึงก่อให้เกิดการตีความแบบผิดๆและนำไปสู่ความขัดแย้งกันได้

“การพูดคุยด้วยสื่อใหม่ส่วนใหญ่มันจะไม่เห็นหน้าเวลาพูดคุยกัน ซึ่งถ้าเราใช้คำพูดผิดหรือสื่อสารผิดก็อาจจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างเราและเพื่อนเลวร้ายลงได้ เพราะฉะนั้นเวลาติดต่อสื่อสารกับเพื่อนผ่านสื่อใหม่ควรจะคิดและพิจารณาคำพูดให้ดีๆก่อนเพราะอาจจะทำให้ผิดใจกันได้ในภายหลังหรือเกิดเป็นเรื่องขยายบานปลาย” (ภัสรา พรหมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เห็นด้วยว่าการใช้ภาษาสั้นๆห้วนๆในสื่อใหม่จะทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันได้ เช่น บางครั้งเราโพสต์คอมเม้นท์ไปสั้นๆลงไปในสถานะของเพื่อน แต่ถูกเอาไปตีความขยายความผิดๆแบบเข้าใจกันผิดเป็นเรื่องราว หรือบางทีเราโพสต์ของเราอยู่เฉยๆคนอื่นมาอ่านคิดว่าด่าเขาก็เข้ามาโพสต์กันไปโพสต์กันมา โต้กันไปโต้กันมากลายเป็นเรื่องใหญ่บานปลาย ทะเลาะกันไปเลยก็มี” (ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า ในการใช้ภาษาในสื่อใหม่นั้นบางครั้งการสะกดคำต่างๆจะไม่ถูกต้องตามหลักของการใช้ภาษา เช่น ใช้คำย่อที่เป็นที่เข้าใจกันเองในกลุ่ม ไม่สะกดด้วย ร และ ล ที่ถูกต้อง ใช้วรรณยุกต์ที่ผิดเพี้ยนไป การใช้ศัพท์แสลง และการใช้ภาษาระบบสัญลักษณ์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลว่าบางครั้งเกิดติดเป็นนิสัยนำคำสะกดผิดและภาษาผิดๆที่ใช้ในสื่อใหม่เหล่านั้นมาใช้ในเวลาที่เรียนหนังสือ โดยสะกดคำและเขียนคำผิดๆส่งอาจารย์แบบไม่รู้ตัว

“เรื่องภาษาวิบัติในกลุ่มวัยรุ่นนั้นเห็นด้วยอย่างมาก เพราะภาษาที่ใช้กันในหมู่วัยรุ่นที่ใช้สื่อใหม่จะเป็นภาษาที่ไม่ถูกตามหลักภาษาไทย พอใช้บ่อยๆก็ติดเป็นนิสัยและส่งผลเสียต่อตัวผู้ใช้ สังเกตุได้จากตัวเองคือ ส่วนมากจะใช้ภาษาวิบัติคุยกันในหมู่เพื่อนเวลาคุยกันผ่านสื่อใหม่ ซึ่งจะทำให้ติดเป็นนิสัยในการพิมพ์แบบผิดๆ และพอมาพิมพ์งานส่งอาจารย์ก็จะเกิดความเคยชิน พิมพ์ภาษาที่ผิดๆมา ซึ่งเป็น

ผลเสียต่อตัวของผู้ใช้ภาษาวิบัติมากๆ เสียไปถึงการเรียนคือ บางทีโดนอาจารย์หักคะแนนเลยก็มี เพราะอาจารย์เคยเตือนหลายครั้งแล้ว" (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"ยอมรับเหมือนกันว่าเรื่องนี้ก็เกิดกับตัวเอง คือติดกับการใช้ภาษาแบบสั้นๆกระชับในสื่อใหม่แบบสมาร์ทโฟน คือเอาพิมพ์เร็วเข้าว่า ถูกผิดอีกเรื่องหนึ่ง มันก็ทำให้เราเป็นคนไม่รอบคอบและติดมาเป็นนิสัย ลืมตัว พิมพ์ไปตามความเคยชินเหมือนที่เพื่อนบอก" (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ประเด็นเกี่ยวกับการตั้งใจใช้ภาษาผิดๆในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายและกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นให้ความเห็นว่าเป็นการใช้ภาษาที่ผิดหลักไวยากรณ์และไม่เหมาะสม ในความจริงแล้วตนเองจะไม่นิยมการเขียนภาษาในลักษณะนั้น แต่อาจจะมีการติดมาบ้างและเผลอใช้เพราะลืมตัว ส่วนประเด็นที่ว่าถือว่าปัญหาด้านภาษาที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่เป็นปัญหาร้ายแรงหรือไม่ พบว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายเห็นตรงกันว่าเป็นเรื่องสำคัญเพราะภาษาเป็นสิ่งสำคัญและต้องใช้ให้ถูกต้อง

"เข้าใจว่าภาษาเป็นเรื่องซีเรียส ถ้าจะใช้ก็ต้องใช้ให้ถูกต้อง เราเป็นคนไทยด้วยต้องใช้ภาษาไทยให้ถูก โดยเฉพาะตัวสะกด ถ้าสะกดผิดๆมันก็แสดงถึงความไม่แม่นในภาษาของเราและแสดงให้เห็นว่าเป็นคนไม่รอบคอบด้วย" (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"ไม่เคยแกล้งสะกดภาษาไทยผิดๆโดยตั้งใจ เคยเห็นคนอื่นใช้แบบสะกดผิดทั้งที่รู้ว่ามันผิดแบบตั้งใจให้ผิด เช่น สะกด ด้วย ร เรือ ก็ไปใช้ ล ลิง ทั้งที่เป็นคำง่ายๆไม่น่าผิด หรือผิดสระ อย่างคำว่า ไม่ ก็สะกดเป็น ม่าย เห็นแบบนี้แล้วรู้สึกอึดอัดน่ารำคาญมาก ไม่ควรเขียนผิดๆทั้งที่รู้ว่าผิด" (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ในขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นบางส่วนมองว่าปัญหาการใช้ตัวสะกดผิดๆในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ไม่ใช่เรื่องร้ายแรง โดยให้เหตุผลว่า บางครั้งการเขียนภาษาผิดๆก็เป็นเพียงแค่การใช้ภาษากันแบบเล่นๆเพื่อความสนุก และเป็นวิธีการแสดงออกแบบเด็กๆที่น่ารัก เหมือนเด็กเล็กๆที่พูดไม่ชัด

"ก็ยอมรับว่าใช้ภาษาผิด สะกดผิด แบบแกล้งกัน ใช้กันเล่นๆในหมู่เพื่อน มองว่ามันก็เป็นอะไรแบบเด็กๆเล่นกันสนุกๆ" (กันติมา ปราโมทย์, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ส่วนในเรื่องการใช้คำศัพท์แสลงที่ได้รับความนิยมตามกระแสนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเรื่องของแฟชั่นและกระแสนิยมที่มักจะมีคำใหม่ๆเข้ามาเรื่อยๆ ตนจะใช้บ้างเพื่อไม่ให้รู้สึกว่าเชยหรือกลายเป็นคนไม่ตามกระแส แต่จะใช้แค่ช่วงที่ได้รับความนิยมเพื่อความสนุกหรือความขบขัน โดยใช้เพียงครั้งสองครั้งแล้วก็เลิกใช้

อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มตัวอย่างหนึ่งจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ความเห็นว่า ตนไม่ชอบใช้และรู้สึกรำคาญกับคำศัพท์เหล่านี้

“พวกศัพท์สื่อใหม่นี่ส่วนตัวไม่ชอบ รู้สึกรำคาญอ่านแล้วงง มันไม่ใช่ภาษาไทยที่ถูกต้อง แล้วบางที่คนคิดคำต่างๆขึ้นมาก็ไม่มีเหตุผล ไร้สาระมาก คือคิดอยากให้คำของตัวเองดังเท่านั้น เป็นการเรียกร้องความสนใจมากกว่า คนก็แห่ตามกันไป แต่ตัวเองจะไม่ตามกระแสไปด้วย” (ภัสรา พรหมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

นอกจากค่านิยมการใช้ภาษาแบบผิดๆอันเป็นนิสัยที่ติดมากับสื่อใหม่ทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัวแล้ว ผลการวิจัยพบข้อมูลว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า บางครั้งสื่อใหม่เข้ามาสร้างค่านิยมในการระบายอารมณ์แบบผิดๆด้วยภาษาที่หยาบคายไม่สุภาพ ซึ่งถือเป็นค่านิยมที่อันตราย สร้างพฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรง ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรื่องภาษาที่รู้สึกว่าน่าเป็นห่วงคือการใช้คำหยาบคาย บางทีเห็นคนใช้สื่อใหม่เป็นที่ระบายอารมณ์ซึ่งมันก็ไม่แปลก แต่เขาอาจจะลืมไปว่าโซเชียลมีเดียมันเป็นพื้นที่สาธารณะไปแล้ว ทุกคนที่เป็นเพื่อนหรือบางครั้งไม่ได้เป็นเพื่อนก็จะเข้ามาเห็น ดังนั้นการใช้ภาษาก็ควรจะมีความสุภาพ จะระบายอารมณ์อย่างไรก็ควรใช้ภาษาสุภาพ ไม่ใช่ภาษาที่หยาบคาย” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“สังคมไทยตอนนี้รุนแรงมาก ในโซเชียลมีเดียก็ใช้ภาษากันรุนแรงเหลือเกิน ไม่พอใจอะไรก็โพสต์ด่าด้วยคำหยาบคาย แม้บางทีจะเลี่ยงไม่ได้สะกดด้วยคำที่ถูกต้อง เวลาไปอ่านเจอเราก็รู้ว่ามันเป็นคำด่า เช่นคำว่า สัตว์ ก็สะกดเป็น ส เสือ แทน (สัส) จะสะกดด้วยตัวอะไรอ่านแล้วก็หยาบทั้งนั้น ไม่อยากให้กลายเป็นค่านิยมผิดๆ บางทีพ่อแม่นึกว่าลูกเรียบร้อย อยู่ติดบ้านไม่ไปเกเรที่ไหน แต่หารู้ไม่ว่าในโลกออนไลน์เป็นคนใช้ภาษาหยาบคายแค่ไหน” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

6.) ค่านิยมอื่นๆที่แฝงอันตรายและนำไปสู่ปัญหาสังคม

ผลการวิจัยพบเสียงสะท้อนจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับค่านิยมเชิงลบที่แฝงมากับสื่อใหม่ โดยกลุ่มเยาวชนให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า สื่อใหม่ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อตัวเยาวชนในรายบุคคลเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อสังคมในภาพรวมและเชิงลึก

ด้านปัญหาค่านิยมที่แฝงอันตรายและนำไปสู่ปัญหาของเยาวชน กลุ่มตัวอย่างได้ยกตัวอย่างเกี่ยวกับปัญหาเรื่องความปลอดภัยอันเกิดจากการที่เยาวชนถูกล่อลวงผ่านสื่อใหม่ ปัญหาของโฆษณาที่แฝงมากับสื่อใหม่โดยที่เยาวชนผู้ใช้ถูกชวนให้เชื่อโดยไม่รู้ตัว รวมทั้งผู้ปกครองเองก็ไม่รู้เท่าทันสื่อใหม่จึงไม่สามารถให้คำแนะนำกับบุตรหลานได้ ซ้ำร้ายบางครั้งเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าการที่ลูกหลานอยู่บ้านนั่งเล่นสื่อใหม่แล้วจะมีความปลอดภัยมากกว่าให้ออกไปนอกบ้าน

“ปัญหาของสื่อใหม่มันมีเรื่องการถูกล่อลวงด้วย อย่างที่เห็นกันในข่าวต่างๆว่าเด็กติดต่อกับใครก็ไม่รู้ในโลกออนไลน์แล้วนัดแนะกันไปไหน เกิดปัญหาการล่อลวง ปล้นชิงทรัพย์ก็มี ซึ่งน่ากลัวมาก

โดยเฉพาะในเด็กเล็กๆที่พ่อแม่ปล่อยให้เล่นสื่อใหม่ บางทีพ่อแม่ก็รู้ไม่เท่าทัน คิดว่าลูกอยู่บ้านก็ปลอดภัยแล้ว หารู้ไม่ว่ามันอันตรายแค่ไหน” (ภัทรพงษ์ งามวิไล, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“เรื่องของการสร้างค่านิยมครอบงำทางความคิดหรือโฆษณาชวนเชื่อก็น่าเป็นห่วง คือสื่อมันมีการโฆษณาชวนเชื่อ เช่น อยู่ๆก็มีโฆษณาเด้งขึ้นมา ใครไม่รู้อ่านเข้าก็อาจจะถูกหลอกได้ถ้าไม่ระวัง เพราะว่าสื่อมันมีความน่าดึงดูดใจด้วยภาพและเสียง และวิธีการนำเสนอของมัน” (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มเยาวชนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายยังให้เสียงสะท้อนถึงความเป็นห่วงเป็นใยสังคมด้วยว่า สื่อใหม่เข้ามาสร้างความแตกแยกให้เกิดในสังคมไทย เช่น ทำให้คนทะเลาะเบาะแว้งกัน ทั้งเรื่องเล็กๆจนกลายเป็นเรื่องใหญ่ระดับประเทศ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วเป็นปัญหาที่มีความรุนแรงและร้ายแรงกว่าปัญหาจากสื่อไหม่ที่เกิดกับเด็กและเยาวชนด้วยซ้ำไป

“สื่อใหม่มันไวมากในเรื่องของการอัพเดทข้อมูลข่าวสาร ไวกว่าสื่อเดิมๆแบบวิทยุโทรทัศน์ และสื่อเป็นตัวชักนำความคิดของคน โดยบางครั้งไม่คำนึงถึงจรรยาบรรณของสื่อ อาจจะมีข้อมูลที่ผิดหรือบิดเบือนต่อความเป็นจริงไปบ้าง และที่ร้ายแรงกว่านั้นคือเรื่องที่สื่อถูกครอบงำโดยผู้ทีมีบทบาทในสังคมการเมือง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการโจมตีกันไปมากับกลุ่มที่ไม่ลงรอยกัน ทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจแบบผิดๆและนำไปสู่ปัญหาทะเลาะกันในสังคมตามมา” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

4.2.2 บทบาทของสื่อใหม่ต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย

การนำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในส่วนนี้ จะนำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเยาวชนจำนวน 16 คน จากทั้งสองกลุ่ม และนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเขียนแบบบันทึก (Diary Research) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 46 คน ที่เข้าร่วมโครงการวิจัยมาใช้วิเคราะห์เสริมเพื่อประกอบข้อมูลในส่วนนี้ด้วย

ผลการวิจัยพบข้อมูลว่า เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใช้สื่อใหม่เป็น “ช่องทาง” และ “พื้นที่” ในการสำรวจ ค้นหา แสดงออก และทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง โดยการนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 4.2.2.1 การใช้สื่อใหม่ในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของเยาวชน และ 4.2.2.2 การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข้อมูล สำรวจและทดสอบอัตลักษณ์ของเยาวชน

4.2.2.1 การใช้สื่อใหม่ในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของเยาวชน

ผลการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย พบว่า กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อใหม่มีบทบาทในฐานะที่เป็นพื้นที่ในการแสดงออกความเป็นตัวตน บุคลิก และอัตลักษณ์ของตนเองและกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) ถือเป็นพื้นที่สำคัญในการแสดงออกด้านตัวตนและอัตลักษณ์ในด้านต่างๆดังนี้

1.) ชื่อที่ใช้ในหน้าหลักของโซเชียลมีเดีย

ชื่อที่ใช้ในหน้าหลักของโซเชียลมีเดียของเยาวชน ถือเป็นช่องทางสำคัญในการบ่งบอกความเป็นตัวตนของเยาวชน โดยผลการวิจัยจากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มและการเขียนแบบบันทึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบในการตั้งชื่อในหน้าเฟสบุ๊คของตนเองแตกต่างกันออกไปในลักษณะของรูปแบบต่างๆดังนี้

รูปแบบที่ 1 ใช้ชื่อจริงในหน้าหลักของโซเชียลมีเดีย

เยาวชนส่วนใหญ่คือจำนวน 22 คน จากทั้งหมด 46 คน ที่ตอบคำถามในแบบบันทึก (Diary Research) ให้ข้อมูลว่าตนจะใช้ชื่อจริงและนามสกุลจริงเป็นชื่อที่ใช้ในโซเชียลมีเดีย โดยให้เหตุผลว่า ชื่อของตนเองถือเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของตนเอง หากผู้อื่นเปิดมาพบก็จะรู้ว่าเป็นตัวเรา ดังตัวอย่างข้อมูลการตั้งชื่อโพรไฟล์ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ชื่อและนามสกุลจริงเป็นชื่อโพรไฟล์ที่ได้จากแบบบันทึกต่อไปนี้

“ชื่อโพรไฟล์ของผมบ่งบอกอัตลักษณ์ของผม คือ นนทชัย คงแก้ว ซึ่งเป็นชื่อของผม คือมีตัวตนมีอัตลักษณ์ ลักษณะรูปร่างแบบนี้ ชื่อนี้ และไม่เคยเปลี่ยนชื่อโพรไฟล์เลย” (นนทชัย คงแก้ว, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ใช้ชื่อตัวเองคือ อริศรา ภิรมย์รส เป็นชื่อโพรไฟล์ในเฟสบุ๊ค มันแสดงออกทางอัตลักษณ์คือแสดงให้เห็นว่าเป็นคนเรียบง่าย เพราะดูจากการตั้งชื่อโพรไฟล์ เป็นชื่อจริง นามสกุลจริง ของตนเอง ไม่ได้มีการตั้งชื่อที่หวือหวา และใช้ชื่อนี้มาตลอด” (อริศรา ภิรมย์รส, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ใช้ Phichittpnon Penoi เขียนชื่อเป็นภาษาอังกฤษ แต่เป็นชื่อตัวเอง และใช้ชื่อนี้มาตลอด ไม่เคยเปลี่ยนเลย เพราะมันแสดงออกถึงความจริงใจ ไม่ปกปิดชื่อของเราจริงๆ และบ่งบอกการเป็นตัวตนของเราที่เป็นคนจริงใจ ไม่มีอะไรแอบแฝง” (พิชิตพล เปน้อย, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ตั้งแล้วตั้งเลย ใช้ชื่อจริงของตัวเอง ไม่เคยเปลี่ยนคือ Jira Cheksangthong ใครเห็นก็รู้ว่าเป็นตัวเรา แสดงความเป็นตัวตนของเราอย่างแน่นอน” (จิรวดี เฉกแสงทอง, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ผมใช้ชื่อจริงคือ Thanakorn Klungcharoenrathna ไม่เคยเปลี่ยนเลย เพราะคิดว่าการใช้ชื่อจริง นามสกุลจริงเป็นชื่อโพรไฟล์เป็นสิ่งที่ดีอยู่แล้ว ไม่บิดเบือนจากความจริง” (ธนากร คลังเจริญรัตน์, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

รูปแบบที่ 2 แทรกชื่อเล่นลงไปกับชื่อจริงในหน้าหลักของโซเชียลมีเดีย

เยาวชนบางส่วนคือจำนวน 14 คน จาก 46 คน ที่ตอบคำถามในแบบบันทึก (Diary Research) ให้ข้อมูลว่าจะแทรกชื่อเล่นของตนเองลงไปด้วยกับชื่อจริงเพื่อให้เป็นจุดสังเกตและจุดจดจำแก่ผู้พบเห็น ตัวอย่างเช่น

“เฟสบุ๊คของผมใช้ JoJoe Weerapon เป็นชื่อโพรไฟล์ ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงการเป็นบุคคลที่มีตัวตน ผมคิดว่ามันแสดงให้เห็นถึงความเปิดเผยตัวตน ไม่เสแสร้ง” (วีรพล สุพา, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ตอนแรกใช้ชื่อ Kapook Rt เพราะไม่รู้จะตั้งชื่ออะไรก็ตั้งชื่อสาขาที่เรียน (RT/Radio and Television) แต่พอหลังๆเห็นเพื่อนเก่าใช้ชื่อจริงแล้วมันจำได้เลยเปลี่ยนมาเป็น Kapok Petcharat เพื่อนจะได้จำเราได้” (เพชรรัตน์ ศรีสุวรรณ, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ชื่อโพรไฟล์เป็นชื่อจริงและชื่อเล่นของตัวเองคือ N’Eye Arada แสดงให้เห็นว่ามีความเป็นตัวของตัวเองและมีความเรียบง่าย” (อารดา รัตนมงคลมุนี, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ใช้ชื่อตัวเองคือชื่อจริงกับชื่อเล่นมาผสมกัน คือ Babymild Sirivarang เป็นการบ่งบอกความเป็นเรา ตัวเรา ชื่อเรา ทุกอย่างที่เป็นเรา” (สิริวรางค์ ไชยสิทธินนท์, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ผมใช้ชื่อตัวเองซึ่งแสดงออกตรงๆอยู่แล้วว่าเป็นตัวเรา ทั้งชื่อจริงและชื่อเล่นคือ Aof Aditep ไม่เคยเปลี่ยน” (อดิเทพ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

รูปแบบที่ 3 ในนามแฝงหรือสมญานามในหน้าหลักของโซเชียลมีเดีย

เยาวชนอีกส่วนหนึ่งซึ่งเป็นส่วนที่มีจำนวนน้อยกว่ารูปแบบที่ 1 และ 2 คือจำนวน 10 คน จาก 46 คน ที่ตอบคำถามในแบบบันทึก (Diary Research) ให้ข้อมูลว่า ตนใช้การตั้งชื่อในลักษณะเป็น

นามแฝงหรือสมญานามที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตน ดังเช่นตัวอย่างข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างบรรยายไว้ในแบบบันทึกต่อไปนี้

“ใช้ชื่อโพรไฟล์ว่า YaiFaii Be Closely You มันแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ว่าเราคือคนที่อยู่เคียงข้างเธอเสมอ YaiFaii ก็มาจากชื่อเล่นคือ ฝ้าย ส่วนที่เติมคำว่า Yai คือ ใย มาจากหนังสือที่ชอบอ่าน ใยไหม ชื่อนี้เพิ่งเปลี่ยนได้ 4-5 เดือน ส่วนชื่อเก่าคือ นางมารร้าย YaiFaii ชื่อนี้ตั้งมาตั้งแต่เล่นไฮไฟว์ (Hi5)” (ภัสสร พรมเอี้ยง, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ชื่อ Gob’s Ladiiz แสดงให้คนอื่นเห็นว่าเราชื่อกลอ์ฟ และคำว่า Ladiiz แสดงให้เห็นว่าเราเป็นผู้หญิง (ที่ชอบทอม) ชื่อนี้เพิ่งเปลี่ยนมาใช้เพื่อแสดงอัตลักษณ์ เมื่อก่อนจะใช้ชื่อที่ดูเด็กกว่านี้ แต่พอเริ่มโตขึ้นก็เปลี่ยนคำให้ดูง่ายขึ้น” (ดิษย์นันท์นภัส พูลศรี, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ตอนนี้ใช้ Noonathty ยัยตัวแสบ ใช้ชื่อนี้มาได้ 3 ปีแล้ว คำว่า ยัยตัวแสบ เป็นสมญานามบอกให้รู้ถึงตัวตนของเรา” (ศมณรัตน์ เวชชูติ, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

สำหรับประเด็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนชื่อที่ใช้ในโซเชียลมีเดียพบข้อมูลจากผลการวิจัยว่า เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าชื่อในโพรไฟล์เป็นสิ่งที่มักจะไม่เปลี่ยน หากตั้งชื่อใดก็จะใช้ชื่อนั้นไปตลอดไม่เคยเปลี่ยน โดยให้เหตุผลว่าชื่อของตนเป็นการแสดงตัวตนและอัตลักษณ์ของตนเองซึ่งจะไม่มีการเปลี่ยนแปลง มีกลุ่มตัวอย่างเพียงบางส่วนที่ให้ข้อมูลว่าตนเคยเปลี่ยนชื่อบ้างแต่ไม่บ่อยนัก เปลี่ยนครั้งหนึ่งแล้วก็จะใช้ไปนานๆ โดยการเปลี่ยนส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนเพราะรู้สึกว่าตนเติบโตขึ้นจึงต้องการหาชื่อที่เหมาะสมกับตนเอง

มีกลุ่มตัวอย่างเพียงหนึ่งคนให้ความเห็นว่า ตนจะเปลี่ยนชื่อในโซเชียลมีเดียไปตามช่วงเวลาและอารมณ์ของตนเอง โดยบางครั้งจะเปลี่ยนชื่อไปตามกระแส เช่น เมื่อมีกรณีของ “น้องเนย รักโลก” เกิดขึ้น ตนก็เปลี่ยนชื่อตามกระแสเป็น “พอลล่า รักโลก” ถือเป็นการอิงกระแสและแสดงอัตลักษณ์ความทันสมัยของตนเอง

นอกจากนี้ยังจุดที่น่าสังเกตเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อของเยาวชน พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่นิยมใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษในการสะกดชื่อของตนเอง โดยให้เหตุผลว่า ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล เยาวชนรุ่นใหม่ต้องเปิดรับความเป็นสากล หากมีเพื่อนในเฟสบุ๊คเป็นชาวต่างชาติก็ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการแนะนำชื่อของตนเองให้เพื่อนต่างชาติรู้จัก

นอกจากการใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อแล้วพบข้อมูลว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนตั้งชื่อตนเองเป็นภาษาเกาหลี โดยให้เหตุผลว่า เพื่อให้ดูเท่ห์และทันสมัยกับกระแสเกาหลี และยังเป็นการบ่งบอกว่าตนเองชอบแนวเกาหลี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ผมใช้ชื่อ Lee Haki แสดงอัตลักษณ์แนวเกาหลี ออกแนวติสๆ แบบ Artist” (ฐาปกรณ์ นาคะเวช , สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

2.) รูปในหน้าโพรไฟล์ (Profile)

รูปที่ใช้ในหน้าโพรไฟล์ (Profile) ของโซเชียลมีเดียถือเป็นพื้นที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มและการเขียนแบบบันทึกพบข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งให้ความเห็นว่า รูปเปรียบเสมือนประตูหน้าบ้าน หากรูปไม่สวยไม่น่าดึงดูดก็ไม่มีใครอยากเข้ามาในบ้านของตน โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพรไฟล์ ด้วยเหตุผลว่าเป็นการบ่งบอกอัตลักษณ์ของตนเอง หากใครเปิดเข้ามาพบก็จะจดจำได้ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อมูลตรงกันว่ารูปที่ใช้ในโพรไฟล์เป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นตัวตน อัตลักษณ์และบุคลิกของตนเอง โดยภาพที่ใช้เป็นรูปโพรไฟล์มักจะเป็นภาพที่สะท้อนและตรงกับบุคลิกของตนเอง ดังเช่นตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“รูปที่ใช้ส่วนมากจะเป็นรูปตัวเอง เพื่อยืนยันว่าเป็นเฟสบุ๊คของเราจริงๆไม่ใช่แอบอ้าง รูปที่แสดงออกจะเป็นรูปในด้านเงียบขรึม เพราะส่วนตัวเป็นคนที่มีนิสัยเงียบขรึมอยู่แล้ว” (ดนัย จำปาวัลย์, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“รูปที่ใช้จะเป็นรูปตัวเองแนวอาร์ตๆเซอร์ๆ ดูแนวมาดแมน กระฉับกระเฉง เป็นลุค Creative” (ฐาปกร นาคะเวช, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“เป็นคนที่ยิ้มแย้ม จะใช้รูปของตัวเอง แอ๊บหน้าทำตลกๆยิ้มๆ หัวเราะ เพื่อทำให้คนอื่นที่เห็นยิ้มไปกับเราด้วย” (เพชรรัตน์ ศรีสุวรรณ, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“รูปที่ใช้เป็นรูปตัวเองที่แสดงบุคลิกท่าทางชอบเที่ยว ชอบผจญภัย เพราะตัวจริงก็เป็นคนชอบผจญภัยและชอบท่องเที่ยวมาก” (นนทชัย คงแก้ว, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“รูปที่ใช้ในโพรไฟล์คือ เป็นรูปของตัวเองที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่เป็นคนง่ายๆสบายๆ รูปที่ใช้จะเป็นรูปที่ใส่เสื้อยืดกับกางเกงยีนส์เท่านั้น และไม่เคยเปลี่ยนรูปในโพรไฟล์เลย” (อริศรา ภิรมย์รส, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“จะใช้รูปตัวเองและเลือกรูปที่ดูดีที่สุด รูปโพรไฟล์ของตัวเองจะต้องแต่งหน้าเพราะจะบ่งบอกให้รู้ว่า เราเป็นผู้หญิงที่รักสวยรักงาม ต้องดูดีตลอดเวลา” (ศมณรัตน์ เวชชูติ, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับรูปโพรไฟล์ระหว่างกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลายแล้วพบว่า มีเยาวชนที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวนมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้รูปการ์ตูน รูปตัวละคร หรือรูปนักแสดงที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์แทนรูปของตนเอง โดยให้ความเห็นว่าที่ไม่อยากใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพรไฟล์เพราะยังไม่มั่นใจในตนเองและรู้สึกเขินอายที่จะใช้รูปของตนเอง เยาวชนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นให้ความเห็นเพิ่มเติมว่ารูปการ์ตูนและนักแสดงที่ตนชื่นชอบถือเป็นการสะท้อนบุคลิกความเป็นตัวตนของตนเองอีกวิธีหนึ่ง

“ไม่ได้ใช้รูปตัวเองเป็นรูปโพรไฟล์เพราะรู้สึกเขินแล้วก็ยังไม่รู้จะหาภาพอะไรที่เหมาะกับตัวเองก็เลยเอาภาพตัวการ์ตูนที่เราชอบมาใส่แทน เพราะเป็นตัวการ์ตูนที่ชอบก็เป็นสัญลักษณ์แทนตัวเรา” (กันติมา ปราโมทย์, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ใช้ภาพอั๊ม พัชราภา เป็นภาพโพรไฟล์เพราะชอบพี่อั๊มมาก ใช้เป็นภาพในเฟสบุ๊คนานมาก เพราะไม่รู้จะเอาภาพอะไรของตัวเองมาลง แต่พอโตขึ้นมาอีกนิด เริ่มมีภาพของตัวเองและถ่ายภาพในโทรศัพท์เล่นกับเพื่อนก็ค่อยเปลี่ยนเป็นภาพตัวเอง” (ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ใช้ภาพดาราเกาหลีเป็นภาพโพรไฟล์ ก็เปลี่ยนดาราไปเรื่อยๆ เพราะชอบแบบเกาหลี ตามกระแสดี แล้วก็เป็นภาพที่น่ารัก คือ อยากสวยและน่ารักแบบเขาก็เลยเอาภาพมาลง” (เปรมิกา จงจินดา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายบางคนใช้รูปตนเองคู่กับแฟนเป็นรูปโพรไฟล์เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงความรู้สึกดีๆขณะนั้นที่มีคนรักอยู่ข้างๆ และเป็นการบ่งบอกอัตลักษณ์ว่าตนเองมีคนรักแล้ว

“รูปโพรไฟล์ของตัวเองจะแสดงออกด้านอัตลักษณ์ของความรัก เพราะส่วนมากจะเอารูปตัวเองกับแฟนมาลงไว้เป็นรูปคู่ เพื่อนๆก็จะจำได้ว่ารูปโพรไฟล์ของเราจะเป็นรูปคู่กับแฟน” (ณัฐกฤตา กันเกตุ, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างบางคนให้ข้อมูลว่าตนใช้รูปโพร์ไฟล์ที่เป็นรูปถ่ายคู่กับพ่อแม่ ครอบครัวและสิ่งของที่ตนรักเพื่อเป็นการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของตนเอง

“เคยเอารูปที่ถ่ายกับครอบครัวมาลงเป็นรูปโพรไฟล์ ให้คนเห็นว่านี่ครอบครัวของเรานะ เป็นครอบครัวที่อบอุ่น แล้วก็เคยเอารูปตัวเองถ่ายคู่กับรถที่พ่อซื้อให้มาลง ก็แสดงตัวตนของเราว่าเราเป็นเจ้าของรถคนนี้” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ารูปโพรไฟล์ของตนเองจะมีการเปลี่ยนไปเรื่อยๆ เพื่อแสดงถึงช่วงชีวิตในเวลาต่างๆ รวมทั้งการเปลี่ยนรูปถือเป็นการบ่งบอกว่าผู้ใช้โซเชียลมีเดียนั้นยังมีตัวตนอยู่

“รูปโพรไฟล์ที่เปลี่ยนไปเรื่อยๆมันแสดงออกถึงตัวตนของเราว่าขณะนี้เราเป็นอย่างไร การเปลี่ยนรูปโพรไฟล์ทำให้เพื่อนรู้ว่าเรายังมีตัวตนอยู่ ไม่ใช่ปิดเฟสบุ๊คไปแล้ว” (ณัฏฐนิช อาบสุวรรณ์, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“เปลี่ยนรูปโพรไฟล์เพื่อให้คนอื่นรู้ความเปลี่ยนแปลงของเรา เช่นรูปร่าง หน้าตา ทรงผมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน” (ภาณุเดช เจริญทิพย์, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“เปลี่ยนเพื่อเป็นการอัพเดทตัวเองว่าปัจจุบันเราเป็นอย่างไร แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงให้เพื่อนได้เห็น” (ฐาปนันท์ คงเดช, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“เป็นคนหลากหลายอารมณ์ ชอบแต่งตัว ชอบถ่ายรูป การเปลี่ยนรูปโพรไฟล์ก็เป็นการบ่งบอกความหลากหลายของตัวเอง” (คัทชา เพลินไพลิน, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“รูปโพรไฟล์แสดงให้เห็นว่าเราเป็นคนอย่างไร ชอบทำผมทรงไหน แต่งหน้าแบบไหน เราเปลี่ยนรูปเพื่อแสดงอัตลักษณ์ เช่น ทำผมสีใหม่ก็จะเปลี่ยนรูปโพรไฟล์ เพื่อให้คนที่เข้ามาดูทราบว่าเราเปลี่ยนสีผม” (ดิษย์นันท์นภัส พูลศรี, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่ารูปโพรไฟล์เป็นรูปที่ใช้บ่งบอกอารมณ์และสถานการณ์ในขณะนั้น เช่น บางคนใช้รูปที่มีสีสันเพื่อเป็นการแสดงว่าตนรู้สึกดีมีความสุข แต่จะใช้รูปขาวดำเป็นรูปโพรไฟล์เมื่อเวลาที่ตนเองรู้สึกเศร้า

“รูปโพรไฟล์ที่ใช้บ่งบอกถึงอัตลักษณ์คือ ตาโต ชอบยิ้ม ก็เปลี่ยนรูปบ่อยๆตามอารมณ์ที่เราเป็นอยู่ ในเฟสบุ๊คจะมี 2 รูป คือภาพสีกับภาพขาวดำ ถ้ารู้สึกเศร้าก็จะเอาภาพขาวดำมาลงเป็นรูปโพรไฟล์” (จิรวดี เฉกแสงทอง, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

3.) ข้อความและรูปในสถานะ (Status) ของโซเชียลมีเดีย

ผลการวิจัยพบข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากการเขียนแบบบันทึกว่า ข้อความและรูปในสถานะ (Status) ของโซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่สำคัญในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยกลุ่มตัวอย่างจากทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า โซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลที่ตนสามารถใช้เป็นช่องทางในการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด รวมทั้งอัตลักษณ์และตัวตนของตนเอง โดยวิธีการแสดงออกสามารถแสดงผ่านสิ่งต่างๆต่อไปนี้คือ รูปที่นำมาลง ข้อความซึ่งเป็นการเขียนระบายความคิดและความรู้สึก รูปภาพ คำคม ลิงค์ (Link) ต่างๆ และ โซเชียลแคม (Social Camera) ที่นำมาแชร์

“สถานะคือสิ่งที่เราต้องการแชร์ให้เพื่อนได้รู้ เช่น มีความสุข เศร้า รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เราไปว่ามีความสวยงามมากน้อยเพียงใด ส่วนลิงค์ (Link) เพลงก็เป็นการแชร์เพลงที่มีความไพเราะให้เพื่อนๆได้ลองฟัง หรือไปเจอโซเชียลแคมตลกๆน่าสนใจก็เอามาแปะไว้ให้เพื่อนดู” (ภัทรพงษ์ งามวิไล, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“จะโพสต์รูปหรือลิงค์ (Link) ในอารมณ์ที่เราเป็นอยู่ เช่น แชร์เพลงที่เรากำลังอินหรือชอบ รูปโดนๆ เช่น รูปถ่ายคนเดียว ถ่ายเล่นกับเพื่อน โพสต์ข้อความที่เราเป็นอยู่ในขณะนั้น เหมือนเป็นที่ระบายความรู้สึก แสดงถึงว่าเราเป็นคนเปิดเผย” (ณัฏฐนิช อาบสุวรรณ์, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

“ข้อความต่างๆบนสถานะมันเป็นอารมณ์ของขณะนั้น ทั้งความชอบ ความประทับใจ และความคิดความรู้สึกในขณะนั้น ซึ่งมันเป็นเรื่องจริงซะส่วนใหญ่ การแสดงออกโดยการโพสต์ข้อความต่างๆมันก็เป็นการที่เราอยากแสดงสิทธิและมีเสียงกับเขาบ้าง อยากให้มีคนเห็นด้วยกับความคิดของเราบ้าง” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา , สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“ส่วนใหญ่จะโพสต์ข้อความและคำคม พวกคำพูดที่คอยเตือนใจ กระตุ้นให้มีความเข้มแข็งไม่อ่อนแอ เป็นข้อความตลกๆ หรือบางครั้งก็จะบ่นบ้างนิดหน่อย แต่ไม่เคยใช้ข้อความที่แสดงออกถึงความ

รุนแรง แสดงให้เห็นว่าเป็นคนที่มีกาละเทศะ รู้ว่าอะไรควรทำหรือไม่ควรทำ" (ศมณรัตน์ เวชชูติ, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

"ข้อความในสถานะของเฟสบุ๊คมันเป็นการบ่งบอกอารมณ์ว่าตอนนั้นเป็นอย่างไร เราคิดอะไรอยู่ เราทำอะไรอยู่ เราต้องการอะไร ส่วนลิงค์ (Link) ที่โพสต์บ่อยๆคือเอามาจาก แฟนเพจ (Fanpage) กังหันลม เขาเป็นนักเขียนและนักกวีที่ชอบโพสต์คำคมต่างๆให้เราได้ติดตาม" (ภัสสร พรมเอี้ยง, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า สถานะ (Status) ของโซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่ในการปลดปล่อยและแสดงอิสระทางความคิด

"สถานะในโซเชียลมีเดียมันแสดงให้เห็นว่าเราเป็นคนที่ชอบอะไร เช่น ถ้าเป็นคนชอบฟังเพลงก็จะเอาเพลงที่ชอบหรือถูกใจมาโพสต์ เขียนข้อความแสดงสิ่งที่เราคิด สิ่งที่เราต้องการระบาย เช่น วิจารณ์ดารา วิจารณ์ละคร โซเชียลมีเดียจึงเหมือนพื้นที่ที่ให้อิสระทางความคิดของทุกคน" (รัชนก ศรีสุข, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"ข้อความที่เราโพสต์ลงในสถานะของเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกด้านความรู้สึก การระบายออกทางอารมณ์ โดยใช้รูปภาพบ้าง ข้อความที่เป็นคำพูด คำกลอน รวมทั้งเพลง อาจมีการบรรยายใต้รูปหรือเพลงด้วย เช่น รู้สึกเสียใจกับความรัก เราก็ตั้งสถานะเป็นรูปผู้หญิงนั่งร้องไห้ หรือใส่ลิงค์เพลงจากยูทูปที่ฟังดูเศร้า เมื่อเพื่อนเห็นก็จะรู้ทันทีว่าเจ้าของโพรไฟล์นี้เศร้าอยู่ ก็มีการพูดคุยให้กำลังใจระหว่างเพื่อนกันได้" (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

การแสดงออกผ่านข้อความและรูปภาพในสถานะของโซเชียลมีเดีย ถือเป็นการบ่งบอกตัวตนและอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยคนที่ชอบดารานักแสดงเกาหลีก็จะนำภาพ ข้อมูล และลิงค์ (Link) ของเว็บไซต์เกาหลีมาลงไว้บนสถานะ (Status) ของตน

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเพศหญิงและเพศชายเกี่ยวกับการแสดงออกทางอัตลักษณ์ผ่านข้อความและรูปในโซเชียลมีเดียพบว่า สิ่งที่แสดงออกบนสถานะของทั้งสองกลุ่มจะแตกต่างกันออกได้ตามความสนใจของแต่ละเพศ โดยเยาวชนเพศชายมักจะนำข่าวคราวต่างๆเกี่ยวกับกีฬาและเทคโนโลยีที่ตนชอบมาลงไว้บนสถานะ

"สิ่งที่นำมาลงจะเป็นไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน หรือแชร์สิ่งที่เราชอบเป็นชีวิตจิตใจ เช่น กีฬาฟุตบอล การถ่ายภาพ เทคโนโลยีต่างๆ ส่วนใหญ่จะโพสต์ข้อความต่างๆที่พบเจอกับเรื่องราวที่เกี่ยวกับฟุตบอล ข้อความที่โพสต์จะแสดงอัตลักษณ์เป็นคนที่ชอบแซว ชอบวิจารณ์ฟุตบอล ขำๆ เฮฮา" (อัครภพ แก้วตา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“เป็นคนที่ชอบในเรื่องของเทคโนโลยี ฟิล์ม ซีรีย์เกาหลี มิวสิควิดีโอเพลงญี่ปุ่น เกาหลี แล้วก็พวกโปรแกรมตัดต่อ 3D กราฟิกที่เข้ามาในวงการภาพยนตร์ เช่น 3D Maya และ Plug In ต่างๆของโปรแกรม PR และ AE แฟชั่นต่างๆ เจออะไรใหม่ๆที่เราชอบก็จะกดแชร์ผ่านหน้าเฟสบุ๊ค จึงทำให้อัตลักษณ์เป็นคนที่ทันสมัย เรียนรู้ตลอดเวลา” (ฐาปกรณ์ นาคเวช, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

ขณะที่เยาวชนเพศหญิงที่ชื่นชอบเรื่องความสวยงาม การแต่งกาย การแต่งหน้า มักจะโพสต์รูปและข้อความ รวมทั้งนำเอาลิงค์ (Link) ที่เกี่ยวกับเรื่องเหล่านั้นมาลงไว้เช่นกัน

“จะโพสต์รูปตัวเอง ของสะสม อาหารการกิน สิ่งที่โพสต์บ่อยๆจะเป็นของสะสม ที่มีแต่สีชมพูสื่อให้เห็นว่ามีความเป็นผู้หญิงมากๆ ส่วนข้อความที่โพสก็จะเป็นแนวเกี่ยวกับความรัก เป็นคนที่ศรัทธาและเชื่อในความรัก” (ศมณรัตน์ เวชชูติ, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ สถานะของโซเชียลมีเดียยังถือเป็นพื้นที่ในการแสดงออกถึงเรื่องราวและกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นกับเยาวชน โดยเยาวชนส่วนใหญ่จะนำเอาภาพสำคัญต่างๆในชีวิตมาลงไว้ เช่น ภาพไปเที่ยวกับครอบครัว ภาพไปสังสรรค์กับเพื่อนฝูงในกลุ่ม ซึ่งกลุ่มเยาวชนให้เหตุผลว่าเป็นวิธีการแสดงอัตลักษณ์ด้านรูปแบบชีวิตของตนเองวิธีหนึ่ง

ผลการวิจัยยังพบข้อมูลด้วยว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายใช้สื่อใหม่ประเภทโซเชียลมีเดียในการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ด้านเพศวิถี (Sexuality) ของตนเอง ดังตัวอย่างเช่น กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นเพศหญิงที่เปิดเผยว่าตนเป็นผู้หญิงที่ชอบผู้หญิงด้วยกัน จะแสดงออกอัตลักษณ์ด้านเพศของตนเองทางเฟสบุ๊คโดยการโพสต์ข้อความในสถานะเพื่อระบายความรู้สึกที่ตนมีต่อเพศชายที่ใช้กริยาและคำพูดที่ไม่เหมาะสมกับเพศหญิง รวมทั้งยังนำรูปที่แสดงวิธีการต่อสู้ป้องกันตัวมาลงไว้ในสถานะเพื่อเป็นการแบ่งปันข้อมูลให้กับเพื่อนเพศเดียวกันได้ใช้ในการป้องกันตนเอง

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่เปิดเผยว่าตนเองเป็นเพศที่สามให้ข้อมูลว่าตนเองเปิดเผยเพศวิถีของตนเองอย่างชัดเจนในเฟสบุ๊ค ทั้งการนำภาพของตนเองที่แต่งเป็นผู้หญิงที่มาลงไว้ และการเขียนข้อความแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเพศที่สามอย่างตรงไปตรงมา

4.) การสร้างกลุ่ม (Group) เพื่อนในโลกของโซเชียลมีเดีย

ผลการวิจัยพบข้อมูลว่า เยาวชนส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นว่า สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียสามารถทำให้พวกเขาสร้างกลุ่มพื่อน (Group) ขึ้นมาเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร แสดงความคิดเห็น ระบายอารมณ์และพูดคุยกันเสมือนกับเป็นโลกของพวกเขาเองที่ผู้อื่นไม่สามารถเข้ามาได้

“ในโลกของสื่อใหม่เราสามารถสร้างกลุ่มของพวกเราขึ้นมาเองได้ มันเหมือนโลกของพวกเราที่สร้างขึ้นมาเอง มีความเป็นส่วนตัวไม่มีใครเข้ามาได้ เราสามารถพูดคุยกันได้ในเรื่องต่างๆที่เราสนใจร่วมกัน มีความเห็นเหมือนๆกัน มีอัตลักษณ์ร่วมกัน เป็นโลกที่ไม่มีกฎเกณฑ์ใดๆแต่เป็นกฎกติกาของพวกเราเองที่สร้างขึ้นมา” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า เพื่อนกลุ่มเดียวกันจะมีลักษณะและบุคลิกบางอย่างที่เหมือนกันซึ่งถือเป็นการแบ่งปันอัตลักษณ์ร่วมกัน เช่น มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน มีทัศนคติเหมือนๆกัน ทำให้พูดคุยกันแล้วเกิดความรู้สึกอบอุ่นและสบายใจ

“บางทีเวลามีอะไรไม่สบายใจก็จะเข้าไปโพสต์ในกลุ่ม ไประบาย แล้วพอเพื่อนในกลุ่มได้มาอ่านก็จะเข้ามาปลอบมาแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาต่างๆก็ทำให้รู้สึกว่า เรายังมีกลุ่มเพื่อนคอยให้คำปลอบใจ แล้วกลุ่มเพื่อนเราสามารถสร้างขึ้นมาได้หลายกลุ่ม เพราะเรามีเพื่อนหลายกลุ่ม อย่างเพื่อนโรงเรียนเก่าหรือเพื่อนที่เรียนอยู่ด้วยกันในปัจจุบัน แม้แต่เวลาทำงานเรายังสามารถตั้งกลุ่มขึ้นมาเฉพาะเพื่อใช้ปรึกษากันในการทำงานได้ด้วย” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายยังให้ความเห็นเกี่ยวกับการสร้างกลุ่มเพื่อนขึ้นมาในสื่อใหม่ประเภทเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ด้วยว่า เกมออนไลน์สามารถใช้เป็นพื้นที่พบปะสังสรรค์กันระหว่างกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องที่คล้ายคลึงกัน การมาเล่นเกมเดียวกันถือเป็นการสร้างกลุ่มเพื่อนที่มีอัตลักษณ์บางอย่างร่วมกันและใช้สื่อเกมคิวพิวเตอร์ออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสารกัน

“การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ก็ถือเป็นการแชร์อัตลักษณ์ร่วมกันของคนที่มีความสนใจเดียวกัน เวลาที่เล่นเกมออนไลน์กับเพื่อนๆทั้งที่เห็นหน้ากันหรือไม่เห็นหน้ากันก็ตาม มันเหมือนกับการหลุดเข้าไปในอีกโลกหนึ่งที่เราสามารถปลดปล่อยความเป็นตัวเรา และสื่อสารกับเพื่อนที่เล่นเกมด้วยกันผ่านเกมคอมพิวเตอร์ บางครั้งเล่นเกมเสร็จแล้วก็ยังนัดหมายติดต่อมาเจอกันข้างนอกอีก เกมคอมพิวเตอร์ก็เป็นสื่อใหม่ในการเชื่อมโยงกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน มีอัตลักษณ์เหมือนๆกันให้มาพบปะกันได้” (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“ปัจจุบันเกมออนไลน์ส่วนใหญ่จะต้องมีการเพิ่มเพื่อนเพื่อคอยช่วยเหลือกัน ทำให้เราได้รู้จักกับเพื่อนใหม่เพิ่มมากขึ้น และยังเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอยู่แล้วด้วย เกมออนไลน์ก็เปรียบเสมือนสื่อใหม่ที่เป็นตัวเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของผู้เล่นร่วมกัน” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มเยาวชนให้เหตุผลว่าโลกของสื่อใหม่ยังเป็นโลกที่มีความรวดเร็ว สามารถพูดคุยสื่อสารกันได้หลายๆคนในเวลาเดียวกัน ผ่านหลายช่องทางจากอุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทต่างๆ ดังนั้นการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อนผ่านการสร้างกลุ่มขึ้นมาในโลกของสื่อใหม่จึงมีความแตกต่างกับโลกแห่งความจริงอย่างน้อยสามประการคือ 1.) การสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนในโลกของสื่อใหม่เป็นวิธีการสื่อสารที่มีความรวดเร็ว 2.) สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้หลายคนพร้อมๆกันในเวลาเดียวกัน 3.) มีช่องทางที่หลากหลายในการติดต่อ เช่น คอมพิวเตอร์ โน๊ตบุ๊ค เท็ปเล็ต สมาร์ทโฟน โดยระยะทางและเวลาไม่ใช่อุปสรรคในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนผ่านสื่อใหม่อีกต่อไป

4.2.2.2 การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข้อมูล สำรวจและทดสอบอัตลักษณ์ของเยาวชน

โลกของสื่อใหม่เป็นโลกที่กว้างใหญ่และมีความหลากหลาย เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อใหม่สร้างพื้นที่ในการค้นหาข้อมูลเพื่อมาใช้ในการเรียนรู้และสำรวจอัตลักษณ์ของตนเอง โดยเยาวชนที่มีความสนใจในด้านต่างๆเห็นว่าสื่อใหม่อย่างอินเตอร์เน็ตเป็นห้องเรียนสำคัญที่เปิดโอกาสให้พวกเขาได้ค้นคว้าหาข้อมูลที่ตนสนใจ เช่น บางคนสนใจเรื่องการแต่งหน้า การทำขนมเค้ก ก็จะเข้าไปหาข้อมูลในเว็บไซต์ต่างๆและในยูทูป (YouTube) เพื่อนำข้อมูลมาใช้หัดทำขนมและหัดแต่งหน้า เมื่อทดลองทำสำเร็จก็นำเอารูปขนม หรือรูปถ่ายที่ตนแต่งหน้าลงมาใส่ไว้ในสถานะในโซเชียลมีเดียเพื่อเป็นการทดสอบอัตลักษณ์ของตนเองอีกด้วย

“สื่อใหม่ช่วยทำให้เราได้ค้นหาว่าเราชอบอะไรหรือไม่ชอบอะไร อย่างเมื่อเข้าไปดูเรื่องราวของคนอื่นแล้วนำมาเปรียบเทียบกับตัวเองเราก็จะรู้ว่าเราชอบสิ่งนั้นหรือไม่ ใช่ตัวเราหรือไม่ ทดลองทำทดลองสร้างแล้วเอามาเปรียบเทียบ ลองแสดงออกทางตัวตนของเราบ้างว่าเราเป็นอย่างไร ชอบอะไรหรือไม่ชอบอะไร สื่อใหม่ยังใช้ช่วยหาข้อมูลเพิ่มเติมในสิ่งที่เราชอบเพื่อศึกษาเพิ่มเติม เพราะเราต้องทำในสิ่งที่เราสนใจก่อนจึงจะรู้ว่าอะไรคือสิ่งที่เราชอบหรือต้องการจะเป็นจริงๆ และบางครั้งการได้เรียนรู้หรือศึกษาสิ่งใหม่อาจทำให้เราค้นพบในสิ่งที่เราชื่นชอบได้” (ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ตอนนี้เริ่มชอบทำอาหารและทำขนม ก็เข้าไปหาข้อมูลได้มากมายในยูทูปและตามเว็บไซต์ เอาลองมาหัดทำดูก็พบว่าเราทำได้ดี เป็นคนชอบทำอาหาร ทำออกมาน่าตาดีก็โพสต์ลงเฟสบุ๊ค เพื่อนมาเห็นมากดไลค์ให้ก็ยิ่งช่วยเป็นการยืนยันตัวตนและอัตลักษณ์ที่เราค้นพบ” (นิพาพร โพธิ์แก้ว, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“สื่อใหม่ช่วยในการบ่งบอกความเป็นตัวเราได้ อย่างเช่น เราไปเจอสติ๊กเกอร์น่ารักที่ตรงกับตัวเรา ก็ส่งให้เพื่อนในไลน์ (Line) สติ๊กเกอร์เป็นตัวบ่งบอกอารมณ์ความรู้สึกของเรา เราใช้ส่งให้เป็นบ่อยๆ จนกลายเป็นสัญลักษณ์ประจำของเราที่เพื่อนจำได้ หรืออย่างท่าถ่ายรูปแลบลิ้นซึ่งเราใช้ประจำแล้วพบว่ามันใช่ตัวเรา บ่งบอกบุคลิกของเรา เวลาโพสต์ลงไปแล้วมีคนกดไลค์เยอะๆ มันก็ช่วยทำให้เราค้นพบบุคลิกของเราว่าเป็นคนทะเล้นขี้เล่นเหมือนภาพแลบลิ้นที่เป็นสัญลักษณ์ประจำตัวของเรา” (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“สื่อใหม่ช่วยในการค้นหาตัวตนที่แท้จริงของเราและหาข้อมูลที่เราชอบ เอาข้อมูลนั้นมาสร้างเป็นตัวเราได้ เช่น การหาทรงผมหรือแฟชั่นที่เหมาะกับเรา ลองเข้าไปดูในเว็บไซต์ต่างๆแล้วลองเอามาทำเองที่บ้านว่าเหมาะกับเราไหม เป็นวิธีการในการค้นหาอัตลักษณ์ของตัวเองแบบหนึ่ง” (รัชนก ศรีสุข, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า สื่อใหม่สามารถนำมาใช้เป็นพื้นที่ในการทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น เยาวชนที่ใช้อินสตาแกรม (Instagram) จะนำภาพของตนเองในอิริยาบทและกิจวัตรต่างๆมาลงไว้ เมื่อมีคนอื่นมากดชอบ (Like) ติดตาม (Follow) หรือมาแสดงความคิดเห็น (Comment) ให้ตนเอง ก็ถือเป็นการทดสอบผลตอบรับ (Feedback) และการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนในสังคมไปในตัว

“ก็มีบ้างที่ใช้สื่อใหม่ในการทดสอบอัตลักษณ์ของเรา เช่น เอารูปที่คิดว่าเป็นตัวเองมากที่สุดมาลงในอินสตาแกรม เพื่อเป็นการทดลองสร้างอัตลักษณ์ให้กับตัวเอง การที่คนอื่นมาคอมเม้นชมหรือกดชอบก็เป็นการทดสอบการยอมรับในอัตลักษณ์ของตัวเรา สร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้น” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“สื่อใหม่ช่วยให้เรารู้ว่าอัตลักษณ์ของเราเป็นอย่างไร เวลาถ่ายรูปแล้วเอารูปตัวเองมาลงในเฟสบุ๊ค หรือ อินสตาแกรม เมื่อมีคนมาคอมเม้นท์แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปก็จะได้รู้ว่าคนอื่นเห็นเราเป็นอย่างไร ดูได้จากจำนวนคนที่มากดถูกใจ กับความคิดเห็นที่เขาเสนอแนะ” (กันติมา ปราโมทย์, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“ที่พบมากกับตัวเองคือ เป็นคนที่ชอบเปลี่ยนสีผมมาก บางทีเปลี่ยนทุกวันเลย เวลาเปลี่ยนสีผมเสร็จก็จะลงในอินสตาแกรมและเฟสบุ๊ค ให้เพื่อนมาแสดงความคิดเห็น ก็เป็นการทดสอบอัตลักษณ์ตัวเองด้วย” (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าผลสะท้อนกลับหรือผลตอบรับ (Feedback) ที่เกิดขึ้นในโลกของสื่อใหม่ประเภทโซเชียลมีเดียเหล่านี้เป็นการเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทันทีทันใด และมีความรวดเร็วกว่าผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นในโลกของความจริง

“ในโลกของสื่อใหม่ การแสดงความคิดเห็นเป็นไปอย่างรวดเร็วมาก เราโพสต์ปุ๊บ เพื่อนก็แสดงความคิดเห็นทันทีเลย ไม่ว่าจะคอมเม้นท์รูปให้เรา หรือตอบข้อความที่เราแสดงความคิดเห็นลงไป ทุกอย่างรวดเร็วมาก” (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มเยาวชนยังให้ความเห็นอีกว่า การค้นหาตนเองผ่านสื่อใหม่เป็นเรื่องของการลองผิดลองถูก หากได้ลองทำจึงจะรู้ว่าเราชอบตนเองหรือไม่ ใช่ตนเองหรือไม่ สื่อใหม่ถือเป็นช่องทางที่ช่วยให้ตนเองค้นหาตนเอง ค้นหาข้อมูลที่ตนสนใจเพื่อใช้ในการรู้จัก เข้าใจตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งโซเชียลมีเดียถือเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลในการทดสอบอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นมา สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการเรียนรู้และทดลองสร้างอัตลักษณ์ที่บางครั้งในชีวิตจริงไม่สามารถทำได้ เช่น อัตลักษณ์ด้านเพศวิถี (Sexuality) การทดสอบความเป็นเพศชายและหญิงที่บางครั้งในโลกแห่งความจริงไม่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ทดลองอย่างเปิดเผย

“ในโลกของสื่อใหม่ เราสามารถแสดงออกในความต้องการของตัวเองโดยในชีวิตจริงเราไม่สามารถทำได้หรือเปิดเผยได้เต็มที่ เช่น ตัวเราเป็นชายแต่ใจเราเป็นหญิงก็ไม่สามารถเปิดเผยได้ด้วยเหตุผลต่างๆนาๆ แต่เราสามารถสร้างตัวตนของเราในสื่อใหม่ได้ รูปของเราก็ไปแต่งแอพพลิเคชั่นในภาพที่มีให้เลือกมากมาย ชื่อเราก็เปลี่ยนเป็นหญิงได้ตามความต้องการของเรา ซึ่งในโลกแห่งความจริงมันทำได้ยากกว่า” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลว่า การสร้างและทดสอบอัตลักษณ์ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่แตกต่างจากโลกปกติ เพราการสร้างอัตลักษณ์ในโลกเสมือนจริงมีความรวดเร็วกว่า สร้างและเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและเร็วกว่าในโลกแห่งความจริง ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เมื่อสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาแล้วแต่รู้สึกว่าอัตลักษณ์นั้นยังไม่ใช่ ก็สามารถลบทิ้งและเปลี่ยนใหม่ได้ตามที่ต้องการ

“เราสามารถลองผิดลองถูกในการใช้ชีวิตในสังคมสื่อใหม่ได้ เพราะมันเป็นพื้นที่ของเรา เราสามารถเปลี่ยน ลบ หรือสร้างใหม่ได้ตามที่เราต้องการ” (นัฐชัย เสือแย้ม, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“เราสามารถสร้างตัวตน ทดลอง ค้นหาอัตลักษณ์ได้ในสื่อใหม่ เนื่องจากมีความยืดหยุ่นกว่าเปลี่ยนแปลงได้สูง สามารถสร้างตัวเราไปได้เรื่อยๆจนกว่าจะเจออัตลักษณ์ตัวตนที่แท้จริงของตนเองโดยใช้สื่อใหม่” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา , สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

4.2.3 บทบาทของสื่อใหม่ต่อการขัดเกลาทางสังคมของเยาวชนไทย

ในด้านบทบาทของสื่อใหม่กับการขัดเกลาทางสังคมของเยาวชนไทย ผลการวิจัยพบข้อมูลว่ากลุ่มเยาวชนไทยใช้สื่อใหม่ในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนและใช้เกมคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้บทบาทหน้าที่และขัดเกลาทางสังคมของตนเอง โดยรายละเอียดผลการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่กับการขัดเกลาทางสังคมของเยาวชนไทยมีดังต่อไปนี้

4.2.3.1 การใช้สื่อใหม่ในการเรียนรู้ความแตกต่างและลดการยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มพบข้อมูลว่า กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่ใช้สื่อใหม่ในการกระชับและรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอยู่แล้วมากกว่าการใช้สื่อใหม่เพื่อนค้นหาเพื่อนใหม่ ผลการวิจัยพบข้อมูลว่ากลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ และเท็ปเล็ต ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน และใช้สื่อใหม่ประเภทซอฟแวร์และแอพพลิเคชั่นต่างๆ ได้แก่ โซชียลมีเดีย เฟสบุ๊ค (Facebook) โปรแกรมสไกป์ (Skype) แอพพลิเคชั่นไลน์ (Line) ในการสื่อสารพูดคุยกับเพื่อน นอกจากนี้กลุ่มเยาวชนให้ข้อมูลว่า ตนใช้วิธีการสร้างกลุ่มเฉพาะ (Group) ขึ้นมาในเฟสบุ๊คเพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารพูดคุยกันระหว่างเพื่อนทั้งในสถานศึกษาปัจจุบันและสถานศึกษาเดิม

“ส่วนใหญ่เราใช้สื่อใหม่เพื่อเชื่อมและรักษาความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้วหรือเพื่อนเก่า บางครั้งมีการสร้างกลุ่มเพื่อพูดคุยแชวกัน และเป็นที่นัดกันรวมเพื่อนที่เคยเรียนด้วยกัน มาสังสรรค์

แลกเปลี่ยนสารทุกข์กัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่หลากหลายในกลุ่มเพื่อน เรียนรู้สังคมที่มีความหลากหลายได้จากโลกของสื่อใหม่เพื่อสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริงๆ" (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สื่อใหม่ถือเป็นช่องทางหนึ่งในการเรียนรู้อัตลักษณ์ ตัวตน และนิสัยใจคอของผู้อื่น โดยได้ให้ความเห็นว่าการเข้าไปดูสถานะของเพื่อนๆและผู้อื่นในโซเชียลมีเดียถือเป็นวิธีการในการเรียนรู้เกี่ยวกับผู้อื่น

"หากเราได้ไปอ่านสิ่งที่เพื่อนเขียนลงบนสถานะของเขาก็จะทำให้เข้าใจเพื่อนได้มากขึ้น บางทีเพื่อนไม่ได้เขียนระบายออกมาเป็นคำพูด แต่อาจจะเอาเพลงเศร้าๆ เอาภาพที่แสดงออกทางความรู้สึกมาลงไว้ เราก็จะสามารถเข้าใจความรู้สึกของเพื่อนได้ หรือเพื่อนชอบอะไร ไม่ชอบอะไรเวลาที่เข้าไปอ่านก็จะเข้าใจเพื่อนมากขึ้น จะได้ไม่ทำสิ่งที่เพื่อนไม่ชอบ" (ภานุเดช จักรเงิน, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

"เฟสบุ๊คเป็นพื้นที่ส่วนตัวของแต่ละคน และคอมเม้นท์ (Comment) หรือสเตตัส (Status) นั้นก็ถูกถ่ายทอดออกมาจากความรู้สึกของเพื่อน ที่เรารู้ว่านิสัยใจคอ ความต้องการ ความชอบ ความไม่ชอบอะไรเหล่านี้จะทำให้เรารู้เขารู้เรามากขึ้น จึงทำให้เราหลีกเลี่ยงการกระทำหรือสิ่งที่เพื่อนไม่ชอบนั้นไป" (ภัสรา พรหมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า สื่อใหม่เข้ามาช่วยเพิ่มเติมความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนให้แน่นแฟ้นมากขึ้นจากความสัมพันธ์ที่มีอยู่และเกิดขึ้นในโลกแห่งความจริง บางครั้งตนเองไม่กล้าแสดงความรู้สึกบางอย่างกับเพื่อนแต่ก็สามารถใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการแสดงความรู้สึกนั้นๆแทน เช่น การส่งข้อความผ่านแอพพลิเคชันไลน์ (Line) และการส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์ (SMS) การเขียนข้อความตอบกันในเฟสบุ๊ค เป็นต้น

"สื่อใหม่ทำให้กลุ่มมีการติดต่อสื่อสารกันง่ายขึ้น จากที่เพื่อนเคยห่างหายกันไปไม่ได้ติดต่อกันนานก็ได้มาเจอกันเพราะสื่อใหม่ ทำให้เข้าถึงกลุ่มเพื่อนได้ง่าย นอกจากนี้ในเรื่องของงาน เราก็สามารถส่งเป็นไฟล์งานหรือแผนที่เพื่อบอกสถานที่ในการทำงานได้โดยไม่ต้องรอให้พบหน้ากัน เพราะบางครั้งแต่ละคนอาจมีเวลาว่างที่ไม่ตรงกัน และยังสามารถใช้เป็นสื่อเพื่อแทนสิ่งต่างๆที่เราต้องการจะบอกแต่ไม่กล้าบอกต่อหน้าก็อาจจะส่งเป็นเพลงหรือรูปภาพที่มีความหมายนั้นไปแทน" (รชตะ สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"ข้อความที่เราคอมเม้นท์ของเพื่อนๆส่วนใหญ่จะเป็นการเม้นกลับแบบกวนๆแซวๆ ติดตลกกับเพื่อน ซึ่งแต่ละคนมีการใช้คำพูดและวิธีการพูดที่แตกต่างกัน และก็มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับโพสต์ของเพื่อนว่าเป็นแบบใด รวมทั้งอารมณ์ความรู้สึกของเราในขณะนั้นด้วย เช่น เพื่อนโพสต์สถานะแนวกวนๆมาเราก็จะแซวๆเพื่อนกลับ หรือเพื่อนโพสต์ข้อความแนวอกหัก เราอาจเข้าไปเม้นถาม เป็นห่วง

ให้กำลังใจ แต่ถ้าเรากำลังเศร้าด้วยก็คงเม้นท์กลับว่า โดนเลย หรืออาจกดชอบถูกใจแสดงความเห็นด้วย คล้อยตาม" (ภัทรพงษ์ งามวิไล, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ กลุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสื่อใหม่เป็นช่องทางทำให้ตนได้เรียนรู้ว่าเพื่อนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน การได้เข้าไปดูเรื่องราวต่างๆในโซเชียลมีเดียของเพื่อนทำให้ได้เรียนรู้ว่าเพื่อนชอบอะไร ไม่ชอบอะไร ตนจะได้หลีกเลี่ยงการกระทำที่ทำให้เพื่อนไม่ชอบหรือไม่สบายใจ และช่วยลดความรู้สึกของการยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง (Egocentrism) ลง เพราะสื่อใหม่ทำให้เกิดการเรียนรู้และขัดเกลาตนเองว่า โลกกว้างใหญ่มีผู้คนหลากหลาย และตนเองไม่ได้เป็นศูนย์กลางของโลกเสมอไป แต่ยังมีคนอีกหลายคนที่ทั้งเหมือนและแตกต่างกับตนเอง

"เราควรทำตัวของเราเองให้มีความยืดหยุ่นสูง เพราะในสังคมความเป็นจริงนั้นเราต้องเจอกับบุคคลอีกมากมาย หลากหลายนิสัย หลากหลายความคิด เราจึงต้องเรียนรู้นิสัยเรากับเพื่อนๆ และค่อยๆ ปรับแต่งกันไปจนเข้ากันได้ดี สื่อใหม่ก็เหมือนเป็นหน้าต่างที่เราใช้มองเข้าไปดูเพื่อนคนอื่นๆ รู้จักคนอื่นๆว่าเขาเป็นอย่างไร มีอัตลักษณ์อย่างไร จะได้เรียนรู้กันไปเพื่อการอยู่ด้วยกันในสังคม" (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"การได้พบปะกับผู้คนในโลกของสื่อใหม่ที่บางครั้งมาจากต่างชาติต่างศาสนา ต่างสังคมและวัฒนธรรม จะทำให้เราเรียนรู้ที่จะปรับตัว รู้จักแสดงออกความคิดเห็นที่ดีๆและที่สำคัญคือไม่ให้ใครเดือดร้อน ไม่ได้สร้างกระแสทางลบ เพื่อจะได้อยู่ในสังคมนี้ได้" (รัชนก ศรีสุข, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าการสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กันในสังคมของสื่อใหม่ถือเป็นการขัดเกลาทางสังคมโดยทางอ้อมรูปแบบหนึ่ง เพราะหากสมาชิกคนใดทำสิ่งที่ผิดแบบแผนหรือมารยาทต่างๆ เช่น โพสต์ข้อความหรือแสดงความคิดเห็นที่ไม่เหมาะสม ก็จะถูกลงโทษจากสมาชิกในสังคมสื่อใหม่ทั้งโดยวิธีการตัดชื่อออกจากกลุ่มและการลงโทษด้วยคำวิพากษ์วิจารณ์จากสมาชิกในสังคมสื่อใหม่ของตนเอง

"วิธีการลงโทษแบบหนึ่งในสังคมสื่อใหม่ก็คือการถูกลบชื่อออกจากกลุ่ม หากเป็นกรณีร้ายแรงก็คือถูกรุมด่าหรือวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมสื่อใหม่" (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

"ถึงแม้หลายคนจะยังไม่สามารถปรับตัวได้ก็จะถูกลงโทษเองโดยการโดนรุมประชาทัณฑ์ทางโซเชียลมีเดียอย่างโหมกระหน่ำจนไม่สามารถลืมหูลืมตาได้แม้ในโพรไฟล์ของตนเอง หรืออาจอยู่ในสังคมแห่งความจริงได้ยาก" (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

4.2.3.2 การใช้เกมคอมพิวเตอร์ในการเรียนรู้บทบาททางสังคม

ผลการวิจัยพบว่า เยาวชนใช้เกมออนไลน์เป็นพื้นที่ในการสำรวจและทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง โดยการสวมตนเองเข้ากับบทบาทต่างๆที่อยู่ในเกม ซึ่งถือเป็นวิธีการหนึ่งในการทดสอบบทบาทหน้าที่และอัตลักษณ์ โดยเฉพาะเกมออนไลน์ในยุคปัจจุบันที่เรียกว่า เกมออนไลน์แบบสวมบทบาทและมีผู้เล่นหลายคน (Massively Multiplayer: online role-playing games หรือ MMORGS) สามารถเปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้สร้างตัวตนเสมือนจริงขึ้นมาในโลกออนไลน์ โดยการสร้างร่างเสมือนที่เป็นร่างทรง (Avatars) ของตนเองขึ้นและสามารถเล่นเกมร่วมกับผู้เล่นคนอื่นๆได้

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการเล่นเกมคอมพิวเตอร์และได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของเกมคอมพิวเตอร์ในการขัดเกลาทางสังคมไว้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น 4 คน ได้ยกตัวอย่างของ “เกมยิงไข่ไดโนเสาร์” ว่าเป็นเกมที่มีบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมในทางอ้อม โดยช่วยทำให้ผู้เล่นรู้จักการขัดเกลาด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านความรู้ ทักษะ ความชำนาญและสติปัญญา ด้านระเบียบวินัย และด้านความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับบทบาทของเกมยิงไข่ไดโนเสาร์ที่มีต่อการขัดเกลาทางสังคมดังต่อไปนี้

ในด้านความรู้ ทักษะ ความชำนาญและสติปัญญา กลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนะว่า ในการเล่นเกมยิงไข่ไดโนเสาร์นั้น ไข่ไดโนเสาร์ทุกใบอาจเปรียบเหมือนปัญหาที่เราต้องแก้ไข และวิธีการแก้ปัญหาก็คือการยิงไข่ทุกใบให้แตก

“เกมยิงไข่ไดโนเสาร์ ถ้าเปรียบไข่ทุกใบคือปัญหาที่เราต้องแก้ไข ไข่ที่ยิงออกไป คือวิธีแก้ปัญหา ไข่ที่โดนยิง ถ้าถูกจุดก็จะแตก และไม่ได้แตกแค่ใบเดียว แต่แตกเป็นกลุ่มที่เรียงติดต่อกัน แต่ถ้าเรายิงพลาด ก็จะทำให้กลุ่มไข่ที่เกาะกันไม่แตก ก็เหมือนปัญหาที่ไม่ได้ถูกแก้ แล้วกลุ่มไข่ก็เลื่อนลงมาเรื่อยๆ จนถึงด้านล่าง เกมก็จบกัน” (กันติมา ปราโมทย์, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า การเล่นเกมยิงไข่ไดโนเสาร์เป็นการฝึกการแก้ปัญหา การฝึกความแม่นยำ และการทำงานแข่งกับเวลา

“การเล่นเกมนี้ก็เป็นการฝึกการแก้ปัญหา เพราะไข่ทุกลูกที่ยิงไปจะต้องไปทำให้กลุ่มไข่แตก ต้องยิงอย่างมีความคิด มีสติ รอบคอบ ทำสิ่งต่างๆโดยรู้ค่าของเวลา เพราะเวลาเดินไปเรื่อยๆไม่รอเรา” (นิพาพร โพธิ์แก้ว, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ในด้านระเบียบวินัยกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า การเล่นเกมยิงไข่ไดโนเสาร์ช่วยปลูกฝังระเบียบวินัยทางอ้อม “คือการเรียงของไข่จะเรียงเป็นแถวอยู่อย่างมีระเบียบ ไข่ที่ยิงอยู่ไป ยิงออกไปได้ทีละลูก ไม่สามารถยิงได้ทีละหลายลูก เพื่อเก็บคะแนนได้เยอะ ถ้าอยากได้สีอื่นก็ต้องรอลูกต่อไป” (ฑิฆัมพร ชัยรุ่ง, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ด้านความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่า ในการเล่นเกมจะมีรางวัลเป็นแรงจูงใจ ความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจในการเล่นเกมคือการแก้ปัญหาให้สำเร็จและได้ชัยชนะเป็นรางวัล สร้างความภูมิใจว่าเราแก้ไขปัญหานั้นได้สำเร็จ

“ในเกมจะมีโบนัสคูณสอง คูณสาม เวลายิงไข่ก็จะได้คะแนนเพิ่มมากขึ้นจากเดิม ถ้าเรายิงได้เยอะ ได้โบนัสเยอะ ชื่อของเราก็จะไปติดอยู่ที่ High Score ก็เหมือนกับการทำงาน ถ้ายิงไข่ได้ดียิงได้เยอะ จะได้โบนัสเหมือนกับทำงาน ได้สิ่งตอบแทนในการทำงาน” (เปรมิกา จงจินดา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างเพศชายในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นได้ยกตัวอย่างบทบาทของเกมเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เพ็ทโซไซตี้ (Pet Society) ว่ามีบทบาททางอ้อมต่อผู้เล่นในการขัดเกลาทางสังคมในด้านต่างๆ คือ ในด้านจิตใจ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า เกมเพ็ทโซไซตี้ ช่วยขัดเกลาจิตใจให้ผู้เล่นมีความอ่อนโยนต่อสัตว์ และส่งผลต่อด้านพฤติกรรม คือให้รู้จักดูแลเอาใจใส่สัตว์เลี้ยงของตนเอง

“ในชีวิตจริง สัตว์ทุกตัวต้องได้รับการเลี้ยงดูไม่ว่าจะเป็นการกินการนอน ความสะอาด และยังต้องการการดูแลเอาใจใส่จากคนที่เป็นเจ้าของ ซึ่งเกมนี้ต้องการให้ผู้เล่นเกมคิดว่าตัวการ์ตูนที่เล่นนั้นมีตัวตนอยู่จริง โดยที่ผู้เล่นจะต้องคอยดูแลเอาใจใส่ตลอด ไม่ว่าจะเป็นการให้อาหาร อาบน้ำ แต่งตัว เนื่องจากจะมีเกมใส่เสื้อผ้าให้กับตัวการ์ตูน พอเล่นอยู่ในเกม ก็ส่งผลให้เราแสดงพฤติกรรมแบบนั้นข้างนอกด้วย อยู่บ้านก็เอาเสื้อผ้าให้น้องแมวน้องหมาใส่” (นัฐชัย เสือแย้ม, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“เกมนี้สงผลให้ผู้ที่เลี้ยงสัตว์ในชีวิตจริงดูแลเอาใจใส่สัตว์มากขึ้น เพื่อให้น่ารักเหมือนกับในเกมที่ตนเล่น และเมื่อสัตว์ได้รับความรักความอบอุ่นจากผู้เลี้ยงก็จะส่งผลให้สัตว์เชื่อฟังเจ้าของมากขึ้น และไม่เป็นสัตว์ที่ก้าวร้าวหรือไปทำร้ายผู้อื่น” (ภานุเดช จักรเงิน, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ในด้านทักษะและสติปัญญา กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความคิดเห็นว่าการเล่นเกมเพ็ทโซไซตี้มีส่วนในการขัดเกลาทักษะและสติปัญญา เพราะในเกมจะมีการจัดบ้านของสัตว์เลี้ยงซึ่งต้องมีการซื้อหาของใช้ต่างๆมาจัดบ้านและสถานที่ ต้องเก็บเงินมาใช้ซื้อสิ่งของ และของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง ทำให้ต้องมีการฝึกทักษะด้านความคิด และการวางแผนการทำงาน

“ช่วงแรกที่เล่นเกม เรายังอาจเก็บเงินได้ไม่เยอะ ซื้อของได้ยาก เนื่องจากต้องคอยดูแลหาอาหารให้สัตว์กิน แต่พอเล่นไปได้สักพักเราก็สามารถซื้อต้นไม้มาปลูกเองเพื่อเก็บผลไม้ให้สัตว์กินก็จะประหยัดเงินไม่ต้องซื้ออาหารและยังนำผลไม้ไปขายได้อีกด้วย พอเล่นเกมไปได้สักพัก ผู้เล่นเกมก็จะรู้จักวิธีการเก็บเงินเพื่อนำไปซื้อสิ่งของต่างๆไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับ เฟอร์นิเจอร์เพื่อนำมาตกแต่งบ้านของสัตว์เลี้ยงให้มีความสวยงามตามที่ผู้เล่นต้องการ ซึ่งในเกมก็มีให้เลือกมากมาย” (อัครภพ แก้วตา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าเกมเพ็ทโซไซตี้ช่วยขัดเกลาด้านระเบียบวินัยและปลูกฝังความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจดังนี้

“เกมนี้ทำให้ผู้เล่นมีความรับผิดชอบ เพราถ้าไม่อาบน้ำให้ตัวการ์ตูนในเกมก็จะมีแมลงวันมาตอม และถ้าไม่ให้อาหารตัวการ์ตูนก็จะมีหน้าบึ้งตึง แต่เมื่อเราให้อาหารเขาก็จะยิ้มแย้ม ทำให้เราฝึกเป็นคนมีระเบียบวินัย ต้องเข้ามาให้อาหารสัตว์อยู่เสมอ” (ภัทรพงษ์ งามวิไล, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

“เรื่องการปลูกฝังความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจคือ เนื่องจากว่ามันเป็นเกมออนไลน์ทำให้มีผู้เล่นหลายคนและเราสามารถไปเยี่ยมบ้านของเพื่อนได้ และบ้านของแต่ละคนจะมีความแตกต่างกัน เมื่อเราไปเจอบ้านที่สวยๆเราก็อยากจะมีบ้าง เราก็เกิดความฝันและแรงบันดาลใจในการเก็บเงินเพื่อที่จะซื้อของมาตกแต่งบ้านของเราบ้าง” (อัครภพ แก้วตา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2556)

ในด้านของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเล่นเกมเดอะซิม (The Sim) โดยการสร้างตัวเล่นที่เรียกว่าตัวซิม (Sim) ขึ้นมาในบทบาทต่างๆที่ตนเองต้องการและเรียนรู้การใช้ชีวิตตามบทบาทเหล่านั้น กลุ่มเยาวชนให้ความเห็นว่าการได้แสดงบทบาทต่างๆเสมือนจริงในเกมคอมพิวเตอร์ช่วยทำให้ตนเองเกิดการเรียนรู้บทบาททางสังคม มีความเข้าใจบทบาทและทัศนคติในการดำเนินชีวิตผ่านตัวละครซิมที่ตนสวมบทบาท” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เกมเดอะซิมเป็นการจำลองการใช้ชีวิตของมนุษย์ การเล่นเกมก็มีบทบาทเกี่ยวกับการสอนให้รู้จักบทบาทและทัศนคติ การใช้ชีวิตในสังคม เป็นเรื่องที่ต้องใช้ความพยายามและความอดทนในการที่จะก้าวและพัฒนาตัวเองและตัวซิมให้สูงขึ้น” (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ในด้านการขัดเกลาทางสติปัญญาพบว่ากลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า เกมเดอะซิมช่วยให้ผู้เล่นมีความคิดรอบคอบ ฝึกคิดวิเคราะห์ในการจัดระเบียบกิจกรรมในแต่ละวันและรู้จักการวางแผนในการใช้ชีวิต และปลูกฝังด้านระเบียบวินัย ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์เหล่านี้

“ภายในเกมเดอะซิมจะมีกิจกรรมให้ทำมากมายเหมือนในชีวิตจริงทุกอย่าง เราจึงต้องควบคุมมันให้ดี ถ้าเราพลาด ดูแลไม่ดีตัวละครที่เราเล่นในเกมจะตายหรือเกิดเจ็บป่วย ในเกมไม่ต่างอะไรไปจากชีวิตจริง ในแต่ละตัวละครจะมีระดับ (Level) ในด้านต่างๆ เช่น ความสามารถในการทำงาน ระดับของความดี ซึ่งกว่าจะได้มาต้องมาจากการฝึกฝนในด้านนั้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่จะทำเป็นและสำเร็จในวันหนึ่งวันเดียว” (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“ในด้านการใช้ชีวิต การเล่นเดอะซิมทำให้เรารู้จักใช้ชีวิตมากขึ้น เมื่อเล่นเกมเดอะซิมบ่อยครั้งก็จะทำให้เรารู้จักจัดการกับตัวเองด้วยเวลาที่จำกัด เช่น ตื่นนอน อาบน้ำ ทานข้าว ก่อนไปทำงาน สังสรรค์กับเพื่อนบ้าน สิ่งนี้เราสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดขึ้นจริงกับตัวเอง ทำให้เราได้รู้ว่าภายในหนึ่งวันเราควรทำอะไรก่อนหรือหลัง เป็นการช่วยจัดระเบียบในการใช้ชีวิตให้เป็นระบบ” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

เกมเดอะซิมถือเป็นการจำลองรูปแบบการใช้ชีวิตลงไปในโลกของสื่อใหม่และเป็นพื้นที่ให้เยาวชนได้ทดลองสวมบทบาทต่างๆเพื่อเรียนรู้บทบาทหน้าที่นั้นๆ โดยเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า ตนได้รับการขัดเกลาและได้เรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องระเบียบวินัย การวางแผน และการแก้ไขปัญหาผ่านบทบาทของตัวละครหรือตัวซิมที่ตนสร้างขึ้น

ผลการวิจัยยังพบข้อมูลอีกว่า การเล่นเกมคอมพิวเตอร์มีส่วนในการขัดเกลาทางสังคมโดยมีบทบาทในการปลูกฝังเกี่ยวกับความมุ่งหวังของชีวิต การสร้างความใฝ่ฝันและแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นกับเยาวชนที่เป็นผู้เล่น ยกตัวอย่างเช่นกลุ่มเยาวชนที่เล่นเกมเดอะซิมบางคนเล่นบทบาทเป็นนักดนตรีเพื่อทดสอบความใฝ่ฝันของตนที่อยากเป็นนักดนตรีที่มีชื่อเสียง บางคนเล่นเป็นเจ้าของร้านเบเกอรีเพราะชอบทำขนมและต้องการมีร้านเบเกอรีเป็นของตนเอง

“ภายในเดอะซิมจะแฝงเรื่องความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจเอาไว้ ในการพัฒนาสายงานอาชีพของตัวเองเพื่อจะได้มีรายได้สูง ในการจะพัฒนาได้นั้น ตัวซิมจะต้องพัฒนาด้านทักษะของตัวเองให้สูงขึ้นตามที่เกมกำหนด เช่น ด้านการทำอาหาร ด้านการร้องเพลง เป็นต้น เมื่อทำสำเร็จ ทางเกมจะมีรางวัลให้ตามวิชาชีพนั้น เช่น เป็นนักดนตรี ก็มีคอนเสิร์ทคนดูเยอะ มีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นเจ้าของร้านเบเกอรีก็จะมีรายได้เยอะร่ำรวย ด้านการแพทย์ เป็นหมอก็จะได้รับเครื่องปรุงยาที่สามารถผลิตยาออกมาทานได้เมื่อตัวซิมไม่สบาย” (ภัสรา พรหมเปี่ยม , สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ ในเกมเดอะซิมยังมีการกำหนดเกี่ยวกับให้รางวัลต่างๆ คือเมื่อตัวซิมทำภารกิจหน้าที่ต่างๆสำเร็จลงก็จะได้รับคะแนนเป็นรางวัลตามลำดับ การให้รางวัลของเกมจึงถือเป็นแรงกระตุ้นให้ตนได้เรียนรู้บทบาทหน้าที่ผ่านตัวละครในโลกเสมือนจริง เพราะหากปฏิบัติบทบาทหน้าที่สำเร็จจะทำให้ระดับรางวัลเพิ่มสูงขึ้น แต่หากทำไม่สำเร็จอาจทำให้ตัวซิมเกิดการเจ็บป่วย ไม่สบายและเสียชีวิตลงได้ ซึ่งสะท้อนถึงความบกพร่องในหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองซึ่งเป็นผู้เล่น การให้รางวัลและการถูกลงโทษในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์จึงถือเป็นการขัดเกลาทางสังคมโดยอ้อมวิธีหนึ่ง

เกมคอมพิวเตอร์อื่นๆที่เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายได้เล่นและเห็นว่ามีบทบาทในการเรียนรู้และขัดเกลาทางสังคม ได้แก่ เกมฮาร์เวสมูน (Harvest Moon) และเกมฟาร์มวิลล์ (Farmville) ซึ่งเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า เกมฮาร์เวสมูนและฟาร์มวิลล์ เป็นเกมที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้และขัดเกลาทางสังคมเกี่ยวกับความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง รู้จักวางแผนการทำงาน คาดคะเนรายรับรายจ่ายและผลผลิตในการทำเกษตรกรรมในโลกเสมือนจริง ผลกำไรนำมาซึ่งความภาคภูมิใจและช่วยสร้างครอบครัว ซึ่งถึงแม้จะเป็นการใช้ชีวิตในโลกเสมือนจริงแต่ก็ถือเป็นการขัดเกลาทางสังคมในทางอ้อมด้านทักษะและความชำนาญในการใช้ชีวิต

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นตอนปลายมีความเห็นว่าเกมฟาร์มวิลล์มีบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมด้านต่างๆคือ ด้านระเบียบวินัย ด้านความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ ด้านบทบาทและทัศนคติ และด้านการฝึกฝนทักษะและความชำนาญ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ในเกมฟาร์มวิลล์เป็นเกมที่ให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นชาวนาชาวไร่ มีแปลงปลูกผักเป็นของตนเอง และต้องคอยบริหารจัดการเพื่อให้ได้ผลผลิตออกมาขายได้ทัน และต้องคอยบริหารจัดการรายรับและรายจ่ายภายในฟาร์มของตนเองไม่ให้ขาดทุน นอกจากนี้ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบสร้างและขยับขยายฟาร์มของตนเอง” (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เกมฟาร์มวิลล์ปลูกฝังเรื่องระเบียบวินัยให้กับผู้เล่นในด้านของการบริหารงานในฟาร์ม ไร่ หรือแปลงผักของตนเอง ได้ฝึกความรับผิดชอบในการดูแลเอาใจใส่และตรงเวลา” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“ในด้านความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ เกมฟาร์มวิลล์เป็นเกมที่ให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นชาวไร่คอยทำงานปลูกผักเพื่อหารายได้ และสร้างโอกาสให้กับตนเองในการขยายขนาดแปลงผักของตนให้กลายเป็นฟาร์มขนาดใหญ่ ซึ่งตรงนี้จะมีเรื่องของการขัดเกลาในเรื่องของความหวังที่จะสร้างและขยายฟาร์มของตนให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ทำให้เกิดแรงบันดาลใจเพื่อโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มในอนาคต” (นันทวัฒน์ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เกมยังสอนเรื่องบทบาทหน้าที่และทัศนคติในแง่ที่ว่าการเป็นชาวนาชาวไร่มีบทบาทหน้าที่อย่างไร ทำให้ผู้เล่นที่สวมบทบาทได้ทดลองทำหน้าที่นั้น พอเล่นไปก็จะเกิดความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของชาวไร่ ได้เรียนรู้การเข้าสังคมด้วยการพบปะกับเพื่อนในเกม และการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันด้วย” (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“นอกจากเกมจะสนุกเพราะได้ดูแลแปลงผักและการทำไร่แล้ว ยังช่วยสร้างทักษะความชำนาญในเรื่องของการรู้จักการบริหารงาน ทั้งด้านการดูแลฟาร์มและการควบคุมรายรับรายจ่ายด้วย” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับเกมฮาร์เวสมูนนั้น กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นคล้ายๆกับเกมฟาร์มวิลล์ในแง่บทบาทของเกมในการขัดเกลาด้านพฤติกรรมและระเบียบวินัย รวมทั้งปลูกฝังให้เกิดแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต

“เกมนี้สอนให้เรารู้จักคิดและวางแผนงานในการทำงานแต่ละอย่างว่าเราควรจะทำอะไรก่อนหลัง ต้องคำนวนรายรับรายจ่ายให้รอบคอบ คาดคะเนสิ่งต่างๆ รู้จักเลือกพันธุ์พืชที่จะนำมาปลูกในสวนของตนเอง เพื่อให้ได้ผลผลิตและผลกำไรกลับมาอย่างคุ้มค่ากับการลงทุนลงแรงของเรา จึงเป็นการฝึกสติปัญญาด้วย” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เกมนี้จะสอนให้เรารู้จักระเบียบวินัย เพราะเมื่อเราได้เล่นเกมนี้แล้วจะทำให้เราต้องกระตือรือร้นเพื่อทำสิ่งต่างๆให้สำเร็จ เช่น การปลูกพืชผักจะทำให้เรามีความขยันในการรดน้ำพรวนดินเพื่อให้ได้ผลผลิตตามที่เราคาดไว้ เพราะถ้าไม่รู้จักการมีระเบียบวินัยแล้วจะทำให้ผักที่เราปลูกตายและไม่มีผลผลิตให้กับเราตลอดฤดูกาล” (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“การนอนก็เป็นอีกอย่างหนึ่งที่เกมนี้สร้างการปลูกฝังระเบียบวินัย คือถ้าวันไหนเรานอนดึกมากเกินไปจะทำให้เราตื่นสายและมีเวลาในการทำงานในวันต่อไปน้อยลงตามไปด้วย นี่ก็เป็นการปลูกฝังระเบียบวินัยอีกอย่างที่ถ่ายทอดออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน” (พุทธิพงษ์ สิงห์มา, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เกมนี้เปรียบเสมือนการใช้ชีวิตจริงๆในฟาร์มของเราเอง เราจะต้องดูแลฟาร์มของเราให้มีความเจริญก้าวหน้า เช่น การหาเงิน เพื่อมาต่อเติมบ้าน การจีบสาวเพื่อมาเป็นภรรยาของเราในอนาคต สิ่งต่างๆเหล่านี้ก็เป็นการปลูกฝังความมุ่งหวังที่จะทำให้เราลงมือและตั้งใจทำให้สำเร็จ ส่วนแรงบันดาลใจก็อย่างเช่นว่า ถ้าเรามีความรู้สึกว่าเราชอบผู้หญิงคนหนึ่งก็จะทำให้เราสามารถทำทุกอย่างเพื่อให้ผู้หญิงคนนั้นหันมามองหรือชอบเราในสักวัน” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างบางส่วนให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า การเล่นเกมฮาร์เวสมูนและฟาร์มวิลล์ยังช่วยทำให้เป็นคนมีจิตใจอ่อนโยน รักและดูแลสัตว์ รู้จักแบ่งปันแก่ผู้อื่นที่เป็นเพื่อนบ้านในเกม และเรียนรู้ด้านการใช้วิถีชีวิตพอเพียง

“เกมนี้จะสอนให้คนเป็นคนที่ขยัน รู้จักต่อสู้กับชีวิต ทำมาหากิน ใช้ชีวิตแบบพอเพียง ไม่หวือหวา มีการปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ จีบสาวเพื่อสร้างครอบครัว สิ่งที่ดีก็คือไม่มีสิ่งที่เป็นอบายมุขปะปนอยู่กับเกมนี้ เพราะเกมในปัจจุบันมีการกระทำที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น เกมยิงกัน ฆ่ากันตาย ขโมยรถ ขณะที่เกมฮาร์เสมูนเป็นเกมที่สร้างสรรค์และมีการขัดเกลาพฤติกรรมผู้เล่นได้เป็นอย่างดี” (ศิริกานต์ จงวัฒนากร, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“สอนให้เกิดความชำนาญในด้านการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง เพราะในเกมนี้จะไม่มีอะไรเริดหรู ไม่มีรถขับ ไม่มีการแต่งตัวที่ดูดี จะเน้นการใช้ชีวิตแบบคนสวนคนป่า อยู่ตามเขา ไม่ค่อยมีชีวิตที่หวือหวา จะเน้นไปทางผจญภัยในการต่อสู้กับชีวิต ดำเนินชีวิตในแต่ละวันให้มีความสุขและสนุกกับสิ่งที่เป็นอยู่” (รชต สุขใจ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นว่าการเล่นเกมเหล่านี้ยังช่วยสร้างคุณค่าทางจิตใจ คือการได้เห็นบรรยากาศรอบตัวที่มีแต่ธรรมชาติของฟาร์ม ซึ่งถึงแม้จะเป็นเพียงฟาร์มในเกมคอมพิวเตอร์ก็สามารถส่งผลให้ผู้เล่นรู้สึกสดชื่นและมีความสุข เป็นการปลดปล่อยตัวเองจากสภาพแวดล้อมของตึกสูงๆในวิถีชีวิตแบบคนเมืองหลวง

“เมื่อเล่นเกมนี้แล้วรู้สึกว่าทำให้เราเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนโยนขึ้น เพราะเราต้องคอยดูแลและเลี้ยงสัตว์ นอกจากนี้ยังทำให้จิตใจเบิกบานเหมือนเราได้ใช้ชีวิตที่ไม่เคยทำมาก่อน เช่น การปลูกผัก การเลี้ยงสัตว์ การหาเงินด้วยตนเอง เหมือนกับว่าตัวเราเข้าไปอยู่ในเกมนั้นจริงๆ ซึ่งมีแต่สิ่งดีๆอยู่รอบตัว มีบรรยากาศที่สดชื่นซึ่งจะสัมผัสได้เมื่อได้ลองเล่น เกมนี้เปรียบเหมือนเกมในจินตนาการของใครหลายๆคน” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายยังได้ยกตัวอย่าง เกมเรสตัวรอง สตอรี (Reatuarant Story) ขึ้นมาว่าเป็นเกมที่ตนเล่นอยู่และชอบมาก เพราะในชีวิตจริงใฝ่ฝันว่าจะมีร้านอาหารเป็นของตนเอง การได้เล่นเกมเรสตัวรอง สตอรี ถือเป็นการได้ทดลองสวมบทบาทในโลกเสมือนจริง เพื่อให้เข้าใจบทบาทการเป็นเจ้าของและคนทำงานที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารว่า ต้องมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างไรบ้าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เล่นเกมเรสตัวรอง สตอรี ให้ความเห็นว่า เกมเรสตัวรอง สตอรี มีบทบาทในการขัดเกลาด้านทักษะการใชชีวิต การทำงาน การวางแผน การสร้างระเบียบวินัย และบทบาทในการปลูกฝังแรงบันดาลใจ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“หลายๆคนที่ได้เล่นเกมนี้พูดกันเป็นเสียงเดียวกันเลยว่าอยากมีร้านอาหารน่ารักๆแบบในเกมนี้บ้าง สื่อให้เห็นว่าการเล่นเกมช่วยสร้างแรงบันดาลใจอยากทำมาหากิน อยากเป็นเจ้าของกิจการเหมือนในเกม” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เกมนี้ช่วยให้ผู้เล่นมีทักษะในการค้าขายและคำนวน เช่น จะบริหารเงินที่มีอยู่อย่างไร รวมทั้งรู้จักดูแลร้านของเรา ตกแต่งร้านให้สวยงามคนจะได้เข้าร้านมากขึ้น” (รัชนก ศรีสุข, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

“เกมนี้ทำให้เล่นแล้วเป็นคนมีระเบียบมากขึ้น ทำให้รู้จักใช้เงินมากขึ้น รวมทั้งทำให้มีทักษะการบริหาร รวมถึงรู้จักดูแลและบริหารผู้อื่นที่เป็นตัวละครที่เป็นพนักงานในร้านของเราด้วยถ้าเราเล่นเป็นตัวเจ้าของ แต่ถ้าราเล่นเป็นตัวพนักงานเสิร์ฟอาหารเราก็จะต้องมีระเบียบ รู้จักเก็บจาน รวมทั้งการจัดวางโต๊ะ จัดร้านให้เป็นระเบียบ เพื่อบริหารพื้นที่ของร้านด้วย” (กนกกร ประเสริฐศรี, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าเกมเรสตัวรอง สตอรี ช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้เล่นที่มีต่อบาทบาทของพนักงานเสิร์ฟ จากเดิมที่มองว่าเป็นอาชีพต้อยต่ำ กลายเป็นการเห็นบทบาทความสำคัญและคุณค่าของอาชีพนี้แทน

“เวลาเราเล่นเป็นพนักงานเสิร์ฟเราก็ต้องทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด เพื่อจะได้ค่าแรง ได้ค่าโอที (Over Time) เพราะถ้าทำไม่ดีก็จะไม่ได้ขึ้นค่าแรง รวมถึงเด็กไทยมักจะดูถูกว่าอาชีพเด็กเสิร์ฟเป็นอาชีพต้อยต่ำ แต่สำหรับในเกมนี้แล้วเด็กเสิร์ฟเป็นตัวละครสำคัญ ดังนั้นเกมจึงมีบทบาทในการเปลี่ยนทัศนคติของผู้เล่นได้มากเช่นเดียวกัน” (ฐปกรณ์ ทิมเงิน, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556)

กล่าวโดยสรุปคือ เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เห็นตรงกันว่า การใช้สื่อใหม่มีบทบาทต่อการสร้างค่านิยมทางสังคมให้เกิดขึ้นกับตนเองทั้งในด้านสร้างสรรค์ เช่น การใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนและครอบครัว เป็นช่องทางในการเรียนรู้ ค้นหาและแบ่งปันข้อมูล และขัดเกลาทางสังคมในทางอ้อม ขณะเดียวกันก็ยอมรับว่า การใช้สื่อใหม่ก่อให้เกิดค่านิยมทางสังคมในทางลบ เช่น การเสพติดสื่อใหม่ การใช้ภาษาวิบัติ การเป็นคนใจร้อนและไม่อดทน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมีความเห็นว่า สื่อใหม่เป็นเสมือนช่องทางในการสำรวจ ค้นหาข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาประกอบใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ของตน และสื่อใหม่ยังเป็นพื้นที่ในการแสดงออกและทดสอบทางอัตลักษณ์ของตนเอง โดยพื้นที่ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เป็นพื้นที่ที่มีความสะดวกและรวดเร็วกว่าเมื่อเทียบกับในโลกแห่งความเป็นจริง

DPU

บทที่ 5
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อใหม่กับบทบาทในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่สำคัญ 3 ข้อ คือ 1.) เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 2.) เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3.) เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการผสมผสานระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เข้าไว้ด้วยกัน โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการเก็บรวมรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แบ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ที่มีอายุ 15-18 ปี จำนวน 200 ชุด และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย อายุระหว่าง 19-25 ปี จำนวน 200 ชุด ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) กับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม จำนวนกลุ่มละ 8 คน รวมเป็นทั้งหมด 16 คน โดยแยกการสัมภาษณ์ทีละกลุ่ม นอกจากนี้ยังใช้วิธีการเก็บรวมรวมข้อมูลโดยการกรอกแบบบันทึก (Diary Research) จากกลุ่มตัวอย่างอีก 46 คน เป็นวิธีการเสริมในการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ประกอบผลการวิจัย ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณจะทำให้มองเห็นภาพรวมของประเด็นในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่และค่านิยมทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อใหม่ของเยาวชนไทย ส่วนการวิจัยในเชิงคุณภาพจะเป็นการขยายผลการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับบาทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยในบทนี้จะแบ่งการสรุปผลออกเป็น 7 ส่วน คือ 5.1.1 รูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 5.1.2 ความคิดเห็นและค่านิยมของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อใหม่ 5.1.3 บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 5.1.4 บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมเชิงลบของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 5.1.5 บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 5.1.6 บทบาทของสื่อใหม่ในการค้นหาข้อมูล สำรวจและ

ทดสอบอัตลักษณ์ของเยาวชน และ 5.1.7 บทบาทของเกมคอมพิวเตอร์กับการขัดเกลาทางสังคมของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1.1 รูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นอายุระหว่าง 15-18 ปี จำนวน 200 คน และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 19-25 ปี จำนวน 200 คน พบข้อมูลด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ มีเพศหญิงร้อยละ 53 และเพศชายร้อยละ 47

เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศหญิงร้อยละ 54 เพศชายร้อยละ 46 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวนทั้งสิ้น 200 คน มีเพศหญิงร้อยละ 52 และเพศชายร้อยละ 48

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครมีรายละเอียดของสรุปผลการวิจัยดังนี้

การเข้าถึงอินเตอร์เน็ตที่บ้าน

ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าถึงอินเตอร์เน็ตที่บ้านของกลุ่มเยาวชนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอินเตอร์เน็ตใช้ที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 98.25 และมีเพียงร้อยละ 1.75 ที่ไม่มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน

เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คนพบว่า กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 97 ส่วนคนที่ไม่มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3 ส่วนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายพบว่าร้อยละ 99.5 มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน มีเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้น ที่ไม่มีอินเตอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน

พื้นที่ในการใช้งานอินเตอร์เน็ตที่บ้าน

ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ในการใช้งานอินเตอร์เน็ตที่บ้านของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่าในภาพรวมมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตในห้องนอนส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 68.5 ซึ่งมากกว่ากลุ่มที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตจากส่วนกลางร่วมกับสมาชิกในบ้านที่คิดเป็นร้อยละ 31.5

เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน พบว่ามีความแตกต่างกันเล็กน้อย โดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตในห้องนอนส่วนตัวมีร้อยละ 60 และใช้งานอินเตอร์เน็ตจากส่วนกลางร่วมกับสมาชิกในบ้านมีร้อยละ 40 ส่วนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายพบว่า มีจำนวนผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ตในห้องนอนส่วนตัวมากกว่า คือคิดเป็นร้อยละ 77 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตจากส่วนกลางร่วมกับสมาชิกในบ้านมีร้อยละ 33 ซึ่งน้อยกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น

การใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทคอมพิวเตอร์

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทคอมพิวเตอร์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีคอมพิวเตอร์ประเภทพีซีและโน๊ตบุ๊คใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 100 และร้อยละ 27.5 มีคอมพิวเตอร์แท็ปเล็ต (Tablet) ใช้งาน

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเฉพาะกลุ่มพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นตอนต้นมีคอมพิวเตอร์แท็ปเล็ต ใช้งานมีจำนวนน้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย โดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่มีคอมพิวเตอร์แท็ปเล็ต ใช้งานมีอยู่ร้อยละ 21 ส่วนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายพบว่ามีคอมพิวเตอร์เท็ปเล็ตใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 32.5 เมื่อเปรียบเทียบอัตราส่วนในแต่ละกลุ่ม

การใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทโทรศัพท์

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทโทรศัพท์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่าร้อยละ 96 มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้งาน มีเพียงร้อยละ 4 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีโทรศัพท์สำหรับใช้งานแบบธรรมดา ซึ่งจำนวนผู้มีโทรศัพท์สำหรับใช้งานธรรมดาทั้งหมดจัดอยู่ในกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้น

จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานอุปกรณ์โทรศัพท์

ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานโทรศัพท์ในหนึ่งวันของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการใช้งานโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงขึ้นไป มีร้อยละ 26.75 ใกล้เคียงกับอีกร้อยละ 26.5 ที่ใช้งานโทรศัพท์วันละ 2-3 ชั่วโมง รองลงมาคือ ร้อยละ 20.25 ใช้งานโทรศัพท์น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 15 ใช้งานโทรศัพท์วันละ 3-4 ชั่วโมง มีร้อยละ 11.5 ที่ตอบว่าใช้งานโทรศัพท์วันละ 1-2 ชั่วโมง

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มคือกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลายซึ่งมีจำนวนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน พบข้อมูลดังนี้คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 38 ใช้งานโทรศัพท์วันละ 2-3 ชั่วโมง รองลงมาร้อยละ 28.5 ใช้งานโทรศัพท์น้อยกว่า 1 ชั่วโมงในแต่ละวัน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 14 ตอบว่าใช้งานโทรศัพท์วันละ 3-4 ชั่วโมง จำนวนร้อยละ 13 ตอบว่าใช้งานโทรศัพท์วันละ 1-2 ชั่วโมง ขณะที่มีเพียงร้อยละ 6.5 ตอบว่า ใช้งานโทรศัพท์มากกว่า 5 ชั่วโมงในแต่ละวัน

เมื่อพิจารณาดูข้อมูลการใช้โทรศัพท์ในแต่ละวันของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายพบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่เกือบครึ่งตอบว่าใช้งานโทรศัพท์วันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือใช้งานโทรศัพท์วันละ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 16 ใช้โทรศัพท์วันละ 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ15 ส่วนร้อยละ 12 ใช้โทรศัพท์น้อยกว่าหนึ่งชั่วโมงต่อวัน และร้อยละ 10 ตอบว่าใช้โทรศัพท์วันละ 1-2 ชั่วโมง

ทั้งนี้เนื่องจากโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในปัจจุบันสามารถใช้งานได้มากกว่าการรับสายโทรเข้าออก แต่สามารถเชื่อมโยงกับอินเตอร์เน็ต แอพพลิเคชั่น และใช้งานอื่นๆได้ ดังนั้นข้อมูลของจำนวนชั่วโมงในการใช้งานโทรศัพท์ของกลุ่มตัวอย่างจึงเป็นภาพรวมการใช้งานโทรศัพท์ด้วยวัตถุประสงค์การใช้งานต่างๆ ไม่ใช่ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนชั่วโมงในการใช้โทรศัพท์ในการพูดคุยสนทนาแต่เพียงอย่างเดียว

ค่าใช้จ่ายในการใช้งานอุปกรณ์โทรศัพท์

ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์ในหนึ่งเดือนของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเดือนละ 201-500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือเดือนละ 100-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.75 ส่วนร้อยละ 12 มีค่าใช้จ่าย 501-700 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 9.25 มีค่าใช้จ่าย 701-1000 บาทต่อเดือนในการใช้งานโทรศัพท์ ที่เหลืออีกร้อยละ 6 มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์เดือนละมากกว่าหนึ่งพันบาท

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย พบข้อมูลที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์อยู่ที่ 201-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 48 และค่าใช้จ่ายที่ 100-200 บาท ร้อยละ 45.5 ตามลำดับ มีเพียงร้อยละ 4 ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์ 501-700 บาท และร้อยละ 2.5 ที่มีค่าใช้จ่าย 701-1000 บาทต่อเดือนในการใช้งานโทรศัพท์ ส่วนในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นไม่พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่ามีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์มากกว่าหนึ่งพันบาท

ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์ของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายพบว่าส่วนใหญ่ซึ่งตรงกับกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 40 มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 201-500 บาทต่อเดือน รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 20 มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 501-700 บาท กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 16 มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 701-1000 บาทต่อเดือน ส่วนผู้ที่มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ 100-200 บาท ต่อเดือน และมากกว่า 1000 บาท ต่อเดือนมีร้อยละ 12 เท่ากัน

ประเภทของสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้งาน

ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของสื่อโซเชียลมีเดียที่กลุ่มเยาวชนใช้งาน พบข้อมูลในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างทุกคนใช้เฟสบุ๊ค (Facebook) คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาใช้ทวิตเตอร์ (Twitter) คิดเป็นร้อยละ 38.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน แต่เมื่อจำแนกตามกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลายพบว่า กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายใช้ทวิตเตอร์มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนต้น คือเกินครึ่งของจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็น ร้อยละ 56 ที่ใช้ทวิตเตอร์ ขณะที่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นเพียงร้อยละ 21 ใช้งานทวิตเตอร์

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 11.25 จากทั้งหมด 400 คน มีการใช้งานอินสตาแกรม (Instagram) ในจำนวนนี้ร้อยละ 18 เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย และร้อยละ 4.5 อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น เมื่อคำนวนอัตราส่วนแยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสองกลุ่มที่มีจำนวนกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10.5 ใช้งานโซเชียลมีเดียประเภทไฮไฟว์ (Hi 5) เมื่อจำแนกสัดส่วนเป็นสองกลุ่มพบว่า กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 15 ใช้งานไฮไฟว์ ซึ่งเป็นจำนวนและอัตราส่วนที่มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนต้นคือร้อยละ 6 เมื่อคำนวนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 9 ใช้งานโซเชียลมีเดียประเภทไลน์ (Line) เมื่อจำแนกสัดส่วนเป็นสองกลุ่มพบว่า กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 12 ใช้งานไลน์ซึ่งเป็นจำนวนและอัตราส่วนที่มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนต้นซึ่งมีเพียงร้อยละ 6 เมื่อคำนวนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ใช้งานโซเชียลมีเดียประเภทแทงโก (Tango) โดยทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนปลาย

จำนวนชั่วโมงในการใช้งานโซเชียลมีเดีย

ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนชั่วโมงในการใช้งานโซเชียลมีเดียในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 39 ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 2-3 ชั่วโมง รองลงมาคือ 5 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 1-2 ชั่วโมง มีร้อยละ 12.5 ผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 11 และมีผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน จำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน พบว่า กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นส่วนใหญ่จำนวนเกินครึ่งใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 55 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 16 ใช้งานวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ15 มีผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 9 และใช้งานวันละ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5

ส่วนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 200 คน พบว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่จำนวนเกือบครึ่งใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 48 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน มีร้อยละ 23 ที่ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 2-3 ชั่วโมง รองลงมา ร้อยละ 17 ที่ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 3-4 ชั่วโมง ส่วนผู้ที่ใช้งานโซเชียลมีเดียวันละ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9 และน้อยสุดคือร้อยละ 3ใช้งานโซเชียลมีเดียน้อยกว่าวันละ 1 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ในการใช้งานสื่ออินเตอร์เน็ต

ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้งานสื่ออินเตอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 96 ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ในการพูดคุยสนทนาและแสดงความคิดเห็น

ทั้งนี้เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ในการพูดคุยสนทนาและแสดงความคิดเห็นมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก คือ ร้อยละ 97 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และร้อยละ 95 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย เมื่อคำนวณอัตราส่วนจากจำนวนประชากรกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 92.5 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ใช้อินเตอร์เน็ตในการหาข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ในการหาข้อมูลข่าวสารมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก คือ ร้อยละ 94.5 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และร้อยละ 90 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย เมื่อคำนวณอัตราส่วนจากจำนวนประชากรกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการเล่นเกมคิดเป็นร้อยละ 64.5 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ทั้งนี้เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อการเล่นเกมมีอัตราส่วนที่แตกต่างกันเล็กน้อยคือ ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นคิดเป็นร้อยละ 71 ซึ่งเป็นอัตราส่วนและจำนวนที่มากกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายซึ่งคิดเป็นร้อยละ 58 เมื่อคำนวณอัตราส่วนจากจำนวนประชากรกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าและบริการคิดเป็นร้อยละ 65.5 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ทั้งนี้เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่ใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการมีจำนวนแตกต่างกัน คือ มีร้อยละ 47 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้อินเตอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งมากกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ที่มีเพียงร้อยละ 18.5 เมื่อคำนวณอัตราส่วนจากจำนวนประชากรกลุ่มละ 200 คน

นอกจากนี้ มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คนให้ข้อมูลว่า มีการใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ดูภาพยนตร์ ชมละครย้อนหลัง จำนวน 4 คน และใช้ทำธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านอินเตอร์เน็ต จำนวน 2 คน โดยทั้ง 6 คนเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 1.5 ของกลุ่มประชากรทั้งหมด 400 คน และ คิดเป็นร้อยละ 3 เมื่อคำนวณเฉพาะกลุ่มประชากร 200 คนในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

วัตถุประสงค์ในการใช้งานโซเชียลมีเดีย

ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้งานโซเชียลมีเดียของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการพูดคุยสนทนากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 94.5 เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่ใกล้เคียงกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 92 และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 97 ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการพูดคุยสนทนากับเพื่อน เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการเล่นเกมและแอพพลิเคชั่น คิดเป็นเป็นร้อยละ 74.75 เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 94.5 ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการเล่นเกมและแอพพลิเคชั่น ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายซึ่งมีเพียงร้อยละ 55 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการติดตามข่าวสารจากดาราและศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ คิดเป็นร้อยละ 61.75 ในภาพรวม และเมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่ใกล้เคียงกันมากคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 62.5 และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 61 ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อการติดตามข่าวสารจากดาราและศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่ออัพเดทสถานะของตนคิดเป็นร้อยละ 61.25 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบข้อมูลที่ไม่แตกต่างกันมากนักคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวนร้อยละ 56.6 และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 66 ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่ออัพเดทสถานะของตน เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่ออัพโหลดรูปของตน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ในภาพรวม โดยเมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มพบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นเพียงร้อยละ 48 ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่ออัพโหลดรูปของตน ซึ่งน้อยกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่มีถึงร้อยละ 69 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อระบายอารมณ์และความในใจคิดเป็นร้อยละ 50.5 ในภาพรวม เมื่อจำแนกข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มพบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 39 ใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อระบายอารมณ์และความในใจ ซึ่งน้อยกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย ที่มีถึงร้อยละ 62 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้พบข้อมูลเพิ่มเติมว่า มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน ใช้โซเชียลมีเดียในวัตถุประสงค์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.5 ของประชากรทั้งหมด โดยจำนวนทั้ง 6 คน ที่ใช้โซเชียลมีเดียในวัตถุประสงค์อื่นๆ อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 3 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คน โดยกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลว่าใช้โซเชียลมีเดียเพื่อวัตถุประสงค์ในการทำธุรกิจขายสินค้าต่างๆ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋าแฟชั่น และมีกลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 2 คน ระบุว่าใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเป็นช่องทางในการดูรูปผู้หญิงสาวที่หน้าตาดี

ลักษณะการเปิดและปิดสัญญาณของอุปกรณ์โทรศัพท์

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 83.25 จะเปิดสัญญาณโทรศัพท์ไว้ตลอด 24 ชั่วโมง ที่เหลืออีกร้อยละ 16.75 จะปิดสัญญาณโทรศัพท์เมื่อเข้านอนและเปิดสัญญาณโทรศัพท์อีกครั้งเมื่อตื่นนอน

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย พบว่ามีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันคือ วัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 81.5 และวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 85 จะมีพฤติกรรมการเปิดสัญญาณโทรศัพท์ไว้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน ส่วนผู้มีพฤติกรรมการปิดสัญญาณโทรศัพท์เมื่อเข้านอนและเปิดสัญญาณโทรศัพท์อีกครั้งเมื่อตื่นนอนของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีร้อยละ 18.5 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีร้อยละ 15 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

จำนวนหน้าของเว็บเพจที่เปิดดูในแต่ละครั้ง

ผลการวิจัยพบข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนหน้าของเว็บเพจที่กลุ่มตัวอย่างเปิดดูในแต่ละครั้งคือ ส่วนใหญ่จำนวนเกินครึ่งจากทั้งหมด 400 คน คือคิดเป็นร้อยละ 54.5 จะเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 20.75 จะเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 3-4 หน้า มีกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 16 ที่เปิดดูเว็บเพจครั้งละ 5 หน้าขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 8.75 ที่มีพฤติกรรมการเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 1 หน้าเท่านั้น

เมื่อแยกดูข้อมูลทั้งสองกลุ่มพบว่า มีข้อมูลคล้ายคลึงกันในบางส่วน คือ กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่เปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า โดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 67 และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 42 มีพฤติกรรมเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

ส่วนข้อมูลพฤติกรรมการเปิดดูเว็บเพจของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มสามารถแยกตามรายละเอียดได้ดังนี้คือ ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น จะมีลักษณะการเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า จำนวนมากที่สุด ดังที่กล่าวไปแล้ว รองลงมาจะเปิดดูครั้งละ 3-4 หน้า คิดเป็นร้อยละ เปิดดูครั้งละ 1 หน้า คิดเป็นร้อยละ 12.5 และจำนวนน้อยที่สุดคือเพียงร้อยละ 4 ที่เปิดดูเว็บเพจครั้งละ 5 หน้าขึ้นไป

ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย จะมีลักษณะการเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า จำนวนมากที่สุด ดังที่กล่าวไปแล้ว รองลงมาจะเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 5 หน้าขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28 ซึ่งเป็นจำนวนและอัตราส่วนใกล้เคียงกับผู้ที่เปิดดูเว็บเพจครั้งละ 3-4 หน้า คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนผู้ที่เปิดดูครั้งละ 1 หน้ามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5 จากจำนวนประชากรในกลุ่มทั้งหมด 200 คน

พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ในห้องเรียน

ด้านพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ในห้องเรียนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบข้อมูลในภาพรวมว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.75 เคยใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอน โดย

แบ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 98 และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 99.5 ตามลำดับเมื่อคำนวณจากสัดส่วนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน ส่วนผู้ที่ตอบว่าไม่เคยใช้โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอนมีร้อยละ 1.25 เมื่อเทียบกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เมื่อแยกดูข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบว่า มีร้อยละ 2 เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่ตอบว่าไม่เคยใช้โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอน และร้อยละ 0.5 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ตอบว่าไม่เคยใช้โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอน เมื่อคำนวณจากสัดส่วนตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

ลักษณะของรูปที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในโพรไฟล์ของสื่อใหม่

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของรูปที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในโพรไฟล์ของสื่อใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่แล้ว กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 82 จะใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพร์ไฟล์ ที่เหลืออีกร้อยละ 18 ที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์

เมื่อจำแนกข้อมูลทั้งสองกลุ่มจะพบข้อมูลที่คล้ายคลึงกันคือ ส่วนใหญ่จะใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพร์ไฟล์ โดยมีร้อยละ 66 ของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และร้อยละ 98 ของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพรไฟล์

อย่างไรก็ตามมีข้อมูลที่แตกต่างกันระหว่างสองกลุ่มคือ พบว่า มีกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวนมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์ คือ มีกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 44 ที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์ ขณะที่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีเพียงร้อยละ 2 ที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์ คิดเป็นอัตราส่วนเปรียบเทียบกับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 200 คน

5.1.2 ความคิดเห็นและค่านิยมของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อใหม่

ข้อมูลภาพรวมเกี่ยวกับความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อการใช้สื่อใหม่พบว่า เยาวชนให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ว่าเป็นอุปกรณ์ที่มีความจำเป็นในการดำเนินชีวิต โดยเยาวชนกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า หากตนเองออกมานอกบ้านและลืมโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนเอาไว้ที่บ้าน จะก่อให้เกิดความรู้สึกกระวนกระวายใจแต่ยังสามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติ โดยมีจำนวนผู้ตอบในข้อนี้ทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 42 ที่ตอบว่าตนจะรู้สึกปกติเฉยๆและใช้ชีวิตตามปกติโดยไม่กระวนกระวายใจ ส่วนผู้ที่ตอบว่า ทนไม่ได้และต้องกลับไปเอาโทรศัพท์มาจากบ้านคิดเป็นร้อยละ 8.5

เมื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นสองกลุ่ม พบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่ครึ่งหนึ่งโดยคิดเป็นร้อยละ 51 ตอบว่าตนรู้สึกกระวนกระวายใจแต่สามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติหากลืมโทรศัพท์มือถือเอาไว้ที่บ้าน แต่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นส่วนใหญ่ คือคิดเป็นร้อยละ 52 ตอบ

ว่า ตนรู้สึกปกติเฉยๆและใช้ชีวิตได้ตามปกติโดยไม่กระวนกระวายใจในวันที่ลืมโทรศัพท์มือถือไว้ที่บ้าน มีเพียงร้อยละ 48 ของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่ตอบว่าตนจะรู้สึกกระวนกระวายใจ ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 32 ตอบว่าตนรู้สึกปกติเฉยๆหากลืมนำโทรศัพท์มือถือมาจากบ้าน

ข้อมูลที่แตกต่างกันอีกข้อคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 14 ตอบว่าหากตนเองลืมโทรศัพท์มือถือไว้ที่บ้านจะรู้สึกทนไม่ได้และต้องกลับไปเอามาจากที่บ้าน ขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นเลือกตอบข้อนี้

การให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของเยาวชน

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการและความสำคัญของโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่มีต่อเยาวชน พบข้อมูลในภาพรวมคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า หากทุกคนในกลุ่มเพื่อนของตนเองมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้ยกเว้นตนเอง จะรู้สึกว่าไม่เป็นไร โดยมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 46.5 มีคนตอบว่า จะหางานทำเพื่อเก็บเงินซื้อเองคิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาร้อยละ 14.75 ตอบว่า จะขอให้ผู้ปกครองซื้อให้ ส่วนอีกร้อยละ 9.75 ตอบว่าตนไม่มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้ก็ได้แต่จะรู้สึกกดดัน

เมื่อจำแนกดูข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบข้อมูลที่คล้ายคลึงกันคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นว่า หากทุกคนในกลุ่มเพื่อนของตนเองมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้ยกเว้นตนเอง จะรู้สึกว่าตนไม่มีก็ไม่เป็นไร โดยในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 48 จากจำนวนผู้ตอบในกลุ่มทั้งหมด 200 คน ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า จะหางานทำเพื่อเก็บเงินซื้อเอง โดยในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 27 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า จะให้ผู้ปกครองซื้อให้ โดยในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 16.5 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 13 และข้อคิดเห็นที่มีกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบน้อยที่สุดตรงกันคือ ไม่มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใช้ก็ได้แต่จะรู้สึกกดดัน โดยในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 8.5 ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 11

การขออุปกรณ์สื่อใหม่เป็นของขวัญจากผู้ปกครอง

ด้านค่านิยมการขออุปกรณ์สื่อใหม่ เช่น สมาร์ทโฟน โน๊ตบุ๊ค และแท็ปเล็ต เป็นของขวัญจากผู้ปกครอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 63 เคยขอร้องให้ผู้ปกครองซื้ออุปกรณ์สื่อใหม่ให้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ในจำนวนนี้ แบ่งเป็น กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 67 กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 59 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

ในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 46 ตอบว่า ไม่เคยขอให้ผู้ปกครองซื้ออุปกรณ์สื่อใหม่ให้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ในจำนวนนี้ แบ่งเป็น กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวนร้อยละ 33 กลุ่มวัยรุ่นตอนร้อยละ 41 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

การเลือกทำกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวกับสื่อใหม่ในวันว่างของเยาวชน

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกทำกิจกรรมในวันว่างของเยาวชน พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 62.25 ตอบว่าในวันว่างตนจะเลือกทำกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวกับสื่อใหม่ร่วมกับครอบครัวหรือเพื่อน เช่น ไปเดินเล่น ท่องเที่ยว อ่านหนังสือ วาดรูป เล่นกีฬา ในจำนวนนี้ คิดเป็นร้อยละ 56 จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และร้อยละ 68 จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

เยาวชนร้อยละ 37.75 จากทั้งหมด 400 คน เลือกตอบว่า ตนจะเลือกทำกิจกรรมผ่านสื่อใหม่ เช่น เล่นเกม เล่นแอพพลิเคชั่น หรือพูดคุยสนทนาออนไลน์ ในวันว่างของตน ในจำนวนนี้เป็นผู้ตอบจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ร้อยละ 43.5 และจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 32 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

การเสพติดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนของเยาวชน

ข้อมูลเกี่ยวกับการเสพติดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนของกลุ่มตัวอย่าง พบข้อมูลในภาพรวม คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 70.5 ให้ความเห็นว่าตนเองติดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนในระดับที่ยังควบคุมตนเองได้ ในจำนวนนี้มีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 76 จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และร้อยละ 65 จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน รองลงมากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20.5 ตอบว่าตนเองไม่ติดการใช้โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟน โดยใช้งานอย่างมีสติ ในจำนวนนี้เป็นผู้ตอบจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ร้อยละ15 และร้อยละ 26 จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 9 ตอบว่าตนเองติดการใช้โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนมาก โดยขาดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนไม่ได้ ในจำนวนนี้ มีอัตราส่วนเท่ากันจากทั้งกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย โดยคิดเป็นร้อยละ 9 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

การเสพติดสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียของเยาวชน

ข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมการเสพติดสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียของกลุ่มเยาวชน พบข้อมูลภาพรวมเหมือนกับค่านิยมเกี่ยวกับการเสพติดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟน ดังนี้คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 74.5 ให้ความเห็นว่าคนเองติดสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียในระดับที่ยังควบคุมตนเองได้ ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 79 จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และร้อยละ 70 จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน รองลงมากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 16 ตอบว่าตนเองไม่ติดการใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย โดยใช้งานอย่างมีสติ ในจำนวนนี้เป็นผู้ตอบจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ร้อยละ12 และจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย คิดเป็นะร้อยละ 20 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 9.5 ตอบว่าตนเองติดการใช้สื่อ

ออนไลน์และโซเชียลมีเดียมาก โดยขาดสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียไม่ได้ ในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ตอบจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ร้อยละ 9 และจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย ร้อยละ 10 เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 200 คน

ความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อการเปรียบเทียบระหว่างสื่อโทรทัศน์และสื่อใหม่

เยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมากต่อค่านิยมเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อที่ว่า วิทยุและโทรทัศน์เป็นสูตรสำเร็จเกินไปสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยมีระดับค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 3.51 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่อยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.23 คือเห็นด้วยในระดับปานกลางต่อความเห็นที่ว่า วิทยุและโทรทัศน์เป็นสูตรสำเร็จเกินไปสำหรับคนรุ่นใหม่ ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 คือเห็นด้วยอย่างมากต่อค่านิยมและความคิดเห็นดังกล่าว

ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับความเหมือนและความแตกต่างของชีวิตในโลกของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริง

ด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความเหมือนและความแตกต่างของชีวิตในโลกของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงของเยาวชน พบข้อมูลในภาพรวมดังนี้ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.75 จากทั้งหมด 400 คน ให้ความเห็นว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงมีความเหมือนกัน ในที่นี้เป็นผู้ตอบจากกลุ่มเยาวชนตอนต้นร้อยละ 50.5 และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 47 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 200 คน ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 47.5 จากทั้งหมด 400 คน ให้ความเห็นว่าชีวิตในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงมีทั้งส่วนที่เหมือนกันและต่างกัน ในที่นี้เป็นผู้ตอบจากกลุ่มเยาวชนตอนต้นร้อยละ 48 และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 47 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 200 คน

กลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 3.75 จากทั้งหมด 400 คน ให้ความเห็นว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงมีความแตกต่างกัน ในที่นี้เป็นผู้ตอบจากกลุ่มเยาวชนตอนต้นร้อยละ 1.5 และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายร้อยละ 6 ตามลำดับ เมื่อคำนวณจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 200 คน

ความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อโลกของสื่อใหม่

ด้านความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อโลกของสื่อใหม่ พบว่า เยาวชนเห็นด้วยอย่างมากกับความคิดที่ว่า โลกของสื่อใหม่และโลกเสมือนจริงทำให้เยาวชนสามารถเป็นอะไรก็ได้ตามใจปรารถนา โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในข้อนี้ในภาพรวมอยู่ที่ 3.81 เมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากเท่ากันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.85 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78

ความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อการสร้างร่างและตัวตนในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่า ในโลกของสื่อใหม่นั้นสามารถทำให้เยาวชนสร้างจำนวนร่างและตัวตนได้มากกว่าหนึ่งร่าง โดยเยาวชนมีระดับความเห็นด้วยมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.96 ต่อความคิดเห็นว่าสื่อออนไลน์และสื่อใหม่ทำให้เยาวชนสามารถมีหลายร่างในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ เมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากเท่ากันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.91

ความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อการสร้างและลบชีวิตในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.31 ว่า ชีวิตในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่และโลกออนไลน์เป็นโลกที่เยาวชนสามารถสร้าง ลบ และสร้างขึ้นมาได้ใหม่ เมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดเท่ากันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.40

ความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อการปลดปล่อยความคิดผ่านโลกของสื่อใหม่

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่า โลกเสมือนจริงของสื่อใหม่คือสถานที่ที่เยาวชนสามารถปลดปล่อยความคิด ความรู้สึกและตัวตนของได้ โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในข้อนี้อยู่ระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.17 เมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับที่แตกต่างกันเล็กน้อยคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นเห็นด้วยมากที่สุดกับความคิดเห็นข้างต้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีระดับการเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.12

ความคิดเห็นที่เยาวชนมีต่อความรวดเร็วของสื่อใหม่

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่มีความรวดเร็วทันใจ โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 4.38 คือเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่เป็นโลกที่มีความรวดเร็วทันใจ และเมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดเท่ากันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.31

ความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อกฎเกณฑ์ ชนชั้น และความเท่าเทียมกันในโลกของสื่อใหม่

เยาวชนเห็นด้วยในระดับมากต่อความคิดเห็นที่ว่าโลกเสมือนจริงเป็นโลกที่ไม่มีผู้ใหญ่คอยควบคุม ไม่มีกฎเกณฑ์ แต่เป็นอาณาจักรที่เยาวชนควบคุมกันเอง โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.99 และเมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม พบค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.05

ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับชนชั้นในโลกของสื่อใหม่

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับที่มากต่อค่านิยมที่ว่า โลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เป็นโลกที่ไม่มีชนชั้น ทุกคนมีความเท่าเทียมกันหมด โดยมีระดับความคิดเห็นของค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 และเมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม พบค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเหมือนกันและมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันโดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.07

ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับการเป็นผู้นำในโลกของสื่อใหม่

เยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมากต่อความคิดเห็นที่ว่า ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เป็นโลกที่เยาวชนมีความรู้สึกเป็นผู้นำมากกว่าผู้ตาม โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 3.67 เมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม พบค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเหมือนกันและมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันโดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.71

ค่านิยมและความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อการสร้างความสัมพันธ์ในโลกของสื่อใหม่

เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากต่อความคิดเห็นที่ว่า คนเราสามารถตกหลุมรักกันได้ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.53 และเมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่มพบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้อยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือ ขณะที่กลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายมีความเห็นด้วยในระดับที่มากต่อความคิดเห็นที่ว่า คนเราสามารถตกหลุมรักกันได้ในโลกของสื่อใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.85 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นกลับมีความเห็นด้วยเกี่ยวกับเรื่องนี้ในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ย 3.22

ความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อความเป็นไปได้ในการพัฒนาความสัมพันธ์จากโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่สู่โลกแห่งความเป็นจริง

ด้านความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อค่านิยมที่ว่า ความสัมพันธ์ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่สามารถพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ที่แท้จริงและยั่งยืนได้ในโลกจริง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลางต่อความคิดเห็นดังกล่าว ด้วยระดับค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 2.96 และเมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่มพบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้อยู่ในระดับที่แตกต่างกันอย่างมากคือ ขณะที่กลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายมีความเห็นด้วยในระดับที่มากต่อความคิดเห็นที่ว่าความสัมพันธ์ในโลกของสื่อใหม่สามารถพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ที่

แท้จริงและยั่งยืนได้ในโลกจริง โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.63 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นกลับมีความเห็นด้วยเกี่ยวกับเรื่องนี้ในระดับน้อยด้วยค่าเฉลี่ยเพียง 2.29

5.1.3 บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

สื่อใหม่มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงมุมมองและวิธีการในการมองโลกของเยาวชน ผลการวิจัยจากข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า ในภาพรวมนั้นกลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมาก ด้วยระดับค่าเฉลี่ยที่ 3.84 ว่า สื่อใหม่มีบทบาทในการเปลี่ยนมุมมองในการมองโลกและสังคมของตนเอง เมื่อพิจารณาดูค่าเฉลี่ยในแต่ละกลุ่ม พบว่ามีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมากเหมือนกัน ด้วยค่าเฉลี่ย 3.83 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 3.86 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบข้อมูลว่า สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในการสร้างค่านิยมทางสังคมในด้านที่สร้างสรรค์แก่เยาวชนผู้ใช้สื่อใหม่ ดังต่อไปนี้

1.) ค่านิยมการใช้สื่อใหม่ในการสานเความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและเพื่อน

ด้านบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนของเยาวชน ข้อมูลเชิงปริมาณในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากต่อความคิดเห็นที่ว่า ว่าเทคโนโลยีสื่อใหม่ช่วยทำให้เยาวชนหาเพื่อนได้มากกว่าในโลกแห่งความจริงที่ค่าเฉลี่ย 3.53 แต่เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีระดับความเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 3.23 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีระดับความเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.83

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากต่อค่านิยมที่ว่าเทคโนโลยีสื่อใหม่ทำให้เยาวชนสามารถสานสัมพันธ์กับเพื่อนได้มากกว่าในโลกจริง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.48 แต่เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีระดับความเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 3.39 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีระดับความเห็นด้วยต่อความคิดเห็นดังกล่าวในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มที่พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในการสร้างค่านิยมและการแสดงออกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับครอบครัวและเพื่อน โดยสื่อใหม่เป็นช่องทางในการแสดงออกถึงความรัก ความห่วงใยที่เยาวชนมีต่อพ่อแม่ ผู้ปกครองและกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายนั้น พบว่าส่วนใหญ่จะอยู่ห่างไกลกับพ่อแม่และผู้ปกครอง บางคนที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดและเข้ามาเรียนในกรุงเทพจะใช้วิธีการโทรศัพท์ติดต่อและส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านโทรศัพท์เพื่อส่งข่าวเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของตนเองให้ทางบ้านได้รับรู้

เพื่อให้ผู้ปกครองได้คลายความเป็นห่วงเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ที่ห่างไกลกัน นอกจากนี้ เยาวชนยังใช้วิธีส่งข้อความแสดงความรักและความรู้สึกของตนเองในโอกาสวาระสำคัญต่าง ๆแก่พ่อแม่ผ่านโทรศัพท์ เช่น ส่งข้อความอวยพรวันเกิด ข้อความแสดงความรักในวันพ่อและวันแม่

นอกจากการใช้สื่อใหม่ประเภทอุปกรณ์โทรศัพท์ในการสนทนาและส่งข้อความเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวของกลุ่มเยาวชนแล้ว พบว่า เยาวชนบางคนยังใช้สื่อใหม่ประเภทแอพพลิเคชัน (Appliication) ในการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครอง เช่น การใช้โปรแกรมเฟสไทม์ (Facetime) ในไอแพด (IPad) ติดต่อกับผู้ปกครองเมื่อตนอยู่นอกบ้าน เพื่อให้ผู้ปกครองทราบความเคลื่อนไหวและคลายความเป็นห่วง

เยาวชนส่วนใหญ่ใช้โซเชียลมีเดียติดต่อกับพี่น้องในวัยเดียวกันที่อยู่ห่างไกลกันและบางส่วนยังสอนให้พ่อแม่ผู้ปกครองรู้จักใช้สื่อใหม่ประเภทโซเชียลมีเดียเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับตนเอง โดยผู้ปกครองของเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะคอยติดตามความเคลื่อนไหวของกลุ่มตัวอย่างจากโซเชียลมีเดียอยู่เสมอ และเข้ามามีส่วนร่วมในการสนทนาเป็นบางครั้ง รวมทั้งเขียนข้อความเพื่อให้กำลังใจกลุ่มตัวอย่างผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดีย กลุ่มเยาวชนเห็นว่าว่าสื่อใหม่เข้ามาช่วยกระชับความสัมพันธ์กับครอบครัวได้อย่างมาก โดยเฉพาะกรณีที่สมาชิกในครอบครัวต้องอยู่ห่างไกลกัน

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การใช้โซเชียลมีเดียติดต่อกับครอบครัวมีผลดี แต่อย่างไรก็ตาม บางครั้งก็อาจก่อให้เกิดการเข้าใจผิดกันได้ เช่น การที่เพื่อนเข้ามาโพสต์เรื่องที่ไม่เหมาะสมในหน้าโซเชียลมีเดียของตนเอง เมื่อผู้ปกครองมาเห็นอาจทำให้เกิดปัญหาตามมาด้วยความเข้าใจผิดได้

ด้านการใช้สื่อใหม่เพื่อการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับเพื่อน เยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อใหม่เป็นช่องทางในการแสดงออกถึงความรู้สึกที่ตนมีต่อเพื่อนและคนรัก บางครั้งเป็นความรู้สึกที่ไม่กล้าบอกเมื่ออยู่ต่อหน้า ก็สามารถใช้สื่อใหม่ในการแสดงความรู้สึกนั้นได้ เช่น การส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านโทรศัพท์ การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียด้วยวิธีการเขียนข้อความบนสถานะ (Status) ของเพื่อน

กลุ่มเยาวชนเห็นว่า สื่อใหม่ช่วยทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตนกับเพื่อนดีขึ้น เพราะเทคโนโลยีที่รวดเร็วของสื่อใหม่ช่วยย่นระยะเวลาในการสื่อสารได้เร็วขึ้น ทำให้สามารถรู้การเคลื่อนไหวระหว่างกันได้ รวมทั้งเมื่อเพื่อนเกิดปัญหาหรือกำลังไม่สบายใจก็สามารถรับรู้ได้จากข้อความที่แสดงออกในโซเชียลมีเดีย และตนเองยังสามารถแสดงความคิดเห็นหรือให้คำปลอบใจผ่านสื่อใหม่ช่องทางต่าง ๆเพื่อให้เพื่อนสบายใจขึ้น

เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสนทนากันผ่านโปรแกรมเฟสไทม์ (Facetime) บนไอแพด (IPad) และโปรแกรมสไกป์ (Skype) ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สามารถสื่อสารกันแบบเห็นหน้าตากันได้จริง

โดยจะใช้สนทนากันในเวลาที่ต้องทำการบ้านหรือรายงานกลุ่ม ทำให้ไม่ต้องนัดหมายออกมาพบกันข้างนอก แต่สามารถคุยกันได้จากบ้านหรือหอพัก

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างบางคนยังใช้โปรแกรมสไกป์ (Skype) ในการสนทนากับคนรักที่อยู่ห่างไกลกัน โดยกลุ่มตัวอย่างพบว่าสื่อใหม่ประเภทนี้มีความสำคัญมากเพราะช่วยกระชับความสัมพันธ์ของตนและคนรักที่อยู่ห่างไกลกัน

กล่าวโดยสรุปคือ เยาวชนมีความเห็นว่าสื่อใหม่มีบทบาทในการสื่อสารที่รวดเร็วกับเพื่อนและครอบครัว รวมทั้งสร้างค่านิยมในการแสดงออกซึ่งความรักความห่วงใย ช่วยกระชับความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับเพื่อนและระหว่างเยาวชนกับครอบครัว

2.) บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมเกี่ยวกับความสะดวกรวดเร็ว

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่า เยาวชนเห็นว่าสื่อใหม่เข้ามาสร้างค่านิยมเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต ทั้งในเรื่องการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วผ่านช่องทางที่หลากหลาย การทำธุรกรรมทางการเงิน การซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งการใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการสนับสนุนการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการเรียนระหว่างกลุ่มเพื่อนและอาจารย์ ซึ่งตรงกับข้อมูลเชิงปริมาณที่พบว่าเยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่มีความรวดเร็วทันใจ โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ 4.38 คือเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่เป็นโลกที่มีความรวดเร็วทันใจ และเมื่อจำแนกดูความคิดเห็นเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดเท่ากันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.31

กลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านสื่อใหม่ ด้วยเหตุผลด้านความรวดเร็วดังที่กล่าวมา โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจะใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ตนสนใจ รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างทุกคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีประสบการณ์ซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางของสื่อใหม่ เช่น ซื้อเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า และเครื่องสำอางออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงหนึ่งคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ให้ข้อมูลว่าตนดำเนินธุรกิจขายเสื้อผ้าและสินค้าแฟชั่นผ่านสื่อใหม่ประเภทเฟสบุ๊คอีกด้วย

ในส่วนของพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านสื่อใหม่ของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างเพียงหนึ่งคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านสื่อใหม่ โดยสั่งซื้อหนังสือนิยายและการ์ตูนผ่านบริการออนไลน์ซึ่งได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองและใช้บัตรเครดิตของผู้ปกครองในการชำระค่าสินค้า

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นคนอื่นๆให้เหตุผลว่าสาเหตุที่ตนไม่ได้ซื้อสินค้าออนไลน์เพราะเนื่องมาจากว่า พวกตนยังเป็นเด็กทำให้อำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายและซื้อสินค้ายังมีไม่มาก โดยทุกอย่างต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ปกครองก่อนจึงจะซื้อได้ ทำให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางสื่อใหม่ยังไม่เกิดขึ้น หากจะซื้ออะไรก็จะเข้าไปดูข้อมูลออนไลน์และบอกให้ผู้ปกครองเป็นคนดำเนินการซื้อให้แทน เพราะต้องมีการชำระค่าสินค้าและบริการที่ต้องใช้บัตรเครดิตและการโอนเงินจากบัญชีธนาคารซึ่งตนเองไม่สามารถทำเองได้

ในด้านการเรียนพบว่า กลุ่มเยาวชนได้นำเอาข้อดีเกี่ยวกับความรวดเร็วของสื่อใหม่มาใช้ในการสนับสนุนเรียนของตน โดยกลุ่มเยาวชนทั้งสองกลุ่มให้ข้อมูลตรงกันว่า สื่อใหม่เป็นช่องทางในการค้นหาความรู้และข้อมูลประกอบการเรียนและการทำรายงาน

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเกี่ยวกับเรื่องการเรียน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่ใช้โปรแกรมสไกป์ และ เฟสไทม์ในการติดต่อพูดคุยเพื่อทำการบ้านและงานกลุ่มร่วมกัน ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจะให้วิธีโพสต์การบ้านลงบนเฟสบุ๊คเพื่อแบ่งปันกัน ส่วนการสื่อสารผ่านอีเมล์นั้น ทั้งสองกลุ่มจะใช้ติดต่อสื่อสารในกรณีที่ต้องส่งไฟล์งานขนาดใหญ่ให้กัน

ในด้านการใช้โซเชียลมีเดียติดต่อกับอาจารย์ผู้สอนนั้น กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ข้อมูลว่าส่วนใหญ่จะใช้โซเชียลมีเดียประเภทเฟสบุ๊คในการติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ผู้สอนเกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆในการเรียน เช่น ใช้สอบถามเกี่ยวกับรายวิชาที่เปิดสอน รวมทั้งหากมีเนื้อหาและการบ้านที่ตนสงสัยก็จะใช้วิธีการสอบถามไปยังเฟสบุ๊คของอาจารย์ผู้สอน ทั้งเฟสบุ๊คส่วนตัวของอาจารย์และเฟสบุ๊คหน้าที่อาจารย์สร้างขึ้นโดยเฉพาะเพื่อการเรียนการสอน

ส่วนกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นพบว่าจะไม่ใช้เฟสบุ๊คในการติดต่อกับอาจารย์ในเรื่องการเรียน โดยให้เหตุผลว่าเพราะส่วนใหญ่จะพบอาจารย์ทุกวันที่มาโรงเรียนอยู่แล้ว หากมีเรื่องเร่งด่วนจะใช้วิธีการโทรศัพท์หาอาจารย์ หรือบางครั้งอาจารย์ก็จะโทรศัพท์มาหาตนเอง เพราะอาจารย์กับนักเรียนจะมีหมายเลขโทรศัพท์ของกันและกันอยู่

โดยสรุปคือ เยาวชนเห็นตรงกันว่า สื่อใหม่เข้ามาสร้างค่านิยมเกี่ยวกับความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ทั้งในด้านการค้นหาข้อมูล การเรียนหนังสือ และการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งส่งผลให้พวกตนมีค่านิยมที่ชอบความสะดวกรวดเร็วในการใช้ชีวิต

3.) บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมในการแบ่งปันและช่วยเหลือกัน

สื่อใหม่มีคุณลักษณะที่สำคัญในการกระตุ้นและสนับสนุนให้มีการแบ่งปันข้อมูลกันระหว่างผู้ใช้ เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า สื่อใหม่เข้ามาสร้างค่านิยมของการแบ่งปันให้เกิดขึ้นระหว่างตนเองและเพื่อน โดยให้เหตุผลว่า ในโลกของสื่อใหม่นั้นไม่ว่าใครจะทำอะไรก็สามารถรับรู้ถึงกันได้ใน

เวลาอันรวดเร็ว สื่อใหม่จึงเป็นเครื่องมือและช่องทางในการแบ่งปันและช่วยเหลือกันระหว่างคนรุ่นใหม่ โดยเรื่องที่นำมาแบ่งปันกันในพื้นที่ของสื่อใหม่มีทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนและเรื่องในชีวิตประจำวันทั่วๆไป

ในส่วนของเรื่องการเรียนนั้น เยาวชนใช้สื่อใหม่ในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการบ้านและรายงาน เช่น การโพสต์การบ้าน การโพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับตารางสอน ตารางสอบ และแนวข้อสอบ ให้เพื่อนๆในเฟสบุ๊คได้รับรู้ร่วมกัน รวมทั้งส่งรายงานและโครงงานกลุ่มให้กันผ่านอีเมล์

ส่วนการแบ่งปันข้อมูลอื่นๆที่เป็นเรื่องราวทั่วไปนั้น หากเยาวชนพบว่ามีข้อมูลใดๆที่น่าสนใจ รวมทั้งข่าวสารที่อยู่ในกระแสปัจจุบันและเกี่ยวข้องกับตนเองและเพื่อนก็จะนำมาแบ่งปันร่วมกันโดยวิธีการกดแชร์ (Share) ในหน้าโซเชียลมีเดีย เมื่อจำแนกดูตามเพศพบข้อมูลที่แตกต่างกันเกี่ยวกับประเด็นที่นำมาแบ่งปันคือ กลุ่มเพศชายมักจะกดแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาและเทคโนโลยีใหม่ๆ ขณะที่กลุ่มผู้หญิงมักจะกดแชร์เรื่องแฟชั่นและความสวยความงาม โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การนำเอาข้อมูลที่ทันสมัยมาลงในโซเชียลมีเดียของตนก็จะทำให้ตนเองดูเป็นคนทันสมัยไปด้วย

นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างยังมีการแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับการเตือนภัยและอันตรายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับตนเองและผู้อื่นด้วย เช่น เรื่องภัยบนที่จอดรถสำหรับผู้หญิง การป้องกันตัวเองจากการโจรกรรม โดยเห็นว่าสื่อโซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่ในการแบ่งปันข้อมูลเพราะมีความรวดเร็วมาก มีทั้งภาพ ข้อความ และวิดีโอ กลุ่มเยาวชนเห็นว่า สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียสามารถนำมาใช้เป็นช่องทางในการขอความช่วยเหลือต่างๆได้ เช่น การช่วยติดตามคนหาย หรือการช่วยเหลือผู้ประสบภัยในเหตุการณ์ต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นจุดดีของสื่อใหม่ในการนำมาใช้ช่วยเหลือสังคม ซึ่งเป็นวิธีที่มีความสะดวกรวดเร็วอีกด้วย

กลุ่มตัวอย่างให้ข้อคิดว่า สังคมของสื่อใหม่เป็นสังคมแห่งการแบ่งปัน สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียทำให้ผู้ใช้สามารถนำข้อมูลต่างๆมาแชร์ลงบนหน้าโพรไฟล์ของตนและผู้อื่น หรือสามารถส่งข้อมูลไปยังกลุ่มเพื่อนได้ทีละหลายๆคนในครั้งเดียวกัน ทำให้ข่าวสารและข้อมูลสามารถส่งต่อถึงกันได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งส่วนหนึ่งทำให้ตนเองมีนิสัยชอบแบ่งปัน เห็นอะไรก็มักนำมาแชร์ (Share) ไว้บนโซเชียลมีเดียของตนเอง

เกี่ยวกับประเด็นเรื่องจรรณยาบรรณในการแบ่งปันหรือการกดแชร์ (Share) ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า การแบ่งปันข้อมูลกันบนสื่อใหม่เป็นเรื่องที่ดี แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ในกรอบของความเคารพผู้อื่นด้วย โดยการนำเรื่องของผู้อื่นที่เขียนไว้มาแชร์ (Share) บนหน้าโซเชียลมีเดียของตนเองก็ควรมีการให้เครดิตเจ้าของข้อมูลด้วย มิฉะนั้นจะกลายเป็นเรื่องของการละเมิดลิขสิทธิ์และไม่ให้เกียรติกันได้

นอกจากนี้ กลุ่มเยาวชนได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า แม้คนที่นำข้อมูลมาแชร์จะไม่ได้อ้างที่มาของข้อความ แต่สุดท้ายแล้วคนที่ได้มาอ่านหรือมาเห็นก็สามารถตรวจสอบที่มาของข้อมูลได้อยู่ดี ดังนั้นการแชร์ข้อมูลจากแหล่งอื่นควรอยู่ในพื้นฐานของการให้เกียรติเจ้าของข้อมูลด้วย เพราะหากนำเอาข้อมูลของผู้อื่นมาแชร์โดยไม่ให้หลักฐานที่มาจะกลายเป็นการทำให้เสียความน่าเชื่อถือของตนเองได้

โดยสรุปคือ เยาวชนเห็นว่าสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นช่องทางในการแบ่งปันข้อมูลต่างๆ โดยถือเป็นช่องทางที่มีความสะดวกรวดเร็ว มีทั้งข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว กลุ่มตัวอย่างสามารถนำเรื่องราวที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ทั้งด้านการเรียนและเรื่องส่วนตัวมาแบ่งปันกัน ซึ่งทำให้สื่อใหม่มีบทบาทในการสร้างค่านิยมในการแบ่งปันข้อมูลของกลุ่มเยาวชน

4.) บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมการเรียนรู้ด้วยตนเองของเยาวชน

เยาวชนมีความเห็นว่า สื่อใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่ออินเตอร์เน็ตเป็นพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่สำคัญของคนรุ่นใหม่ โดยอินเตอร์เน็ตเปรียบเสมือนห้องสมุดขนาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยข้อมูลมหาศาลในการเรียนรู้ สื่อใหม่จึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างค่านิยมเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยตนเองในหมู่เยาวชน โดยเยาวชนส่วนใหญ่จะใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นคว้าข้อมูลประกอบการเรียนและการทำรายงาน และใช้แอพพลิเคชัน (Application) จากสื่อใหม่ในการอ่านหนังสือ โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นตรงกันว่าเว็บไซต์กูเกิล (Google) ถือเป็นคลังสมองและห้องสมุดขนาดใหญ่ที่พวกเขาขาดไม่ได้

เยาวชนบางคนใช้แอพพลิเคชั่น IBook ในการอ่านหนังสือ ด้วยเหตุผลว่าสามารถถ่ายโอนไฟล์เอกสารในรูปแบบไฟล์ PDF ลงไปเพื่อใช้อ่านตอนเตรียมตัวสอบได้ และไม่ต้องไปเดินซื้อหนังสือต่างๆ ให้เสียเวลา เพราะสามารถค้นหาได้จากคลังหนังสือบนอินเตอร์เน็ต รวมทั้งไม่ต้องพกหนังสือทีละหลายเล่ม ซึ่งช่วยประหยัดทรัพยากรกระดาษ

ส่วนอีกวิธีหนึ่งในการติดตามข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างคือการเล่นโปรแกรมทวิตเตอร์ เพราะการเข้าไปอ่านไทม์ไลน์ (Timeline) ของผู้อื่น จะช่วยทำให้เห็นสิ่งที่คนๆนั้นกำลังคิดอยู่

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นเป็นกลุ่มที่กำลังอยู่ในช่วงของการเตรียมตัวศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาจะใช้วิธีเข้าไปดูเว็บไซต์ของคณะและมหาวิทยาลัยที่ตนเองต้องการศึกษาต่อ รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับการการแนะแนวศึกษาต่อ เพื่อหาแนวทางในการเรียนต่อที่สอดคล้องเหมาะสมกับตัวเอง ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ความเห็นว่า นอกจากจะใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นคว้าข้อมูลประกอบการเรียนและการทำงานแล้ว ยังใช้ค้นหาข้อมูลเพื่อวางแผนเกี่ยวกับการทำงานในอนาคต เช่น การหาสถานประกอบการสำหรับไปฝึกงาน และค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทต่างๆเพื่อไปสมัครงาน

นอกเหนือจากการใช้อินเตอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนแล้ว เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นอีกว่า โลกของสื่อใหม่โดยเฉพาะอินเตอร์เน็ตช่วยสร้างค่านิยมในการเรียนรู้ด้วยตนเองให้เกิดขึ้น เมื่อเยาวชนมีความสนใจในสิ่งใดก็สามารถหาข้อมูลได้ง่ายดายและ

นำเอาข้อมูลและความรู้ที่มีอยู่ในอินเตอร์เน็ตมาปรับใช้กับตนเอง เช่น การเข้าไปดูวิธีการเล่นเครื่องดนตรีอูคลูเลเล่ในยูทูปและนำมาฝึกหัดเอง การเข้าไปหาสูตรทำขนมเค้กและนำมาหัดทำ และการเรียนแต่งหน้าด้วยตัวเอง

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การเรียนรู้ผ่านโลกเสมือนจริงและโลกในความเป็นจริงยังมีข้อแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า ความแตกต่างระหว่างห้องสมุดในอินเตอร์เน็ตกับห้องสมุดในโลกแห่งความจริงคือ อินเตอร์เน็ตคือห้องสมุดที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง และมีความสะดวกรวดเร็วในการค้นหามากกว่าห้องสมุดทางกายภาพที่มีกำหนดเวลาในการเปิดและปิด นอกจากนี้อินเตอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหาเรื่องราวต่างๆได้จากหลายแหล่งในเวลาเดียวกัน เพราะสามารถเปิดเว็บเพ็จขึ้นดูได้พร้อมๆกันทีละหลายหน้าอีกด้วย ซึ่งตรงกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่พบว่าเยาวชนส่วนใหญ่เปิดดูเว็บเพจพร้อมๆกันทีละหลายหน้า โดยเยาวชนจำนวนเกินครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 54.5 จะเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 2-3 หน้า รองลงมา ร้อยละ 20.75 จะเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 3-4 หน้า มีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 16 ที่เปิดดูเว็บเพจครั้งละ 5 หน้าขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 8.75 ที่มีพฤติกรรมการเปิดดูเว็บเพจครั้งละ 1 หน้าเท่านั้น

นอกจากนี้ ยังพบข้อมูลผลจากการวิจัยเชิงปริมาณที่สอดคล้องกัน โดยพบว่า กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยต่อค่านิยมที่ว่า ในโลกสมัยใหม่นั้นไม่จำเป็นต้องมีปากกาใช้งาน แต่มีเพียง URL ไว้ใช้ค้นหาข้อมูลก็เพียงพอแล้ว โดยมีระดับค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 3.27 แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของทั้งสองกลุ่มพบความคิดเห็นแตกต่างกันคือ กลุ่มเยาวชนตอนต้นเห็นด้วยต่อค่านิยมดังกล่าวในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 2.88 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นเห็นด้วยอย่างมากต่อค่านิยมดังกล่าว ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.66

ด้านความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อค่านิยมที่ว่า เราสามารถเรียนรู้ในโลกออนไลน์ได้มากกว่าเรียนรู้กับอาจารย์ในห้องเรียน พบว่าในภาพรวมและข้อมูลในระดับกลุ่มย่อยเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมาก ด้วยระดับค่าเฉลี่ยที่ 3.73 ว่า สามารถเรียนรู้ในโลกออนไลน์ได้มากกว่าเรียนรู้กับอาจารย์ในห้องเรียน เมื่อพิจารณาดูค่าเฉลี่ยในแต่ละกลุ่ม พบว่ามีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมากเหมือนกัน ด้วยค่าเฉลี่ย 3.55 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 3.92 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งพบว่าระดับค่าเฉลี่ยของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นยังน้อยกว่าในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่า เมื่ออภิปรายเปรียบเทียบถึงเรื่องการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อใหม่กับวิธีการเรียนแบบในห้องเรียนที่มีครูผู้สอนด้วย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การเรียนรู้กับครูในห้องเรียนก็ยังเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอยู่ โดยกลุ่มเยาวชนให้เหตุผลว่าสื่อใหม่เป็นช่องทางที่นำไปสู่ข้อมูลความรู้ แต่บางครั้งแค่การอ่านด้วยตนเองก็ไม่สามารถทำให้ตนเข้าใจได้ ต้องอาศัยครูช่วยอธิบายให้ฟังจึงจะเข้าใจ เช่น วิชาคณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ

โดยสรุปคือ เยาวชนเห็นว่าสื่อใหม่เป็นช่องทางและพื้นที่ในการเรียนรู้ที่สะดวกรวดเร็ว สร้างค่านิยมในการเรียนรู้ด้วยตนเอง แต่อย่างไรก็ตามเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นยังคงเห็นว่า การเรียนรู้กับครูและอาจารย์ในห้องเรียนก็ยังเป็นวิธีการรียนรู้ที่สำคัญและจำเป็นสำหรับตนเอง

5.) บทบาทของสื่อใหม่กับค่านิยมในการแสดงออกของเยาวชน

สื่อใหม่ทั้งที่เป็นอุปกรณ์และซอฟแวร์ถือเป็นช่องทางและพื้นที่ในการแสดงออกของเยาวชน รวมทั้งยังมีบทบาทในการสร้างค่านิยมในการแสดงออกของเยาวชน โดยข้อมูลเชิงปริมาณพบว่าเยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมากต่อค่านิยมที่ว่า เท็ปเล็ตและสมาร์ทโฟน ถือเป็นเครื่องบ่งบอกรสนิยมของเยาวชนในยุคปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 3.75 ในระดับที่มาก เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มพบข้อมูลที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ ทั้งสองกลุ่มเห็นด้วยอย่างมากต่อการใช้ สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องบ่งบอกรสนิยม ด้วยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่ 3.84 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 3.66 ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

อย่างไรก็ตาม เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลางต่อค่านิยมที่ว่า การใช้เท็ปเล็ตและสมาร์ทโฟนในที่สาธารณะถือเป็นวิธีการแสดงตัวตนและรสนิยมวิธีหนึ่งของเยาวชนในยุคปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ที่ 3.26 ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มพบข้อมูลที่แตกต่างกันคือ ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายเห็นด้วยอย่างมากต่อความคิดเห็นดังกล่าวด้วยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่ 3.55 แต่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นกลับเห็นด้วยต่อค่านิยมดังกล่าวในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยที่ 2.97

ผลการวิจัยพบข้อมูลภาพรวมเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมากว่าสื่อใหม่ทำให้เยาวชนกล้าแสดงออกในโลกเสมือนจริงมากกว่าการแสดงออกในโลกที่แท้จริง โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ 3.98 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม พบความคิดเห็นอยู่ในระดับดียวกันคือเห็นด้วยอย่างมาก แต่มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยที่ 4.10 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายซึ่งอยู่ที่ 3.86 เมื่อวิเคราะห์ประกอบข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่ามีความสอดคล้องกันคือ เยาวชนให้ความเห็นว่า สื่อใหม่คือพื้นที่ในการแสดงออกและปลดปล่อยทางความคิดของวัยรุ่น โดยให้เหตุผลว่าโลกของสื่อใหม่เป็นโลกของตนเอง เป็นโลกที่ไม่มีกฎเกณฑ์ ไม่มีผู้ใหญ่คอยออกคำสั่งหรือควบคุมเหมือนในโลกแห่งความเป็นจริง โดยสื่อใหม่ถือเป็นช่องทางในการปลดปล่อย ระบายอารมณ์ความรู้สึกของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณที่พบว่า เยาวชนเห็นด้วยในระดับมากต่อความคิดเห็นที่ว่าโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เป็นโลกที่ไม่มีผู้ใหญ่คอยควบคุม ไม่มีกฎเกณฑ์ แต่เป็นอาณาจักรที่เยาวชนควบคุมกันเอง โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.99 และเมื่อเปรียบเทียบดูค่าเฉลี่ยความ

คิดเห็นของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม พบค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 4.05

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังเห็นด้วยในระดับที่มากต่อความคิดเห็นที่ว่า ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่นั้นทำให้เยาวชนกล้าระบายอารมณ์และความรู้สึกได้มากกว่าในโลกแห่งความจริง โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมที่ 3.72 ส่วนค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มใกล้เคียงกันโดยพบว่า ค่าเฉลี่ยของกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจะน้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายเล็กน้อย คือ อยู่ที่ 3.58 และ 3.86 ตามลำดับ แต่ถือเป็นค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระดับเห็นด้วยมากเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มที่พบว่าเยาวชนส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าเวลามีเรื่องไม่สบายใจหรือไม่ชอบใจมักจะใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการระบายอารมณ์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับว่าเคยใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการระบายอารมณ์และความรู้สึก มีเพียงส่วนน้อยคือ 2 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และ 1 คน จากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่กล่าวว่าตนไม่เคยใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการแสดงออกทางอารมณ์ โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลว่าไม่เคยใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการระบายอารมณ์ให้เหตุผลว่า ตนเองมีตัวตนและบุคลิกที่ไม่ชอบแสดงออกทางอารมณ์อยู่แล้วจึงไม่เคยใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการระบายอารมณ์และความรู้สึก แต่จะเข้าไปดูข้อมูลของคนอื่นและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความของคนอื่นๆมากกว่า

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังอธิบายว่า วัยรุ่นเป็นวัยแห่งการค้นหาและเรียนรู้ บางครั้งยังไม่ค่อยเข้าใจและยังไม่รู้จักตัวตนของตนเอง จึงต้องอาศัยการลองผิดลองถูก รวมทั้งต้องการพื้นที่ในการแสดงออกเพื่อทดสอบตนเอง โดยการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและนำมาใช้ปรับเปลี่ยนตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกว่าตนยังเป็นกึ่งเด็กกึ่งผู้ใหญ่ ยังค้นหาตัวตนของตัวเองไม่พบ ไม่รู้ว่าตนเป็นแบบไหน ชอบอะไร บางครั้งจึงใช้วิธีทดลองดู เช่น การทำผมแบบที่คิดว่าเหมาะกับตนเองแล้วเอาไปโพสต์ดูในเฟสบุ๊ค เพื่อทดสอบดูว่าคนอื่นมีความเห็นอย่างไร ซึ่งถือเป็นวิธีการสำรวจว่าผู้อื่นให้การยอมรับตนเองในแบบนี้หรือไม่

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ความเห็นว่า สื่อใหม่สามารถนำมาใช้ปลดปล่อยพลังในเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยการนำผลงานหรือโครงงานต่างๆในชั้นเรียนมาแสดงออกผ่านสื่อใหม่ เช่น การโพสต์หนังสั้นและมิวสิควิดีโอที่ตนเองผลิตในชั้นเรียน หรือคลิปร้องเพลงของตนเองมาลงบนยูทูป

กล่าวโดยสรุปคือ สื่อใหม่คือพื้นที่ในการแสดงออกและปลดปล่อยทางความคิดของเยาวชน โดยเยาวชนใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการแสดงออกทั้งด้าน ความคิด อารมณ์ ความรู้สึกของตัวตน ผ่านภาพและข้อความต่างๆ รวมทั้งใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการทดสอบตัวตนและอัตลักษณ์ผ่านความคิดเห็นจากผู้อื่นที่ส่งผ่านมายังช่องทางสื่อใหม่ อย่างไรก็ตาม พบข้อมูลในภาพรวมเกี่ยวกับการแสดงออกในโลกของสื่อใหม่ของเยาวชนว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า สิ่งที่ตนแสดงออกไปในโลกของสื่อใหม่นั้นมีทั้งสิ่งที่เป็นตัวตนของตนเองและสิ่งที่ไม่ใช่ตัวตนของตนเอง โดยพบข้อมูลที่แตกต่างกันออกไปเล็กน้อย

ระหว่างทั้งสองกลุ่มคือ ในขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ตัวตนที่แสดงออกในโลกของสื่อใหม่นั้นตรงกับตัวตนของตนเองในโลกแห่งความจริง และกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นซึ่งมีอายุน้อยกว่ากลับให้ความเห็นที่แตกต่างกันว่า บางครั้งสิ่งที่ได้แสดงออกไปนั้นตนเองก็ยังไม่แน่ใจว่าใช่ตนเองจริงหรือไม่ เพราะแม้ในโลกแห่งความเป็นจริงบางครั้งตนเองก็ยังเกิดความรู้สึกสงสัยเกี่ยวกับตัวตนและการแสดงออกของตนเองอยู่เหมือนกัน

6.) บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมการทำงานเพื่อหารายได้ของเยาวชน

ผลการวิจัยพบข้อมูลที่น่าสนใจคือ กลุ่มตัวอย่างบางคนมีความเห็นว่าสื่อใหม่มีส่วนส่งเสริมค่านิยมในการทำงาน โดยเยาวชนเพศหญิงจำนวนหนึ่งคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายได้นำสื่อใหม่มาใช้เป็นช่องทางในการทำงานเพื่อหารายได้ โดยการประกอบธุรกิจขายเสื้อผ้าและกระเป๋าแฟชั่นผ่านเครือข่ายโซเชียลมีเดียประเภทเฟสบุ๊ค

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เหลือให้ความเห็นว่า การที่เยาวชนสามารถนำเครือข่ายโซเชียลมีเดียมาใช้เป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพได้นั้นถือเป็นเรื่องที่น่าภาคภูมิใจ หากตนมีโอกาสก็อาจจะทำธุรกิจค้าขายผ่านเครือข่ายสื่อใหม่เช่นกัน เพราะเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องลงทุนมาก เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมชอบซื้อของออนไลน์ รวมทั้งเป็นลักษณะอาชีพที่มีความเป็นอิสระสูง

5.1.4 บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมเชิงลบของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

พบข้อมูลจากผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพตรงกันว่า สื่อใหม่ก่อให้เกิดค่านิยมในด้านลบแก่เยาวชนทั้งในด้านพฤติกรรม อารมณ์ ทัศนคติ และการใช้ภาษา ดังรายละเอียดในประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้

1.) บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมการลอกเลียนแบบและตามกระแสที่ผิด

กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นตรงว่า บางครั้งการใช้สื่อใหม่ส่งผลให้เกิดค่านิยมและพฤติกรรมการเลียนแบบ รวมทั้งการตามกระแสในทางที่ผิด โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่า การตามกระแสมากๆจะทำให้ขาดความเป็นตัวของตัวเอง เพราะกลัวว่าตนเองจะตกกระแส เห็นใครทำอะไรหรือมีอะไรจึงต้องทำตามหรือมีตามไปด้วย เช่น การใช้ของหรือซื้อของตามศิลปินนักแสดงในอินสตาแกรม การแต่งตัวโป๊ล่อแหลมตามดารา การมีพฤติกรรมฟุ่มเฟือย อยากได้อยากมีตามที่เห็นจากผู้อื่น

เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างยอมรับว่าตนเองก็มีพฤติกรรมเลียนแบบดารานักแสดงและตามกระแสสังคมบ้าง โดยเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่ามีการลอกเลียนแบบมากที่สุดคือ การเลียนแบบแฟชั่นทรงผม และการแต่งกายตามดารานักแสดงทั้งไทยและต่างประเทศ นอกจากนั้นคือการเลียนแบบลักษณะการโพสต์ท่าทางเวลาถ่ายรูปตามดารานักแสดง โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นตรงว่า การเข้าไปดู

รูปภาพหรือสิ่งที่คนอื่นๆนำมาลงไว้ในสื่อโซเชียลมีเดีย จะก่อให้เกิดความรู้สึกอยากได้อยากมีเหมือนกับผู้อื่น และเกิดความต้องการตามกระแสโดยบางครั้งไม่ได้เป็นความรู้สึกที่แท้จริงหรือตัวตนของตนเอง แต่เป็นสิ่งที่ถูกกดดันจากสังคม อย่างไรก็ตาม ความรู้สึกอยากได้อยากมีและการเลียนแบบของแต่ละคนเกิดขึ้นในระดับที่แตกต่างกัน

เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจากทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ยอมรับว่าสื่อใหม่มีผลทำให้เกิดความรู้สึกต้องการเลียนแบบ และตามกระแสสังคม โดยเฉพาะการเลียนแบบดารานักแสดง แต่ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าตนสามารถควบคุมความรู้สึกของตนเองได้ อาจมีการเลียนแบบบ้างในเรื่องแฟชั่น การแต่งกาย และลักษณะของการโพสต์ท่าในการถ่ายรูป แต่ยังสามารถควบคุมตนเองได้โดยพยายามไม่ลอกเลียนแบบในทางที่ผิดและก่อให้เกิดอันตราย

2.) บทบาทของสื่อใหม่กับค่านิยมการเรียกร้องความสนใจในทางที่ไม่ถูก

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า สื่อใหม่นำมาซึ่งค่านิยมในการเรียกร้องความสนใจจากสังคมและผู้อื่น โดยวิธีการเรียกร้องความสนใจมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่รูปแบบทั่วไป เช่น การโพสต์ภาพและข้อความพร่ำเพรื่อเพื่อให้คนมากดถูกใจ จนถึงค่านิยมการเรียกร้องความสนใจในแบบผิดๆ เช่น การโชว์ภาพวาบหวาม โป๊เปลือย ของตนเอง เพราะอยากให้มีคนมาติดตามและกดไลค์

กลุ่มเยาวชนยอมรับว่าตนต้องใช้สื่อใหม่เพื่อให้มีพื้นที่อยู่ในกระแสสังคม ไม่ห่างหายไปจากสังคมเพื่อน การจะทำให้เพื่อนยังจำได้ว่าตนยังอยู่ในสังคมสื่อใหม่จำเป็นต้องมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา แต่บางครั้งพบว่าบางคนก็มีการเคลื่อนไหวในลักษณะที่มากเกินไป คือเป็นลักษณะของการเรียกร้องความสนใจ เช่น พฤติกรรมโพสต์เพื่อเรียกกระแส พฤติกรรมการโพสต์พร่ำเพรื่อ ไร้สาระ เพราะต้องการให้มีคนมากดถูกใจ สร้างภาพความนิยมให้กับตนเอง ซึ่งเป็นการใช้สื่อใหม่ในทางที่ผิด คือใช้เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้อื่น แสดงให้เห็นว่าอาจเป็นคนขาดความอบอุ่น จึงต้องทำอะไรเพื่อเรียกร้องให้คนมาสนใจ นอกจากนี้ยังพบว่าบางคนมีพฤติกรรมการแข่งกันมีเพื่อนจำนวนมากในเฟสบุ๊ค ซึ่งในความเป็นจริงอาจจะไม่รู้จักกันแต่ก็รับเข้ามาเป็นเพื่อน เพื่อให้ตนเองมีเพื่อนจำนวนมากจะได้ดูเป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี หรือบางครั้งก็มีพฤติกรรมการโพสต์ในอินสตาแกรมเพื่อรียกร้องให้มีคนมากดติดตาม (Follow) มากๆ

กลุ่มเยาวชนแสดงความเป็นห่วงเกี่ยวกับกรณีของการเรียกร้องความสนใจทางโซเชียลมีเดียในทางที่ผิดที่เห็นในภาพข่าวต่างๆ เช่น เด็กวัยรุ่นบางคนก็ต้องการเรียกร้องความสนใจในโซเชียลมีเดียโดยการเปลื้องผ้าถ่ายรูปของตนลงคลิป และกรณีที่เรียกกันว่า “นมแลกไลค์” ที่มีเด็กวัยรุ่นผู้หญิงคนหนึ่งโพสต์ภาพตัวเองเปลือยอก แล้วมาขอให้คนที่เห็นกดถูกใจให้ ซึ่งถือเป็นตัวอย่างที่เป็นผลด้านลบของสื่อใหม่

นอกจากนี้กลุ่มเยาวชนได้ยกกรณีตัวอย่างของ “น้องเนยรักโลก” ว่าเป็นวิธีการเรียกร้องความสนใจแบบหนึ่ง ซึ่งแรกๆก็ดูเป็นเรื่องตลกขำขันว่าเป็นคนที่รักโลกจึงไม่กินผักเพราะไม่อยากตัดต้นไม้ ระยะหลังเริ่มมีพฤติกรรมโพสต์บ่อยมากขึ้นเพื่อให้คนมาสนใจและกดถูกใจ ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมเรียกร้องความสนใจของเด็กที่เกิดมาจากการใช้สื่อใหม่

กลุ่มตัวอย่างบางคนให้ความเห็นว่า การใช้สื่อใหม่เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้อื่นถือเป็นเรื่องที่น่ารำคาญ ขณะที่บางคนยอมรับว่าตนเคยใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการเรียกร้องความสนใจจากผู้อื่น แต่เป็นวิธีการเรียกร้องความสนใจเล็กๆน้อยๆ เช่น การโพสต์ข้อความหรือรูปภาพที่น่าสนใจหรือตลกขบขัน เพราะต้องการให้ผู้อื่นมากดไลค์ให้ แต่ไม่เคยปรากฏว่ามีกลุ่มตัวอย่างคนใดเคยใช้วิธีเรียกร้องความสนใจถึงขั้นล่อแหลมและอันตรายอย่างเช่นการโพสต์ภาพโป๊เปลือยวาบหวามของตนเอง

3.) บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมเป็นคนใจร้อน อารมณ์รุนแรงและไม่อดทน

ด้านบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมเกี่ยวกับอุปนิสัยเป็นคนใจร้อน อารมณ์รุนแรงและไม่อดทน ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครพบข้อมูลเชิงปริมาณในภาพรวมว่า เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า โลกของความเป็นจริงเป็นโลกที่เชื่องช้าไม่รวดเร็วทันใจเหมือนโลกของสื่อใหม่ โดยมีระดับค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยเกี่ยวกับความคิดเห็นดังกล่าวในภาพรวมอยู่ที่ 3.58 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกัน คือระดับมากเหมือนกันทั้งสองกลุ่ม โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ 3.41 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 ซึ่งส่งผลให้สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในการสร้างค่านิยมด้านอุปนิสัยเชิงลบในการเป็นคนที่ใจร้อน ขาดความอดทน โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่ามีความสอดคล้องกันคือ เยาวชนเห็นว่าการใช้สื่อใหม่นำมาซึ่งค่านิยมเกี่ยวกับความสะดวกรวดเร็วในการใช้ชีวิต แต่ขณะเดียวกันก็สามารถสร้างค่านิยมผิดๆโดยที่ผู้ใช้อาจไม่รู้ตัว ข้อมูลจากสัมภาษณ์กลุ่มพบว่า เยาวชนจากทั้งสองกลุ่มยอมรับว่าการใช้สื่อใหม่เป็นระยะเวลานานๆทำให้ตนเองยึดติดกับค่านิยมของความรวดเร็ว ส่งผลให้กลายเป็นคนใจร้อน มีอารมณ์รุนแรง และเป็นคนไม่อดทนโดยไม่รู้ตัว โดยข้อมูลเชิงปริมาณพบว่ามีความสอดคล้องกันคือ เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากต่อค่านิยมที่ว่า เทคโนโลยีสื่อใหม่มีส่วนทำให้ตนเองเป็นคนใจร้อน ไม่ชอบรออะไรนานๆ ด้วยระดับค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในภาพรวมอยู่ที่ 3.81 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกัน คือระดับมากเหมือนกันทั้งสองกลุ่ม โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ 3.82 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81

การสร้างค่านิยมเป็นคนใจร้อนและไม่อดทนอันเป็นผลจากสื่อใหม่ของแต่ละคนอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน โดยจากข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากต่อค่านิยมที่ว่า เทคโนโลยีสื่อใหม่มีส่วนทำให้ตนเองเป็นคนเบื่อง่าย โดยมีระดับค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในภาพรวมอยู่ที่

3.62 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่อยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.36 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 คือเห็นด้วยระดับมากต่อค่านิยมการเป็นคนเบื่อง่ายอันเป็นผลมาจากการใช้สื่อใหม่

อย่างไรก็ตาม เยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับปานกลางต่อความคิดเห็นที่ว่า สื่อใหม่ทำให้เยาวชนมีค่านิยมการเป็นคนไม่อดทน ด้วยระดับค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 3.29 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของทั้งสองกลุ่มพบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่อยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนต้นอยู่ที่ระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.05 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 คือเห็นด้วยระดับมากต่อค่านิยมการเป็นคนไม่อดทนอันเป็นผลมาจากการใช้สื่อใหม่

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อขยายผลพบว่า กลุ่มที่ยอมรับว่าการใช้สื่อใหม่ส่งผลให้เกิดค่านิยมความใจร้อนให้เหตุผลว่า เพราะคนรุ่นตนเกิดในยุคสมัยที่ทุกอย่างเต็มไปด้วยความรวดเร็วสะดวกสบาย เทคโนโลยีสื่อใหม่เข้ามาสร้างความสะดวกสบาย ทำให้ตนไม่ชอบรออะไรนานๆ เพราะจะทำให้รู้สึกเบื่อและอึดอัด แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อตนเองต้องออกมาอยู่ในโลกของความจริงก็จำเป็นต้องยอมรับความจริงว่าไม่ใช่ทุกอย่างจะรวดเร็วทันใจเสมอไปเหมือนในโลกของสื่อใหม่ จึงพยายามทำความเข้าใจกับเรื่องนี้

อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายหนึ่งคนเปิดเผยข้อมูลว่า ยอมรับว่าตนเองเป็นคนใจร้อนมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ที่เข้ามาสร้างนิสัยชอบเอาชนะและความเป็นคนใจร้อน อารมณ์รุนแรงให้กับตนเอง

4.) บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมการเสพติดสื่อใหม่

การเสพติดการใช้สื่อใหม่ถือเป็นค่านิยมทางลบที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่เป็นระยะเวลานานๆ โดยกลุ่มเยาวชนยอมรับว่าตนเองติดการใช้สื่อใหม่ แต่ลักษณะการติดจะอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน คือบางคนติดมาก บางคนติดน้อย บางคนสามารถควบคุมตนเองได้ แต่บางคนไม่สามารถควบคุมตนเองได้ ดังผลวิจัยเชิงปริมาณที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 70.5 ให้ความเห็นว่าตนเองติดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนในระดับที่ยังควบคุมตนเองได้ รองลงมาร้อยละ 20.5 ตอบว่าตนเองไม่ติดการใช้โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟน โดยใช้งานอย่างมีสติ มีเพียงร้อยละ 9 ตอบว่าตนเองติดการใช้โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนมาก โดยขาดโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนไม่ได้ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 74.5 ให้ความเห็นว่าคนเองติดสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียในระดับที่ยังควบคุมตนเองได้ รองลงมาร้อยละ 16 ตอบว่าตนเองไม่ติดการใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย โดยใช้งานอย่างมีสติ ขณะที่ร้อยละ 9.5 ตอบว่าตนเองติดการใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียมาก โดยไม่สามารถมีชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่า ความรวดเร็วของสื่อใหม่ทำให้กลุ่มเยาวชนบางคนกลายเป็นคนที่ติดสื่อใหม่ และใช้สื่อใหม่ตลอดเวลาโดยไม่รู้กาละเทศะ จนบางครั้งทำให้คนรอบข้างเกิดความรำคาญและอึดอัดเวลาที่อยู่ด้วยเพราะตนเองมัวแต่เล่นและสนใจอยู่กับสื่อใหม่ โทรศัพท์แทนที่จะมีไว้ใช้พูดคุยสนทนากลับกลายเป็นว่ามีไว้สำหรับดูและกดแทน การติดโทรศัพท์จนลืมสนใจคนรอบข้าง ส่งผลให้ตนเองพูดคุยและพบปะกันตัวต่อตัวกับผู้อื่นน้อยลง โดยกลุ่มเยาวชนยอมรับว่าค่านิยมการเสพติดสื่อใหม่ของตนส่งผลต่อการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องชีวิตส่วนตัว สุขภาพและการเรียน ซึ่งตรงกับข้อมูลเชิงปริมาณที่พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ร้อยละ 98.75 เคยใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ในห้องเรียนระหว่างที่ครูกำลังสอน

ข้อมูลโดยภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างจากทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าตนติดการใช้สื่อใหม่ โดยเฉพาะสมาร์ทโฟนในระดับที่ยังสามารถควบคุมได้ ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 1 คน ในกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นให้ข้อมูลว่าตนเองติดสื่อใหม่ประเภทคอมพิวเตอร์เกมในระดับที่มาก คือ บางครั้งควบคุมตนเองไม่ได้ เล่นจนดึกดื่นและส่งผลกระทบต่อการเรียน คือตื่นไปโรงเรียนไม่ทัน และสมองไม่แจ่มใสส่งผลให้เรียนหนังสือไม่เข้าใจ

ขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คน เป็นชายหนึ่งคนและหญิงหนึ่งคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ข้อมูลว่าตนติดโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมาก ต้องนำมาตรวจดูตลอดเวลา ไม่สามารถอยู่ห่างจากสมาร์ทโฟนได้เลย และบางครั้งถึงกับขโมยเงินผู้ปกครองมาใช้เติมเงินโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของตนเอง

โดยสรุปคือ กลุ่มเยาวชนเห็นว่า ข้อเสียอันส่งผลมาจากค่านิยมการเสพติดสื่อใหม่นั้นเป็นข้อเสียที่มีตั้งแต่ระดับเล็กๆน้อยๆ เช่น ติดสื่อใหม่จนใช้ไม่ถูกกาละเทศะ การไม่สื่อสารระหว่างบุคคลกับคนรอบข้าง และข้อเสียในระดับที่รุนแรงขึ้นมา เช่น ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ การเรียน การโกหกหรือขโมยเงินผู้ปกครองมาใช้เพื่อซื้อสื่อใหม่ การไปทำงานที่ล่อแหลมไม่เหมาะสมเพื่อแลกกับสื่อใหม่หรือเพื่อนำเงินนั้นมาซื้อสื่อใหม่ สำหรับข้อเสียข้อสุดท้ายที่เกี่ยวกับการทำงานล่อแหลมและไม่เหมาะสมเพื่อหาเงินมาซื้ออุปกรณ์สื่อใหม่นั้น เป็นความคิดเห็นและค่านิยมที่กลุ่มตัวอย่างอ้างจากสิ่งที่ตนเคยเห็นมาหรือเคยอ่านพบในภาพข่าว แต่ไปปรากฏว่ามีกลุ่มตัวอย่างคนใดเคยทำพฤติกรรมในลักษณะดังกล่าว

นอกจากนี้ ข้อมูลเชิงปริมาณยังพบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ทั้งกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายเห็นด้วยในระดับมากว่า สื่อใหม่ทำให้ตนเองรู้สึกถูกตัดขาดจากโลกภายนอก โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมากที่ 3.65 อย่างไรก็ตาม เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลางว่า ตนเองไม่สามารถมีชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากสื่อใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 2.99 แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่ม พบระดับค่าเฉลี่ยแตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคืออยู่ที่ 3.32 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีระดับค่าเฉลี่ยน้อยกว่าคืออยู่ที่ 2.67 แต่ระดับความคิดเห็นยังอยู่ระดับปานกลางเหมือนกันทั้งสองกลุ่ม

5.) บทบาทของสื่อใหม่กับค่านิยมเกี่ยวกับการใช้ภาษา

ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้สื่อใหม่อันก่อให้เกิดค่านิยมด้านลบต่อการใช้ภาษาของเยาวชน พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ยอมรับว่า สื่อใหม่ส่งผลให้ตนเองใช้ภาษาผิดๆทั้งแบบที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ โดยให้เหตุผลว่า ภาษาที่ใช้ในสื่อใหม่ เช่น การส่งข้อความผ่านโซเชียลมีเดีย และข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์ จะเป็นการภาษาแบบสั้นๆเพื่อความกระชับ รวมทั้งบางครั้งจะสะกดไม่ถูกต้องครบถ้วนตามหลักไวยากรณ์ของภาษา เมื่อใช้ภาษาลักษณะนั้นบ่อยๆทำให้เกิดการติดเป็นนิสัยโดยไม่รู้ตัวและนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การพูดกับเพื่อนหรือคนรอบข้างแบบสั้นๆห้วนๆ ทำให้ผู้อื่นไม่เข้าใจหรือจับใจความไม่ได้ นอกจากนี้ เยาวชนหลายคนเห็นว่าการใช้ลักษณะภาษาสั้นๆห้วนๆแบบสื่อใหม่ บางครั้งสามารถก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและทะเลาะกันได้ เพราะการสื่อสารผ่านข้อความโดยไม่เห็นหน้าตาและน้ำเสียงทำให้ไม่สามารถคาดเดาอารมณ์ของคู่สื่อสารขณะเวลานั้นได้ จึงก่อให้เกิดการตีความแบบผิดๆและนำไปสู่ความขัดแย้งกันได้

สำหรับการใช้ภาษาในสื่อใหม่นั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าบางครั้งการสะกดคำต่างๆจะไม่ถูกต้องตามหลักของการใช้ภาษา เช่น ใช้คำย่อที่เป็นที่เข้าใจกันเองในกลุ่ม ไม่สะกดด้วย ร และ ล ที่ถูกต้อง ใช้วรรณยุกต์ที่ผิดเพี้ยนไป การใช้ศัพท์แสลง และการใช้ภาษาระบบสัญลักษณ์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลว่าบางครั้งเกิดติดเป็นนิสัยนำคำสะกดผิดและภาษาผิดๆที่ใช้ในสื่อใหม่เหล่านั้นมาใช้ในเวลาที่เรียนหนังสือโดยสะกดคำและเขียนคำผิดๆส่งอาจารย์แบบไม่รู้ตัว

ประเด็นเกี่ยวกับการตั้งใจใช้ภาษาผิดๆในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งกลุ่มเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นตอนปลายและกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นให้ความเห็นว่าเป็นการใช้ภาษาที่ผิดหลักไวยากรณ์และไม่เหมาะสม ในความจริงแล้วตนเองจะไม่นิยมการเขียนภาษาในลักษณะนั้น แต่อาจจะมีติดมาบ้างและเผลอใช้เพราะลืมตัว ส่วนประเด็นที่ว่าปัญหาด้านภาษาที่เกิดจากการใช้สื่อใหม่เป็นปัญหาร้ายแรงหรือไม่ พบว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายเห็นตรงกันว่าเป็นเรื่องสำคัญเพราะภาษาเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต้องใช้ให้ถูกต้อง ในขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นบางส่วนมองว่าปัญหาการใช้ตัวสะกดผิดๆในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ไม่ใช่เรื่องร้ายแรง โดยให้เหตุผลว่า บางครั้งการเขียนภาษาผิดๆก็เป็นเพียงแค่การใช้ภาษากันแบบเล่นๆเพื่อความสนุก และเป็นวิธีการแสดงออกแบบเด็กๆที่น่ารัก เหมือนเด็กเล็กๆที่พูดไม่ชัด

ส่วนในเรื่องการใช้คำศัพท์แสลงที่ได้รับความนิยมตามกระแสนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเรื่องของแฟชั่นและกระแสนิยมที่มักจะมีคำใหม่ๆเข้ามาเรื่อยๆ ตนจะใช้บ้างเพื่อไม่ให้รู้สึกว่าเชยหรือกลายเป็นคนไม่ตามกระแส แต่จะใช้แค่ช่วงที่ได้รับความนิยมเพื่อความสนุกหรือความขบขัน โดยใช้เพียงครั้งสองครั้งแล้วก็เลิกใช้ อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มตัวอย่างหนึ่งคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายให้ความเห็นว่า ตนไม่ชอบใช้และรู้สึกรำคาญกับคำศัพท์เหล่านี้

นอกจากค่านิยมการใช้ภาษาแบบผิดๆอันเป็นนิสัยที่ติดมากับสื่อใหม่ทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัวแล้ว กลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า บางครั้งสื่อใหม่เข้ามาสร้างค่านิยมในการระบายอารมณ์แบบผิดๆด้วยภาษาที่หยาบคายไม่สุภาพ ซึ่งถือเป็นค่านิยมที่อันตราย สร้างพฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรง โดยให้ความเป็นห่วงว่าสังคมไทยในช่วงเวลานี้มีความรุนแรงมาก ในโซเชียลมีดียมีการใช้ภาษากันรุนแรง เช่น โพสต์ด่าด้วยถ้อยคำหยาบคาย แม้บางทีจะเลี่ยงการสะกดด้วยคำที่ถูกต้อง แต่เมื่ออ่านพบก็รู้ว่าเป็นคำด่า เช่น คำว่า สัตว์ สะกดเป็น ส เสือ แทน (สัส) กลุ่มเยาวชนให้ความเห็นว่า แม้จะสะกดด้วยตัวอะไรอ่านแล้วก็ถือเป็นคำที่ไม่สุภาพทั้งนั้น จึงไม่ต้องการให้กลายเป็นค่านิยมผิดๆ บางครั้งผู้ปกครองคิดว่าลูกของตนเป็นเด็กเรียบร้อย อยู่ติดบ้านไม่ไปเกเรข้างนอก แต่ไม่อาจรู้เท่าทันว่าลูกกลายเป็นคนที่ใช้ภาษาหยาบคายในโลกออนไลน์และสื่อใหม่

6.) สื่อใหม่และค่านิยมอื่นๆที่แฝงอันตรายอันนำไปสู่ปัญหาสังคม

ผลการวิจัยพบเสียงสะท้อนจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับค่านิยมเชิงลบที่แฝงมากับสื่อใหม่ โดยกลุ่มเยาวชนให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า สื่อใหม่ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อตัวเยาวชนในรายบุคคลเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อสังคมในภาพรวมและเชิงลึก

ด้านปัญหาค่านิยมที่แฝงอันตรายและนำไปสู่ปัญหาของเยาวชน กลุ่มตัวอย่างได้ยกตัวอย่างเกี่ยวกับปัญหาเรื่องความปลอดภัยอันเกิดจากการที่เยาวชนถูกล่อลวงผ่านสื่อใหม่ ปัญหาของโฆษณาที่แฝงมากับสื่อใหม่โดยที่เยาวชนผู้ใช้ถูกชวนให้เชื่อโดยไม่รู้ตัว รวมทั้งผู้ปกครองเองก็ไม่รู้เท่าทันสื่อใหม่ จึงไม่สามารถให้คำแนะนำกับบุตรหลานได้ ซ้ำร้ายบางครั้งเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าการที่ลูกหลานอยู่บ้านนั่งเล่นสื่อใหม่แล้วจะมีความปลอดภัยมากกว่าให้ออกไปนอกบ้าน

ปัญหาของสื่อใหม่อีกประเด็นคือเรื่องการถูกล่อลวง อย่างที่เห็นในภาพข่าวต่างๆกรณีที่เด็กติดต่อกับคนแปลกหน้าในโลกออนไลน์แล้วนัดแนะไปพบกัน ก่อให้เกิดปัญหาการล่อลวง ปล้นชิงทรัพย์ ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความน่ากลัว บางครั้งผู้ปกครองก็รู้ไม่เท่าทัน คิดว่าลูกอยู่บ้านก็ปลอดภัยแล้ว ไม่ล่วงรู้ถึงอันตรายในโลกของสื่อใหม่

เรื่องของการสร้างค่านิยมครอบงำทางความคิดหรือโฆษณาชวนเชื่อผ่านสื่อใหม่ถือเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่กลุ่มเยาวชนคิดว่าน่าเป็นห่วง เช่น การมีโฆษณาขึ้นมา ซึ่งหากผู้อ่านไม่รู้หรือขาดความระมัดระวังและได้มาอ่านพบก็อาจจะถูกหลอกได้ เพราะสื่อใหม่มีความน่าดึงดูดใจด้วยภาพ เสียงและวิธีการนำเสนอ

กลุ่มเยาวชนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายยังให้เสียงสะท้อนถึงความเป็นห่วงเป็นใยสังคมด้วยว่า สื่อใหม่เข้ามาสร้างความแตกแยกให้เกิดในสังคมไทย เช่น ทำให้คนทะเลาะเบาะแว้งกัน ทั้งเรื่องเล็กๆจนกลายเป็นเรื่องใหญ่ระดับประเทศ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วเป็นปัญหาที่มีความรุนแรงและร้ายแรงกว่าปัญหาจากสื่อใหม่ที่เกิดกับเด็กและเยาวชนด้วยซ้ำไป

5.1.5 บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านบทบาทของสื่อใหม่กับการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าสื่อใหม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงมุมมองและวิธีการในการมองโลกของเยาวชน ข้อมูลเชิงปริมาณในภาพรวมและข้อมูลในระดับกลุ่มย่อยเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมาก ด้วยระดับค่าเฉลี่ยที่ 3.84 ว่า สื่อใหม่มีบทบาทในการเปลี่ยนมุมมองในการมองโลกและสังคมของตนเอง โดยผลการวิจัยพบข้อมูลว่า เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใช้สื่อใหม่เป็น “ช่องทาง” และ “พื้นที่” ในการสำรวจ ค้นหา แสดงออก และทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อใหม่มีบทบาทในฐานะที่เป็นพื้นที่ในการแสดงออกความเป็นตัวตน บุคลิก และอัตลักษณ์ของตนเองและกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) ถือเป็นพื้นที่สำคัญในการแสดงออกด้านตัวตนและอัตลักษณ์ในด้านต่างๆดังนี้

1.) ชื่อที่ใช้ในหน้าหลักของโซเชียลมีเดีย

ชื่อที่ใช้ในหน้าหลักของโซเชียลมีเดียของเยาวชน ถือเป็นช่องทางสำคัญในการบ่งบอกความเป็นตัวตนของเยาวชน โดยผลการวิจัยจากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มและการเขียนแบบบันทึกพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบในการตั้งชื่อในหน้าเฟสบุ๊คของตนเองแตกต่างกันออกไปในลักษณะของรูปแบบต่างๆ 3 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 ใช้ชื่อจริงในหน้าหลักของโซเชียลมีเดีย

เยาวชนส่วนใหญ่คือจำนวน 22 คน จากทั้งหมด 46 คน ที่ตอบคำถามในแบบบันทึก (Diary Research) ให้ข้อมูลว่าตนจะใช้ชื่อจริงและนามสกุลจริงเป็นชื่อที่ใช้ในโซเชียลมีเดีย โดยให้เหตุผลว่า ชื่อของตนเองถือเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของตนเอง หากผู้อื่นเปิดมาพบก็จะรู้ว่าเป็นตัวเรา

รูปแบบที่ 2 แทรกชื่อเล่นลงไปกับชื่อจริงในหน้าหลักของโซเชียลมีเดีย

เยาวชนบางส่วนคือจำนวน 14 คน จาก 46 คน ที่ตอบคำถามในแบบบันทึก (Diary Research) ให้ข้อมูลว่าจะแทรกชื่อเล่นของตนเองลงไปด้วยกับชื่อจริงเพื่อให้เป็นจุดสังเกตและจุดจดจำแก่ผู้พบเห็น ตัวอย่างเช่น “JoJoe Weerapon” “Kapook Rt” “N’Eye Arada” “Babymild Sirivarang” “Aof Aditep”

รูปแบบที่ 3 ในนามแฝงหรือสมญานามในหน้าหลักของโซเชียลมีเดีย

เยาวชนอีกส่วนหนึ่งซึ่งเป็นส่วนที่มีจำนวนน้อยกว่ารูปแบบที่ 1 และ 2 คือจำนวน 10 คน จาก 46 คน ที่ตอบคำถามในแบบบันทึก (Diary Research) ให้ข้อมูลว่า ตนใช้การตั้งชื่อในลักษณะเป็นนามแฝงหรือสมญานามที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตน ดังเช่นตัวอย่างต่อไปนี้ “YaiFaii Be Closely You” “Gob’s Ladiiz” “Noonathty ยัยตัวแสบ”

เยาวชนให้ความเห็นว่าชื่อในโพรไฟล์เป็นสิ่งที่มักจะไม่เปลี่ยน หากตั้งชื่อใดก็จะใช้ชื่อนั้นไปตลอดไม่เคยเปลี่ยน โดยให้เหตุผลว่าชื่อของตนเป็นการแสดงตัวตนและอัตลักษณ์ของตนเองซึ่งจะไม่มีการเปลี่ยนแปลง มีกลุ่มตัวอย่างเพียงบางส่วนที่ให้ข้อมูลว่าตนเคยเปลี่ยนชื่อบ้างแต่ไม่บ่อยนัก เปลี่ยนครั้งหนึ่งแล้วก็จะใช้ไปนานๆ โดยการเปลี่ยนส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนเพราะรู้สึกว่าตนเติบโตขึ้นจึงต้องการหาชื่อที่เหมาะสมกับตนเอง

มีกลุ่มตัวอย่างเพียงหนึ่งคนให้ความเห็นว่า ตนจะเปลี่ยนชื่อในโซเชียลมีเดียไปตามช่วงเวลาและอารมณ์ของตนเอง โดยบางครั้งจะเปลี่ยนชื่อไปตามกระแส เช่น เมื่อมีกรณีของ “น้องเนย รักโลก” เกิดขึ้น ตนก็เปลี่ยนชื่อตามกระแสเป็น “พอลล่า รักโลก” ถือเป็นการอิงกระแสและแสดงอัตลักษณ์ความทันสมัยของตนเอง

นอกจากนี้ยังมีจุดที่น่าสังเกตเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อของเยาวชน พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่นิยมใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษในการสะกดชื่อของตนเอง โดยให้เหตุผลว่า ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล เยาวชนรุ่นใหม่ต้องเปิดรับความเป็นสากล หากมีเพื่อนในเฟสบุ๊คเป็นชาวต่างชาติก็ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการแนะนำชื่อของตนเองให้เพื่อนต่างชาติรู้จัก

นอกจากการใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อแล้วพบข้อมูลว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนตั้งชื่อตนเองเป็นภาษาเกาหลี โดยให้เหตุผลว่า เพื่อให้ดูเท่ห์และทันสมัยกับกระแสเกาหลี และยังเป็นการบ่งบอกว่าตนเองชอบแนวเกาหลี เช่น ใช้ชื่อว่า Lee Haki

2.) รูปในหน้าโพรไฟล์ (Profile)

รูปที่ใช้ในหน้าโพรไฟล์ (Profile) ของโซเชียลมีเดียถือเป็นพื้นที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มและการเขียนแบบบันทึกพบข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งให้ความเห็นว่า รูปเปรียบเสมือนประตูหน้าบ้าน หากรูปไม่สวยไม่น่าดึงดูดก็ไม่มีใครอยากเข้ามาในบ้านของตน โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพรไฟล์ ด้วยเหตุผลว่าเป็นการบ่งบอกอัตลักษณ์ของตนเอง หากใครเปิดเข้ามาพบก็จะจดจำได้ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อมูลตรงกันว่ารูปที่ใช้ในโพรไฟล์เป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นตัวตน อัตลักษณ์และบุคลิกของตนเอง โดยภาพที่ใช้เป็นรูปโพรไฟล์มักจะเป็นภาพที่สะท้อนและตรงกับบุคลิกของตนเอง เช่น คนที่มีนิสัยเงียบขรึมจะใช้รูปในแนวเงียบขรึมเป็นรูปโพรไฟล์ บางคนใช้รูปของตนเองแนวกระฉับกระเฉง ยิ้มแย้มแจ่มใสเพื่อให้ดูเป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ดี บางคนใช้รูปที่แสดงบุคลิกท่าทางชอบเที่ยว ชอบผจญภัย เพราะตัวจริงก็เป็นคนชอบผจญภัยและชอบท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์กลุ่ม เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับรูปโพรไฟล์ระหว่างกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนปลายแล้วพบว่า มีเยาวชนที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวนมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้รูปการ์ตูน รูปตัวละคร หรือรูปนักแสดงที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์แทนรูปของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ

ข้อมูลเชิงปริมาณที่พบว่า มีกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นจำนวนมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์ คือ มีกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นร้อยละ 44 ที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์ ขณะที่ในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีเพียงร้อยละ 2 ที่ใช้รูปการ์ตูน/ดาราศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นรูปโพรไฟล์ โดยเยาวชนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นให้ความเห็นว่า ที่ไม่อยากใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพรไฟล์เพราะยังไม่มั่นใจในตนเองและรู้สึกเขินอายที่จะใช้รูปของตนเอง นอกจากนี้ เยาวชนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่ารูปการ์ตูนและนักแสดงที่ตนชื่นชอบถือเป็นการสะท้อนบุคลิกความเป็นตัวตนของตนเองอีกวิธีหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายบางคนใช้รูปตนเองคู่กับแฟนเป็นรูปโพรไฟล์เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงความรู้สึกดีๆขณะนั้นที่มีคนรักอยู่ข้างๆ และเป็นการบ่งบอกอัตลักษณ์ว่าตนเองมีคนรักแล้ว ขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางคนให้ข้อมูลว่าตนใช้รูปโพร์ไฟล์ที่เป็นรูปถ่ายคู่กับพ่อแม่ ครอบครัวและสิ่งของที่ตนรักเพื่อเป็นการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของตนเอง

กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ารูปโพรไฟล์ของตนเองจะมีการเปลี่ยนไปเรื่อยๆ เพื่อแสดงถึงช่วงชีวิตในเวลาต่างๆ รวมทั้งการเปลี่ยนรูปถือเป็นการบ่งบอกว่าผู้ใช้โซเชียลมีเดียนั้นยังมีตัวตนอยู่

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่ารูปโพรไฟล์เป็นรูปที่ใช้บ่งบอกอารมณ์และสถานการณ์ในขณะนั้น เช่น บางคนใช้รูปที่มีสีสันเพื่อเป็นการแสดงว่าตนรู้สึกดีมีความสุข แต่จะใช้รูปขาวดำเป็นรูปโพรไฟล์เมื่อเวลาที่ตนเองรู้สึกเศร้า

3.) ข้อความและรูปในสถานะ (Status) ของโซเชียลมีเดีย

ข้อความและรูปในสถานะ (Status) ของโซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่สำคัญในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยกลุ่มเยาวชนให้ความเห็นตรงกันว่า โซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลที่ตนสามารถใช้เป็นช่องทางในการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด รวมทั้งอัตลักษณ์และตัวตนของตนเอง โดยวิธีการแสดงออกสามารถแสดงผ่านสิ่งต่างๆต่อไปนี้คือ รูปที่นำมาลง ข้อความซึ่งเป็นการเขียนระบายความคิดและความรู้สึก รูปภาพ คำคม ลิงค์ (Link) ต่างๆ และ โซเชียลแคม (Social Camera) ที่นำมาแชร์

กลุ่มเยาวชนให้ความเห็นว่า รูปและข้อความต่างๆบนสถานะถือเป็นอารมณ์ของตนเองในขณะนั้น ทั้งความชอบ ความประทับใจ ความเสียใจ และความคิดความรู้สึกที่ตนเองมี การแสดงออกโดยการโพสต์รูปและข้อความต่างๆถือเป็นการแสดงสิทธิและการมีเสียงของตนเอง และความต้องการให้มีคนเห็นด้วยกับความคิดของตนเอง

กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่จะโพสต์ข้อความและคำคมที่คอยเตือนใจ กระตุ้นให้มีความเข้มแข็งและไม่อ่อนแอ บางครั้งอาจเป็นข้อความตลกๆ หรือบางครั้งอาจจะเป็นการบ่น การวิจารณ์ดารานักแสดงละครที่ตนได้ดู กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า สถานะ (Status) ของโซเชียล

มีเดียเป็นพื้นที่ในการปลดปล่อยและแสดงอิสระทางความคิด การแสดงออกผ่านข้อความและรูปภาพในสถานะของโซเชียลมีเดีย ถือเป็นการบ่งบอกตัวตนและอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยคนที่ชอบดารานักแสดงเกาหลีก็จะนำภาพ ข้อมูล และลิงค์ (Link) ของ เว็บไซต์เกาหลีมาลงไว้บนสถานะ (Status) ของตน

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเพศหญิงและเพศชายเกี่ยวกับการแสดงออกทางอัตลักษณ์ผ่านข้อความและรูปในโซเชียลมีเดียพบว่า สิ่งที่แสดงออกบนสถานะของทั้งสองกลุ่มจะแตกต่างกันออกได้ตามความสนใจของแต่ละเพศ โดยเยาวชนเพศชายมักจะนำข่าวคราวต่างๆเกี่ยวกับกีฬาและเทคโนโลยีที่ตนชอบมาลงไว้บนสถานะ ขณะที่เยาวชนเพศหญิงที่ชื่นชอบเรื่องความสวยงาม การแต่งกาย การแต่งหน้า มักจะโพสต์รูปและข้อความ รวมทั้งนำเอาลิงค์ (Link) ที่เกี่ยวกับเรื่องเหล่านั้นมาลงไว้เช่นกัน

นอกจากนี้ สถานะของโซเชียลมีเดียยังถือเป็นพื้นที่ในการแสดงออกถึงเรื่องราวและกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นกับเยาวชน โดยเยาวชนส่วนใหญ่จะนำเอาภาพสำคัญต่างๆในชีวิตมาลงไว้ เช่น ภาพไปเที่ยวกับครอบครัว ภาพไปสังสรรค์กับเพื่อนฝูงในกลุ่ม ซึ่งกลุ่มเยาวชนให้เหตุผลว่าเป็นวิธีการแสดงอัตลักษณ์ด้านรูปแบบชีวิตของตนเองวิธีหนึ่ง

นอกจากนี้ยังพบข้อมูลด้วยว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายใช้สื่อใหม่ประเภทโซเชียลมีเดียในการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ด้านเพศวิถี (Sexuality) ของตนเอง ดังตัวอย่างเช่น กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นเพศหญิงที่เปิดเผยว่าตนเป็นผู้หญิงที่ชอบผู้หญิงด้วยกัน จะแสดงออกอัตลักษณ์ด้านเพศของตนเองทางเฟสบุ๊คโดยการโพสต์ข้อความในสถานะเพื่อระบายความรู้สึกที่ตนมีต่อเพศชายที่ใช้กริยาและคำพูดที่ไม่เหมาะสมกับเพศหญิง รวมทั้งยังนำรูปที่แสดงวิธีการต่อสู้ป้องกันตัวมาลงไว้ในสถานะเพื่อเป็นการแบ่งปันข้อมูลให้กับเพื่อนเพศเดียวกันได้ใช้ในการป้องกันตนเอง

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่เปิดเผยว่าตนเองเป็นเพศที่สามให้ข้อมูลว่าตนเองเปิดเผยเพศวิถีของตนเองอย่างชัดเจนในเฟสบุ๊ค ทั้งการนำภาพของตนเองที่แต่งเป็นผู้หญิงที่มาลงไว้ และการเขียนข้อความแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเพศที่สามอย่างตรงไปตรงมา

4.) การสร้างกลุ่ม (Group) เพื่อนในโลกของโซเชียลมีเดีย

เยาวชนส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นว่า สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียสามารถทำให้พวกเขาสร้างกลุ่มพื่อน (Group) ขึ้นมาเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร แสดงความคิดเห็น ระบายอารมณ์และพูดคุยกันเสมือนกับเป็นโลกของพวกเขาเองที่ผู้อื่นไม่สามารถเข้ามาได้

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า เพื่อนกลุ่มเดียวกันจะมีลักษณะและบุคลิกบางอย่างที่เหมือนกันซึ่งถือเป็นการแบ่งปันอัตลักษณ์ร่วมกัน เช่น มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน มีทัศนคติเหมือนๆกัน ทำให้พูดคุยกันแล้วเกิดความรู้สึกอบอุ่นและสบายใจ

กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายยังให้ความเห็นเกี่ยวกับการสร้างกลุ่มเพื่อนขึ้นมาในสื่อใหม่ประเภทเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ด้วยว่า เกมออนไลน์สามารถใช้เป็นพื้นที่พบปะสังสรรค์กันระหว่างกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องที่คล้ายคลึงกัน การมาเล่นเกมเดียวกันถือเป็นการสร้างกลุ่มเพื่อนที่มีอัตลักษณ์บางอย่างร่วมกันและใช้สื่อเกมคอวพิวเตอร์ออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสารกัน

ปัจจุบันเกมออนไลน์ส่วนใหญ่จะมีการเพิ่มเพื่อนเพื่อคอยช่วยเหลือกันในการเล่นเกม ซึ่งทำให้ผู้เล่นได้รู้จักกับเพื่อนใหม่เพิ่มมากขึ้น และยังเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอยู่แล้วด้วย เกมออนไลน์จึงเปรียบเสมือนสื่อใหม่ที่เป็นตัวเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของผู้เล่นร่วมกัน

กลุ่มเยาวชนให้เหตุผลว่าโลกของสื่อใหม่ยังเป็นโลกที่มีความรวดเร็ว สามารถพูดคุยสื่อสารกันได้หลายๆคนในเวลาเดียวกัน ผ่านหลายช่องทางจากอุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทต่างๆ ดังนั้นการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อนผ่านการสร้างกลุ่มขึ้นมาในโลกของสื่อใหม่จึงมีความแตกต่างกับโลกแห่งความจริงอย่างน้อยสามประการคือ 1.) การสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนในโลกของสื่อใหม่เป็นวิธีการสื่อสารที่มีความรวดเร็ว 2.) สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้หลายคนพร้อมๆกันในเวลาเดียวกัน 3.) มีช่องทางที่หลากหลายในการติดต่อ เช่น คอมพิวเตอร์ โน๊ตบุ๊ค เท็ปเล็ต สมาร์ทโฟน โดยระยะทางและเวลาไม่ใช่อุปสรรคในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนผ่านสื่อใหม่อีกต่อไป

5.1.6 บทบาทของสื่อใหม่ในการค้นหาข้อมูล สำรวจและทดสอบอัตลักษณ์ของเยาวชน

โลกของสื่อใหม่เป็นโลกที่กว้างใหญ่และมีความหลากหลาย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่าเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อใหม่สร้างพื้นที่ในการค้นหาข้อมูลเพื่อมาใช้ในการเรียนรู้และสำรวจอัตลักษณ์ของตนเอง โดยเยาวชนที่มีความสนใจในด้านต่างๆเห็นว่าสื่อใหม่อย่างอินเตอร์เน็ตเป็นห้องเรียนสำคัญที่เปิดโอกาสให้พวกเขาได้ค้นคว้าหาข้อมูลที่ตนสนใจ เช่น บางคนสนใจเรื่องการแต่งหน้า การทำขนมเค้ก ก็จะเข้าไปหาข้อมูลในเว็บไซต์ต่างๆและในยูทูป (YouTube) เพื่อนำข้อมูลมาใช้หัดทำขนมและหัดแต่งหน้า เมื่อทดลองทำสำเร็จก็นำเอารูปขนม หรือรูปถ่ายที่ตนแต่งหน้าลงมาใส่ไว้ในสถานะในโซเชียลมีเดียเพื่อเป็นการทดสอบอัตลักษณ์ของตนเองอีกด้วย

เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า สื่อใหม่สามารถนำมาใช้เป็นพื้นที่ในการทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น เยาวชนที่ใช้อินสตาแกรม (Instagram) จะนำภาพของตนเองในอิริยาบทและกิจวัตรต่างๆมาลงไว้ เมื่อมีคนอื่นมากดชอบ (Like) ติดตาม (Follow) หรือมาแสดงความคิดเห็น (Comment) ให้ตนเอง ก็ถือเป็นการทดสอบผลตอบรับ (Feedback) และการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนในสังคมไปในตัว โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าผลสะท้อนกลับหรือผลตอบรับ (Feedback) ที่เกิดขึ้นในโลกของสื่อใหม่ประเภทโซเชียลมีเดียเหล่านี้เป็นการเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทันทีทันใด และมีความรวดเร็วกว่าผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นในโลกของความจริง

กลุ่มเยาวชนยังให้ความเห็นอีกว่า การค้นหาตนเองผ่านสื่อใหม่เป็นเรื่องของการลองผิดลองถูก หากได้ลองทำจึงจะรู้ว่าเราชอบตนเองหรือไม่ ใช่ตนเองหรือไม่ สื่อใหม่ถือเป็นช่องทางที่ช่วยให้ตนเองค้นหาตนเอง ค้นหาข้อมูลที่ตนสนใจเพื่อใช้ในการรู้จัก เข้าใจตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งโซเชียลมีเดียถือเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลในการทดสอบอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นมา

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มเยาวชนเห็นด้วยว่าสื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการเรียนรู้และทดลองสร้างอัตลักษณ์ที่บางครั้งในชีวิตจริงไม่สามารถทำได้ เช่น อัตลักษณ์ด้านเพศวิถี (Sexuality) การทดสอบความเป็นเพศชายและหญิงที่บางครั้งในโลกแห่งความจริงไม่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ทดลองอย่างเปิดเผย การสร้างและทดสอบอัตลักษณ์ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่แตกต่างจากโลกปกติ เพราการสร้างอัตลักษณ์ในโลกเสมือนจริงมีความรวดเร็วกว่า สร้างและเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและเร็วกว่าในโลกแห่งความจริง ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เมื่อสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาแล้วแต่รู้สึกว่ามันยังไม่ใช่ ก็สามารถลบทิ้งและเปลี่ยนใหม่ได้ตามที่ต้องการ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับประเด็นนี้ยังคงไม่ชัดเจน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยเพียงในระดับปานกลางต่อความคิดเห็นที่ว่า ชีวิตคนเราก็เหมือนโลกเสมือนจริง ถ้าไม่ชอบอะไรก็สามารถลบแล้วสร้างขึ้นมาใหม่ได้เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 2.88 แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่ม พบระดับค่าเฉลี่ยแตกต่างกันคือ กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นสูงกว่า คืออยู่ที่ 3.15 ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นมีระดับค่าเฉลี่ยน้อยกว่าคืออยู่ที่ 2.61 แต่ระดับความคิดเห็นยังอยู่ระดับปานกลางเหมือนกันทั้งสองกลุ่ม

เยาวชนมีการใช้สื่อใหม่ในการเรียนรู้ความแตกต่างและลดการยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่า กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มใช้สื่อใหม่ในการกระชับและรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอยู่แล้วมากกว่าการใช้สื่อใหม่เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ ผลการวิจัยพบข้อมูลว่ากลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ และเท็ปเล็ต ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน และใช้สื่อใหม่ประเภทซอฟแวร์และแอพพลิเคชันต่างๆ ได้แก่ โซชียลมีเดีย เฟสบุ๊ค (Facebook) โปรแกรมสไกป์ (Skype) แอพพลิเคชันไลน์ (Line) ในการสื่อสารพูดคุยกับเพื่อน นอกจากนี้กลุ่มเยาวชนให้ข้อมูลว่า ตนใช้วิธีการสร้างกลุ่มเฉพาะ (Group) ขึ้นมาในเฟสบุ๊คเพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารพูดคุยกันระหว่างเพื่อนทั้งในสถานศึกษาปัจจุบันและสถานศึกษาเดิม

กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สื่อใหม่ถือเป็นช่องทางหนึ่งในการเรียนรู้อัตลักษณ์ ตัวตนและนิสัยใจคอของผู้อื่น โดยการเข้าไปดูสถานะของเพื่อนๆและผู้อื่นในโซเชียลมีเดียถือเป็นวิธีการในการเรียนรู้เกี่ยวกับผู้อื่น สื่อใหม่จึงเข้ามาช่วยเพิ่มเติมความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนให้แน่นแฟ้นมากขึ้นจากความสัมพันธ์ที่มีอยู่และเกิดขึ้นในโลกแห่งความจริง บางครั้งตนเองไม่กล้าแสดงความรู้สึกบางอย่างกับเพื่อนแต่ก็สามารถใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการแสดงความรู้สึกนั้นๆแทน เช่น การส่งข้อความผ่านแอพ

พลิเคชันไลน์ (Line) และการส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์ (SMS) การเขียนข้อความตอบกันในเฟสบุ๊ค เป็นต้น

นอกจากนี้ กลุ่มเยาวชนเห็นว่าสื่อใหม่เป็นช่องทางทำให้ตนได้เรียนรู้ถึงความแตกต่างของเพื่อนแต่ละคน โดยการได้เข้าไปดูเรื่องราวต่างๆในโซเชียลมีเดียของเพื่อนทำให้ได้เรียนรู้ว่าเพื่อนชอบอะไรหรือไม่ชอบอะไร ตนจะได้หลีกเลี่ยงการกระทำที่ทำให้เพื่อนไม่ชอบหรือไม่สบายใจ และช่วยลดความรู้สึกของการยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง (Egocentrism) ลง เพราะสื่อใหม่ทำให้เกิดการเรียนรู้และขัดเกลาตนเองว่า โลกกว้างใหญ่มีผู้คนหลากหลาย และตนเองไม่ได้เป็นศูนย์กลางของโลกเสมอไป แต่ยังมีคนอีกหลายคนที่ทั้งเหมือนและแตกต่างกับตนเอง

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าการสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กันในสังคมของสื่อใหม่ถือเป็นการขัดเกลาทางสังคมโดยทางอ้อมรูปแบบหนึ่ง เพราะหากสมาชิกคนใดทำสิ่งที่ผิดแบบแผนหรือมารยาทต่างๆ เช่น โพสต์ข้อความหรือแสดงความคิดเห็นที่ไม่เหมาะสม ก็จะถูกลงโทษจากสมาชิกในสังคมสื่อใหม่ทั้งโดยวิธีการตัดชื่อออกจากกลุ่มและการลงโทษด้วยคำวิพากษ์วิจารณ์จากสมาชิกในสังคมสื่อใหม่ของตนเอง นอกจากนี้การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ยังมีบทบาททางอ้อมในการขัดเกลาทางสังคมให้กับเยาวชน ดังรายละเอียดที่จะนำเสนอในหัวข้อต่อไป

5.1.7 บทบาทของเกมคอมพิวเตอร์กับการขัดเกลาทางสังคมของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มเยาวชนมีการใช้เกมคอมพิวเตอร์ในการเรียนรู้บทบาททางสังคม เยาวชนใช้เกมออนไลน์เป็นพื้นที่ในการสำรวจและทดสอบอัตลักษณ์ของตนเองโดยการสวมตนเองเข้ากับบทบาทต่างๆที่อยู่ในเกม ซึ่งถือเป็นวิธีการหนึ่งในการทดสอบบทบาทหน้าที่และอัตลักษณ์ โดยเฉพาะเกมออนไลน์ในยุคปัจจุบันที่เรียกว่า เกมออนไลน์แบบสวมบทบาทและมีผู้เล่นหลายคน (Massively Multiplayer: online role-playing games หรือ MMORGS) สามารถเปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้สร้างตัวตนเสมือนจริงขึ้นมาในโลกออนไลน์ โดยการสร้างร่างเสมือนที่เป็นร่างทรง (Avatars) ของตนเองขึ้นและสามารถเล่นเกมร่วมกับผู้เล่นคนอื่นๆได้ในโลกของสื่อใหม่

เยาวชนได้ยกตัวอย่างเกมคอมพิวเตอร์จำนวน 6 เกม ขึ้นมาเป็นตัวอย่างของเกมที่ตนเล่นและมีบทบาททางอ้อมในการขัดเกลาทางสังคม โดยเกมคอมพิวเตอร์ทั้ง 6 เกม ที่กลุ่มเยาวชนยกมา ได้แก่ 1.) “ยิงไข่ไดโนเสาร์” 2.) “เพ็ทโซไซตี้” (Pet Society) 3.) ”เดอะซิม” (The Sim) 4.) “ฮาร์เวสมูน” (Harvest Moon) 5.) “ฟาร์มวิลล์”(Farmville) และ 6.) “เรสตัวรอง สตอรี” (Restuarant Story)

1.) “เกมยิงไข่ไดโนเสาร์”

“เกมยิงไข่ไดโนเสาร์” เป็นเกมที่มีบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมในทางอ้อม โดยช่วยทำให้ผู้เล่นรู้จักการขัดเกลาด้านต่างๆได้แก่ ด้านความรู้ ทักษะ ความชำนาญและสติปัญญา ด้านระเบียบวินัย และด้านความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ

ในด้านความรู้ ทักษะ ความชำนาญและสติปัญญา กลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนะว่า ในการเล่นเกมยิงไข่ไดโนเสาร์นั้น ไข่ไดโนเสาร์ทุกใบอาจเปรียบเหมือนปัญหาที่ต้องแก้ไข และวิธีการแก้ปัญหาก็คือการยิงไข่ทุกใบให้แตก การเล่นเกมยิงไข่ไดโนเสาร์เป็นการฝึกการแก้ปัญหา การฝึกความแม่นยำ และการทำงานแข่งกับเวลา

ในด้านระเบียบวินัยกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า การเล่นเกมยิงไข่ไดโนเสาร์ช่วยปลูกฝังระเบียบวินัยทางอ้อม โดยการเรียงของไข่จะเรียงเป็นแถวอยู่อย่างมีระเบียบ ในการยิงไข่จึงต้องมีการวางแผนคือยิงออกไปได้ทีละลูก ไม่สามารถยิงได้ทีละหลายลูก ดังนั้นเพื่อเก็บคะแนนให้ได้มากผู้เล่นจึงต้องมีการจัดระเบียบในการยิง

ด้านความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่า ในการเล่นเกมจะมีรางวัลเป็นแรงจูงใจ ความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจในการเล่นเกมคือการแก้ปัญหาให้สำเร็จและได้ชัยชนะเป็นรางวัล สร้างความภูมิใจว่าตนเองแก้ไขปัญหานั้นได้สำเร็จ

2.) “เพ็ทโซไซตี้” (Pet Society)

เกมเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เพ็ทโซไซตี้ (Pet Society) มีบทบาททางอ้อมต่อผู้เล่นในการขัดเกลาทางสังคมในด้านต่างๆ คือ ในด้านจิตใจ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า เกมเพ็ทโซไซตี้ ช่วยขัดเกลาจิตใจให้ผู้เล่นมีความอ่อนโยนต่อสัตว์ และส่งผลต่อด้านพฤติกรรม คือให้รู้จักดูแลเอาใจใส่สัตว์เลี้ยงของตนเอง เกมนี้สงผลให้ผู้ที่เลี้ยงสัตว์ในชีวิตจริงดูแลเอาใจใส่สัตว์มากขึ้น เพื่อให้น่ารักเหมือนกับในเกมที่ตนเล่น และเมื่อสัตว์ได้รับความรักความอบอุ่นจากผู้เลี้ยงก็จะส่งผลให้สัตว์เชื่อฟังเจ้าของมากขึ้น และไม่เป็นสัตว์ที่ก้าวร้าวหรือไปทำร้ายผู้อื่น

ในด้านทักษะและสติปัญญา กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความคิดเห็นว่าการเล่นเกมเพ็ทโซไซตี้มีส่วนในการขัดเกลาทักษะและสติปัญญา เพราะในเกมจะมีการจัดบ้านของสัตว์เลี้ยงซึ่งต้องมีการซื้อหาของใช้ต่างๆมาจัดบ้านและสถานที่ ต้องเก็บเงินมาใช้ซื้อสิ่งของและของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง ทำให้ต้องมีการฝึกทักษะด้านความคิดและการวางแผนการทำงาน โดยช่วงแรกที่เล่นเกมยังอาจเก็บเงินได้ไม่มาก ทำให้ซื้อของได้ยาก เนื่องจากต้องคอยดูแลหาอาหารให้สัตว์กิน แต่เมื่อเล่นไปได้สักพักผู้เล่นก็สามารถซื้อต้นไม้มาปลูกเองเพื่อเก็บผลไม้ให้สัตว์กิน ถือเป็นการประหยัดเงินในการซื้ออาหารและยังนำผลไม้ไปขายได้อีกด้วย เมื่อเล่นเกมไปได้สักพัก ผู้เล่นเกมก็จะรู้จักวิธีการเก็บเงินเพื่อนำไปซื้อสิ่งของต่างๆไม่ว่าจะเป็น

เสื้อผ้า เครื่องประดับ เฟอร์นิเจอร์เพื่อนำมาตกแต่งบ้านของสัตว์เลี้ยงให้มีความสวยงามตามที่ผู้เล่นต้องการ ซึ่งมีให้เลือกมากมายในเกมที่เล่น

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าเกมเพ็ทโซไซตี้ช่วยขัดเกลาด้านระเบียบวินัยและปลูกฝังความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ โดยเกมนี้ทำให้ผู้เล่นมีความรับผิดชอบ เพราะหากผู้เล่นไม่อาบน้ำให้ตัวการ์ตูนสัตว์เลี้ยงในเกมก็จะมีแมลงวันมาตอม และถ้าไม่ให้อาหารตัวการ์ตูนสัตว์เลี้ยงก็จะมีหน้าบึ้งตึง แต่เมื่อผู้เล่นให้อาหารก็จะยิ้มแย้ม ทำให้ผู้เล่นฝึกเป็นคนมีระเบียบวินัยโดยทางอ้อม โดยต้องเข้ามาให้อาหารสัตว์อยู่เสมอ

ในเรื่องการปลูกฝังความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจพบว่า เนื่องจากเป็นเกมออนไลน์ทำให้มีผู้เล่นหลายคนและผู้เล่นสามารถไปเยี่ยมบ้านของเพื่อนได้ โดยบ้านของแต่ละคนจะมีความแตกต่างกัน เมื่อผู้เล่นไปพบบ้านที่สวยงามก็เกิดความรู้สึกอยากจะมีบ้าง ทำให้เกิดความฝันและแรงบันดาลใจในการเก็บเงินเพื่อที่จะซื้อของมาตกแต่งบ้านของตนเอง

3.) ”เกมเดอะซิม” (The Sim)

เกมเดอะซิม (The Sim) เป็นเกมที่เล่นโดยการสร้างตัวเล่นที่เรียกว่าตัวซิม (Sim) ขึ้นมาในบทบาทต่างๆที่ผู้เล่นต้องการและเรียนรู้การใช้ชีวิตตามบทบาทเหล่านั้น กลุ่มเยาวชนให้ความเห็นว่าการได้แสดงบทบาทต่างๆเสมือนจริงในเกมคอมพิวเตอร์ช่วยทำให้ตนเองเกิดการเรียนรู้บทบาททางสังคม มีความเข้าใจบทบาทและทัศนคติในการดำเนินชีวิตผ่านตัวละครซิมที่ตนสวมบทบาท โดยเกมเดอะซิมเป็นการจำลองการใช้ชีวิตของมนุษย์ และมีบทบาททางอ้อมในการสอนให้รู้จักบทบาทและทัศนคติในการใช้ชีวิตในสังคม ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความพยายามและความอดทนในการพัฒนาตัวเองและตัวซิมให้สูงขึ้น

ในด้านการขัดเกลาทางสติปัญญาพบว่ากลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า เกมเดอะซิมช่วยให้ผู้เล่นมีความคิดรอบคอบ ฝึกคิดวิเคราะห์ในการจัดระเบียบกิจกรรมในแต่ละวันและรู้จักการวางแผนในการใช้ชีวิต และปลูกฝังด้านระเบียบวินัย

ภายในเกมเดอะซิมจะมีกิจกรรมให้ทำมากมายเหมือนในชีวิตจริงทุกอย่าง ผู้เล่นจึงต้องควบคุมเกมให้ดี เพราะหากพลาด ดูแลไม่ดีตัวซิมที่เล่นในเกมจะถึงแก่ความตายหรือเกิดอาการเจ็บป่วย เกมจึงไม่ต่างไปจากชีวิตจริง ในแต่ละตัวละครจะมีระดับ (Level) ในด้านต่างๆ เช่น ความสามารถในการทำงาน ระดับของความดี ซึ่งกว่าจะได้ระดับนั้นๆมาต้องมาจากการฝึกฝนในด้านนั้นอย่างต่อเนื่อง ไม่สามารถทำสำเร็จได้ในเพียงหนึ่งเดียว

ในด้านการใช้ชีวิต การเล่นเดอะซิมทำให้ผู้เล่นรู้จักใช้ชีวิตมากขึ้น เมื่อเล่นเกมเดอะซิมบ่อยครั้งก็จะทำให้ผู้เล่นรู้จักจัดการกับตัวเองด้วยเวลาที่จำกัด เช่น ตื่นนอน อาบน้ำ ทานข้าว ก่อนไปทำงาน

สังสรรค์กับเพื่อนบ้าน สิ่งนี้สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดขึ้นจริงกับตัวผู้เล่น ทำให้ได้รู้ว่าภายในหนึ่งวันควรทำอะไรก่อนหรือหลังซึ่งเป็นการช่วยจัดระเบียบในการใช้ชีวิตให้เป็นระบบ

เกมเดอะซิมถือเป็นการจำลองรูปแบบการใช้ชีวิตลงไปในโลกของสื่อใหม่และเป็นพื้นที่ให้เยาวชนได้ทดลองสวมบทบาทต่างๆเพื่อเรียนรู้บทบาทหน้าที่นั้นๆ โดยเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า ตนได้รับการขัดเกลาและได้เรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องระเบียบวินัย การวางแผน และการแก้ไขปัญหาผ่านบทบาทของตัวละครหรือตัวซิมที่ตนสร้างขึ้น

ผลการวิจัยยังพบข้อมูลอีกว่า การเล่นเกมคอมพิวเตอร์มีส่วนในการขัดเกลาทางสังคมโดยมีบทบาทในการปลูกฝังเกี่ยวกับความมุ่งหวังของชีวิต การสร้างความใฝ่ฝันและแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นกับเยาวชนที่เป็นผู้เล่น ยกตัวอย่างเช่นกลุ่มเยาวชนที่เล่นเกมเดอะซิมบางคนเล่นบทบาทเป็นนักดนตรีเพื่อทดสอบความใฝ่ฝันของตนที่อยากเป็นนักดนตรีที่มีชื่อเสียง บางคนเล่นเป็นเจ้าของร้านเบเกอรีเพราะชอบทำขนมและต้องการมีร้านเบเกอรีเป็นของตนเอง

ภายในเดอะซิมมีการแฝงเรื่องความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจเอาไว้ ในการพัฒนาสายงานอาชีพของตัวเองเพื่อให้มีรายได้สูง ซึ่งในการจะพัฒนาได้นั้น ผู้เล่นและตัวซิมจะต้องพัฒนาด้านทักษะของตัวเองให้สูงขึ้นตามที่เกมกำหนด เช่น ด้านการทำอาหาร ด้านการร้องเพลง เป็นต้น เมื่อทำสำเร็จ ทางเกมจะมีรางวัลให้ตามวิชาชีพนั้น เช่น เป็นนักดนตรีก็มีคอนเสิร์ทเป็นของตนเองและมีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นเจ้าของร้านเบเกอรีก็จะมีรายได้ร่ำรวย ด้านการแพทย์หากเล่นเป็นหมอก็จะได้รับเครื่องปรุงยาที่สามารถผลิตยาออกมารักษาได้เมื่อตัวซิมไม่สบาย

นอกจากนี้ ในเกมเดอะซิมยังมีการกำหนดเกี่ยวกับให้รางวัลต่างๆ คือเมื่อตัวซิมทำภารกิจหน้าที่ต่างๆสำเร็จลงก็จะได้รับคะแนนเป็นรางวัลตามลำดับ การให้รางวัลของเกมจึงถือเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้เล่นได้เรียนรู้บทบาทหน้าที่ผ่านตัวละครในโลกเสมือนจริง เพราะหากปฏิบัติบทบาทหน้าที่สำเร็จจะทำให้ระดับรางวัลเพิ่มสูงขึ้น แต่หากทำไม่สำเร็จอาจทำให้ตัวซิมเกิดการเจ็บป่วย ไม่สบายและเสียชีวิตลงได้ ซึ่งสะท้อนถึงความบกพร่องในหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองซึ่งเป็นผู้เล่น การให้รางวัลและการถูกลงโทษในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์จึงถือเป็นการขัดเกลาทางสังคมโดยอ้อมวิธีหนึ่ง

4.) “เกมฮาร์เวสมูน” (Harvest Moon)

เกมฮาร์เวสมูนเป็นเกมที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้และขัดเกลาทางสังคมเกี่ยวกับความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง รู้จักวางแผนการทำงาน คาดคะเนรายรับรายจ่ายและผลผลิตในการทำเกษตรกรรมในโลกเสมือนจริง ผลกำไรนำมาซึ่งความภาคภูมิใจและช่วยสร้างครอบครัว ซึ่งถึงแม้จะเป็นการใช้ชีวิตในโลกเสมือนจริงแต่ก็ถือเป็นการขัดเกลาทางสังคมในทางอ้อมด้านทักษะและความชำนาญในการใช้ชีวิต

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของเกมฮาร์เวสมูนว่า เป็นเกมที่มีบทบาททางอ้อมในการขัดเกลาด้านพฤติกรรมและระเบียบวินัย รวมทั้งปลูกฝังให้เกิดแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต

โดยเกมนี้สอนให้รู้จักคิดและวางแผนงานในการทำงานแต่ละอย่างว่าควรจะทำอะไรก่อนหลัง ต้องคำนวนรายรับรายจ่ายให้รอบคอบ คาดคะเนสิ่งต่างๆ รู้จักเลือกพันธุ์พืชที่จะนำมาปลูกในสวนของตนเอง เพื่อให้ได้ผลผลิตและผลกำไรกลับมาอย่างคุ้มค่ากับการลงทุนลงแรง จึงเป็นการฝึกสติปัญญาด้วย

นอกจากนี้ เกมยังได้สอนให้ผู้เล่นรู้จักระเบียบวินัย เพราะเมื่อได้เล่นเกมนี้แล้วจะทำให้ต้องเป็นคนกระตือรือร้นเพื่อทำสิ่งต่างๆให้สำเร็จ เช่น การปลูกพืชผักจะทำให้ผู้เล่นมีความขยันในการรดน้ำพรวนดินเพื่อให้ได้ผลผลิตตามที่ผู้เล่นคาดไว้ เพราะถ้าไม่รู้จักการมีระเบียบวินัยแล้วจะทำให้ผักที่ปลูกตายและไม่มีผลผลิตตลอดฤดูกาล หรือถ้าวันใดนอนดึกมากเกินไปจะทำให้ตื่นสายและมีเวลาในการทำงานในวันต่อไปน้อยลงตามไปด้วย ซึ่งถือเป็นการปลูกฝังระเบียบวินัยอีกอย่างที่ถ่ายทอดออกมาผ่านการเล่นเกม

เกมฮาร์เวสมูนเปรียบเสมือนการใช้ชีวิตจริงๆในฟาร์มของตนเอง ผู้เล่นจะต้องดูแลฟาร์มให้มีความเจริญก้าวหน้า เช่น การหาเงิน เพื่อมาต่อเติมบ้าน การจีบหญิงสาวเพื่อมาเป็นภรรยาของตนในอนาคต สิ่งต่างๆเหล่านี้ก็เป็นการปลูกฝังความมุ่งหวังที่จะทำให้ผู้เล่นลงมือและตั้งใจทำให้สำเร็จ ส่วนบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจจะเกิดขึ้นได้ในกรณีที่ผู้เล่นมีความรู้สึกว่าชอบผู้หญิงคนหนึ่ง ก็จะทำให้ผู้เล่นสามารถทำทุกอย่างเพื่อให้ผู้หญิงคนนั้นหันมามองหรือชอบตนเองในสักวัน เช่น การขยันทำงานเก็บเงินเพื่อไปสู่ขอและแต่งงานกับผู้หญิงที่ตนชอบ ซึ่งถือเป็นการเรียนรู้บทบาทการเป็นผู้ใหญ่ในอีกระดับหนึ่ง

5.) “เกมฟาร์มวิลล์”(Farmville)

เกมฟาร์มวิลล์มีบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมด้านต่างๆคือ ด้านระเบียบวินัย ด้านความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ ด้านบทบาทและทัศนคติ และด้านการฝึกฝนทักษะและความชำนาญ โดยในเกมฟาร์มวิลล์เป็นเกมที่ให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นชาวนาชาวไร่ มีแปลงปลูกผักเป็นของตนเอง รวมทั้งต้องคอยบริหารจัดการเพื่อให้ได้ผลผลิตออกมาขายได้ทัน และต้องคอยบริหารจัดการรายรับและรายจ่ายภายในฟาร์มของตนเองไม่ให้ขาดทุน นอกจากนี้ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบสร้างและขยับขยายฟาร์มของตนเอง

เกมฟาร์มวิลล์ปลูกฝังเรื่องระเบียบวินัยให้กับผู้เล่นในด้านของการบริหารงานในฟาร์ม ไร่ หรือแปลงผักของตนเอง ได้ฝึกความรับผิดชอบในการดูแลเอาใจใส่และตรงเวลา ส่วนในด้านความมุ่งหวังและแรงบันดาลใจ เกมฟาร์มวิลล์เป็นเกมที่ให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นชาวไร่ คอยทำงานปลูกผักเพื่อหารายได้และสร้างโอกาสให้กับตนเองในการขยายขนาดแปลงผักของตนให้กลายเป็นฟาร์มขนาดใหญ่ ซึ่งมีการขัดเกลาในเรื่องของการปลูกฝังความหวังที่จะสร้างและขยายฟาร์มของตนให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ทำให้เกิดแรงบันดาลใจเพื่อโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มในอนาคต

เกมยังสอนเรื่องบทบาทหน้าที่และทัศนคติที่ทำให้ผู้เล่นรู้ว่า การเป็นชาวนาชาวไร่มีบทบาทหน้าที่อย่างไร โดยให้ผู้เล่นที่สวมบทบาทได้ทดลองทำหน้าที่นั้น เมื่อเล่นเกมก็จะเกิดความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของชาวนาชาวไร่ ได้เรียนรู้การเข้าสังคมด้วยการพบปะกับเพื่อนในเกมและการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

เยาวชนให้ความเห็นว่า การเล่นเกมฮาร์เวสมูนและฟาร์มวิลล์ยังช่วยทำให้ตนเป็นคนมีจิตใจอ่อนโยน รักและดูแลสัตว์ รู้จักแบ่งปันแก่ผู้อื่นที่เป็นเพื่อนบ้านในเกม และเรียนรู้ด้านการใช้วิถีชีวิตพอเพียง โดยเกมจะสอนให้คนเป็นคนที่ขยัน รู้จักต่อสู้กับชีวิต ทำมาหากิน ใช้ชีวิตแบบพอเพียง ไม่หวือหวา มีการปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ จีบสาวเพื่อสร้างครอบครัว นอกจากนี้ เยาวชนเห็นว่าสิ่งที่ดีในเกมนี้คือไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นอบายมุขปะปนอยู่กับเกมนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับเกมอื่นๆในปัจจุบันมีการกระทำที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น เกมยิงกัน ฆ่ากันตาย ขโมยรถ ขณะที่เกมฮาร์เสมูนเป็นเกมที่สร้างสรรค์และมีการขัดเกลาพฤติกรรมผู้เล่น นอกจากนี้ยังสอนให้เกิดความชำนาญในด้านการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง เพราะในเกมนี้จะไม่มีสิ่งหรูหรา ไม่มีรถขับ ไม่มีการแต่งตัวที่ทันสมัยตามกระแส แต่จะเน้นการใช้ชีวิตแบบคนสวนคนป่า อยู่ตามเขา จะเน้นไปทางผจญภัยและการต่อสู้กับชีวิต ดำเนินชีวิตในแต่ละวันให้มีความสุขและสนุกกับสิ่งที่เป็นอยู่

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นว่าการเล่นเกมเหล่านี้ยังช่วยสร้างคุณค่าทางจิตใจ คือการได้เห็นบรรยากาศรอบตัวที่มีแต่ธรรมชาติของฟาร์ม ซึ่งถึงแม้จะเป็นเพียงฟาร์มในเกมคอมพิวเตอร์ก็สามารถส่งผลให้ผู้เล่นรู้สึกสดชื่นและมีความสุข เป็นการปลดปล่อยตัวเองจากสภาพแวดล้อมของตึกสูงๆ ในวิถีชีวิตแบบคนเมืองหลวง

กลุ่มเยาวชนให้ความเห็นว่า เมื่อเล่นเกมนี้แล้วรู้สึกว่าทำให้ตนเองเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนโยนขึ้น เพราะต้องคอยดูแลและเลี้ยงสัตว์ นอกจากนี้ยังทำให้จิตใจเบิกบานเหมือนตนเองได้ใช้ชีวิตที่ไม่เคยทำมาก่อน เช่น การปลูกผัก การเลี้ยงสัตว์ การหาเงินด้วยตนเอง เหมือนกับว่าได้เข้าไปอยู่ในเกมนั้นจริงๆ ซึ่งมีแต่สิ่งดีๆอยู่รอบตัว มีบรรยากาศที่สดชื่นซึ่งจะสัมผัสได้เมื่อได้ลองเล่น

6.) “เกมเรสตัวรอง สตอรี” (Restuarant Story)

เกมเรสตัวรอง สตอรี (Restuarant Story) เป็นเกมที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้เล่นที่ใฝ่ฝันอยากมีร้านอาหารเป็นของตนเองในชีวิตจริง การได้เล่นเกมเรสตัวรอง สตอรี ถือเป็นการได้ทดลองสวมบทบาทในโลกเสมือนจริงเพื่อให้เข้าใจบทบาทการเป็นเจ้าของและคนทำงานที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารว่าต้องมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างไรบ้าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เล่นเกมเรสตัวรอง สตอรี ให้ความเห็นว่า เกมเรสตัวรอง สตอรี มีบทบาทในการขัดเกลาด้านทักษะการใชชีวิต การทำงาน การวางแผน การสร้างระเบียบวินัย และบทบาทในการปลูกฝังแรงบันดาลใจ อยากเป็นเจ้าของกิจการเหมือนในเกม

เกมนี้ช่วยให้ผู้เล่นมีทักษะในการค้าขายและคำนวน เช่น จะบริหารเงินที่มีอยู่อย่างไร รวมทั้งรู้จักดูแลร้าน ตกแต่งร้านให้สวยงามเพื่อให้ลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยทำให้ผู้เล่นเป็นคนมีระเบียบมากขึ้น ทำให้รู้จักการใช้เงินมากขึ้น รวมทั้งทำให้มีทักษะการบริหารหากผู้เล่นเป็นตัวละครที่เป็นตัวเจ้าของร้าน แต่หากเล่นเป็นตัวพนักงานเสิร์ฟอาหารผู้เล่นก็จะต้องมีระเบียบวินัย รู้จักเก็บจาน รวมทั้งการจัดวางโต๊ะ จัดร้านให้เป็นระเบียบ เพื่อบริหารพื้นที่ของร้าน

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าเกมเรสตัวรอง สตอรี ช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้เล่นที่มีต่อบาทบาทของพนักงานเสิร์ฟ จากเดิมที่มองว่าเป็นอาชีพต้อยต่ำ ทำให้ผู้เล่นมองเห็นบทบาทความสำคัญและคุณค่าของอาชีพนี้แทน โดยเมื่อเล่นเป็นพนักงานเสริ์ฟก็ต้องทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด เพื่อจะได้ค่าแรง ได้ค่าโอที (Over Time) เพราะถ้าทำงานไม่ดีก็จะไม่ได้ขึ้นค่าแรง รวมถึงเด็กไทยมักจะดูถูกว่าอาชีพเด็กเสริ์ฟเป็นอาชีพต้อยต่ำ แต่สำหรับในเกมนี้แล้วเด็กเสิร์ฟเป็นตัวละครสำคัญ ดังนั้นเกมเรสตัวรอง สตอรี จึงมีบทบาทในการเปลี่ยนทัศนคติของผู้เล่นที่มีต่อบุคคลที่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหาร

สรุป

กล่าวโดยสรุปคือ เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เห็นตรงกันว่า การใช้สื่อใหม่มีบทบาทต่อการสร้างค่านิยมทางสังคมให้เกิดขึ้นกับตนเองทั้งในด้านสร้างสรรค์ เช่น การใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนและครอบครัว เป็นช่องทางในการเรียนรู้ ค้นหาและแบ่งปันข้อมูล และขัดเกลาทางสังคมในทางอ้อม ขณะเดียวกันก็ยอมรับว่า การใช้สื่อใหม่ก่อให้เกิดค่านิยมทางสังคมในทางลบ เช่น การเสพติดสื่อใหม่ การใช้ภาษาวิบัติ การเป็นคนใจร้อนและไม่อดทน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมีความเห็นว่า สื่อใหม่เป็นเสมือนช่องทางในการสำรวจ ค้นหาข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาประกอบใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ของตน และสื่อใหม่ยังเป็นพื้นที่ในการแสดงออกและทดสอบทางอัตลักษณ์ของตนเอง โดยพื้นที่ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เป็นพื้นที่ที่มีความสะดวกและรวดเร็วกว่าเมื่อเทียบกับในโลกแห่งความเป็นจริง

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างตัวตนและอัตลักษณ์ของเยาวชนในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่และโลกแห่งความเป็นจริงนั้น พบข้อมูลในภาพรวมว่า เยาวชนเห็นด้วยว่าตัวตนและอัตลักษณ์ของตนเองในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่มีทั้งส่วนที่เหมือนและแตกต่างไปจากโลกแห่งความจริง โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มและข้อมูลในเชิงปริมาณเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.75 ให้ความเห็นว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงมีความเหมือนกัน และร้อยละ 47.5 ให้ความเห็นว่า ชีวิตในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงมีทั้งส่วนที่เหมือนกันและต่างกัน มีเพียงร้อยละ 3.75 ให้ความเห็นว่าชีวิตในโลกของสื่อใหม่และในโลกแห่งความเป็นจริงมีความแตกต่างกัน ซึ่งข้อมูลนี้ส่งผลให้เยาวชนส่วนใหญ่มีระดับความเห็นด้วยปานกลางต่อ

ความเห็นที่ว่าตัวตนและอัตลักษณ์ของตนเองในโลกเสมือนจริงและโลกในความเป็นจริงมีความแตกต่างกัน ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.11 รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลางว่า ตนเองมีความรู้สึกว่าไม่สามารถแยกเรื่องราวต่างๆออกจากโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่กับโลกที่แท้จริงได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวตนและอัตลักษณ์ของเยาวชนในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่และโลกแห่งความเป็นจริงยังมีความเชื่อมโยงกันและไม่สามารถแยกออกจากกันได้

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มพบความคิดเห็นจากเยาวชนว่า แม้เยาวชนจะมีชีวิตและเรื่องราวในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ แต่เรื่องราวเหล่านั้นเป็นเรื่องราวที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับชีวิตจริงของตนเอง เช่น ข้อความ ภาพประกอบ และเรื่องราวที่นำไปแสดงออกในโลกของสื่อใหม่ก็เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงของตนเอง ผู้คนที่เป็นเพื่อนกับตนเองในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ก็ยังเป็นกลุ่มคนที่มีตัวตนและรู้จักกับตนเองและมีปฏิสัมพันธ์กันในโลกแห่งความจริง ตนจึงไม่สามารถเลือกได้ระหว่างชีวิตในโลกแห่งความจริงและโลกเสมือนจริงเพราะชีวิตทั้งสองแบบเป็นชีวิตที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณที่พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลางค่อนข้างน้อยต่อความเห็นที่ว่า ชอบตัวตนและอัตลักษณ์ของตนเองในโลกเสมือนจริงมากกว่าโลกจริง ด้วยค่าเฉลี่ยเพียง 2.74 และเมื่อเยาวชนถูกถามว่า หากต้องเลือกระหว่างตัวตนและอัตลักษณ์ของชีวิตในโลกเสมือนจริงกับโลกแห่งความเป็นจริงแล้วเยาวชนจะเลือกชีวิตในโลกเสมือนจริงหรือไม่ ข้อมูลเชิงปริมาณในภาพรวมพบระดับความคิดเห็นปานกลางค่อนมาทางน้อย คือมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเพียง 2.63 ต่อความคิดเห็นที่ว่า ตนจะเลือกใช้ชีวิตในโลกเสมือนจริงมากกว่าในโลกจริงๆ ดังนั้น สำหรับเยาวชนในยุคดิจิทัลแล้ว โลกแห่งความจริงและโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่จึงเป็นโลกที่อาจมีความแตกต่างกันตรงพื้นที่แต่ก็ยังมีความเชื่อมโยงกันในแง่ของเนื้อหาและเรื่องราวอย่างที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

"สื่อดิจิทัลสมัยใหม่" หรือที่เรียกสั้นๆในการวิจัยครั้งนี้ว่า "สื่อใหม่" มีบทบาทในการสร้างค่านิยมทางสังคมทั้งในเชิงลบและเชิงสร้างสรรค์แก่เยาวชน นอกจากนี้ยังมีบทบาทในฐานะเป็นพื้นที่ในการสำรวจค้นหา แสดงออก และทดสอบอัตลักษณ์ของเยาวชน รวมทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการขัดเกลาทางสังคมแก่เยาวชน

ดังที่ Buckingham (2007) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อใหม่นำมาซึ่งทั้งความน่าตื่นตาตื่นใจและความน่าหวาดกลัวเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อเด็กและเยาวชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ที่แสดงให้เห็นว่า สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในการสร้างค่านิยมทางสังคมทั้งเชิงสร้างสรรค์และเชิงลบแก่เยาวชนผู้ใช้สื่อใหม่

ในด้านค่านิยมทางสังคมเชิงสร้างสรรค์พบว่า เยาวชนใช้สื่อใหม่ เช่น โทรศัพท์สมาร์ทโฟนและสื่อโซเชียลมีเดียในการเชื่อมความสัมพันธ์กับเพื่อนและครอบครัว เช่น การส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์เพื่อสื่อสารเกี่ยวกับสารทุกข์สุขดิบและแสดงความรู้สึกในวาระพิเศษต่างๆกับผู้ปกครอง รวมทั้งเยาวชนยังมีการใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการสานสัมพันธ์กับเพื่อนที่ตนมีอยู่ให้แน่นแฟ้นมากขึ้น ผ่านการติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนและการเขียนข้อความต่างๆเพื่อสื่อสารกันลงบนสถานะในโซเชียลมีเดียของเพื่อน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับที่ Turkle (2007) ระบุว่า สื่อใหม่โดยเฉพาะอุปกรณ์โทรศัพท์เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเด็กและผู้ปกครอง และความสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับเพื่อนให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น รวมทั้ง Turkle ยังระบุอีกว่าเด็กและเยาวชนมักจะใช้สื่อใหม่ในการสานความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ตนมีอยู่แล้วให้แน่นแฟ้นขึ้นมากกว่าที่จะใช้สื่อใหม่ในการมองหาและผูกมิตรกับ

เพื่อนใหม่ ซึ่งตรงกับข้อมูลของผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มเพื่อนที่มีอยู่ในโลกแห่งความจริงเป็นกลุ่มเพื่อนที่เยาวชนมีอยู่ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ และเยาวชนส่วนใหญ่ใช้สื่อใหม่ในการกระชับความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอยู่แล้ว มากกว่าการใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการหาเพื่อนใหม่ นอกจากนี้เยาวชนยังมีการสร้างกลุ่มเพื่อน (Group) เป็นกลุ่มย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กันเฉพาะกลุ่มขึ้นมา เช่น กลุ่มเพื่อนโรงเรียนเก่า กลุ่มเพื่อนในสถาบันการศึกษาปัจจุบัน และกลุ่มเพื่อนที่ทำรายงานในรายวิชาที่เรียนร่วมกัน เพื่อใช้เป็นสถานที่และชุมชนเสมือนจริงในการพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ซึ่งตรงกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อใหม่และโซเชียลมีเดียที่ว่ามีประสิทธิภาพในการสื่อสาร (boyd, 2008) เป็นสื่อที่มีความเปิดกว้างช่วยสร้างการมีส่วนร่วม (Mayfield, 2007) อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงและการสร้างชุมชนให้เกิดขึ้น (Smith, Borash, Getoor และ Lauw, 2008 และ Mayfield, 2007)

การสร้างกลุ่มเพื่อนขึ้นมาเพื่อใช้สื่อสารเกี่ยวกับการเรียนดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้นนี้ ถือเป็นการสะท้อนให้เห็นบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อค่านิยมเชิงสร้างสรรค์อีกประเด็นหนึ่ง คือการที่เยาวชนใช้พื้นที่ของสื่อใหม่เป็นช่องทางและเครื่องมือในการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Seymour Papert (1993) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อใหม่ถือเป็นวิธีการเรียนรู้แบบใหม่และเป็นพื้นที่ในการปลดปล่อยทางจินตนาการสำหรับเด็ก รวมทั้งคอมพิวเตอร์ยังมีส่วนในการกระตุ้นการเรียนรู้และทำลายข้อจำกัดในการเรียนรู้แบบเดิมๆให้หมดสิ้น โดยผลการวิจัยพบว่าเยาวชนเห็นว่า สื่อใหม่โดยเฉพาะอินเตอร์เน็ตถือเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่ที่เปิดให้เยาวชนได้เรียนรู้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังเป็นห้องสมุดที่สามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งสามารถนำข้อมูลต่างๆที่ค้นหาได้มาแบ่งปันให้กับผู้อื่นได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ซึ่งเยาวชนสามารถใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนรู้ในชั้นเรียนแบบเดิมๆที่เรียนกับครูผู้สอน ดังที่ Jon Katz (1996) ได้สนับสนุนว่า สื่อใหม่เข้ามาสร้างอำนาจและเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้แสดงความคิดเห็นของตนเอง สื่อใหม่คือเครื่องมือในการแสดงอิสรภาพและการหลุดพ้นจากอำนาจและการควบคุมของผู้ใหญ่ ทำให้เด็กและเยาวชนสร้างชุมชนและวัฒนธรรมของตนเองขึ้นมา อย่างไรก็ตามผลการวิจัยยังไม่ได้สนับสนุนความคิดของ Katz เกี่ยวกับเรื่องนี้ทั้งหมด เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้พบว่ากลุ่มเยาวชนยังคงให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ในห้องเรียนกับครูผู้สอนอยู่ โดยเยาวชนเห็นว่า สื่อใหม่เป็นช่องทางในการค้นหาความรู้ เช่น การค้นหาข้อมูลทำรายงานและการบ้าน การอ่านข่าวจากเว็บไซต์หรือหนังสือพิมพิมพ์ออนไลน์ การเข้ายูทูปเพื่อค้นหาข้อมูลที่ตนต้องการอย่างการเล่นเครื่องดนตรีและการทำอาหารเพื่อนำมาเรียนรู้ด้วยตนเอง แต่การเรียนรู้ในห้องเรียนก็ยังคงมีความจำเป็นและครูผู้สอนยังคงมีความสำคัญอยู่สำหรับกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมในการวิจัยครั้งนี้

Jon Katz (1996) ยังให้แง่คิดอีกว่า สื่อใหม่ทำให้เด็กและเยาวชนสามารถหลุดพ้นจากกำแพงของขอบเขตและประเพณีนิยมที่ผู้ใหญ่สร้างขึ้น รวมทั้งหลุดพ้นจากกฎระเบียบที่ผู้ใหญ่คิดว่าดีสำหรับเด็กและสร้างขึ้นมาควบคุมเด็ก ซึ่งแง่คิดดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า เยาวชนเห็นว่าโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่เป็นโลกที่ไม่มีกฎเกณฑ์ที่กำหนดโดยผู้ใหญ่ แต่เป็นโลกของพวกเขาที่สร้างขึ้นมาเอง มีอิสระ ปราศจากชนชั้น และกฎระเบียบที่ผู้ใหญ่กำหนด รวมทั้งเป็นโลกและชุมชนที่ไม่ใช่ทุกคนสามารถเข้ามาได้ แต่เป็นโลกที่มีแต่กลุ่มสมาชิกของตนเองที่มีคุณลักษณะและความสนใจบางอย่างร่วมกัน ซึ่งตรงกับที่ Don Tapscott (1997) เสนอว่า อินเตอร์เน็ตได้สร้างคนรุ่นใหม่ที่มีจินตนาการ และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กันในสังคมได้มากกว่าคนในยุคก่อนๆ เทคโนโลยีดิจิทัลนำมาซึ่งการตื่นตัวทางสังคม ทดลองขั้นตอน ลำดับชั้นทางสังคม รวมทั้งประเพณีนิยมทางความรู้และอำนาจ

ส่วนบทบาทของสื่อใหม่ที่ส่งผลต่อค่านิยมทางสังคมในด้านลบ ผลการวิจัยพบว่า เยาวชนตระหนักว่า สื่อใหม่มีส่วนในการสร้างค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมเชิงลบแก่ตนเองในด้านต่างๆที่คล้ายคลึงกับบทบาทเชิงลบของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก ดังที่ Provenzo (1991) ได้ระบุไว้คือ สื่อใหม่

ส่งผลต่อค่านิยมทางสังคมด้านความรุนแรงและความก้าวร้าว ซึ่งระดับของความรุนแรงที่พบจากการวิจัยครั้งนี้มีหลายระดับ ตั้งแต่ระดับอ่อนๆคือการเป็นคนใจร้อนไม่อดทน จนถึงระดับที่รุนแรงขึ้นมา เช่น การใช้ภาษาไม่สุภาพและเป็นคนก้าวร้าว พฤติกรรมการติดการใช้สื่อใหม่ยังส่งผลต่อความถดถอยด้านสมอง จินตนาการและการเรียนรู้ ดังที่ Griffiths (1996) ได้เคยระบุไว้ โดยข้อมูลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มเยาวชนบางคนยอมรับว่าตนเองติดสื่อใหม่ในระดับที่รุนแรงจนส่งผลต่อปัญหาด้านสุขภาพและผลการเรียนตกต่ำ แต่อย่างไรตาม ผลการวิจัยยังไม่พบผลกระทบของสื่อใหม่ที่มีต่อพฤติกรรมต่อต้านสังคม (Anti-Social Behavior) หรือพฤติกรรมการเก็บตัวอยู่แต่ในบ้านและหมกมุ่นอยู่กับคอมพิวเตอร์มากกว่าการสื่อสารพูดคุยแบบตัวต่อตัว ดังที่ Tobin (1998) ระบุไว้ รวมทั้งยังไม่พบพฤติกรรมในลักษณะของกลุ่มคนที่เก็บตัวอยู่แต่ในบ้าน (Stay at Home Tribe) ซึ่งในประเทศญี่ปุ่นเรียกว่า Otaku-Zoku

นอกเหนือจากค่านิยมเชิงลบในด้านต่างๆที่กล่าวมาแล้ว กลุ่มเยาวชนยังเสนอแนะความกังวลเกี่ยวกับปัญหาการโฆษณาชวนเชิญทางการตลาดที่มอมเมาเด็กและเยาวชนผ่านสื่อใหม่ เช่น การเลียนแบบโฆษณา การเลียนแบบพฤติกรรมและสิ่งของที่ดาราศิลปินใช้ ส่งผลให้เกิดค่านิยมฟุ่มเฟือยอยากได้อยากมี เกิดการตามกระแสจนขาดความเป็นตัวของตัวเอง รวมทั้งเยาวชนยังเห็นว่าช่องว่างทางเทคโนโลยีของเด็กและผู้ปกครองทำให้ผู้ปกครองไม่รู้เท่าทันสื่อและไม่สามารถดูแลบุตรหลานของตนเองได้ โดยอาจเห็นว่าบุตรหลานอยู่ติดบ้านใช้สื่อใหม่น่าจะมีความปลอดภัยกว่าการไปเที่ยวเล่นนอกบ้าน โดยหารู้ไม่ว่าอันตรายที่เข้ามาในบ้านผ่านสื่อใหม่ก็มีความร้ายแรงไม่ต่างกัน นอกจากนี้ เยาวชนยังมีความเป็นห่วงเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมเชิงลบในระดับประเทศ โดยปารภถึงความวุ่นวายทางการเมืองในช่วงหลายปีที่ผ่านมาว่าเป็นผลมาจากสื่อใหม่ ซึ่งเยาวชนเห็นว่าเป็นอันตรายระดับสังคมที่ร้ายแรงและน่าเป็นห่วงมากกว่าอันตรายที่เกิดกับกลุ่มเยาวชนอย่างตนเองหลายเท่า

งานวิจัยชิ้นนี้พบว่า เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงวิธีการคิด มุมมองในการมองสังคมและตนเองของเยาวชน ซึ่งตรงกับแนวความคิดของกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Powerful Technological Determinism) ที่มองว่าปรากฏการณ์และการเปลี่ยนแปลงทั้งหลายด้านเทคโนโลยีจะส่งผลต่อสังคมโดยรวม ทั้งที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คน วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมทั้งทัศนคติและการมองโลกของคนในแต่ละยุคสมัย เยาวชนในยุคดิจิทัล (Digital Generation) มีความใกล้ชิดกับสื่อใหม่และเป็นกลุ่มที่มีสัญชาตญาณในการเรียนรู้สื่อใหม่ ดังที่ Nixon (1988) พบว่าโฆษณาสินค้าต่างๆที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีมักจะใช้เด็กเป็นตัวแสดง และนำเสนอในลักษณะที่ว่าเด็กมีความสามารถโดยธรรมชาติในการใช้เทคโนโลยี อีกทั้งยังใช้จุดเว้าวอนโดยการเชื่อมโยงให้เห็นว่าเทคโนโลยีจะสร้างเวทมนตร์แห่งโลกอนาคต และเปรียบเสมือนหน้าต่างที่เปิดสู่โลกอันจะช่วยพัฒนาสัญชาตญาณและความกระหายใคร่รู้ของเด็กและเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าเทคโนโลยีของสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงมุมมองในการมองโลกของเยาวชน รวมทั้ง

ค่านิยมทางสังคมในด้านต่างๆ เช่น ความสะดวกรวดเร็ว การเรียนรู้แบบใหม่ๆ การสานสัมพันธ์กับพื่อนและครอบครัว การเรียนรู้บทบาททางสังคม การสร้างชุมชนของตนเองที่ไม่มีชนชั้นและไม่มีกฎระเบียบของผู้ใหญ่มาบังคับ รวมทั้ง การค้นหา สำรวจวัตถุดิบต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการใช้สร้างอัตลักษณ์และการแสดงออกทางอัตลักษณ์ผ่านช่องทางสื่อใหม่ โดยงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า สื่อใหม่เข้ามาสร้างพื้นที่เสมือนจริงที่มีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชน ดังที่ Turkel (1999) กล่าวว่า สื่อใหม่เป็นตัวกำหนดและจะนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเทคโนโลยีจะนำไปสู่การปฏิวัติและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ซึ่งข้อมูลจากผลการวิจัยพบว่า สื่อใหม่ เช่น อินเตอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย ยูทูป เข้ามามีบทบาทในการเป็นพื้นที่เสมือนจริงสำหรับเยาวชนในการสำรวจ ค้นหาข้อมูลและ “วัตถุดิบ” เพื่อใช้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง ดังที่ Michael Foucault (1988) กล่าวว่า มนุษย์ต้องอาศัย “วัตถุดิบ” ในการสร้างอัตลักษณ์ อัตลักษณ์ของมนุษย์ถูกสร้างผ่านเทคนิคและการปฏิบัติที่เรียกว่า “เทคโนโลยีของตัวตน” (Technologies of the Self) อันหมายถึงแนวปฏิบัติที่ทำให้เราเข้าใจตัวตนและหล่อหลอมอัตลักษณ์ของเรา สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ในฐานะเป็นเทคโนโลยีที่ใช้ในการสร้าง “ตัวตน” โดยเยาวชนใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการค้นหา แสดงออก และทดสอบทางอัตลักษณ์ โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) ถือเป็นพื้นที่สำคัญในการแสดงออกด้านตัวตนและอัตลักษณ์ในด้านต่างๆของเยาวชน

ดังที่ Stuart Hall (1992) ได้กล่าวว่า อัตลักษณ์คือสิ่งที่บ่งบอกว่าเราเป็นใคร มีความแตกต่างจากคนอื่นๆอย่างไร งานวิจัยชิ้นนี้พบว่า กลุ่มเยาวชนใช้ชื่อและรูปโพรไฟล์ในหน้าหลักของโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางสำคัญในการบ่งบอกอัตลักษณ์และความเป็นตัวตนของตนเอง โดยเยาวชนมีรูปแบบในการตั้งชื่อในโซเชียลมีเดียของตนเองแตกต่างกันออกไปเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตนเองในรูปแบบต่างๆคือ บางคนจะใช้ชื่อจริงเพื่อเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของตนที่ใครเปิดมาพบก็จะรู้และจดจำได้ บางส่วนจะแทรกชื่อเล่นของตนเองลงไปด้วยกับชื่อจริงเพื่อให้เป็นจุดสังเกตและจุดจดจำแก่ผู้พบเห็น ขณะที่อีกส่วนหนึ่งจะใช้นามแฝงหรือสมญานามที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตน บางคนตั้งชื่อตนเองเป็นภาษาเกาหลีเพื่อให้ดูเท่ห์และทันสมัยกับกระแสเกาหลีและยังเป็นการบ่งบอกว่าตนเองชอบแนวเกาหลี เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างบางส่วนให้ความเห็นว่าชื่อเป็นสิ่งที่มักจะไม่เปลี่ยน หากตั้งชื่อใดก็จะใช้ชื่อนั้นไปตลอดไม่เคยเปลี่ยน ขณะที่บางส่วนให้ความเห็นว่าจะเปลี่ยนชื่อไปตามช่วงเวลาและตามกระแส เช่น เมื่อมีกรณีของ “น้องเนย รักโลก” เกิดขึ้น ตนก็เปลี่ยนชื่อตามกระแสเป็น “พอลล่า รักโลก” ถือเป็นการอิงกระแส และแสดงความทันสมัยของตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้เสมอและเยาวชนมีการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ตลอดเวลา โดยเยาวชนให้เหตุผลว่าการปรับเปลี่ยนชื่อและรูปภาพในโพรไฟล์ รวมทั้งการเขียนข้อความต่างๆลงในสถานะของตน ถือเป็นการเคลื่อนไหวที่แสดงให้เห็นว่าตนเองยังมีตัวตนและอัตลักษณ์อยู่ เพื่อให้ผู้อื่นจดจำตนเองและไม่ลืมตัวตน

ของเยาวชน นอกจากนี้จุดที่น่าสังเกตคือ เยาวชนส่วนใหญ่นิยมใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษในการสะกดชื่อของตนเอง โดยให้เหตุผลว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล เยาวชนรุ่นใหม่ต้องเปิดรับความเป็นสากล หากมีเพื่อนในโซเชียลมีเดียเป็นชาวต่างชาติก็ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการแนะนำชื่อของตนเองให้เพื่อนต่างชาติรู้จัก

Castells (2006) กล่าวว่า อัตลักษณ์สร้างขึ้นได้ในหลายมิติของสังคม การสร้างอัตลักษณ์ในปัจจุบันเกิดขึ้นทั้งในพื้นที่จริงและพื้นที่เสมือนจริง โลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ถือเป็นพื้นที่หนึ่งและช่องทางหนึ่งในการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ เยาวชนจึงใช้รูปในหน้าโพรไฟล์ (Profile) ของโซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของตนเอง สำหรับเยาวชนแล้วรูปโพรไฟล์เปรียบเสมือนประตูหน้าบ้าน รูปที่สวยงามจะก่อให้เกิดความน่าดึงดูดใจให้คนอื่นเข้ามาในบ้านของตน รูปโพรไฟล์ของเยาวชนจะเปลี่ยนไปเรื่อยๆตามอารมณ์และสถานการณ์ในขณะนั้น เช่น บางคนใช้รูปที่มีสีสันเป็นการแสดงว่าตนรู้สึกดีมีความสุข แต่จะใช้รูปขาวดำเป็นรูปโพรไฟล์เมื่อเวลาที่ตนเองรู้สึกเศร้า บางคนใช้รูปตนเองคู่กับแฟนเพื่อเป็นการบ่งบอกถึงความรู้สึกดีๆขณะนั้นที่มีคนรักอยู่ข้างๆ บางคนใช้รูปคู่กับพ่อแม่หรือสิ่งของที่ตนรักเพื่อเป็นการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของตนเอง ดังที่ Castells (2006) กล่าวว่า อัตลักษณ์ (Identity) ถูกสร้างและแสดงออกได้หลายวิธี มนุษย์ใช้อัตลักษณ์ในการแยกแยะตนเองว่าแตกต่างจากผู้อื่น เช่น การอธิบายความแตกต่างทางลักษณะกายภาพ ความสามารถทางร่างกาย ลักษณะอารมณ์ และความเป็นเจ้าของสิ่งต่างๆ ข้อความและรูปในสถานะ (Status) ของโซเชียลมีเดียจึงถือเป็นพื้นที่สำคัญในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยโซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลที่ตนสามารถใช้เป็นช่องทางในการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด รวมทั้งอัตลักษณ์และตัวตนของตนเอง โดยวิธีการแสดงออกสามารถแสดงผ่านรูปที่นำมาลง ผ่านข้อความซึ่งเป็นการเขียนระบายความคิดและความรู้สึก รวมทั้งผ่านรูปภาพ คำคม และลิงค์ (Link) ต่างๆที่นำมาแชร์ การแสดงออกผ่านข้อความและรูปในสถานะของโซเชียลมีเดีย ถือเป็นการบ่งบอกตัวตนและอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยคนที่ชอบดารานักแสดงเกาหลีก็จะนำภาพ ข้อมูล และลิงค์ของเว็บไซต์เกาหลีมาลงไว้บนสถานะของตน ส่วนเยาวชนเพศชายที่ชื่นชอบเรื่องกีฬาและเทคโนโลยีก็จะนำข่าวคราวต่างๆเกี่ยวกับกีฬาและเทคโนโลยีที่ตนชอบมาลงไว้บนสถานะ ขณะที่เยาวชนเพศหญิงที่ชื่นชอบเรื่องความสวยงาม การแต่งกาย การแต่งหน้า ก็จะนำเอาลิงค์ที่เกี่ยวกับเรื่องเหล่านั้นมาลงไว้เช่นกัน นอกจากนั้นสถานะของโซเชียลมีเดียยังเป็นพื้นที่ในการแสดงออกถึงเรื่องราวและกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นกับเยาวชน โดยเยาวชนส่วนใหญ่จะนำเอาภาพสำคัญต่างๆในชีวิตมาลงไว้ เช่น ภาพไปเที่ยวกับครอบครัว ภาพไปสังสรรค์กับเพื่อนฝูงในกลุ่ม ซึ่งเป็นการแสดงอัตลักษณ์ด้านรูปแบบชีวิตของตนเอง

ดังที่ได้กล่าวไว้ตอนต้นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพรไฟล์ แต่เป็นที่น่าสังเกตุว่าเยาวชนที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นส่วนใหญ่จะใช้รูปการ์ตูน ตัวละคร หรือนักแสดงที่ตนชื่นชอบ

เป็นรูปโพรไฟล์แทนรูปของตน โดยให้ความเห็นว่ารูปการ์ตูนและนักแสดงที่ตนชื่นชอบถือเป็นการสะท้อนบุคลิกความเป็นตัวตนของตนเองอีกวิธีหนึ่ง นอกจากนี้เยาวชนที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้นยังให้ความเห็นว่าที่ไม่อยากใช้รูปของตนเองเป็นรูปโพรไฟล์เพราะยังไม่มั่นใจในตนเองและรู้สึกเขินอายที่จะใช้รูปของตนเอง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า เยาวชนเป็นวัยที่กำลังอยู่ในช่วงของการค้นหาตนเอง ต้องการเวลาและพื้นที่ในการลองผิดลองถูกเพื่อค้นพบตัวตนและอัตลักษณ์ของตนเอง ดังที่ Erikson (1968) กล่าวว่า วัยรุ่นถือเป็นช่วงเวลาอันสำคัญในการสำรวจตนเองอีกครั้ง (Re-examination) ช่วงเวลาที่เปลี่ยนผ่านจากวัยเด็กเข้าสู่วัยรุ่นจะก่อให้เกิดคำถามว่า “เราเป็นใคร” หรือ “เราจะปฏิบัติตนอย่างไรให้เหมาะสมกับสังคมที่เราอาศัยอยู่” เยาวชนจึงต้องการเวลาในการครุ่นคิด สำรวจ ทดลอง และทดสอบตัวตนของตนเอง โดยกระบวนการเหล่านี้จะช่วยสร้างและหล่อหลอมตัวตนและอัตลักษณ์ ซึ่งสื่อใหม่ถือเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่ช่วยให้เยาวชนได้ค้นหาอัตลักษณ์และตัวตน ดังที่ Tobin (1998) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อใหม่เป็นพื้นที่สำหรับเด็กได้ค้นพบและเป็นตัวของตัวเองอย่างแท้จริง

โลกของสื่อใหม่เป็นโลกที่กว้างใหญ่และมีความหลากหลาย เยาวชนใช้สื่อใหม่สร้างพื้นที่ในการค้นหาข้อมูลเพื่อมาใช้ในการเรียนรู้และสำรวจอัตลักษณ์ของตนเอง โดยเห็นว่าสื่อใหม่อย่างอินเตอร์เน็ตเป็นห้องเรียนสำคัญที่เปิดโอกาสให้พวกเขาได้ค้นคว้าหาข้อมูลที่ตนสนใจ เช่น บางคนสนใจเรื่องการแต่งหน้า การทำขนมเค้ก ก็จะเข้าไปหาข้อมูลในเว็บไซต์ต่างๆและในยูทูป (YouTube) เพื่อนำข้อมูลมาใช้หัดทำขนมและหัดแต่งหน้า เมื่อทดลองทำสำเร็จก็นำเอารูปขนม หรือรูปถ่ายของตนที่แต่งหน้าลงมาใส่ไว้ในสถานะในโซเชียลมีเดีย ขณะที่เยาวชนที่ใช้อินสตาแกรม (Instagram) ก็จะนำภาพของตนเองในอิริยาบทและกิจวัตรต่างๆมาลงไว้ เมื่อมีคนอื่นมากดชอบ (Like) ติดตาม (Follow) หรือมาแสดงความคิดเห็น (Comment) ให้ตนเอง ก็ถือเป็นการทดสอบผลตอบรับ (Feedback) และการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนในสังคมไปในตัว โดยผลสะท้อนกลับ (Feedback) เหล่านี้เป็นผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทันทีทันใด อีกทั้งยังรวดเร็วกว่าผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นในโลกของความจริง

การค้นหาตนเองผ่านสื่อใหม่เป็นเรื่องของการลองผิดลองถูก หากได้ลองทำจึงจะรู้ว่าตนเองชอบหรือไม่ และสิ่งนั้นใช่ตนเองหรือไม่ สื่อใหม่ถือเป็นช่องทางที่ช่วยให้เยาวชนค้นหาตนเอง ค้นหาข้อมูลที่ตนสนใจเพื่อใช้ในการรู้จักและเข้าใจตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งโซเชียลมีเดียถือเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลในการทดสอบอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นมา ดังที่เยาวชนให้ความเห็นว่า หากรู้สึกว่าอัตลักษณ์นั้นยังไม่ใช่ ก็สามารถลบทิ้งและเปลี่ยนใหม่ได้ตามที่ต้องการ

ด้านบทบาทของสื่อใหม่กับการขัดเกลาทางสังคมของเยาวชนไทย ข้อมูลจากงานวิจัยชิ้นนี้พบว่ากลุ่มเยาวชนไทยใช้สื่อใหม่ในการเรียนรู้ความสัมพันธ์และเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน รวมทั้งยังใช้เกมคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้บทบาทหน้าที่และขัดเกลาทางสังคมของตนเอง

ดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ว่า เยาวชนใช้สื่อใหม่ในการกระชับและรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอยู่แล้วมากกว่าการใช้สื่อใหม่เพื่อนค้นหาเพื่อนใหม่ เช่น การสร้างกลุ่มเฉพาะในเฟสบุ๊คขึ้นมาเพื่อใช้พูดคุยกันระหว่างเพื่อนในสถานศึกษาปัจจุบันและสถานศึกษาเดิม การใช้สไกป์ในการสื่อสารพูดคุย ทำรายงานและการบ้านด้วยกันระหว่างกลุ่มเพื่อน สื่อใหม่จึงถือเป็นช่องทางหนึ่งที่เยาวชนใช้ในการเรียนรู้อัตลักษณ์ ตัวตน และนิสัยใจคอของผู้อื่น การเข้าไปดูสถานะของเพื่อนๆและผู้อื่นในโซเชียลมีเดียถือเป็นวิธีการในการเรียนผู้อื่นอีกวิธีหนึ่งของเยาวชน โดยเมื่อได้ไปอ่านสิ่งที่เพื่อนเขียนลงบนสถานะก็จะทำให้เยาวชนสามารถเข้าใจเพื่อนได้มากขึ้น สื่อใหม่จึงช่วยเพิ่มเติมความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนให้แน่นแฟ้นมากขึ้นจากความสัมพันธ์ที่มีอยู่และเกิดขึ้นแล้วในโลกแห่งความจริง บางครั้งเยาวชนไม่กล้าแสดงความรู้สึกบางอย่างกับเพื่อนแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือการสื่อสารต่อหน้า แต่ก็สามารถใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการแสดงความรู้สึกนั้นๆแทน เช่น การส่งข้อความผ่าน Line และ SMS การเขียนข้อความตอบกันในเฟสบุ๊ค เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มเยาวชนยังเห็นว่าสื่อใหม่เป็นช่องทางทำให้ตนได้เรียนรู้ว่าเพื่อนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน การได้เข้าไปดูเรื่องราวต่างๆในโซเชียลมีเดียของเพื่อนทำให้ได้เรียนรู้ว่าเพื่อนชอบอะไร ไม่ชอบอะไร เพื่อตนจะได้หลีกเลี่ยงการกระทำที่ทำให้เพื่อนไม่ชอบหรือไม่สบายใจ รวมทั้งยังช่วยลดความรู้สึกของการยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง (Egocentrism) เพราะสื่อใหม่ทำให้เกิดการเรียนรู้และขัดเกลาตนเองว่าโลกกว้างใหญ่มีผู้คนหลากหลาย และตนเองไม่ได้เป็นศูนย์กลางของโลกเสมอไป แต่ยังมีคนอีกหลายคนที่ทั้งเหมือนและแตกต่างกับตนเอง ซึ่งตรงกับที่ Pugh และ Hart (1999) พบว่า การใช้สื่อใหม่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนถือเป็นการเรียนรู้ในการปรับตัว การลดการยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง (Egocentrism) โดยเยาวชนเรียนรู้บทบาทของตนเองและการอยู่ร่วมในสังคมกับเพื่อนผ่านสื่อใหม่ รวมทั้งสังคมสื่อใหม่ยังมีกฎกติกาและการกำกับกันเองของผู้ใช้ เช่น หากมีการละเมิดสิทธิ์หรือแสดงข้อความในลักษณะที่เกินเลยไม่ให้ความเคารพกันในโซเชียลมีเดีย ก็จะมีการลงโทษกันเองในกลุ่มเพื่อนด้วยวิธีต่างๆ เช่น การถูกเพื่อนในกลุ่มวิพากษ์วิจารณ์การกระทำดังกล่าวผ่านสื่อใหม่ และการถูกลบชื่อออกจากกลุ่ม เป็นต้น

เยาวชนใช้เกมออนไลน์เป็นพื้นที่ในการสำรวจและทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง โดยการสวมตนเองเข้ากับบทบาทต่างๆที่อยู่ในเกมถือเป็นวิธีการหนึ่งในการทดสอบบทบาทหน้าที่และอัตลักษณ์ นอกจากนี้เกมออนไลน์ในยุคปัจจุบันได้พัฒนาไปถึงขั้นที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้สร้างตัวตนเสมือนจริงขึ้นมาในโลกออนไลน์ โดยการสร้างร่างเสมือนที่เป็นร่างทรง (Avatars) ของตนเองขึ้นและสามารถเล่นเกมร่วมกับผู้เล่นคนอื่นๆได้ ซึ่งเกมออนไลน์เหล่านี้เรียกว่า เกมออนไลน์แบบสวมบทบาทและมีผู้เล่นหลายคน (Massively Multiplayer: online role-playing games หรือ MMORGS) ซึ่งเกมลักษณะนี้ได้รับความนิยมอย่างสูงมากในกลุ่มเยาวชนทั้งต่างประเทศและทั้งในประเทศ กลุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเล่นเกมเดอะซิม (The Sim) โดยการสร้างร่างทรง (Avatars) หรือ ตัวเล่น ที่เรียกว่าตัวซิม

(Sim) ขึ้นมาในบทบาทต่างๆที่ตนเองต้องการและเรียนรู้การใช้ชีวิตตามบทบาทเหล่านั้น เช่น บางคนเล่นบทบาทเป็นนักดนตรีเพื่อทดสอบความใฝ่ฝันของตนที่อยากเป็นนักดนตรีที่มีชื่อเสียง บางคนเล่นเป็นเจ้าของร้านเบเกอรีเพราะชอบทำขนมและต้องการมีร้านเบเกอรีเป็นของตนเอง เกมเดอะซิมถือเป็นการจำลองรูปแบบการใช้ชีวิตลงไปในโลกของสื่อใหม่และเป็นพื้นที่ให้เยาวชนได้ทดลองสวมบทบาทต่างๆเพื่อเรียนรู้บทบาทหน้าที่นั้นๆ การเล่นเกมคอมพิวเตอร์จึงมีบทบาทในการการขัดเกลาทางสังคมทางอ้อมแก่เยาวชน โดยถือเป็นการเตรียมบุคคลเข้ารับบทบาทต่างๆในสังคม (Role Training) ตามแนวคิดของการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ซึ่งเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า ตนได้เรียนรู้เรื่องระเบียบวินัย การวางแผน และการแก้ไขปัญหาผ่านบทบาทของตัวละครซิม ที่ตนสร้างขึ้น นอกจากนี้ในเกมเดอะซิมยังมีการให้รางวัลต่างๆเมื่อตัวซิมทำภารกิจหน้าที่นั้นๆสำเร็จลง การให้รางวัลของเกมจึงถือเป็นแรงกระตุ้นให้ตนได้เรียนรู้บทบาทหน้าที่ผ่านตัวละครในโลกเสมือนจริง เพราะหากปฏิบัติบทบาทหน้าที่สำเร็จจะทำให้ระดับรางวัลเพิ่มสูงขึ้น แต่หากทำไม่สำเร็จอาจทำให้ตัวซิมเกิดการเจ็บป่วย ไม่สบายและเสียชีวิตลงได้ ซึ่งสะท้อนถึงความบกพร่องในหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเอง ซึ่งผลการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของเกมคอมพิวเตอร์ในการขัดเกลาและเรียนรู้ทางสังคมที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Patricia Greenfield ที่มีข้อค้นพบว่าการเล่นเกมคอมพิวเตอร์มีผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ (Cognitive Skills) และทักษะการแก้ปัญหา (Problem Solving) ของเยาวชน

เกมคอมพิวเตอร์อื่นๆที่เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้เล่นและเห็นว่ามีบทบาทในการเรียนรู้ขัดเกลาทางสังคม ได้แก่ เกมฮาร์เวสมูน (Harvest Moon) และฟาร์มวิลล์ (Farmville) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าเป็นเกมที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง รู้จักวางแผนการทำงาน คาดคะเนรายรับรายจ่ายและผลผลิตในการทำเกษตรกรรมในโลกเสมือนจริง ผลกำไรนำมาซึ่งความภาคภูมิใจ และช่วยสร้างครอบครัว นอกจากนี้ยังช่วยทำให้เป็นคนมีจิตใจอ่อนโยน รักและดูแลสัตว์ รู้จักแบ่งปันแก่ผู้อื่นที่เป็นเพื่อนบ้านในเกม และเรียนรู้ด้านการใช้วิถีชีวิตเรียบง่ายและพอเพียง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นว่าการเล่นเกมเหล่านี้ยังช่วยสร้างคุณค่าทางจิตใจ คือการได้เห็นบรรยากาศรอบตัวที่มีแต่ธรรมชาติของฟาร์ม ซึ่งถึงแม้จะเป็นเพียงฟาร์มในเกมคอมพิวเตอร์ก็สามารถส่งผลให้ผู้เล่นรู้สึกสดชื่นและมีความสุข เป็นการปลดปล่อยตัวเองจากสภาพแวดล้อมของตึกสูงๆในวิถีชีวิตแบบคนเมืองหลวง

กล่าวโดยสรุปคือ การเล่นเกมคอมพิวเตอร์มีบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมโดยอ้อมแก่เยาวชน ในการช่วยให้เยาวชนได้เรียนรู้บทบาทหน้าที่ทางสังคม รวมทั้งการปลูกฝังระเบียบวินัยและแรงบันดาลใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในโครงการ The Good Work Project ที่พบว่าการใช้สื่อใหม่มีผลต่อพฤติกรรมและการเรียนรู้ทางสังคมของเด็กและเยาวชน โดยเกมมีบทบาทในการเป็นพื้นที่แสดงออกทาง

ศักยภาพและทักษะความสามารถของเด็กและเยาวชน เกมในโลกเสมือนจริงเปรียบเสมือนสนามเด็กเล่นในโลกแห่งความจริงที่เด็กและเยาวชนจะได้แสดงทักษะความสามารถและศักยภาพของตนเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ รวมทั้งเด็กและเยาวชนยังสามารถรับผลสะท้อนกลับจากเกมซึ่งเป็นสื่อใหม่ได้อย่างรวดเร็วทันทีในรูปแบบของรางวัลและคะแนนที่ได้รับจากการเล่นเกม

บทสรุป

อัตลักษณ์ (Identity) เป็นความหมายร่วม (Shared Meaning) ที่มีภาษาเป็นสื่อกลาง ทำให้คนที่มีอัตลักษณ์ร่วมกันสามารถเข้าใจสิ่งต่างๆร่วมกันได้ อัตลักษณ์สื่อความหมายด้วยระบบสัญลักษณ์ซึ่งเป็นตัวแทนความหมายที่ผลิตและแลกเปลี่ยนผ่านการใช้ภาษาในลักษณะรูปแบบต่างๆ เช่น เสียง ข้อความ ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว สื่อเป็นตัวแทนของสังคมสมัยใหม่ สื่อและอัตลักษณ์มีบทบาทเชื่อมโยงระหว่างกัน สื่อดิจิทัลสมัยใหม่จึงมีส่วนในการสร้างอัตลักษณ์และมีบทบาทในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยเยาวชนแสดงออกทางอัตลักษณ์ผ่านวิธีการตกแต่งโพรไฟล์ในโซเชียลมีเดียของตนเองในรูปแบบต่างๆ ทั้งลักษณะการตั้งชื่อ ลักษณะของรูปที่ใช้เป็นรูปโพรไฟล์ รวมทั้งข้อความและรูปที่เขียนลงบนสถานะ สื่อใหม่จึงเป็นพื้นที่ในการสร้างและตกแต่งอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชน ดังที่ Chandler และ Robert-Young (1998) และ Stern (2004) กล่าวว่า การตกแต่งหน้าโพร์ไฟล์ของเด็กผ่านสื่อใหม่ก็เปรียบเหมือนกับการตกแต่งฝาพนังห้องนอนของเด็กในยุคก่อนๆ เพียงแต่เปลี่ยนพื้นที่มาอยู่ในพื้นที่เสมือนจริงของโลกออนไลน์เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่อยู่คงที่ (Fixed-entity) แต่หากเปลี่ยนแปลงตามบริบทและเวลาที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะเยาวชนเป็นวัยที่กำลังค้นหาอัตลักษณ์และตัวตนที่แท้จริง ก่อนการเรียนรู้ผ่านภาษา อัตลักษณ์และความเป็นตัวตนของมนุษย์จะเป็นการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสและความเคลื่อนไหวเท่านั้น Harter (1999) กล่าวว่า จนเมื่อทักษะทางด้านภาษาของมนุษย์ได้รับการพัฒนา จึงจะเริ่มแยกตัวตนออกมาและรับรู้ตนเองในฐานะมนุษย์ที่มีตัวตนแตกต่างจากคนอื่น ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวมนุษย์จะเริ่มรับรู้ ทดสอบและสร้างอัตลักษณ์ของตนเองขึ้นมา

อัตลักษณ์ (Identity) ถูกสร้างและแสดงออกได้หลายวิธี มนุษย์ใช้อัตลักษณ์ในการแยกแยะตนเองว่าแตกต่างจากผู้อื่น เช่น การอธิบายความแตกต่างทางลักษณะกายภาพ ความสามารถทางร่างกาย ลักษณะอารมณ์ และความเป็นเจ้าของสิ่งต่างๆ การสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนในปัจจุบันเกิดขึ้นทั้งในพื้นที่จริงและพื้นที่เสมือนจริง สื่อดิจิทัลใหม่ (New Digital Media หรือ NDM) ได้สร้างพื้นที่เสมือนจริงให้เยาวชนได้ใช้ในการพบปะสังสรรค์และมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนในสังคม ซึ่งถือเป็นพื้นที่ในการค้นหา ทดสอบและแสดงออกทางอัตลักษณ์ของตน สื่อใหม่จึงเปรียบเสมือน “เทคโนโลยีของตัวตน” (Technologies of the Self) ที่เยาวชนได้ใช้ในการค้นหา “วัตถุดิบ” เพื่อปรุงแต่งอัตลักษณ์ และยังเป็น

พื้นที่เสมือนจริง (Virtual Space) ให้เยาวชนได้ใช้ในการสำรวจ ทดสอบ ทดลอง ทบทวน และแสดงออกทางอัตลักษณ์ ภายใต้วาทกรรมของอำนาจ (Power Discourse) หรือแนวปฏิบัติตามบริบทที่สังคมหยิบยื่นให้อีกด้วย

การวิจัยครั้งนี้พบว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย โดยเป็นพื้นที่ให้เยาวชนได้ใช้ในการสำรวจ สร้าง และพัฒนาอัตลักษณ์ของตนเอง รวมทั้งยังเป็นช่องทางในการรับผลตอบรับและผลสะท้อนกลับ (Feedback and Reflection) จากกลุ่มเพื่อนและสังคมอีกด้วย โดยการสร้างโพรไฟล์ของเยาวชนในโซเชียลมีเดียถือเป็นการนำเอาสื่อใหม่มาใช้เป็นพื้นที่ในการทดสอบและแสดงออกทางอัตลักษณ์ การสร้าง การปรับเปลี่ยนและจัดแต่งโพรไฟล์เป็นการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ทดสอบแง่มุมต่างๆของตนเอง วิธีการแสดงออกทางอัตลักษณ์ผ่านโซเชียลมีเดียของเยาวชน ได้แก่ การโพสต์รูปตนเองในแบบต่างๆลงบนโพรไฟล์ การโพสต์เพลง ภาพยนตร์ หนังสือ ดารานักแสดงที่ตนชื่นชอบเพื่อเป็นการแสดงรสนิยมของตนเองให้คนอื่นได้รับรู้ รวมทั้งการเขียนบรรยายความคิดเห็นและความรู้สึกของตนเองลงในสถานะเพื่อให้คนอื่นได้รับรู้ ซึ่งตรงกับที่ Boyd และ Stern ได้กล่าวไว้ว่า การบรรยายอารมณ์ความรู้สึกของเยาวชนผ่านการเขียนข้อความลงบนโซเชียลมีเดียถือเป็นวิธีการในการทดสอบความหลากหลายทางอัตลักษณ์ของตนเอง (Boyd, 2007 และ Stern, 2004) ขณะที่ Buckingham และ Stern ให้ความเห็นว่าบล็อค (Blog) เป็นพื้นที่ในการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของเยาวชน (Buckingham, 2007 และ Stern, 2007)

นอกจากนี้ เยาวชนยังใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการรับความคิดเห็นสะท้อนกลับจากเพื่อนๆในโลกเสมือนจริง เช่น การกดไลค์ (Like) ให้กับรูปภาพหรือข้อความที่โพสต์ การติดตาม (Follow) ในอินสตาแกรม (Instagram) รวมทั้งการนำไปแบ่งปัน (Share) ในหน้าโพรไฟล์ของตน ผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากสังคมและเพื่อนดังที่กล่าวมาเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการทดสอบ ทดลอง และสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชน ทั้งนี้เนื่องจากอัตลักษณ์จะไม่สามารถหล่อหลอมขึ้นได้จนกว่าจะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น โลกของสื่อใหม่คือพื้นที่ของเยาวชนในการสำรวจ ทดสอบ และทดลองทางอัตลักษณ์ รวมทั้งยังเป็นช่องทางในการรับรู้ผลสะท้อนกลับจากกลุ่มเพื่อนและสังคม สื่อดิจิทัลสมัยใหม่จึงมีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาอัตลักษณ์ของเยาวชน

เว็บไซต์ที่มีการแบ่งปันคลิปวิดีโอ (Video Sharing Site) อย่างยูทูป (Youtube) ถือเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการใช้สื่อใหม่เป็นพื้นที่ในการทดลองและแสดงออกทางอัตลักษณ์ ซึ่งสามารถแสดงออกได้โดยการอัพโหลดคลิปวิดีโอของตนเองเพื่อสำรวจว่ามีคนมาชื่นชอบกดไลค์มากน้อยพียงใด หรือมีคนมาแสดงความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับคลิปของตน นอกจากนี้ เยาวชนยังสามารถแสดงออกทางอัตลักษณ์ของตนจากการเข้าไปกดไลค์และแสดงความคิดเห็นในคลิปวิดีโอที่ตนชื่นชอบ โดยผลสะท้อนกลับที่สื่อสารผ่านโลกเสมือนจริงนี้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทันทีทันใดมากกว่าผลสะท้อนกลับที่ได้รับในโลกจริงที่

เราอาศัยอยู่ เยาวชนสามารถอาศัยความคิดเห็นที่เป็นผลสะท้อนกลับเหล่านี้ในการสะท้อน ทดสอบ และปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตน

การรับรู้ตัวตน (Self) และอัตลักษณ์ (Identity) ของมนุษย์ เป็นสิ่งที่ต้องมีการพัฒนาตลอดชีวิต พัฒนาการในการเรียนรู้และรู้จักตนเองนี้จะเกิดขึ้นผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ตลอดช่วงเวลาของการเติบโต โดยเฉพาะเมื่อเข้าสู่ช่วงวัยรุ่นจะถือว่าเป็นช่วงเวลาที่สำคัญของมนุษย์ในการสำรวจตัวตนและการสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง ในแต่ละวันเยาวชนใช้เวลาอยู่กับสื่อโดยเฉพาะสื่อใหม่เป็นระยะเวลาที่ยาวนาน สื่อดิจิทัลใหม่เข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้เกี่ยวกับโลกและการขัดเกลาทางสังคมของเยาวชนในทางอ้อม อินเตอร์เน็ตคือห้องสมุดที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ไพศาล เป็นช่องทางให้พวกเขาแสวงหาความรู้และข้อมูลข่าวสารมากมาย สื่อใหม่จึงมีบทบาทในการขัดเกลาทางสังคม โดยเข้ามาสร้างแนวคิด ค่านิยม อุปนิสัย พฤติกรรม รวมทั้งการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ให้กับเยาวชนไทย

เกมออนไลน์แบบสวมบทบาทและมีผู้เล่นหลายคน (Massively Multiplayer: online role-playing games หรือ MMORGS) ถือเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ทดสอบอัตลักษณ์ของตนเองได้อย่างหลากหลาย ทั้งอัตลักษณ์ด้านเพศ อายุ เชื้อชาติ และบทบาทหน้าที่ต่างๆ โดยการสร้างร่างทรง (Avatars) ของตนเองเป็นตัวละครกราฟิกในเกมและแสดงบทบาทหน้าที่ต่างๆตามนั้น Turkle กล่าวว่า ตัวตนที่สร้างผ่านเกมออนไลน์นี้สามารถแสดงออกได้อย่างทันทีทันใด (Turkle, 1999) โดยเยาวชนได้เรียนรู้ประสบการณ์เสมือนจริงผ่านเกมออนไลน์เหล่านี้ และนำไปปรับใช้ในการพัฒนาอัตลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ การเรียนรู้อัตลักษณ์ผ่านเกมออนไลน์ต้องอาศัยทักษะความคิดเชิงนามธรรม (Abstract Thought) ซึ่งเป็นทักษะการคิดขั้นสูง เมื่อเยาวชนได้ทดลองแสดงบทบาทต่างๆในเกมออนไลน์จะทำให้เกิดการสร้างความคิดเกี่ยวกับตัวตน และนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์และการเรียนรู้บทบาททางสังคมโดยผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งถือเป็นกระบวนการขัดเกลาทางสังคมโดยทางอ้อม อันมีสื่อดิจิทัลสมัยใหม่เป็นช่องทางและพื้นที่ในการเรียนรู้ของเยาวชน กล่าวโดยสรุปคือ สื่อดิจิทัลสมัยใหม่จึงมีบทบาทในฐานะเป็นพื้นที่ในการสำรวจตัวตน (Self Exploration) พื้นที่ในการแสดงออกทางอัตลักษณ์และตัวตน (Identity Expression) และทดสอบ (Feedback and Reflection) ตัวตนและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย

กล่าวโดยสรุป สื่อดิจิทัลสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้เกี่ยวกับโลกและการขัดเกลาทางสังคมของเยาวชน โลกของสื่อดิจิทัลสมัยใหม่มีพื้นที่กว้างใหญ่ไพศาลอันเป็นช่องทางให้พวกเขาแสวงหาและทดสอบตัวตนและอัตลักษณ์ อย่างไรก็ตาม บทบาทของสื่อใหม่ต่อเยาวชนในอีกแง่มุมหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ก็คือ อันตรายที่แฝงมาในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่อันตรายแบบร้ายแรง เช่น การถูกหลอกลวงทางอินเตอร์เน็ตตามที่เห็นในภาพข่าว การติดเกม การเสพติดเทคโนโลยี จนถึงอันตรายแบบอ่อนๆ เช่น

การที่สื่อใหม่เข้ามาสร้างแนวคิดและค่านิยมเชิงวัตถุ รวมทั้งอุปนิสัยและพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ให้กับเยาวชน

สำหรับเยาวชนรุ่นใหม่ที่เกิดและเติบโตมาในยุคของสังคมดิจิทัล พื้นที่ในโลกของความเป็นจริงกับพื้นที่เสมือนจริงในโลกของสื่อดิจิทัลไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างสิ้นเชิง โลกแห่งความเป็นจริงและโลกเสมือนจริงนั้น แท้จริงแล้วคือสถานที่ (Place) หรือโลกใบเดียวกัน แต่แตกต่างกันเพียงมิติของพื้นที่ (Space) เท่านั้น การพัฒนาเยาวชนในยุคสังคมดิจิทัลควรให้ความสำคัญกับพื้นที่ทั้งสองมิติ โดยการสร้างพื้นที่ในโลกแห่งความเป็นจริงและโลกดิจิทัลเสมือนจริงให้มีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเอื้อต่อการพัฒนาอัตลักษณ์ของเยาวชน พื้นที่ของโลกดิจิทัลที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์จะเป็นแห่งเรียนรู้และขัดเกลาทางสังคมที่สำคัญสำหรับเยาวชน ให้ได้เรียนรู้เพื่อที่จะอยู่ร่วมกันได้อย่างเข้าใจตนเอง ผู้อื่นและสังคม โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ดังต่อไปนี้

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. เยาวชนในยุคปัจจุบันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับสื่อใหม่ และสื่อใหม่ถือเป็นพื้นที่สำคัญในการพัฒนาเยาวชนไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องสร้างพื้นที่ที่มีความปลอดภัยต่อเยาวชน ทั้งที่เป็นพื้นที่ในโลกแห่งความเป็นจริงและพื้นที่ในโลกเสมือนจริงของสื่อใหม่ โดยมีการสอดส่องตรวจตราเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในสื่อใหม่อย่างจริงจัง
2. การนำสื่อใหม่มาใช้พัฒนาเยาวชนในยุคปัจจุบันสามารถทำได้โดยการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์และเอื้อต่อการเรียนรู้ผ่านสื่อใหม่ในโลกเสมือนจริง เช่น การสร้างเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียที่เป็นคลังข้อมูลความรู้แก่เยาวชนไทยในด้านต่างๆ
3. คอมพิวเตอร์เกมมีบทบาทในการเรียนรู้และขัดเกลาทางสังคมโดยอ้อมให้กับเยาวชน จึงควรมีการสร้างโลกเสมือนจริงที่เป็นพื้นที่ในการเรียนรู้และขัดเกลาทางสังคม เช่น การสร้างเกมที่มีเนื้อหาที่สร้างสรรค์ให้เยาวชนได้เล่นเพื่อเรียนรู้และขัดเกลาตนเอง
4. ควรมีกระบวนการให้ความรู้แก่เยาวชนเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งชี้ให้เห็นผลกระทบในเชิงลบ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและกระตุ้นค่านิยมที่ดีให้เกิดขึ้นในหมู่เยาวชน
5. สื่อใหม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมุมมองและวิธีการคิดของผู้ใช้ ดังนั้นจึงควรมีกระบวนการให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนผู้ใช้สื่อใหม่ เช่น พ่อแม่ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ เพื่อลดช่องว่างทางความรู้และการเข้าถึงเทคโนโลยี อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างคนทั้งสองรุ่นที่มีมุมมองและแนวคิดที่อาจแตกต่างกันด้วยเป็นผลมาจากการใช้และการเข้าถึงสื่อใหม่ที่แตกต่างกัน

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและพรรณาเพื่อศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ที่ส่งผลในด้านค่านิยมทางสังคมและการสร้างอัตลักษณ์ต่อเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยในภาพกว้างผ่านการวิจัยเชิงสำรวจ และขยายผลในบางประเด็นผ่านการสัมภาษณ์กลุ่ม โดยยังไม่มีการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มเยาวชนทั้งสองกลุ่ม (วัยรุ่นตอนต้นและตอนปลาย) ด้วยมีข้อจำกัดด้านเวลา งบประมาณ และขอบเขตของงานที่อาจทำให้ใหญ่เกินไปหากมีการศึกษาเปรียบเทียบ ดังนั้น ผู้ที่สนใจจึงสามารถนำหัวข้อวิจัยนี้ไปศึกษาต่อเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มนี้ได้

2. การวิจัยครั้งต่อไปสามารถทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ได้ในทำกลุ่มเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี หรือทำการศึกษากับกลุ่มอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน เช่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ เพื่อศึกษามุมมองของผู้เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวน

3. ขอบเขตของสื่อใหม่มีความกว้างขวาง รวมทั้งสื่อใหม่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การวิจัยครั้งต่อไปอาจสามารถเลือกศึกษาเจาะจงกับสื่อใหม่ชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น เกมคอมพิวเตอร์ หรือ ยูทูป เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ประเภทต่างๆที่มีต่อเยาวชนไทย

4. ควรมีการนำเอาระเบียบวิธีการวิจัยอื่นๆมาใช้ประกอบการศึกษาวิจัย อาทิ การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) ของสื่อใหม่ที่เยาวชนใช้ โดยสามารถศึกษาวิเคราะห์ลักษณะการตกแต่งโพรไฟล์ในโซเชียลมีเดีย รวมทั้งวิเคราะห์เนื้อหาและการใช้ภาษาของเยาวชนในสื่อใหม่ นอกจากนี้ยังสามารถใช้วิธีการสังเกตการณ์ (Observation) ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในการสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของเยาวชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในอีกมิติหนึ่งเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อเยาวชนไทย

บรรณานุกรม

boyd, D. (2008). *Taken out of context*, Doctoral Thesis, University of California, Berkeley.

boyd, D. (2007). Why youth heart social network sites: The role of networked publics in teenage social Life, in D. Buckingham (Ed.), *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, MA: MIT Press.

boyd, D. and Ellison, N.B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Contemporary-Mediated Communication*, 13 (1): 210-230.

Buckingham, D. (2007). *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Castells, M. (2006). The net and the self: Working notes for a critical theory of the informational society, *Critique of Anthropology*, 16(1): 9-38.

Cupitt, M. and Stockbridge, S. (1996). *Families and Electronic Entertainment*. Sydney: Australian Broadcasting Corporation.

Durndell, A. and et el. (1995) Gender and Computing, *Educational Research*, 37 (3): 219-27.

Erickson, E.H. (1968). *Identity, youth, and crisis*. New York: Norton.

Foucault, M. (1988). Technologies of the self, in L.H. Martin et al., *Technologies of the Self: A Seminar with Michael Foucault* (pp. 16-49), London: Tavistock.

Funk, J. and Bunchman, D. (1996). WPlaying violent video and computer games and adolescent self-concept*", Journal of Communication*, 46 (1): 19-32.

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*, Cambridge: Polity Press.

Green, B. and Bigum, C. (1993). "Alien in the Classroom", *Australian Journal of Education*, 37(2):119-41)

Greenfield, M. (1984). *Mind and Media: The effects of television, Computer and Video Games*. London: Fontana.

Griffiths, M. (1996). *Computer Game Playing in Children and Adolescents*. London: National Children Bureau.

Hall, S. (1992) 'The Question of Cultural Identity' in Stuart Hall, David Held and Tony McGrew (eds.). *Modernity and Its Futures.* Cambridge: Polity Press.

Harter, S. (1999). *The construction of the self: A development perspective*. New York: Guilford Press.

Herz, J.C. (1997). *Joystick Nation: How Videogames Gobbled Our Money, Won Our Hearts and Rewired Our Minds*. London: Abacus.

Katz, J. (1996) "The Right of Kids in the Digital Age", *Wired*, 4.07: 120-3, 166-70.

Kinder, M. (1991) *Playing with Power in Movies, Television and Videogames*. Berkley, CA: University of California Press.

Kittler, F. (1999). *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford, CA: Stanford University.

Kline, S., Dyer-Witheford, N. and de Peuter, G. (2003.) *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing.* Montreal: McGill-Queens University Press.

Kubey, R. and Larson, R.(1990). The use and experience of the new video media among children and young adolescents, *Communication Research*, 17 (1): 107-30.

Livingstone, S. and Bober, M. (2004). *UK Children Go Online: Surveying the Experiences of Young People and their Parents*. London: London School of Economics and Political Sciences.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: MA: MIT Press.

Marx, K. (1852). *The 18th Brumaire of Napoleon Bonaparte*, available at: http://www.marxists.org.

Mayfield, A. (2007) *What is social media?* In Online Resource, available at http://www.icross-ing.co.uk.

Merchant, G. (2001) "Teenager in Cyberspace: Language use and language change in Internet Chatroom", *Journal of Research in Reading*, 24 (3): 293-306.

Nixon, H. (1998) "Fun and Games are serious business", in J. Sefton-Green (ed.), *Digital Diversions: Youth Culture in the Age of Multimedia*. London: UCL Press. Pp. 21-42.

Papert, S. (1993) *The Children's Machine: Rethinking School in the Age of Computer*. New York: Basic.

Provenzo, F. (1991) *Video Kids: Making sense of Nintendo*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Pugh, V. and Hart, D. (1999) *Identity Development and Peer Group Participation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Siapera, E. (2012). *Understanding new media*. London: Sage.

Smith, M., Borash, V., Getoor, L. and Lauw, H. (2008) Leverageing Docial *Context for Searching Social Media*, Proceedings of the 2008 ACM Workshop on Search in Social Media, New York.

Stern, S. (2004). Expression of identity online: Prominent features and gender differences in adolescents' World Wide Web home pages. *Journal of Broadcasting and Electronic media*, 48(2), 218-243

Stern, S. (2007). Producing sites, exploring identities: Youth online authorship. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Tapscott, D. (1997). *Growing Up Digital: The Rights of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.

Tajfel, H. (1981). *Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tobin, J. (1998) "An American Otaku", in J. Sefton-Green (ed.), *Digital Diversions: Youth Culture in the age of multimedia*. London: UCL Press. Pp. 106-27.

Turkel, S. (1999) Cyberspace and Identity. *Contemporary Sociology*. 28(6), 643-648.