

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	VI
สารบัญภาพ	IX
บทที่	
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ	11
แนวคิดและทฤษฎีของสื่อสารมวลชน และสื่อสังคมออนไลน์	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิดีโอและภาพยนตร์	27
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อและการส่งต่อของกลุ่มเป้าหมาย	36
ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
3 ระเบียบวิธีวิจัย	48
รูปแบบการวิจัย	48
กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	48
ขั้นตอนในการวิจัย	48

บทที่	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
วิธีการเก็บข้อมูล	52
การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล	53
4 ผลการวิจัย	54
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	54
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์	57
ตอนที่ 3 ระดับการรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์	60
ตอนที่ 4 พฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (LINE)	65
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ	71
ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	71
5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	83
สรุปผลการวิจัย	83
อภิปรายผลการวิจัย	87
ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ	98
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	100
ภาคผนวก ค คุณภาพเครื่องมือการวิจัย	107
ประวัติผู้วิจัย	112

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนประชากรนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ในกรุงเทพมหานคร	49
4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	54
4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	55
4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนตัว	55
4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่พักอาศัย	56
4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์	56
4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์	57
4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	57
4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์	58
4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง	58
4.10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเครื่องรับสื่อสังคมออนไลน์	59
4.11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	59
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดลำดับของการรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์	60
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดลำดับของการรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์ ด้านวิธีการเข้าถึง แหล่งข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์	61

ตารางที่	หน้า
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดลำดับของการรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์ ด้านวิเคราะห์วิพากษ์ สื่อสังคมออนไลน์	62
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดลำดับของการรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์ ด้านประเมินคุณค่า สื่อสังคมออนไลน์	63
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดลำดับของการรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์ ด้านความสามารถในเชิงสร้างสรรค์ หรือสื่อสาร	64
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดลำดับของพฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)	65
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดลำดับของพฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านไลน์ (LINE)	66
4.19 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผลและการจัดลำดับของพฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)ด้านเหตุผลในการส่งต่อผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)	67
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผลและการจัดลำดับของพฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้านรูปแบบเนื้อหาในการส่งต่อผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)	67
4.21 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดลำดับของพฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน ไลน์ (LINE) ด้านเหตุผลในการส่งต่อผ่านไลน์ (LINE)	69
4.22 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดลำดับของพฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านไลน์ (LINE)ด้านรูปแบบเนื้อหาในการส่งต่อผ่านไลน์ (LINE)	70

ตารางที่	หน้า
4.23 แสดงการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์ของ นักศึกษาในกรุงเทพมหานครในภาพรวม จำแนกตามเพศ	71
4.24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า “เอฟ” เกี่ยวกับการ การรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์จำแนกตามจำนวนเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์	73
4.25 แสดงการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบเหตุผลในการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	74
4.26 แสดงการทดสอบค่า “เอฟ” เพื่อเปรียบเทียบการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (LINE) ของ นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์	75
4.27 แสดงค่าประสิทธิ์สัมพันธ์การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ กับการส่งต่อ สื่อวิดีโอและภาพยนตร์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (LINE)	76
4.28 แสดงการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบเหตุผลในการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	77
4.29 แสดงการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบเนื้อหาในการส่งต่อสื่อวิดีโอ และภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของ นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	78
4.30 แสดงการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบเหตุผลในการส่งต่อสื่อวิดีโอและ ภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านไลน์ (LINE) ของนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	79
4.31 แสดงการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบเนื้อหาในการส่งต่อสื่อวิดีโอและ ภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านไลน์ (LINE)	80

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1-1	จำนวนผู้ใช้สังคมออนไลน์ในประเทศไทย	1
1-2	ความถี่ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์	2
1-3	ความสนใจหลัก 9 อย่างบนสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook)	3
2-1	ความสามารถของบุคคลและความสามารถทางสังคม	15