

Factors Related to Intellectual Media Consumption Behavior of Undergraduate Students in Bangkok*

*Chintana Tansuwannond***

*Pinkanok Wongpinpech****

*Chanya Leesattrupa *****

Abstract

The objectives of this research were to study the causes of unsuitable media consumption behavior and to investigate the predictive factors of intellectual media consumption behavior of undergraduate students in Bangkok. Both qualitative and quantitative methods were used. The qualitative method in this research was in-depth interviews and focus group. The interviewed key informants consisted of 1) scholars from the field of communication arts and psycho-behavioral science 2) persons who involved in child and adolescent development from public and private organizations 3) undergraduate students of universities in Bangkok. In terms of the quantitative method, the samples consisted of 481 undergraduate students in Bangkok. They were selected via multi - stage random sampling. The data were collected by questionnaires. Statistical methods used to analyze data were Pearson Product Moment Correlation Coefficient and Stepwise Multiple regression. The results indicated some important the personal factors, like students lacking in media literacy, awareness of media effect ,inquiry and self control. In terms of social factors, students were induced to consume unsuitable media by peer group and were unsuitably socialized by family. Educational institutes didn't support to develop students' media literacy and thinking skill system. Media producers lacked ethics. Besides, entrepreneurs and government officers lacked social responsibility. All together, media literacy, self control, inquiry and influence of peer group, were the co-predictors of undergraduate students' intellectual media consumption behavior that could be predictable at 40.0 percent, with statistical significance at the .001 level.

Key words : Intellectual media consumption behavior, Media literacy

* The research report was funded from Thai Health Promotion Foundation (Thai Health)

** Lecturer in Management Science, Suan Dusit Rajabhat University, E-mail: j_chintana@yahoo.com

*** Lecturer in Graduate School of Public Administration, Burapha University

**** Lecturer in Department of Psychology, Srinakharinwirot University

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อ ด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาใน เขตกรุงเทพมหานคร*

จินตนา ตันสุวรรณนนท์**

ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร***

ชญญา ลีศัตร์พ่าย****

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุของพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม และศึกษาปัจจัยทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ในการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ 1) กลุ่มของนักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์และด้านจิตพฤติกรรมศาสตร์ 2) กลุ่มของบุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้งจากองค์กรภาครัฐและเอกชน และ 3) กลุ่มของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 481 คน ได้มาจากการสุ่มแบบหลายชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และ สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรทีละขั้น ผลวิจัยพบว่า สาเหตุของพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษา ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย การไม่รู้เท่าทันสื่อ การขาดความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ การขาดการใฝ่รู้ การขาดความสามารถในการควบคุมตนเอง และ 2) ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนในการชักจูงให้เปิดรับสื่อที่ไม่เหมาะสม การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวที่ไม่เหมาะสม สถาบันการศึกษาไม่ส่งเสริมการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและระบบการคิดของผู้เรียน การขาดจรรยาบรรณของสื่อ การขาดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ และมีปัจจัย 4 ตัวแปรที่ร่วมกันทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ การควบคุมตน การใฝ่รู้และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ทั้งสี่ตัวแปรนี้ร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 40.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา การรู้เท่าทันสื่อ

* รายงานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

** อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

*** อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

**** อาจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครินทรวิโรฒ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในท่ามกลางกระแสวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่กำลังครอบงำสังคมไทยในปัจจุบัน สื่อมวลชนถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อ กระตุ้นชักจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ทุกวันนี้สื่อมวลชนได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการปลูกฝังและเปลี่ยนแปลงทางความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์และพฤติกรรมของประชาชนในสังคม รวมถึงสื่อมวลชนยังมีส่วนในการกำหนดแบบแผนในการใช้ชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540:16; นภินทร ศิริไทย, 2547:56; Pearson & Nelson, 2000:132) นอกจากนี้ สื่อมวลชนยังมีอิทธิพลต่อการกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะกับกลุ่มเยาวชน วัยรุ่น นิสิตนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของธุรกิจสื่อสารมวลชน เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูงและเป็นกลุ่มที่ถูกชักจูงได้ง่ายเพราะมักใช้อารมณ์และความรู้สึกเป็นตัวแปรในการตัดสินใจ (รติ ธนาวิทย์, 2544:4-5) ทั้งนี้หากกลุ่มดังกล่าวเปิดรับสื่อและมีพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อโดยไม่ใช้ปัญญา ขาดวิจารณญาณ ขาดการวิเคราะห์ วิพากษ์ประเมินเนื้อหาที่สื่อนำเสนออาจตกเป็นเหยื่อค่านิยมที่สื่อจูงใจนำเสนอเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยไม่รู้ตัว

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมานักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชนและผู้เชี่ยวชาญทางสุขภาพต่างตระหนักเป็นอย่างดีว่า สื่อได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสุขภาพของเยาวชนมากขึ้น ทั้งนี้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยหลายเรื่อง พบว่า การใช้สื่อมีผลกระทบในทางลบต่อเด็กและเยาวชน อาทิ ปัญหาเกี่ยวกับค่านิยมและพฤติกรรมทางเพศ มีการศึกษาจำนวนมากพบว่าความอ่อนไหวต่ออิทธิพลของสื่อมวลชนของวัยรุ่นมีผลต่อเจตคติ ค่านิยมและความเชื่อทางเพศของวัยรุ่น (American academy of pediatrics, 2001: 191-194; Brown, Greenberg, & Buerkel-

Rothfuss, 1993: 511-525) นอกจากนี้ การเปิดรับภาพโป๊ สื่อลามกที่ปรากฏในสื่อต่างๆไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ต นิตยสาร การ์ตูนวีซีดีนั้นก็มีผลกระทบต่อพัฒนาการและค่านิยมทางเพศของเยาวชนทำให้เยาวชนกลายเป็นคนที่มีเพศสัมพันธ์แบบไม่รับผิดชอบ (ยงยุทธ์ วงศ์ภิรมย์ศานติ, 2547: 5-6) นอกจากนี้ปัญหาที่กล่าวไปในข้างต้นแล้ว ทุกวันนี้สื่อโฆษณามีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างหรือการเปลี่ยนแปลงเจตคติและค่านิยมของผู้บริโภคสื่อโดยเฉพาะกับกลุ่มวัยรุ่นที่ส่วนใหญ่มักจะเลียนแบบสิ่งที่พวกเขาเห็นในสื่อหรือบางคนนำมายึดถือเป็นแบบอย่างก็มีจนบางครั้งถึงกับหลงติดคุณค่าเทียมมากกว่าคุณค่าแท้ (พนิตดา วงษ์แจ้ง และดวงนภา ปานเพ็ชร, 2544) อย่างไรก็ตามปัญหาที่เกิดจากอิทธิพลของสื่อก็ไม่ได้มีผลกระทบต่อผู้รับสื่อทุกคน หากว่าผู้รับสื่อรู้จักเลือกบริโภคสื่อโดยใช้ปัญญาด้วยแล้ว ปัญหาการถูกรบกวนจากอิทธิพลของสื่อดังกล่าวก็คงไม่ส่งผลกระทบต่อบุคคลนั้นๆ

ทั้งนี้ปัญหาเรื่องของการไม่รู้จักรับรู้บริโภคสื่อด้วยปัญญาของเยาวชนไทยสะท้อนให้เห็น ได้จากการการศึกษาของอมรวิรัช นาคทรพรพ หัวหน้าทีมวิจัยระดับประเทศโครงการ Child Watch ได้นำเสนอผลวิจัยจากการติดตามสภาวการณ์เด็กและเยาวชนรายจังหวัดซึ่งเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างประมาณ 1.2 แสนคน ทั่วประเทศ ตั้งแต่ปี 2547-2548 ผลการวิจัยปัจจัยลบเรื่องเด็กกับสื่อ พบว่า เด็กมัธยมถึงอุดมศึกษาดูการ์ตูนโป๊ วีซีดีโป๊ เว็บโป๊ เป็นครั้งคราวถึงเป็นประจำ มีถึงร้อยละ 30, 39 และ 27 ตามลำดับ เด็กมัธยมถึงอุดมศึกษาเล่นพนันบอล หวยบนดินและส่งSMSซึ่งโชคเป็นครั้งคราวถึงเป็นประจำมีถึงร้อยละ 18, 20 และ 33 ตามลำดับ (มติชน, 5 มกราคม 2549 : 13) ในขณะที่ ในปี 2548-2549 ผลวิจัยพบว่า เด็กมัธยมถึงอุดมศึกษาดู วีซีดีโป๊ เว็บโป๊ เป็นครั้งคราวถึงเป็นประจำมีถึง 41% และ 30% ตามลำดับ ตัวเลข

ดังกล่าวเพิ่มขึ้นจากในปี 2547 - 2548 (ผู้จัดการออนไลน์, 27 ธันวาคม 2549) และในปี 2550 - 2551 ผลการสำรวจ พบว่า เด็กและเยาวชนใช้เวลากับสื่อประเภทต่างๆ สูงมากถึงวันละ 6-7 ชั่วโมงโดยหมดไปกับโทรทัศน์ราว 3 ชั่วโมง อินเทอร์เน็ตกว่า 2 ชั่วโมงและโทรศัพท์อีกชั่วโมงครึ่งหรือเท่ากับครึ่งชีวิตยามตื่นของเด็กก็ว่าได้ (มติชนออนไลน์, 7 มกราคม 2552) ปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงสภาวะการณ์ของการไม่รู้จักรับมือกับสื่อด้วยปัญญาของเยาวชนไทยในยุคปัจจุบัน

จากสถานการณ์ปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาสาเหตุของปัญหาพฤติกรรม การบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ทำนายพฤติกรรม การบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับ อุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาที่ได้จะทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษาและสถาบันทางสังคมต่างๆ ได้ตระหนักและนำไปใช้เป็นข้อมูลในการแสวงหาแนวทางเพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาพฤติกรรม การบริโภคสื่อด้วยปัญญาให้กับกลุ่มนักศึกษาต่อไป

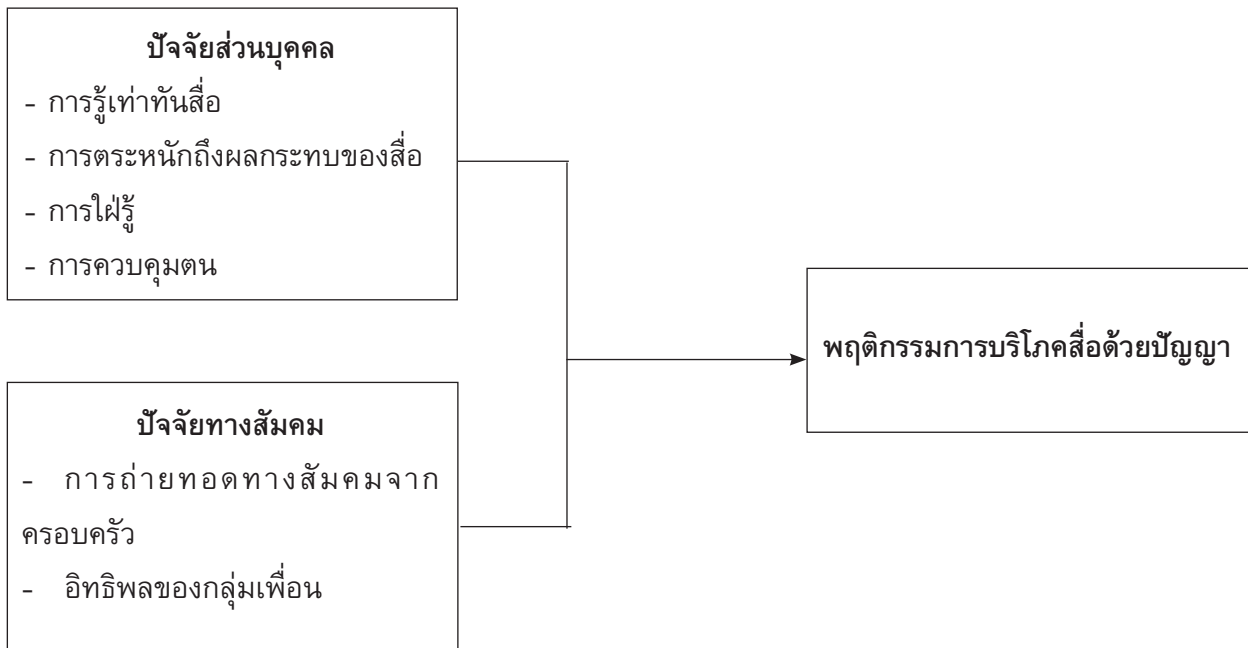
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุของพฤติกรรม การบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคมและพฤติกรรม การบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยในการทำนายพฤติกรรม การบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้บูรณาการแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งทางสังคมวิทยา จิตวิทยาและนิเทศศาสตร์มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยทำการศึกษาเชิงพฤติกรรมศาสตร์ใช้แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของแบนดูรา (Bandura,1986) เป็นกรอบในการวิเคราะห์สาเหตุของพฤติกรรม โดยทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่าพฤติกรรมของคนเรานั้นไม่ได้เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยทางสภาพแวดล้อมแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่จะต้องมีปัจจัยส่วนบุคคลร่วมด้วยและการร่วมของปัจจัยส่วนบุคคลนั้นจะต้องร่วมกันในลักษณะซึ่งกันและกันกับปัจจัยทางด้านพฤติกรรมและสภาพแวดล้อม ซึ่งจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การบริโภคสื่อด้วยปัญญา ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ การตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ การใฝ่รู้ และการควบคุมตน (Potter, 1998; Buckingham, 2003; Hindin, 2001; Potter, 2005 และ ดวงเดือน พันธุมนาวิน อรพินทร์ ชุชม และ สุภาพร ลอยด์, 2529) ส่วนปัจจัยทางด้านสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การบริโภคสื่อด้วยปัญญา ได้แก่ การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน (มะลิ วิมานโน, 2540; จุฑาพัฒน์ รัตนติลภ ณ ภูเก็ต, 2547 และผจงจิต อินทสุวรรณ และคณะ, 2547) ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยสามารถเขียนแสดงให้เห็นในภาพประกอบ 1 ได้ดังนี้





ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมสามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

1. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ในส่วนของการศึกษาสาเหตุของพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในกรุงเทพมหานคร การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) กลุ่มของนักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์

ด้านจิตพฤติกรรมศาสตร์และกลุ่มของบุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเด็กและเยาวชนรวมจำนวน 10 คน นอกจากนี้ใช้การสนทนากลุ่ม(Focus group)กับกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 20 คน

2. วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 2 และ 3 ในส่วนของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคมและพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาและศึกษาปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 481 คนได้มาจากการสุ่มแบบหลายชั้น(Multi-stage sampling) ในระดับมหาวิทยาลัย กลุ่มสาขาวิชาและคณะ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบวัดพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาและแบบวัดปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์

ความเชื่อมั่นแอลฟาของครอนบาคของแบบวัดอยู่ระหว่าง 0.66 - 0.85 คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม 2552

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และสถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรทีละขั้น (Stepwise multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

1. สาเหตุสำคัญของปัญหาพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งได้เป็น 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย การไม่รู้เท่าทันสื่อ การขาดความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ การขาดการใฝ่รู้ การขาดความสามารถในการควบคุมตนเอง และ 2) ปัจจัยทางสังคม ประกอบด้วย อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนในการชักจูงให้เปิดรับสื่อที่ไม่เหมาะสม การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวที่ไม่เหมาะสม สถาบันการศึกษาไม่ส่งเสริมการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและระบบการคิดของผู้เรียน การขาดจรรยาบรรณของสื่อ และขาดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ

2. ปัจจัยส่วนบุคคลทุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยการควบคุมตนเองมีความสัมพันธ์สูงสุดกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา ($r = 0.527$) รองลงมาได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ ($r = 0.473$) การใฝ่รู้ ($r = 0.425$) และการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ ($r = 0.397$) ตามลำดับ เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 1

3. ปัจจัยทางสังคมทุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยอิทธิพลของกลุ่ม

เพื่อนมีความสัมพันธ์สูงสุดกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา ($r = 0.509$) รองลงมา ได้แก่ การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัว ($r = 0.341$) เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2

4. ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมสามารถทำนายพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการการรู้เท่าทันสื่อเป็นตัวทำนายที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา ($\beta = 0.272$) รองลงมา คือ การควบคุมตนเอง ($\beta = 0.210$) อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ($\beta = 0.188$) การใฝ่รู้ ($\beta = 0.152$) โดยทั้งสี่ตัวแปรนี้ร่วมกันทำนายพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาได้ร้อยละ 40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 3

อภิปรายผล

คณะผู้วิจัยอภิปรายผลจากข้อค้นพบจากผลวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

จากผลการศึกษาสาเหตุของพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีสาเหตุมาจากทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลนั้นเป็นการพิจารณาจากการขาดคุณลักษณะสำคัญหลายประการของนักศึกษาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม นั่นคือเมื่อนักศึกษาขาดการรู้เท่าทันสื่อ ขาดการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ รวมทั้งขาดความสามารถในการควบคุมตนเองทำให้นักศึกษาแสดงออกซึ่งพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมเกิดขึ้น ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของกลุ่มเยาวชนชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ชี้ให้เห็นเช่นกันว่าเยาวชนยังขาดทักษะที่จำเป็นในการเลือกสื่อ การวิเคราะห์ข้อเท็จจริงจากสื่อ เมื่อเยาวชนขาดทักษะที่จำเป็นในการ

ใช้สื่อทำให้เกิดผลกระทบหลายอย่างตามมา ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามสื่ออื่นๆ เช่น สุขภาพ สุขภาวะทั้งด้านร่างกาย จิตใจและอารมณ์

นอกจากนี้ในส่วนปัจจัยทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันและกลุ่มคน เริ่มตั้งแต่สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา กลุ่มเพื่อน สื่อมวลชน และเจ้าหน้าที่ของรัฐต่างเป็นสาเหตุของปัญหาเช่นกัน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาปัจจัยทางสังคมประการแรก ได้แก่ การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวที่ไม่เหมาะสมในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัญหาพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษาสาเหตุส่วนหนึ่งมีผลมาจากรูปแบบการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวตั้งแต่วัยเด็กที่เข้มงวดเกินไป ความคิด พฤติกรรมและการเป็นตัวแบบในการเลือกสื่อ กล่าวคือ ครอบครัวที่มีการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย แบบตามใจ โดยพ่อแม่ไม่มีเวลาดูแลใกล้ชิดจนบุตรหลานขาดการได้รับคำแนะนำที่ดีจากครอบครัว หรือบางส่วนเลี้ยงดูแบบเข้มงวดมีการควบคุมมากเกินไปก็อาจเป็นที่มาของปัญหาพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมได้เช่นกัน ทั้งนี้เมื่อครอบครัวไม่สามารถชี้แนะแสดงบทบาทของการมีพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่เหมาะสมได้ พฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษาย่อมเกิดขึ้นและเมื่อพิจารณาปัจจัยทางสังคมประการต่อมา คือ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน พบว่าเพื่อนมีบทบาทในการเป็นผู้ชักจูงในการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเด็กวัยรุ่นจะยอมทำตาม เพื่อให้เกิดการยอมรับในกลุ่มเพื่อน หรือต้องการให้ตนเองเป็นจุดสนใจ ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชิสา ปงคำเพย (2547) ที่ศึกษาการขัดเกลาทางสังคมกับพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนของวัยรุ่นในสถาบันอุดมศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเพื่อนเป็นสถาบันที่มีส่วนปลูกฝังให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคนิยม พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พฤติกรรมการเล่นการพนัน พฤติกรรม

การใช้ สารเสพติดและพฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์อย่างเสรี เนื่องจากเกิดกระบวนการเลียนแบบภายในกลุ่ม ปัจจัยทางสังคมประการต่อมา คือ สถาบันการศึกษา นับว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ถูกระบุว่าเป็นสาเหตุของพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนหนึ่งเห็นว่า ระบบการศึกษาในปัจจุบันนั้นไม่เอื้อต่อการส่งเสริมการพัฒนากระบวนการคิด การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน เยาวชนจึงขาดการศึกษาไม่ได้รับการแนะนำในการบริโภคสื่อที่ถูกต้อง ปัจจัยนี้จึงสะท้อนถึงความบกพร่องในการแสดงบทบาทของสถาบันการศึกษาที่มีใช้เพียงระดับอุดมศึกษา แต่เริ่มนับตั้งแต่โรงเรียนเป็นต้นมาซึ่งจากการเสวนา “ปัญหาความรุนแรงในโรงเรียนและแนวทางในการแก้ไข” โดยการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) นั้นชี้ว่า เด็กเรียนรู้จากผู้ใหญ่และถูกปลูกฝังความก้าวร้าว ยกย่องความรุนแรง การล้อเลียนเหยียดหยามในสื่อต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ เกมที่สอนวิธีการก่ออาชญากรรมทุกรูปแบบล้วนปลูกฝังให้เด็กเกิดพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง ขณะที่กระทรวงศึกษาธิการไม่ได้สอนวิธีอื่นให้ครูในการแก้ปัญหาเพียงแต่สอนนักเรียนให้เรียนเก่งแต่ไม่ได้สอนการจัดการพฤติกรรมเด็ก (ข่าวสด, 9 กุมภาพันธ์ 2550 : ออนไลน์) นอกจากนี้ในส่วนของสื่อมวลชนเองก็เป็นสาเหตุของพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารประกอบกับสภาพสังคมที่มีเสรีภาพในการสื่อสารมากขึ้นและการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมสื่อมวลชนทำให้สื่อต่างๆ สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมากอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และครอบคลุม จากสมรรถนะดังกล่าวของสื่อมวลชน ทำให้สื่อนับเป็นสถาบันทางสังคมที่มีบทบาทและทรงพลังอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน แต่จุดสำคัญที่เป็นปัญหาที่ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์กันมาก ได้แก่ การขาดจรรยาบรรณของสื่อโดยมุ่งหาผลประโยชน์ผลกำไรเป็นหลัก และสาเหตุอีกประการหนึ่ง นั่นคือการ

ปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการสื่อแต่ไม่ได้ดำเนินการตามมาตรฐานทางกฎหมายอย่างเคร่งครัด ปัจจัยต่างๆเหล่านี้เป็นส่วนเสริมสำคัญทำให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษา ยังไม่สามารถลดความรุนแรงของปัญหาลงได้

การอภิปรายผลจากข้อค้นพบตามสมมติฐานการวิจัย

จากผลวิจัยที่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

1. การควบคุมตนเองมีความสัมพันธ์ทาง บวก สูงสุดกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา แสดงว่า นักศึกษาที่มีการควบคุมตนเองสูง ทำให้มีพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาสูงด้วย การที่พบผลเช่นนี้ เนื่องมาจากการควบคุมตนเองเป็นปัจจัยที่มีอยู่ในตัวบุคคลอยู่แล้ว การควบคุมตนเองเป็นความสามารถในการกำหนดตนเองของบุคคลทั้งด้านความคิด อารมณ์ ความรู้สึกและการกระทำ หากบุคคลมีความสามารถในการควบคุมตนเองสูงก็จะสามารถละเว้นการกระทำที่ไม่เกิดผลดีแก่ตน ผลวิจัยที่พบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของผจญจิต อินทสุวรรณและคณะ (2547) ที่พบว่า การควบคุมตนเองเป็น ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. การรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวก รองลงมา แสดงว่า การที่นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมีการรู้เท่าทันสื่อสูงทำให้มีพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาสูงด้วย การที่พบผลเช่นนี้ อธิบายตามแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อได้ว่าบุคคลที่มีการรู้เท่าทันสื่อสูงจะสามารถวิเคราะห์ วิพากษ์ ประเมินสิ่งที่สื่อเสนอได้และสามารถเลือกรับและใช้ประโยชน์จากเนื้อหาสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มากยิ่งขึ้น (Baran, 2004:50 & Davis, 1992: online) โดยการรู้เท่าทันสื่อจะช่วยเสริมสร้างพลังอำนาจให้ผู้รับสื่อสามารถที่จะเลือกรับและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ ในบริบทต่างๆ และสามารถใช้ประโยชน์จากเนื้อหาสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Halliday & Blackburn, 2003: online; Baran, 2004: 50) สอดคล้องกับงานวิจัยของคูเซล (อดุลย์ เพ็ชรรุ่งโรจน์, 2543: 139 อ้างอิงจาก Kusel, 1999) ที่ได้ทำการศึกษาเพื่อสอนวัยรุ่นหญิงให้รู้จักวิเคราะห์เชิงวิพากษ์สารที่มาจากสื่อเพื่อให้พวกเขารู้จักตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับมาตรฐานของรูปลักษณ์ภายนอกและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่ไม่ดีต่อสุขภาพ ผลวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มทดลองเมื่อเปรียบเทียบผลการทดสอบก่อนกับผลการทดสอบหลัง พบว่า ระดับของการอดอาหาร ความไม่พอใจรูปร่าง ความคาดหวังและความปรารถนาในรูปร่างลดลงอย่างมีนัยสำคัญและการเห็นคุณค่าในตนเองเพิ่มขึ้นกว่าก่อนการทดลอง

3. การใฝ่รู้มีความสัมพันธ์ทางบวกรองลงมา กล่าวคือ การที่นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมีการใฝ่รู้สูงทำให้มีพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาสูงด้วย เนื่องจากการใฝ่รู้เป็นคุณลักษณะของความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้อย่างสม่ำเสมอ นับเป็นคุณสมบัติที่เอื้ออำนวยต่อการคิด(ทฤษฎี แคมมณีและคณะ, 2544: 106)และส่งผลต่อพฤติกรรมและการกระทำของบุคคล พฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาเป็นการกระทำที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และไตร่ตรองอย่างมีเหตุผลก่อนที่จะตัดสินใจเลือกบริโภคสื่อ ข้อมูลข่าวสาร การกระทำดังกล่าวต้องผ่านกระบวนการคิด ดังนั้นการใฝ่รู้จึงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา

4. การตระหนักถึงผลกระทบของสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกรองลงมา กล่าวคือ การที่นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมีการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสูงทำให้มีพฤติกรรมการ



บริโภคนิสัยด้วยปัญญาสูงด้วย การที่พบผลเช่นนี้ เนื่องจากการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อเป็นผลมาจาก การที่บุคคลนั้นมีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบของสื่อที่มีต่อบุคคล การตระหนักเป็นพฤติกรรมขั้นต้นทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก จัดเป็นพฤติกรรมทางด้านจิตพิสัย (Affective domain) ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรม ทั้งนี้พอตเตอร์ (Potter,2005) ได้กล่าวไว้ว่า การตระหนักรู้ในผลกระทบของสื่อจะช่วยให้ผู้บริโภคนิสัยปกป้องตนเองได้ การจะไม่ให้ผู้บริโภคนิสัยตกเป็นเหยื่อของการนำเสนอของสื่อแนวทางหนึ่งต้องทำให้ผู้บริโภคนิสัยตระหนักและเข้าใจถึงผลกระทบของสื่อ ผู้รับสื่อต้องไม่คิดว่าสื่อมีผลกระทบเพียงแค่นางกลุ่ม การที่ผู้รับสื่อมีความรู้ความเข้าใจถึงผลกระทบของสื่อจะทำให้สามารถตัดสินใจได้ว่า ผลแบบใดที่ต้องการและผลแบบใดที่ควรต้องหลีกเลี่ยง การตระหนักรู้ในผลกระทบของสื่อ จะช่วยให้ผู้รับสื่อปกป้องตนเองได้

ผลวิจัยที่สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยทางสังคมทุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ พฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญาของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ปัจจัยดังนี้

1. อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกสูงสุดกับพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญาซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของผจญจิต อินทสุวรรณและคณะ (2547) ที่พบว่า อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกสูงสุดกับพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกรองลงมา กล่าวได้ว่า การที่นักศึกษาได้รับการถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวสูง ทำให้มีพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญาสูงด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของผจญจิต อินทสุวรรณและคณะ (2547) ที่พบว่า ประสบการณ์ในครอบครัวเป็น

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ในงานวิจัยของ ดวงเดือน พันธุมนาวิน อรพินทร์ ชูชมและสุภาพร ลอยด์ (2529) ที่ศึกษาบทบาทของครอบครัวในการควบคุมอิทธิพลของสื่อ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนอายุ 10-15 ปี จำนวน 1,600 คนจากโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลวิจัยพบว่า ผู้ปกครองที่รายงานว่ามีการควบคุมเด็กในด้านการเปิดรับสื่อด้านการเข้าใจเนื้อหาจากสื่อมวลชนและด้านการยอมตามการชักจูงจากสื่อมวลชนมากเท่าใด เด็กในปกครองรายงานว่าได้อ่านสิ่งพิมพ์มากและชอบอ่านเนื้อหาที่มีประโยชน์มากด้วย ส่วนเด็กที่รายงานว่าชอบชมรายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์จะเป็นเด็กที่รายงานว่าถูกอบรมเลี้ยงดูแบบใช้เหตุผลมากด้วย

ผลวิจัยที่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมสามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญาของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นตัวทำนายที่มีอิทธิพลทางบวกสูงที่สุดในการทำนายพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญา รองลงมาอันดับสอง คือ การควบคุมตน อันดับสาม คือ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนและการเฝ้ารู้เป็นตัวทำนายพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญาที่มีอิทธิพลเป็นอันดับที่สี่ในการทำนายพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญา โดยทั้งสี่ตัวแปรนี้ร่วมกันทำนายพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญาได้ร้อยละ 40.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.001 และจากผลวิจัย พบว่า การรู้เท่าทันสื่อมีอิทธิพลทางบวกสูงสุดต่อการทำนายพฤติกรรมการบริโภคนิสัยด้วยปัญญา ข้อค้นพบนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของพอตเตอร์ (Potter, 1998: 5) ที่มองว่า ผู้รับสื่อที่มีการรู้เท่าทันสื่อในระดับสูงจะสามารถควบคุมผลกระทบจากสื่อได้ กล่าวคือ จะรู้ว่าผลกระทบอะไรจากสื่อที่เกิดขึ้นกับเราและรู้วิธีการที่จะ

จัดการรับผลกระทบของสื่อเหล่านั้นได้ ผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสูงจะสามารถเข้าใจในเนื้อหาของสื่อได้ดีและมีการตัดสินใจที่ดีขึ้นว่าจะเลือกเชื่อหรือไม่เชื่อเนื้อหาจากสื่อเหล่านั้นได้มากขึ้นเพียงใดไปจนกระทั่งมีความสามารถในการใช้สื่อเพื่อความสัมพันธ์ที่ผลตามวัตถุประสงค์ของตนเองได้

ผลวิจัยครั้งนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการควบคุมตนเองเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาที่มีอิทธิพลสูงเป็นอันดับสอง ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของผจญจิต อินทสุวรรณและคณะ (2547) ที่พบว่า การควบคุมตนเองเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงที่สุดในการทำนายพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา และสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศหลายเรื่องพบว่า การควบคุมตนเองเป็นลักษณะภายในตัวบุคคลที่สามารถควบคุมการคิด อารมณ์ การกระทำที่ไม่พึงปรารถนา (Tangney et al., 2004) โดยพบว่าบุคคลที่มีการควบคุมตนเองได้มีความสามารถในการยับยั้งความอยากในการบริโภคอาหาร สุรา ยาเสพติดและประหยัดในการใช้เงิน ผลวิจัยนี้จึงยืนยันแนวคิดที่ว่าบุคคลที่มีความสามารถในการควบคุมตนเองก็จะสามารถทำนายว่าบุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา

อิทธิพลของ กลุ่มเพื่อน เป็นตัวทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาที่มีอิทธิพลสูงเป็นอันดับสาม ตัวแปรดังกล่าวเป็นปัจจัยทางสังคมเพียงตัวเดียวที่สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา ทั้งนี้เนื่องมาจากนักศึกษาระดับอุดมศึกษาจัดอยู่ในช่วงของวัยรุ่นซึ่งเป็นช่วงอายุที่ครอบครัวจะมีบทบาทความสำคัญลดน้อยลง แต่กลุ่มเพื่อนจะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อพัฒนาการทางสังคมและการรู้คิด (Berns, 2004) โดยเฉพาะการถ่ายทอดจากการเห็นแบบอย่าง วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของช่วงวัยนี้เป็นอย่างมาก พฤติกรรมการ

บริโภคของคนในวัยนี้จึงมักจะกระทำตามกลุ่มเพื่อน ข้อค้นพบที่ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 255-306) ที่กล่าวถึงอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่น เนื่องจากวัยนี้เป็นวัยที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด เมื่อมีปัญหาก็ปรึกษาเพื่อนเป็นอันดับแรก ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผจญจิต อินทสุวรรณและคณะ(2547) ที่พบว่าอิทธิพลของเพื่อนเป็นตัวทำนายที่มีอิทธิพลสูงต่อพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญา

การไม่รู้เป็นตัวทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาที่มีอิทธิพลเป็นอันดับที่สี่ ข้อค้นพบนี้ยืนยันแนวคิดของวัลนิกา ฉลากบาง(2548: 30) ที่เสนอว่า สาเหตุของการบริโภคโดยขาดปัญญา สาเหตุประการหนึ่งเกิดจากความไม่รู้ หรือ ความอ่อนแอทางปัญญา ดังนั้นถ้าจะแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้จำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็งทางปัญญาให้เกิดขึ้นด้วยการให้ความรู้ ความเข้าใจเพื่อให้รู้จักคิดอย่างรอบคอบลึกซึ้ง เมื่อมีความเข้มแข็งทางปัญญาซึ่งเป็นความเข้มแข็งที่แท้ที่เกิดจากฐานภายในจะทำให้เจตคติหรือท่าทีต่อสิ่งต่าง ๆ เปลี่ยนไป จัดเป็นความเข้มแข็งทางจิตใจและจะส่งผลให้พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงและเกิดความเข้มแข็งทางพฤติกรรมขึ้นมาแทนที่

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้จะเห็นได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่าทั้งปัจจัยที่เป็นสาเหตุของพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับ อุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ปัจจัยหลักสำคัญสองประการ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่เกิดจากตัวนักศึกษาและปัจจัยทางสังคมหรือปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญา สังคมของแบนดูรา (Bandura, 1986) ที่เชื่อว่า พฤติกรรมของคนเรานั้นไม่ได้เกิดขึ้นและเปลี่ยน

แปลงไป เนื่องจากปัจจัยทางสภาพแวดล้อมแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่จะต้องมีปัจจัยส่วนบุคคลร่วมด้วยและการร่วมของปัจจัยส่วนบุคคลนั้นจะต้องร่วมกันในลักษณะซึ่งกันและกันกับปัจจัยด้านพฤติกรรมและสภาพแวดล้อม

จากข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะนำไปสู่การกำหนดข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ปกครอง/สมาชิกในครอบครัว

ผู้ปกครอง/สมาชิกในครอบครัว ควรเป็นต้นแบบที่ดีในการเปิดรับสื่อสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ ให้คำแนะนำอบรมสั่งสอนดูแล บุตรหลานอย่างใกล้ชิด มีส่วนร่วมในการรับชมสื่อ ปลูกฝังพฤติกรรมใฝ่รู้ใฝ่เรียนให้แก่บุตรหลาน นอกจากนี้ควรอบรมและฝึกให้บุตรหลานมีความสามารถในการควบคุมตนเอง โดยสอดแทรกในการอบรมเลี้ยงดู และเปิดโอกาสให้ความคิดเห็นและร่วมหาทางออกเมื่อเกิดสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมตนเองจะทำให้บุตรหลานเกิดการจดจำได้ดีขึ้นและสามารถนำสิ่งเหล่านี้มาปรับใช้ในการควบคุมตนเองได้

2. สถาบันการศึกษา

2.1 ผู้บริหาร ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา ควรจัดหลักสูตรให้มีรายวิชาการรู้เท่าทันสื่อ สำหรับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ บริการสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพและเพียงพอต่อความต้องการของผู้เรียน

2.2 อาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ที่ปรึกษา ควรจัดการเรียนการสอนโดยสอดแทรกในเรื่องของการฝึกคิดวิเคราะห์วิพากษ์สื่อ ประเมินเนื้อหาสิ่งที่สื่อนำเสนอ ฝึกให้ผู้เรียนรู้จักตั้ง ข้อสงสัยกับสิ่งที่สื่อเสนอ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งควร

จัดกิจกรรมพัฒนาตนเองโดยใช้แนวคิดการควบคุมตนเอง สอดแทรกกิจกรรมที่เกี่ยวกับการควบคุมตนเอง หรือใช้เป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตรโดยจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา

3. กลุ่มเพื่อน

ผู้ปกครองและครูอาจารย์ควรตระหนักถึงความสำคัญของอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเพราะในวัยนี้เป็นวัยที่พร้อมจะซึมซับ เอาแบบอย่างตามเพื่อน ควรมีการจัดตั้งเครือข่ายกลุ่มวัยรุ่นในการจัดทำกิจกรรมสื่อสร้างสรรค์ต่างๆ และขยายเครือข่ายสู่กลุ่มวัยรุ่นในสังคมในระดับที่กว้างขวางมากขึ้น

4. สื่อมวลชน

สื่อมวลชนควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมผลิตและนำเสนอสื่อเชิงสร้างสรรค์สังคม แม้ว่าธุรกิจสื่อจะมีการแข่งขันกันสูง แต่กลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์จะเป็นผลดีต่อทั้งผู้ผลิตสื่อ เยาวชนและสังคมในระยะยาว รวมทั้งควรมีการควบคุมการนำเสนอเนื้อหาในสื่อให้เหมาะสมและพอดี ควรนำเสนอสาระความรู้ที่ผ่านการตรวจสอบกลั่นกรองก่อนที่จะนำเสนอสู่สาธารณะ

5. เจ้าหน้าที่ของรัฐ

เจ้าหน้าที่ของรัฐควรดำเนินการควบคุมสื่อที่ไม่เหมาะสมอย่างเคร่งครัด เพื่อให้สื่อต่างๆ เห็นถึงมาตรการการลงโทษและยับยั้งการผลิตและนำเสนอสื่อที่ไม่เหมาะสม นอกจากนี้ควรดำเนินการออกมาตรการทางกฎหมายที่ยังมิได้ครอบคลุมสื่อที่ไม่เหมาะสมต่างๆ อย่างเร่งด่วน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าการรู้เท่าทันสื่อ การควบคุมตนเอง และการใฝ่รู้ เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่สามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นได้ ตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา ดังนั้นควรทำการวิจัยเชิงทดลองเพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นการ

ส่งเสริมสร้างการควบคุมตนให้กับผู้เรียนควบคู่ไปกับการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ และการส่งเสริมพฤติกรรมใฝ่รู้ใฝ่เรียนควบคู่กันไป เพื่อจะได้นำไปสู่การพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาต่อไป

2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาในรูปแบบการวิจัยระยะสั้น แต่ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยเด็ก 10-12 ปี หรือ กลุ่มที่มีอายุช่วง 13-17 ปี ซึ่งมีระดับพัฒนาการที่แตกต่างจากช่วงวัยที่ศึกษาครั้งนี้

3. การวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Path Analysis) เพื่อทำให้ทราบว่าตัวแปรใดมีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษา

4. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมสามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาได้ร้อยละ 40 แสดงว่ายังมีตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาได้อีก โดยอาจเพิ่มเติม ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมที่สำคัญอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา เช่น แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความเชื่ออำนาจในตน การเห็นคุณค่าในตน การคิดแบบโยนิโสมนสิการ การสนับสนุนทางสังคม เข้ามาร่วมศึกษาเพื่อทำนายพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาซึ่งจะช่วยให้แนวทางในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญามีความชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

โครงการเรียนรู้เท่าทันเฝ้าระวังสื่อกลุ่มเยาวชนชนพืทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2552. จาก <http://www.childmedia.net>.

จุฑาพัฒน์ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. (2547). *ปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

แฉใจไทย “สำนักเสรีภาพ” อายุต่ำกว่า 19 คลอดลูกปีละ 70,000 ราย (2549,27 ธันวาคม). *ผู้จัดการออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2551.

ดวงเดือน พันธมนาวิน อรพินทร์ ชุชม และสุภาพร ลอยด์. (2529). *รายงานการวิจัยเรื่องการควบคุมอิทธิพลสื่อมวลชนของครอบครัวกับจิตลักษณะที่สำคัญของเยาวชนไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นภินทร ศิริไทย. (2547). *ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพภูมิคุ้มกันสุขภาพที่ดีสำหรับเด็กและเยาวชนในการพัฒนาองค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพสู่หลักสูตรในระบบและนอกระบบการศึกษาของไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

ทิตนา แคมมณีและคณะ. (2544). *วิทยาการด้านการคิด*. กรุงเทพฯ: เดอะมาสเตอร์กรุ๊ปแมนเนจเม้นท์.

- พนิตดา วงษ์แจ้และดวงนภา ปานเพชร. (2544). อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพของเด็กไทย. *เพื่อนสุขภาพ*, 13 (1).
- ผจงจิต อินทสุวรรณ และคณะ. (2547). *รายงานการวิจัยฉบับที่ 99 เรื่อง การวิจัยและพัฒนาพฤติกรรม การบริโภคด้วยปัญญาของเยาวชน*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มะลิ วิมาโน. (2540). *บริโภคด้วยปัญญา: พัฒนาสู่เยาวชน*. ภาคนิพนธ์. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัธยม-มหาลัย 16% มีเช็คส์แล้ว เฉลี่ยแอบทำคลอดวันละ 140 คน. (2549, มกราคม 5). *มติชนรายวัน*. หน้า 13.
- ยงยุทธ์ วงศ์ภิรมย์ศานติ. (2547). *สรุปปาฐกถา เรื่อง ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพในสังคมไทยใน การพัฒนาองค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ สู่หลักสูตรในระบบและนอกระบบการศึกษาของไทย*. หน้า 5-8. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- รดี ธนารักษ์. (2544). *การเปิดรับชมโฆษณาทางโทรทัศน์ของนักศึกษาอุดมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาพิเศษ ศศ.ม. (นิเทศศาสตร์)*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วัลนิกา ฉลากบาง.(2548). *การพัฒนาความสามารถในการรู้จักคิดแบบโยนิโสมนสิการและการบริโภคด้วยปัญญาของนักศึกษาสถาบันราชภัฏสกลนคร*. ปรินญาณินพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สภาวการณ์เด็กไทยในรอบปี 2550 - 2551. (2552, มกราคม 7). *มติชนออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2552.
- สองวิชาติความรุนแรงในโรงเรียน ครูเรียนจริยธรรม-นักเรียนเรียนสันติศึกษาหนังสือพิมพ์. (2550, กุมภาพันธ์ 9). สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2552. *ข่าวสดออนไลน์*.
- อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์.(2543). *การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อสำหรับการวิจัยสื่อสารมวลชน*. วิทยานิพนธ์ ว.ม (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัญชิสา ปงคำเพย. (2547). *การขัดเกลาทางสังคมกับพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนของวัยรุ่นในสถาบันอุดมศึกษา จังหวัดพิษณุโลก*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สังคมศึกษา). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์.(2540). *การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ค.ด. (เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- American Academy of Pediatrics , Committee on Public Education. (2001). Sexuality, contraception and the media. *Pediatrics*, 107, 191-194.
- Bandura, A.(1986). *Social foundations of thought and action : A social cognitive theory*. Englewood Cliff. New Jersey : Prentice Hall.
- Baran, S.J.(2004). *Introduction to mass communication*. (3rd ed.) Boston: McGrawHill.
- Berns, R.N.(2004). *Child, family, school, community: Socialization and Support*. Thomson: Australia.
- Brown, J.D.; Greenberg , B.S & Buerkel-Rothfuss N.L.(1993). *Mass media, sex and sexuality*.

- Adolesc Med*, 4, 511-525.
- Buckingham,D.(2003). *Media education: literacy, learning and contemporary culture*. Blackwell: U.K.
- Davis,F.(1992). Media literacy : From activism to exploration .*Background paper for the national leadership conference of media literacy*. Retrieved July 28 , 2005, from www.medialit.org/reading_room/pdf/357_AspenBkgnd_Davis.pdf
- Halliday,A.& Blackburn, D.(2003). *Media literacy for global citizenship*. Retrieved August 15,2005,from www.worldvision.ca/home/media/MediaLit.pdf.
- Hindin,T.(2001).*Development and evaluation of a nutrition education intervention on head start parents' ability tomMediate the impact of television food advertising to their children*. Retrieved April 12, 2006, from <http://proquest.umi.com/pqdweb?>.
- Pearson,J.C.;&Nelson,P.E.(2000).*An introduction to human communication : Understandingand sharing*. 8th ed. New York : McGraw Hill .
- Potter,W.J.(1998).*Media literacy*. California : Sage public.
- _____.(2005).*Media literacy*.3rd.ed. California : Sage public.
- Tangney,J.P., Baumeister, R.F., & Boone, A.L. (2004). High self control predicts good adjustment, less pathology, better grades and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271-322.