

## สาขาวารสารสนเทศ

## พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ของวัยรุ่นไทย

นิริวัต กระตือองาน<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน Facebook เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยมอย่างมากในประเทศไทย มีกลุ่มผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัย สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา และนับว่า Facebook มีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น จนกลายเป็นการสื่อสารสมัยใหม่ที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันโดยมีส่วนร่วมช่วยทั้งในเรื่องการศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร ความบันเทิงการพักผ่อนหย่อนใจ การที่เกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้นในปัจจุบันนี้มาจากการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ เกิดเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลช่องทางใหม่ซึ่งส่วนใหญ่จะเริ่มพัฒนามาตั้งแต่ยังไม่รู้จักกันมาก่อน จนพัฒนาจนกลายเป็นการสนิทสนมกันในเวลาต่อมา ดังนั้นการใช้บริการของเครือข่ายทางสังคมออนไลน์นี้กลุ่มที่นับว่าเป็นผู้บริโภคอย่างเด่นชัดก็คือ กลุ่มผู้ใช้ที่เป็นวัยรุ่น โดยการแบ่งประเภทของวัยรุ่นตามแนวของสังคมวิทยาได้จำแนกประเภทเป็น Generation ต่าง ๆ โดยที่แต่ละประเภทรุ่นนั้นขึ้นอยู่กับปีที่เกิด รวมถึงทัศนคติและความคิดต่าง ๆ เช่น Generation X, Generation Y, Generation Z เป็นต้น

การศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นปัจจุบันการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เริ่มมีความรุนแรง ก่อให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใหม่ ที่มีแนวโน้มหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์กับคนในครอบครัวและจะให้ความสนใจกับบุคคลอื่นที่อยู่ในสังคมออนไลน์มากกว่า ซึ่งมีผลทำให้เกิดช่องว่างระหว่างคนในครอบครัว ความรักและความผูกพันลดน้อยลง

**คำสำคัญ:** พฤติกรรม , Facebook , วัยรุ่น

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์: teeyajok01@hotmail.co.th

## การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา

ภัทรดา มณี<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

ในปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในรัฐบาลยุคคณะรักษาความสงบแห่งชาติหรือคสช. เป็นคณะผู้ยึดอำนาจการปกครอง โดยรัฐประหารยึดอำนาจการปกครอง ตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 โดยมีพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นหัวหน้าคณะและเป็นนายกรัฐมนตรีในเวลาต่อมา จนถึงปัจจุบัน ต่อมาจากรายการประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาล 2 รายการ ได้แก่ รายการเดินหน้าประเทศไทย เวลา 18.00 น. ของทุกวัน และรายการคืนความสุขให้คนในชาติ ทุกวันศุกร์ เวลาประมาณ 20.15 น. ผ่านทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ ทั้งสองรายการเป็นประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยราชการของรัฐ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าการบริหารประเทศของรัฐบาล ต้องได้รับการสนับสนุนจากประชาชน การทำงานที่สอดคล้องกันกับทุกภาคส่วนอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ แต่รัฐบาลจะต้องทำการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีความเข้าใจนโยบายการดำเนินงานของรัฐบาล รายการประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาล 2 รายการ ที่กำลังเข้าสู่ปีที่ 4 การมีรายการประชาสัมพันธ์ของรัฐเป็นเรื่องที่ดี เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เพื่อให้รัฐได้มีโอกาสประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ให้ประชาชนได้รับรู้ เข้าใจนโยบายการดำเนินงานของรัฐบาล และส่วนราชการทั้งหลายรวมทั้งการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือการออกกฎหมายใหม่เพื่อให้เกิดความร่วมมือปฏิบัติอย่างถูกต้อง การมีรายการประชาสัมพันธ์ของรัฐไม่ใช่เรื่องดีเพียงเกิดขึ้น ก่อนหน้านั้นต่างประเทศก็มี หรือแม้แต่รัฐบาลก่อนหน้ามีรายการประชาสัมพันธ์เพื่อโครงการนโยบายต่างๆของรัฐ

คำสำคัญ: สื่อ, ประชาสัมพันธ์, รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์: pattaradaa@gmail.com

## การเกษตรไทยแลนด์ 4.0 ในยุคการพัฒนาด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี Agriculture Thailand 4.0 in the development of innovation and technology.

ศศิมา แก้วสุมา<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การเกษตรในปัจจุบันก้าวเข้าสู่ไทยแลนด์4.0 ซึ่งเป็นนโยบายพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งนโยบายนี้ให้ความสำคัญกับการเกษตรเป็นอันดับแรก ให้เป็น'ทำน้อยได้มาก' โดยยกตัวอย่าง การทำเกษตรอินทรีย์และนำนวัตกรรมเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง คือ ไร่ธรรมชาติ เพราะเป็นตัวอย่างที่ตรงกับนโยบาย การเกษตรไทยแลนด์4.0 ซึ่งเจ้าของไร่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกการเกษตร รักธรรมชาติ และอีกหนึ่งตัวอย่าง คือ ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลของการทำเกษตรอินทรีย์ให้เข้าถึงง่ายมากขึ้น โดยนำเสนอผ่านโซเชียล

การเกษตรไทยแลนด์4.0 ช่วยทำให้สินค้าเกษตรมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น น่าสนใจ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น นโยบายดังกล่าวทำให้คนเห็นคุณค่าการเกษตร อยากรักษาการเกษตร และสอดคล้องตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น ผลิตนี้ได้เร็วทำให้พวกเขามีกำลังใจในการรักษาการเกษตร

**คำสำคัญ:** การเกษตร , ไทยแลนด์ 4.0 , พัฒนา , นวัตกรรม , เทคโนโลยี

---

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## พฤติกรรมและปัจจัยในการรับชมละครเรื่องบุพเพสันนิวาสของคนทั่วไปใน เขตกรุงเทพมหานคร

วานัสนันท์ อุดินันท์<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการรับชมละครเรื่องบุพเพสันนิวาสของคนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้คือ คนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร เพศชาย หญิง เพศทางเลือก ที่มีอายุระหว่าง 13-30 ปีขึ้นไป จำนวน 165 คน เครื่องมือที่ใช้การเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมละครเรื่องบุพเพสันนิวาส โดยรับชมละครรับชมแบบสดผ่านโทรทัศน์และตั้งใจดูไม่เปลี่ยนช่องคิดเป็นร้อยละ 66% และได้นำความรู้เกี่ยวกับละครที่ให้แก่คิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์มาวิพากษ์วิจารณ์ และคิดว่าการรับชมละครเรื่องบุพเพสันนิวาส ทำให้กลับมาติดตามชมละครในโทรทัศน์มากกว่าเดิม ซึ่งมีผลต่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้รับชมละครเรื่องบุพเพสันนิวาสมาจากความชื่นชอบในความสามารถของนักแสดง ตัดละครพระ-นาง บทละคร เนื้อเรื่อง ผู้กำกับการแสดง การดำเนินเรื่องของตัวประกอบ เพลงประกอบละคร และสถานที่ถ่ายทำละคร

**คำสำคัญ :** ละครโทรทัศน์, ละครเรื่องบุพเพสันนิวาส, สื่อวิทยุโทรทัศน์

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ กลุ่มสาขาวิชานิตศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์ : im\_wanassanun@hotmail.com

## พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของนักศึกษา

พิมพ์ศิริ โคมศิริ<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารนับเป็นทรัพยากรทางสังคมที่มีค่าของคนทั่วไปในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อ ทักษะคิดและพฤติกรรมเรื่องใดเรื่องหนึ่งอันมีผลต่อการดำรงชีวิตในสังคม ผู้ใช้สามารถรับรู้ข้อมูลเหตุการณ์ต่างๆ และสามารถสื่อสารสนทนาผ่านได้ทั่วโลก สามารถทำได้ในเวลาอันรวดเร็วง่ายต่อการใช้งานไม่จำกัด นอกจากนี้ ยังพบว่าโซเชียลมีเดียมีคุณลักษณะของการสื่อสารแบบการแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ แตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่น สื่อโซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่ควบคุมได้โดยผู้ใช้งานสามารถเปิดรับข่าวสารที่ต้องการ และสามารถปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่ไม่น่าสนใจได้ ที่ต้องการเปิดรับข่าวสารมากกว่าสื่ออื่นๆ

การศึกษางานวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 19-21 ปี มีอัตราการใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ เวลาในการใช้ครั้งละ 1-3 ชั่วโมง โดยส่วนใหญ่เคยใช้บริการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่มีใน Facebook ซึ่งประกอบด้วย การโต้ตอบสนทนากัน การเข้าร่วมกลุ่มต่างๆ การเล่นเกม การตอบคำถาม การแชร์รูปภาพและวีดีโอ การค้นหาเพื่อนเก่า การกดไลค์ การมีพฤติกรรมความหลงใหลจนผิดปกติ และการติดการใช้งานเป็นผลมาจากการรับรู้ความเพลิดเพลินและอิทธิพลทางสังคม ซึ่งอธิบายได้ว่า การที่กลุ่มวัยรุ่นมีความเพลิดเพลินในการใช้โซเชียลมีเดียทำให้เกิดความรู้สึกกังวลหรือหมกมุ่นว่าจะต้องเข้าไปใช้งานอีกจนกลายเป็นความหลงใหลจนผิดปกติ

**ความสำคัญ :** นักศึกษา, โซเชียลมีเดีย, พฤติกรรม

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ กลุ่มสาขาวิชานิตศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์ : amzaa\_22@hotmail.com

## จริยธรรมการพาดหัวข่าวสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน

แพรวเพชร นุชพงษ์<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจริยธรรมการพาดหัวข่าวสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบัน เนื่องจากสื่อออนไลน์เข้ามา มีบทบาทสำคัญกับมนุษย์ ทั้งในด้านการติดต่อสื่อสาร และการรับรู้ข่าวสารในปัจจุบันผ่านโลกออนไลน์ ที่รวดเร็วและสะดวก ทำให้สื่อออนไลน์เป็นสิ่งที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์สมัยใหม่ที่ยึดติดกับโลกโซเชียลมากกว่าโลกแห่งความจริง

จากการศึกษานี้พบว่า อิทธิพลของสื่อออนไลน์ได้เพิ่มมากขึ้นและมีประเด็นทางจริยธรรมในวิชาชีพเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งสื่อโซเชียลมีเดีย เป็นแหล่งข่าวที่ถือว่าเร็วที่สุดในปัจจุบัน และสาเหตุหลักที่สื่อมวลชนไทยเขียนพาดหัวข่าวที่ไร้จรรยาบรรณ เกินจริง เพราะต้องการจำนวนกดไลค์ จำนวนกดแชร์ หากยิ่งพาดหัวน่าสนใจ ผู้คนก็จะกดเข้ามาอ่านมากยิ่งขึ้น เป็นการหารายได้ที่ผิดหลักจริยธรรมของนักข่าว โดยไม่คำนึงถึงความจริงที่ต้องการนำเสนอ ทำให้ข่าวบิดเบือน หากความจริงไม่ได้ ส่วนใหญ่มักจะเอาเฉพาะประเด็นที่คิดว่ามีผู้คนติดตามอ่านในปริมาณมากมานำเสนอ ทำให้ในสังคมปัจจุบันสื่อต้องแข่งขันกันแสวงหาผลกำไร โดยไม่ตระหนักถึงหลักจริยธรรมของวิชาชีพ ลืมคำนึงถึง “จิตสำนึก” ของผู้ที่กำลังทำหน้าที่สื่อมวลชน ซึ่งต้องยึดหลักจริยธรรมในการนำเสนอความจริง ความถูกต้อง ที่มาควบคู่กับจรรยาบรรณของวิชาชีพผู้สื่อข่าว

สรุปผลการศึกษานี้ จากการพาดหัวข่าวที่ไร้จรรยาบรรณที่ยังคงเกิดขึ้นในสังคมไทยนั้น ทำให้สื่อมวลชนไทยเสื่อมเสียชื่อเสียง ขาดความน่าเชื่อถือขององค์กร โดยจะต้องทำการแก้ไข โดยที่องค์กรสื่อมวลชนต้องตระหนักการคัดกรองบุคลากรที่จะมาทำข่าว และควรปลูกฝังเรื่องจรรยาบรรณการทำข่าวให้มากขึ้น รวมทั้ง ทุกคนต้องร่วมมือกันช่วยกันตรวจสอบกลั่นกรองข่าวสารก่อนออกสู่สาธารณชน

**คำสำคัญ:** จริยธรรม, จรรยาบรรณสื่อมวลชน, พาดหัวข่าว, สื่อออนไลน์, สื่อโซเชียลมีเดีย

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ กลุ่มสาขาวิชานิตศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์ : minoominook2@gmail.com

# การวิเคราะห์คุณค่าความเป็นข่าวและจริยธรรมสื่อมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “แหม่มโพธิ์ดำ”

ศิริวัฒน์ อโคกนันท์<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเชิงวิเคราะห์คุณค่าความเป็นข่าวทั้งคุณค่าข่าวรูปแบบเดิมและคุณค่าข่าวรูปแบบใหม่ รวมทั้งวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมสื่อมวลชนของสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “แหม่มโพธิ์ดำ” โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้แบบการลงรหัส (Coding Sheet) วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่นำเสนอทางสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “แหม่มโพธิ์ดำ” จำนวน 1 เดือน คือตั้งแต่วันที่ 1-28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2561 อันเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการวิจัยพบว่า ในสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “แหม่มโพธิ์ดำ” โดยส่วนใหญ่แล้วมีคุณค่าข่าว รูปแบบเดิมมากที่สุดในด้านความทันเหตุการณ์ ดังเช่น ข่าวคดีล่าสัตว์ป่าสงวนของนายเปรมชัย กรรณสูต รองลงมาคือด้านผลกระทบต่อสังคม เช่น ข่าวพิษสุนัขบ้าระบาดหนัก และน้อยที่สุดในด้านความมีชื่อเสียง สืบเนื่องมาจากการที่เพจเน้นการนำเสนอข่าวและการช่วยเหลือบุคคลทั่วไปด้วยดีทั้งนี้แหล่งข่าวของเพจ ส่วนใหญ่คือประชาชนผู้พบเจอกับเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วยตนเอง

คุณค่าข่าวรูปแบบใหม่ที่เฟชบุ๊กเพจ “แหม่มโพธิ์ดำ” นำเสนอมากที่สุดคือด้านกระแสสื่อสังคมออนไลน์ ดังเช่น ข่าวกรณีป่าทุบรถจอดขวางหน้าบ้าน รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ สืบเนื่องมาจากการที่เพจมีผู้ใช้คำที่ค่อนข้างใส อารมณ์ความสะใจเข้ามาเพื่อเพิ่มอรรถรสของผู้รับสารในเพจ รองลงมาคือปัญหาทางจริยธรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบ สืบเนื่องมาจากการเป็นเพจที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาข่าวและช่วยเหลือสังคมจึงต้องมีส่วนเข้าไปพัวพันกับเรื่องส่วนตัวของแหล่งข่าว ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่นำเสนอ และมีปัญหาน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับความจริงจัง สืบเนื่องมาจากการที่เพจเมื่อมีข้อมูลผิดพลาดทางเพจจะรีบแก้ไขข้อความนั้นๆ โดยทันที

ด้านการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมสื่อมวลชนของเฟชบุ๊กเพจ “แหม่มโพธิ์ดำ” พบว่ามีปัญหาทางจริยธรรมมากที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับความมีมารยาท(การใช้ภาษา) สืบเนื่องมาจากการที่เพจมีการใช้คำที่ค่อนข้างใส อารมณ์ความสะใจเข้ามาเพื่อเพิ่มอรรถรสของผู้รับสารในเพจ รองลงมาคือปัญหาทางจริยธรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบ สืบเนื่องมาจากการเป็นเพจที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาข่าวและช่วยเหลือสังคมจึงต้องมีส่วนเข้าไปพัวพันกับเรื่องส่วนตัวของแหล่งข่าว ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่นำเสนอ และมีปัญหาน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับความจริงจัง สืบเนื่องมาจากการที่เพจเมื่อมีข้อมูลผิดพลาดทางเพจจะรีบแก้ไขข้อความนั้นๆ โดยทันที

จากผลการวิจัยทำให้ได้ข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ ทางเพจแหม่มโพธิ์ดำอาจจะต้องคำนึงถึงการใส่หรือใช้อารมณ์ในการนำเสนอเนื้อหาข่าวให้มากกว่านี้ โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการใช้ภาษาให้ดีขึ้นลดการใช้อารมณ์ลงก่อนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไป

**คำสำคัญ:** คุณค่าความเป็นข่าว, จริยธรรมสื่อมวลชน, สื่อสังคมออนไลน์

<sup>1</sup> ศิริวัฒน์ อโคกนันท์ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์: monozaify@gmail.com



# การวิเคราะห์คุณค่าความเป็นข่าวและจริยธรรมสื่อมวลชนของสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “Drama-addict”

วีรวิทย์ วรพิชาสวัสดิ์<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเชิงวิเคราะห์คุณค่าความเป็นข่าวทั้งคุณค่าข่าวรูปแบบเดิมและคุณค่าข่าวรูปแบบใหม่ รวมทั้งวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมสื่อมวลชนของสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “Drama-addict” โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้แบบการลงรหัส (Coding Sheet) วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่นำเสนอทางสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “Drama-addict” จำนวน 1 เดือน คือตั้งแต่วันที่ 1-28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2561 อันเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “Drama-addict” โดยส่วนใหญ่แล้วมีคุณค่าข่าว

รูปแบบเดิม มากที่สุดในด้านความทันเหตุการณ์ ส่วนใหญ่จะนำเสนอหรือโพสต์ประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ดังเช่นข่าวประชาสัมพันธ์คนหาย รองลงมาคือด้านความมีชื่อเสียง เป็นโพสต์เกี่ยวกับบุคคลที่มีชื่อเสียง ดังเช่นข่าวเปรมชัยล่าเสือดำ และน้อยที่สุดในด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เนื่องจากเพจนี้เน้นนำเสนอเรื่องที่เป็นกระแสตอบรับเป็นส่วนใหญ่

คุณค่าข่าวรูปแบบใหม่ที่เฟชบุ๊กเพจ “Drama-addict” นำเสนอมากที่สุดคือด้านกระแสสื่อสังคมออนไลน์ ดังเช่นข่าวเปรมชัยล่าเสือดำ รองลงมาคือด้านการส่งต่อหรือการแชร์เรื่องมีประโยชน์ เช่นข่าวช่วยตามหาคนมาบริจาคเลือดสำหรับผู้ป่วยที่เสียเลือดมาก และน้อยที่สุดในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เช่นข่าวความคิดเห็นเรื่องการเมืองหรือเรื่องที่ขัดแย้งทางความคิด ซึ่งบางเรื่องไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบที่อาจมีต่อสังคม

ส่วนการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมสื่อมวลชน พบว่ามีปัญหาทางจริยธรรมมากที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับความมีมารยาท โดยมีการใช้ภาษาที่หยาบคายในการนำเสนอข่าวต่างๆ เช่น ไข่แม่เย็ด ถอกกระดูก เห็น สัส แม่ รองลงมา มีปัญหาเกี่ยวกับความเที่ยงธรรม ดังเช่นข่าวป่าทุบรถ และมีปัญหาน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับความเป็นไทยและความจริงใจ เพราะเพจนี้นำเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

จากผลการวิจัยทำให้ได้ข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ สื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กที่เป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ควรมีความรับผิดชอบต่อและควรนำเสนอข่าวที่เน้นคำนึงถึงผลกระทบที่อาจมีต่อสังคม และควรคำนึงถึงหลักจริยธรรมสื่อมวลชนในด้านความมีมารยาท (ใช้ภาษาที่ไม่หยาบคาย ไม่ลามกอนาจารหรือส่อไปในทางดังกล่าว) มากกว่านี้

**คำสำคัญ:** คุณค่าความเป็นข่าว, จริยธรรมสื่อมวลชน, สื่อสังคมออนไลน์

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์: weerawich\_oat@hotmail.com

# การวิเคราะห์คุณค่าความเป็นข่าวและจริยธรรมสื่อมวลชนของสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “Social Hunter”

ฉัตรสุดา เกตุเนย<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเชิงวิเคราะห์คุณค่าความเป็นข่าวทั้งคุณค่าข่าวรูปแบบเดิมและคุณค่าข่าวรูปแบบใหม่ รวมทั้งวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมสื่อมวลชนของสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “Social Hunter” โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้แบบการลงรหัส (Coding Sheet) วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่นำเสนอทางสื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “Social Hunter” จำนวน 1 เดือน คือตั้งแต่วันที่ 1-28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2561 อันเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ “Social Hunter” โดยส่วนใหญ่แล้วมีคุณค่าข่าว รูปแบบเดิมมากที่สุดในด้านความทันเหตุการณ์ ดังเช่นข่าว ลำดับเหตุการณ์ลำสัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร รองลงมาคือด้านความมีชื่อเสียง ดังเช่นข่าว Kerry โดยทางขนส่งออกกฎหมายใหม่ ไม่รับเคลมสินค้าที่เสียหาย และน้อยที่สุดในด้านความก้าวหน้า ดังเช่นข่าว แบงก์กิ้งเอเยนต์ “เซเวน”จะได้เป็นตัวแทนธนาคาร

คุณค่าข่าวรูปแบบใหม่ที่เฟชบุ๊กเพจ “Social Hunter” นำเสนอมากที่สุดคือด้านการส่งต่อหรือการแชร์ ดังเช่นข่าว ผากเงินเข้าบัญชี 5,000 แต่เงินเข้า 2,000 โดยผู้ที่ตกเป็นเหยื่อฝากแชร์เพื่อเป็นอุทาหรณ์ว่าควรเช็คเงินก่อนทุกครั้ง รองลงมาคือด้านกระแสสื่อสังคมออนไลน์ ดังเช่นข่าว สรุปลแล้วหวยใคร กองปราบฯ สรุปลแล้ว ใครคือเจ้าของหวย 30 ล้านตัวจริง และน้อยที่สุดในด้านประโยชน์สาธารณะ ดังเช่นข่าว กาวริงของ พี่ตูน โครงการก้าวคนละก้าว เพื่อช่วยเหลือ 11 โรงพยาบาล

ส่วนการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมสื่อมวลชนของเฟชบุ๊กเพจ “Social Hunter” พบว่า มีปัญหาทางจริยธรรมมากที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับความมีมารยาท ดังเช่นข่าว ทำร้ายครอบครัว โดยทางเพจได้โพสต์คำหยาบเกี่ยวกับข่าวนี้ รองลงมามีปัญหาเกี่ยวกับความไม่เที่ยงธรรม ดังเช่นข่าว ทนายตั้มและทนายเดชา ทางเพจได้มีเจตนาเข้าข้างข้างฝ่าย ทนายตั้ม และมีปัญหาน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับความมีน้ำใจเป็นนักกีฬา ดังเช่นข่าว เมืองพัทยาเป็นเมืองที่ขายธรรมชาติ ไม่ได้ขายเข็กล้อมที่ข่าวรายงาน เพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ประเพณีไทยมากกว่า

จากผลการวิจัยทำให้ได้ข้อเสนอนี้ที่สำคัญคือ ทางเพจของ “Social Hunter” จะต้องคำนึงถึงการ ใช้คำหรืออารมณ์ในการนำเสนอเนื้อหาข่าวให้มากกว่านี้ และผู้บริโภคข่าวก็ควรที่จะไตร่ตรองให้ดีก่อนที่จะเสพข่าวหรือแชร์ข่าว เพราะอาจจะมีผลกระทบตามมาได้

**คำสำคัญ :** คุณค่าความเป็นข่าว, จริยธรรมสื่อมวลชน, สื่อสังคมออนไลน์

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์ : aiwiz.151039@gmail.com

# ทัศนคติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อละครที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ เพศที่สาม

พิชามณัฐ ใต้รูป<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทัศนคติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อละครที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศที่สาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าตัวละครเพศที่สามมีการแต่งกายที่ดูดี ถูกกาลเทศะ เนื้อหาละครแสดงความเท่าเทียมของเพศที่สามกับตัวละครเพศอื่นๆ ตัวละครเปิดเผยความเป็นเพศที่สามของตนเองอย่างชัดเจนผ่านการแสดงออกทางบุคลิกท่าทาง ตัวละครมีจุดเด่นเฉพาะของคนที่แตกต่างจากตัวละครอื่นๆ อย่างชัดเจน ตัวละครเพศที่สามมีน้ำใจ ชอบให้ความช่วยเหลือตัวละครอื่นอยู่เสมอ และตัวละครมักใช้เหตุผลในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา ในขณะเดียวกัน ไม่ค่อยเห็นด้วยกับประเด็นที่ว่าตัวละครเพศที่สามชอบใช้คำพูดหยาบคาย ตัวละครแสดงออกถึงความไม่พอใจในเพศสภาพและมีความคิดอยากแปลงเพศอยู่บ่อยครั้ง และตัวละครเพศที่สามมักมีความคิดผิดแปลกไปจากตัวละครอื่นๆ และไม่เห็นด้วยเลยกับประเด็นที่ว่าตัวละครเพศที่สามชอบใช้ความรุนแรง

**คำสำคัญ :** ทัศนคติ, ละคร, เพศที่สาม

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสงกรานต์ จังหวัดขอนแก่น ปี 2561

ณัฐธิดา ศิลารักษ์<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งวิเคราะห์กลยุทธ์การนำเสนอสารประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวในวันสงกรานต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานขอนแก่น เก็บข้อมูลจากชาวประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในวันสงกรานต์ใน ปี พ.ศ. 2561 ของจังหวัดขอนแก่นที่เผยแพร่ในเว็บเพจและเว็บไซต์ ผลการศึกษาพบกลยุทธ์ที่ใช้ ได้แก่ (1) กลยุทธ์การสร้างสารสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยให้รายละเอียดถึงกิจกรรมและบรรยากาศของงานที่ผู้เข้าร่วมจะได้สัมผัส โดยใช้ถ้อยคำที่ สละสลวย ผ่านการพรรณนาสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถจินตนาการภาพบรรยากาศที่จะเกิดขึ้นได้ (2) กลยุทธ์การ ใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด เป็นการกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมงานเพื่อชมการแสดงดนตรีจาก นักร้องที่มีชื่อเสียง (3) กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ได้แก่ การนำเอกลักษณ์ของเมืองขอนแก่น คือความเป็นวัฒนธรรมประเพณี ความสนุกสนาน และการให้ความสำคัญกับการจัดงานเกี่ยวกับการส่งเสริมทำนุบำรุงพระศาสนา เป็นต้น (4) กลยุทธ์การ นำเสนอสารด้วยการใช้ภาษาสร้างสรรค์ โดยใช้ภาษาพรรณนารายละเอียดของการจัดงาน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็น ภาพ เกิดความคล้อยตามและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว

**คำสำคัญ :** การนำเสนอสารประชาสัมพันธ์, จังหวัดขอนแก่น, เทศกาลสงกรานต์

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## การเปรียบเทียบทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่มีต่อ รูปแบบการนำเสนอข่าวแบบตัวอักษรกับอินโฟกราฟิก

ธีรรัตน์ คงคั่น<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอข่าวระหว่างการนำเสนอข่าวแบบข้อความ และรูปแบบอินโฟกราฟิกของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยเก็บแบบสอบถามจากนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ความถี่และร้อยละ ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิงและศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 ด้านพฤติกรรมกรรมากรรับข้อมูลข่าวสารพบว่าช่องทางการรับสารส่วนใหญ่เป็นสื่อออนไลน์ และนักศึกษาส่วนมากรู้จักรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบอินโฟกราฟิกแต่ส่วนใหญ่ติดตามรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบข้อความมากที่สุด ด้านผลการสำรวจเพื่อเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบข้อความและรูปแบบอินโฟกราฟิกพบว่าความน่าเชื่อถือถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบข้อความแต่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาได้น้อย หากเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบอินโฟกราฟิกนักศึกษาส่วนใหญ่คิดว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวสามารถดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด แต่มีปัญหาด้านข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน

**คำสำคัญ :** การเปรียบเทียบ, ข่าว, อินโฟกราฟิก

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

# การรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับข้อมูลการคุมกำเนิดในสื่อสังคมออนไลน์ของ วัยรุ่นหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร

ธัญสิริ เริกเขียว<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจการรับรู้ และทัศนคติ เกี่ยวกับข้อมูลการคุมกำเนิดในสื่อออนไลน์ของวัยรุ่นหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับยาคุมกำเนิด และการคุมกำเนิดแบบอื่นๆ กลุ่มตัวอย่าง คือ วัยรุ่นหญิงในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการคุมกำเนิด

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 19 – 21 ปี กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าสื่อออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการศึกษาเรื่องการคุมกำเนิด สื่อออนไลน์ช่วยให้การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการคุมกำเนิดได้อย่างอิสระ ในขณะเดียวกัน เห็นด้วยกับประเด็น การใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการหาคำตอบเกี่ยวกับการคุมกำเนิดที่ต้องการได้ สื่อออนไลน์สามารถเปิดโลกเรื่องการคุมกำเนิดได้ดี การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการคุมกำเนิดจากสื่อออนไลน์ช่วยลดปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมได้ สื่อออนไลน์เป็นทางเลือกที่ดีอย่างมากสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเรื่องการคุมกำเนิด ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อออนไลน์นั้นมีความถูกต้อง คิดว่าการศึกษาเรื่องการคุมกำเนิดผ่านสื่อออนไลน์นั้นมีมากกว่าในห้องเรียน และเชื่อว่าการรู้จักค้นคว้า ศึกษาเรื่องการคุมกำเนิดผ่านสื่อออนไลน์เป็นเรื่องที่มีความจำเป็น

**คำสำคัญ :** การรับรู้, ทัศนคติ, สื่อสังคมออนไลน์

---

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์: [memild12maya@gmail.com](mailto:memild12maya@gmail.com)

## ความเชื่อมั่นของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ การนำเสนอข่าวทางสื่อออนไลน์

พริดา เจตีย์พราหมณ์<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ 2) เพื่อสำรวจความเชื่อมั่นที่มีต่อสื่อออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 18 – 22 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ที่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียนและนักศึกษา มีผู้ใช้บริการการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากกว่า ผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการการรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ โดยผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มีเหตุผลส่วนใหญ่ คือ ชอบรับข่าวสารจากสื่อประเภทอื่นมากกว่า สำหรับสื่อออนไลน์ที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ เว็บไซต์ไทยรัฐ ระยะเวลาใช้บริการรับข่าวสารน้อยกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน เหตุผลที่ใช้บริการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คือ มีความสะดวก สามารถรับข่าวสารได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเสนอข่าวทางสื่อออนไลน์มากที่สุด คือ ประเด็นทางด้านความสะดวกและรวดเร็ว รองลงมา คือความสามารถดึงดูดความสนใจผู้อ่าน ซึ่งอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามความเชื่อมั่นในประเด็นความน่าเชื่อถือของข่าวออนไลน์ยังอยู่แค่ระดับปานกลางเท่านั้น

**คำสำคัญ :** ความเชื่อมั่น, ข่าว, สื่อออนไลน์

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์: [tong1996@windoslive.com](mailto:tong1996@windoslive.com)

## พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เรวัตร์ มัดดีตานัง<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ของกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นโดยผู้วิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาค้นพบว่า ในการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คณะ วิทยาการจัดการ เป็นนักศึกษาชั้นปีที่3 จากการตอบแบบสอบถามนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการเปิดรับ ข่าวสาร เฉลี่ยเวลาในการเปิดรับข่าวสาร 1 ชั่วโมงต่อ 1 วัน เปิดรับข่าวสารมากที่สุดเวลา 14.01 – 18.00 น. โดยสถานที่ที่ใช้เปิดรับข่าวสารคือสถานบันการศึกษา จากผู้ตอบแบบสอบถามนักศึกษาเลือกเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวเด็ดประจำวัน และมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารเพื่อความบันเทิงและผ่อนคลาย

**คำสำคัญ :** การเปิดรับ, ข่าวสาร, นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

---

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์: chanaradeem1@gmail.com



## การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นในสื่อออนไลน์ของวัยรุ่นไทยกรณีศึกษาชาวบ้านเทิง

ศิวดา อารอมัน<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นไทยในการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ประเภทชาวบ้านเทิง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นของวัยรุ่นไทยต่อข่าวสารออนไลน์ประเภทชาวบ้านเทิงของกลุ่มตัวอย่างประชากรวัยรุ่นไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นโดยผู้วิจัย ใช้แบบสอบถามในลักษณะออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า 1) ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นไทยเพศหญิงมากกว่าวัยรุ่นเพศชาย และเพศทางเลือก ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 18 – 25 ปี มีเขตพื้นที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ โดยช่องทางที่วัยรุ่นไทยเลือกใช้ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด คือ เฟสบุ๊ก (Facebook) ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารอยู่ในช่วงเวลาประมาณ 18.00 - 22.00 น. เป็นส่วนใหญ่ เฉลี่ยแล้ว 1 ชั่วโมง ในการเปิดรับข่าวสาร วัตถุประสงค์ของวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทชาวบ้านเทิง คือ เพื่อความบันเทิงใจ และผ่อนคลายตนเอง และมีการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวประเภทชาวบ้านเทิงในลักษณะทั้งในเชิงบวกและเชิงลบพร้อมๆ กัน เมื่ออ่านข่าวประเภทชาวบ้านเทิงแล้ว ส่วนใหญ่จะอ่านแล้วอ่านเลยไม่มีการส่งต่อข่าวไปยังผู้อื่น ด้านปัจจัยปัจจัยที่มีผลในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์และการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารประเภทชาวบ้านเทิง ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ตกเป็นข่าว เป็น ดารา นักแสดง หรือศิลปินที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัว เป็นเหตุผลส่วนใหญ่

**คำสำคัญ :** พฤติกรรม, การแสดงความคิดเห็น , ข่าวออนไลน์

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารศาสตร์, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.  
อีเมลล์: [Engoopid40@gmail.com](mailto:Engoopid40@gmail.com)

## การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านภาพการ์ตูน

นัชชา รอดอยู่<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การเมืองไทย เป็นเรื่องที่ได้รับการนิยมนำมาถกเถียงในด้านต่างๆ ทั้งในด้านดีและไม่ดี การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองนั้น ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในรูปแบบตัวอักษรหรือคำพูดเท่านั้น ในปัจจุบันการแสดงความคิดเห็นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น แสดงความคิดเห็นผ่านบทเพลง การแสดงความคิดเห็นผ่านภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง หรือ ใช้ภาพการ์ตูนเป็นสื่อในการแสดงความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านภาพการ์ตูน' ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาของสารได้ดีกว่าข้อความยาวๆ แต่หากขาดซึ่งองค์ประกอบต่างๆ ในเรื่องของความรู้ในเรื่องที่แสดงความคิดเห็น หรือขาดทักษะในการสร้างภาพการ์ตูน อาจทำให้การสื่อสารเนื้อหาของภาพการ์ตูนนั้นผิดพลาดได้ และอาจทำให้ทั้งผู้ส่งสารและบุคคลที่ได้รับการอ้างอิงได้รับความเดือดร้อนได้ ดังนั้น หลังจากได้ศึกษารูปแบบของภาพการ์ตูน และรูปแบบในการแสดงความคิดเห็นแล้ว จึงเสนอแนวทางการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านภาพการ์ตูนไว้ 3 วิธี เพื่อเป็นเกราะป้องกันไม่ให้ผู้ส่งสาร และผู้ที่โดนอ้างอิงได้รับความเดือดร้อน

**คำสำคัญ :** การแสดงความคิดเห็น, การ์ตูน, การเมือง

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมล jhajie.jn@gmail.com

## การกำหนดกรอบสื่อในยุครัฐบาล คสช.

สิริลักษณ์ ใจนสุนทร<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

ในยุคสมัยการบริหารประเทศของรัฐบาลคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เป็นคณะผู้ยึดอำนาจการปกครอง โดยรัฐประหารยึดอำนาจการปกครอง เมื่อวันที่ ๒๒ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๗ เพื่อหาข้อสรุปในการก้าวผ่านวิกฤตการณ์ทางการเมือง เน้นความมั่นคงของประเทศชาติ และได้มีการกำหนดกรอบสื่อมวลชนให้ทำหน้าที่ ภายใต้กฎหมายที่ คสช. กำหนดขึ้น เพื่อความสงบของประเทศ ทำให้สังคมอยู่ในภาวะที่อึดอัด ไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นที่จะส่งผลกระทบต่อ การรักษาความสงบเรียบร้อยของสังคม เนื่องจากรัฐบาลเองก็มีการโต้ตอบกลับด้วยวิธีการต่างๆเช่นกัน ทำให้เกิดความขัดแย้งในการหน้าที่ของสื่อที่ต้องการเข้ามาตรวจสอบการทำงาน ความเคลื่อนไหวของประเทศ และการกระจายข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้ทราบ แม้การที่รัฐบาลเข้ามาแทรกแซงสื่อจะเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม แต่สื่อก็พยายามที่จะเรียกร้องให้มีการกำกับดูแลสื่อตนเอง โดยการจัดตั้งสภาวิชาชีพหรือองค์กรวิชาชีพ ตรวจสอบการทำงานของสมาชิกสื่อมวลชน เพื่อส่งเสริมจริยธรรม ความรับผิดชอบมากขึ้น

**คำสำคัญ :** คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.), เสรีภาพของสื่อมวลชนไทย, สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น

<sup>1</sup> นักศึกษาแขนงวิชาการสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมล sirilux.ro@ssru.ac.th

## ศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและการตอบสนองบนเพจเฟซบุ๊ก รีวิวกาพยนตร์ กรณีศึกษาเพจ หนึ่งโปรดของข้าพเจ้า

มนทิน พุดด้วงเงิน<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและการตอบสนองบนเพจเฟซบุ๊ก รีวิวกาพยนตร์กรณีศึกษาเพจ หนึ่งโปรดของข้าพเจ้า” ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนเพจเฟซบุ๊กรีวิวกาพยนตร์ กรณีศึกษาเพจ หนึ่งโปรดของข้าพเจ้า 2) เพื่อศึกษาปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารต่อการนำเสนอเนื้อหาบนเพจเฟซบุ๊ก กรณีศึกษาเพจ หนึ่งโปรดของข้าพเจ้า ซึ่งเป็นการวิจัย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ทำมาเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาแบบปริมาณ ใช้เครื่องมือลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา เก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2561 – 30 มีนาคม พ.ศ. 2561 จำนวนทั้งสิ้น 125 โพสต์

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการนำเสนอที่ปรากฏอยู่ในแฟนเพจเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับภาพยนตร์เป็นหลัก โดยส่วนใหญ่จะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการรีวิวกาพยนตร์ ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ และเกร็ดข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ เป็นต้น แฟนเพจหนึ่งโปรดของข้าพเจ้า มีการวางแผนการสื่อสารอย่างเป็นระบบ มีการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาไว้อย่างชัดเจน มีการใช้รูปแบบเอกลักษณ์ในการออกแบบต่าง ๆ ให้ผู้ติดตามสามารถจดจำได้ โดยวิธีการนำเสนอนั้นจะออกมาในรูปแบบของข้อความ ประกอบกับรูปภาพ ซึ่งมีทั้งผ่านการตกแต่งและไม่ผ่านการตกแต่ง รวมถึงวิดีโอต่าง ๆ ส่วนปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารให้ความสนใจในประเภทภาพโฆษณา และการจัดอันดับภาพยนตร์ต่าง ๆ มากที่สุด

**คำสำคัญ:** การนำเสนอเนื้อหา, ปฏิกริยาตอบกลับ, แฟนเพจรีวิวกาพยนตร์

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวารสารศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อีเมลล์: monpudd@hotmail.com