



ร่วมกับ



สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 12 (สสว.12) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โทรศัพท์/โทรสาร 074 330222 , 074 330228 E-mail : tpso12.songkhla@gmail.com ; และ tpso12@m-society.go.th

“สื่อสังคมออนไลน์ กับอนาคตเด็กและเยาวชนไทย”

เรียน บรรณาธิการบริหาร /บรรณาธิการข่าว /หัวหน้าข่าว/ หัวหน้าหน่วยงาน

สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 12 (สสว.12) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ร่วมกับ ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) เผยผลสำรวจเรื่อง “สื่อสังคมออนไลน์ กับอนาคตเด็กและเยาวชนไทย” ทำการสำรวจความคิดเห็นดังกล่าว ระหว่างวันที่ 19-22 ธันวาคม 2559 จากเด็กและเยาวชนที่พักอาศัยอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของ สสว.12 จำนวน 400 หน่วยตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีลงพื้นที่ภาคสนาม โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95.0 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error: S.E.) ไม่เกิน 0.05

ผลการสำรวจ

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มประชากรเป้าหมาย		ร้อยละ
เพศ		
	ชาย	50.00
	หญิง	50.00
รวมทั้งสิ้น		100.00
ระดับการศึกษา		
	ประถมศึกษาตอนปลาย	20.00
	มัธยมศึกษาตอนต้น	20.25
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	19.75
	อนุปริญญา/เทียบเท่า	20.00
	ปริญญาตรี /เทียบเท่า	20.00
รวมทั้งสิ้น		100.00
อายุ		
	9-12 ปี	21.75
	13-15 ปี	18.00
	16-18 ปี	20.75
	19-22 ปี	34.50
	22 ปีขึ้นไป	5.00
รวมทั้งสิ้น		100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.00

ตัวอย่างศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.25 รองลงมาในระดับประถมศึกษาตอนปลาย อนุปริญา/เทียบเท่า และปริญาตรี/เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 20.00 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 19.75

ตัวอย่างมีอายุระหว่าง 19 – 22 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมามีอายุระหว่าง 16-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.75 และมีอายุระหว่าง 9-12 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.75

ตารางที่ 2 สื่อออนไลน์ที่เด็กและเยาวชนไทยนิยมใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก (เรียงลำดับ 3 อันดับแรก)

อันดับ	สื่อสังคมออนไลน์	ร้อยละ
1	Facebook	38.70
2	YouTube	21.01
3	Google	16.01
4	Line	10.13
5	Instagram	7.77
6	เกมออนไลน์	4.92
7	Twitter	1.47

จากตารางที่ 2 ตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ อันดับหนึ่ง ได้แก่ Facebook คิดเป็นร้อยละ 38.70 อันดับสอง ได้แก่ YouTube คิดเป็นร้อยละ 21.01 และอันดับสาม Google คิดเป็นร้อยละ 16.00

ตารางที่ 3 วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์	ร้อยละ
1) เพื่อศึกษาหาข้อมูล	78.45
2) เพื่อการบันเทิง (ฟังเพลง ดูหนัง เล่นเกม)	74.44
3) เพื่อพูดคุย แชท	63.41
4) เพื่อโพสต์ข้อความ รูปภาพ และวิดีโอ	44.11
5) เพื่อซื้อขายสินค้าและบริการ	26.07
6) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (ตั้งกระทู้/ประเด็น)	21.05
7) เพื่อถ่ายทอดสด (Live Video)	7.52

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อศึกษาหาข้อมูล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.45 รองลงมา เพื่อการบันเทิง (ฟังเพลง ดูหนัง เล่นเกม) คิดเป็นร้อยละ 74.44 และเพื่อพูดคุย แชท คิดเป็นร้อยละ 63.41

ตารางที่ 4 สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม		ร้อยละ
1. ความรุนแรง		81.25
● ไม่เคยดู		56.30
● เคยดู โดยมีเหตุผลที่เข้าไปดูดังนี้		43.70
1) อยากรู้ อยากเห็น	8.75	
2) มีคนโพสต์ในสื่อออนไลน์	4.00	
3) เห็นในสื่อโทรทัศน์ ภาพยนตร์	3.75	
4) เพื่อความบันเทิง	3.00	
5) เป็นการเรียนรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม	3.25	
6) เพื่อเป็นอุทาหรณ์และป้องกันตัว	1.75	
7) ดูตามเพื่อน	1.25	
8) ไม่ระบุเหตุผลที่เคยดู	9.75	
2. ฆาตกรรม		59.25
● ไม่เคยดู		68.35
● เคยดู โดยมีเหตุผลที่เข้าไปดูดังนี้		31.65
1) อยากรู้ อยากเห็น	2.25	
2) จะได้รับรู้เหตุการณ์/ข่าวที่เกิดขึ้นในสังคม	3.50	
3) มีคนโพสต์ในอินเทอร์เน็ต / สื่อสังคมออนไลน์	1.00	
4) เห็นจากสื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์	2.75	
5) เพื่อความบันเทิง	1.25	
6) จะได้ระวังตัว	0.75	
7) ผู้ปกครองเปิดให้ดูเพื่อที่จะไม่ทำตาม	0.50	
8) เพื่อนส่งมาให้ดู	0.50	
9) ดูการ์ตูน	0.75	
10) ไม่ระบุเหตุผลที่เคยดู	5.50	
3. สื่อลามกอนาจาร เช่น รูปภาพ วีดีโอ		64.25
● ไม่เคยดู		77.82
● เคยดู โดยมีเหตุผลที่เข้าไปดูดังนี้		22.18
1) อยากรู้ อยากเห็น	5.50	
2) เพื่อนชักชวน	2.25	
3) มีคนโพสต์ในอินเทอร์เน็ต / สื่อสังคมออนไลน์/แชร์ข้อมูล	0.75	
4) มีโฆษณาแฝงอยู่ในสื่อออนไลน์	1.25	
5) คลายเครียด	0.50	
6) เห็นจากสื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์	0.25	
7) ไม่ระบุเหตุผลที่เคยดู	3.75	

ตารางที่ 4 (ต่อ)

สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม		ร้อยละ
4. การพนัน		78.50
● ไม่เคยดู		93.31
● เคยดู โดยมีเหตุผลที่เข้าไปดูดังนี้		6.69
1) เพื่อความบันเทิง	2.00	
2) อยากลองเล่น	1.75	
3) ต้องการเงิน	0.25	
4) เพื่อนชักชวน	0.25	
5) ไม่ระบุเหตุผลที่เคยเล่น	1.00	

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวอย่างเห็นว่า สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ สื่อออนไลน์ที่มีความรุนแรง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.25 ซึ่งตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าไปดู คิดเป็นร้อยละ 56.31 มีตัวอย่างเพียงร้อยละ 43.69 ที่เคยเข้าไปดูสื่อดังกล่าว โดยมีเหตุผลที่เข้าไปดู ได้แก่ อยากรู้ อยากเห็น คิดเป็นร้อยละ 8.75 รองลงมามีคนโพสในสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 4.00 และเห็นในสื่อโทรทัศน์ ภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 3.75

อันดับสอง สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ การพนัน คิดเป็นร้อยละ 78.50 ซึ่งตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคยเข้าไปดู คิดเป็นร้อยละ 93.31 มีเพียงร้อยละ 6.69 ที่เคยเข้าไปดู ด้วยเหตุผล เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 2.00 รองลงมาอยากลองเล่น คิดเป็นร้อยละ 1.75 และต้องการเงิน เพื่อนชักชวน ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.25

อันดับสาม สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ สื่อลามกอนาจาร เช่น รูปภาพ วิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 64.25 ซึ่งตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าไปดู คิดเป็นร้อยละ 77.82 มีเพียงร้อยละ 22.18 ที่เคยเข้าไปดู ด้วยเหตุผล อยากรู้ อยากเห็น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.50 รองลงมา เพื่อนชักชวน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และมีโฆษณาแฝงอยู่ในสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 1.25

อันดับสี่ สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ ฆาตกรรม คิดเป็นร้อยละ 59.25 ซึ่งตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าไปดู คิดเป็นร้อยละ 68.35 มีเพียงร้อยละ 31.65 ที่เคยเข้าไปดู ด้วยเหตุผล จะได้รับรู้เหตุการณ์/ข่าวที่เกิดขึ้นในสังคม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.50 รองลงมา เห็นจากสื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 2.75 และอยากรู้ อยากเห็น คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละของผู้ที่เคยส่งรูปภาพ วิดีโอ หรือข้อความ ที่แสดงออกถึงความไม่เหมาะสม

การแสดงออก		ร้อยละ
● ไม่เคยส่ง		97.00
● เคยส่ง โดยมีเหตุผลเพราะ		2.50
1) แשרส่งต่อกันมา	ร้อยละ 0.25	
2) ไม่ระบุเหตุผลที่เคยส่ง	ร้อยละ 2.25	
● ไม่ระบุ		0.50
รวมทั้งสิ้น		100.00

จากตารางที่ 5 ตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยส่งรูปภาพ วิดีโอ หรือข้อความ ที่แสดงออกถึงความไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 97.00 และเคยส่ง คิดเป็นร้อยละ 2.50 โดยมีเหตุผลที่ส่งเพราะมีการแชร์ส่งต่อกันมา คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ผู้ที่แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมทางสื่อออนไลน์ ถ้ามีคนชวนหรือเสนอสิ่งแลกเปลี่ยน

การแสดงพฤติกรรม	ร้อยละ
● ไม่แสดงพฤติกรรม	99.00
● แสดงพฤติกรรม โดยมีเหตุผลเพราะ	0.75
1) ไม่ระบุเหตุผลที่เคยส่ง	ร้อยละ 0.75
● ไม่ระบุ	0.25
รวมทั้งสิ้น	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมทางสื่อออนไลน์ เมื่อมีคนชวนหรือเสนอสิ่งแลกเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 99.00 และมีตัวอย่างเพียงบางส่วนที่แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เมื่อมีคนชวนหรือเสนอสิ่งแลกเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 0.75 โดยไม่ระบุเหตุผลที่แสดงพฤติกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ สาเหตุของการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมทางสื่อออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุของการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม	ร้อยละ
1. อายากดัง	77.53
2. อายากโชว์	63.89
3. เรียกร้องความสนใจ	53.28
4. การเลียนแบบ	46.46
5. ระบายความรู้สึก (ด่า)	36.62
6. อายากได้เงิน	30.81

จากตารางที่ 7 พบว่า ตัวอย่างคิดว่า สาเหตุของการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมทางสื่อออนไลน์ เพราะอายากดัง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.53 รองลงมา อายากโชว์ คิดเป็นร้อยละ 63.89 และ เรียกร้องความสนใจ คิดเป็นร้อยละ 53.28

ตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ ผลเสียจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผลเสียของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม	ร้อยละ
1. สายตาเสีย ปวดเมื่อยร่างกาย	69.70
2. เสียเวลา เสียเงิน เสียการเรียน	58.33
3. สมาธิสั้น หงุดหงิด ซึมเศร้า เก็บตัว อิจฉา	56.06
4. การมีปฏิสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อน และบุคคลรอบข้างลดลง	43.18
5. เกิดการเลียนแบบและซึมซับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม	42.17
6. ทำให้สังคมเสื่อมโทรมลงไป	37.37
7. เป็นช่องทางให้มิจฉาชีพเข้าถึงตัวได้ง่าย	33.84

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลเสียของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ สายตาเสีย ปวดเมื่อยร่างกาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.70 รองลงมา เสียเวลา เสียเงิน เสียการเรียน คิดเป็นร้อยละ 58.33 และ สมาธิสั้น หงุดหงิด ซึมเศร้า เก็บตัว ซื่อจก คิดเป็นร้อยละ 56.06

ตารางที่ 9 ระดับของปัญหาของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม

ระดับของปัญหา	ร้อยละ
ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนที่สุด	22.25
ต้องได้รับการแก้ไขในระดับเร่งด่วน	26.50
ต้องได้รับการแก้ไขในระดับปานกลาง	36.75
ต้องได้รับการแก้ไขในระดับน้อย	6.00
ต้องได้รับการแก้ไข	1.50
ไม่เป็นปัญหาเลย ไม่ต้องได้รับการแก้ไข	0.50
ไม่ระบุ	6.50
รวมทั้งสิ้น	100.00

****ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม มีค่าเท่ากับ 6.72 คะแนน**

จากตารางที่ 9 พบว่า ระดับของปัญหาของการใช้สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ ต้องได้รับการแก้ไขในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมา ต้องได้รับการแก้ไขในระดับเร่งด่วน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.25

ตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ผู้ที่ควรทำหน้าที่ในการควบคุม ดูแล และป้องกันการใช้อินเทอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผู้ที่ควรทำหน้าที่ควบคุม	ร้อยละ
1. ตนเอง	68.35
2. ครอบครัว	66.84
3. หน่วยงานราชการ	37.72
4. โรงเรียน	32.41

จากตารางที่ 10 พบว่า ตัวอย่างเห็นว่า ผู้ที่ต้องทำหน้าที่ควบคุม ดูแล และป้องกันการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.35 รองลงมา ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 66.84 และหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 37.72

ตารางที่ 11 ข้อเสนอแนะในการป้องกันและส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตให้เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ	ร้อยละ
1. มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้องและเหมาะสม	78.09
2. มีการควบคุมและบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด	36.86
3. ควรใช้วิจารณญาณในการใช้อินเทอร์เน็ต	0.26

จากตารางที่ 11 พบว่า ตัวอย่างเสนอว่า ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้องและเหมาะสม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.09 รองลงมา มีการควบคุมและบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด คิดเป็นร้อยละ 36.86 และควรใช้วิจารณญาณในการใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.26