

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์เพื่อการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาดของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิงคุณภาพและกลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์และนำเสนอเป็นตอน ๆ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์ การประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นตัวแทนกลุ่มผู้นำชุมชน ผู้ปกครอง เยาวชน และพระสงฆ์ ผู้ซึ่งมีความรู้ ทักษะอย่างใกล้ชิดกับเยาวชน เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ และปัจจัยในการบริโภคสื่อและข่าวสาร และแนวทางในการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมให้กับเยาวชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในวัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษาครั้งนี้ ทั้งนี้รายละเอียดผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

4.1.1 คำนิยามพฤติกรรมในการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาด

จากการศึกษาการให้คำนิยามพฤติกรรมในการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาด ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนะที่สอดคล้องกัน โดยสามารถระบุเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

- (1) เยาวชนควรไม่หลงเชื่อสื่อหรือข่าวสารง่าย หรืออย่าเชื่อทันทีในสิ่งที่เห็น ได้ยิน ได้ฟัง เพียงเพราะเป็นข่าว จนกว่าจะได้รับความรู้ความจริง
- (2) เยาวชนควรบริโภคสื่อและข่าวสารที่เป็นจริงอย่างมีคุณธรรม ประจําใจ รัก สามัคคี เคารพในสิทธิของผู้อื่น เคารพในระบอบประชาธิปไตยที่มีความเห็นต่างเป็นส่วนประกอบ เพื่อการดำรงชีวิตของตนได้อย่างมีความสุข
- (3) เยาวชนควรบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างพอดี รู้จักแบ่งเวลาในการบริโภค รู้จักเลือก คัดกรองสื่อและข่าวสารที่มีสาระก่อนการรับ เมื่อรับแล้วก็พิจารณาอย่างมีสติคิดพินิจ ใคร่ครวญ ไตร่ตรองให้ถี่ วิเคราะห์สื่อว่าดีหรือไม่ดี พิจารณาถึงความเป็นไปได้ ข้อเท็จจริง ไม่ควรตกอยู่ในอำนาจของสื่อหรือข่าวสารใด ๆ

(4) เยาวชนควรใช้วิจารณญาณในการรับข้อมูลข่าวสารให้รอบคอบ คติวิเคราะห์ แยกแยะ ให้เหตุให้ผล พิจารณาตามเหตุการณ์ แล้วดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างไม่ประมาท

(5) เยาวชนควรรับสื่อและข่าวสารที่คิดว่าเป็นประโยชน์ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ และไม่ควรรนำสื่อที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นมาใช้ในการดำเนินชีวิต

4.1.2 อัตลักษณ์ของเยาวชนที่มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาด

จากการศึกษาอัตลักษณ์ของเยาวชนที่มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาด ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนะที่สอดคล้องกัน โดยสามารถระบุเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

(1) เป็นผู้ที่ต้องการหาความรู้ รักการอ่านหนังสือและติดตามข่าวต่าง ๆ รู้จักเลือกสื่อและข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองและสังคม หากมีข้อสงสัยหรือไม่เข้าใจ ก็ จะถามผู้รู้ ไม่เชื่อตามสื่อที่ได้รับ จะต้องคอยติดตามจนกว่าจะรู้ความจริง

(2) เป็นผู้พิจารณาสื่อและข่าวสารอย่างเข้าใจ และวิเคราะห์ให้เข้าถึง ข่าวสารอย่างถูกต้อง ให้ได้ความรู้และเป็นประโยชน์ สื่อใดข่าวสารใดเมื่อรับแล้วสมควรทำตาม และเชื่อในข่าวสารนั้น

(3) เป็นผู้เปิดเผย ตรงไปตรงมา รู้จักพิจารณาและติดตามสื่อและ ข่าวสารด้วยเหตุผล ไม่ด่วนสรุปสื่อและข่าวสารที่ได้รับ

(4) เป็นผู้มีความสนใจในการบริโภคสื่อและข่าวสาร รู้เท่าทันโดยไม่หลงไปตามกระแส และไม่ปักใจเชื่อโดยยังไม่ทราบข้อเท็จจริง

(5) เป็นผู้มีความรอบคอบและผลในการบริโภคสื่อและข่าวสารจากหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือและรายงานข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา

(6) เป็นผู้รู้จักวิเคราะห์ข้อเท็จจริง และข้อที่เป็นความจริงและควร บริโภคสื่อที่เป็นจริงหรือสื่อที่เห็นว่า ความจริงเพื่อให้เข้าใจในข่าวสารที่อ่านและวิเคราะห์ว่า สื่อกับข่าวสารดังกล่าวมีแนวทางไปในทิศทางใดบ้าง

(7) เป็นผู้มีความรอบคอบ ใช้สติ ต้องมีความรู้รอบตัวในการบริโภคสื่อและ ข่าวสารว่า อะไรมีสาระ ไม่มีสาระ และต้องให้ประโยชน์

(8) เป็นผู้รู้จักแบ่งเวลา บริโภคสื่อและข่าวสารที่เป็นสาระ มีสติในการบริโภคและไม่หลงในสื่ออื่น ๆ

(9) เป็นผู้ต้องมีความวิเคราะห์ในสื่ออื่น ๆ และมีความคิดเห็นที่ถูกต้อง และมีใจเป็นกลาง อย่างมีใจเอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

4.1.3 แนวทางส่งเสริมพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม

จากการศึกษาแนวทางส่งเสริมพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนะที่สอดคล้องกัน โดยสามารถระบุเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

(1) การอบรม สัมมนาให้ความรู้เรื่องคุณธรรมจริยธรรม เพื่อการบริโภคสื่อและข่าวสาร

(2) ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ ต้องคอยให้คำแนะนำสั่งสอน ตักเตือน ซึ่งถูกซึ่ผิดให้กับเยาวชน หรือ ช่วยสอดส่องดูแลเยาวชนอย่างใกล้ชิด

(3) ให้เยาวชนได้รับสื่อที่เหมาะสม คือ สื่อที่ช่วยส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม ที่สามารถเข้าถึงได้หลากหลายรูปแบบ เช่น หนังสือธรรมะ วิดีทัศน์ของพระสงฆ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่เยาวชนควรศึกษาและเรียนรู้ให้มาก

(4) ควรจัดตั้งโครงการหรือกลุ่มเพื่อจะให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสื่อและข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ให้รู้ถึงข้อดี ข้อเสียของการบริโภคสื่อและข่าวสารประเภทต่าง ๆ

(5) ส่งเสริมให้เยาวชนมีความมั่นใจในตัวเอง มีความคิดเป็นของตัวเอง และมีความอดทนหนักแน่น ไม่ไหวไปตามสื่อและข่าวสารที่ได้รับ

4.1.4 คุณธรรม จริยธรรมที่ควรส่งเสริมและพัฒนา

จากการศึกษาคุณธรรม จริยธรรมที่ควรส่งเสริมและพัฒนา ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนะที่สอดคล้องกัน โดยสามารถระบุเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

(1) ความเมตตา

(2) ความมีวินัย

(3) อคติ

(4) พรหมวิหาร

(5) ฆราวาสธรรม

(6) กัลยาณมิตตตา

- (7) ศิล
- (8) เคารพในสิทธิของตนและผู้อื่น
- (9) สติ สัมปชัญญะ
- (10) โยนิโสมนสิการ
- (11) มัชฌิมาปฏิปทา
- (12) หิริโอตตปปะ
- (13) สมานัตตตา

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นการพรรณนาให้เห็นลักษณะทั่วไปของเยาวชนตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคสื่อและข่าวสารของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการอธิบายโดยใช้ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายกลุ่มเยาวชนตัวอย่างในความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรอิสระตัวแปรตาม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสื่อและข่าวสารของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการอธิบายโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางส่งเสริมและพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาดของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ผลการประเมินทัศนคติ/ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาดของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยอธิบายข้อมูลทั่วไปของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบประเมิน จำแนกตามเพศ อายุ และการศึกษา

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ผลการประเมินความมั่นคงของมนุษย์และสังคมส่วนบุคคลของเยาวชนอาศัยอยู่ในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้เกณฑ์ความมั่นคงของมนุษย์ส่วนบุคคล 8 มิติของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มิติด้านการมีงานทำ และรายได้ มิติด้านครอบครัว มิติด้านความมั่นคงส่วนบุคคล มิติด้านการสนับสนุนทางสังคม

มิติทางสังคมและวัฒนธรรม มิติด้านการศึกษา มิติที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และมิติสุขภาพอนามัย

ตอนที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของเยาวชน

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง โดยนำลักษณะข้อมูลทั่วไปของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ เพื่อสรุปลักษณะทั่วไปของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง เป็นการจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อโดยเฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิเคราะห์ดังแสดงรายละเอียดตามตาราง

ตารางที่ 4.1 จำนวนเยาวชนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

เพศ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ชาย	176	44.00
หญิง	224	56.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า เยาวชนส่วนมากเป็นเยาวชนหญิง 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และเยาวชนชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

ตารางที่ 4.2 จำนวนของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ที่	อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	นักเรียน	142	35.50
2	นักศึกษา	159	39.80
3	พนักงานบริษัทเอกชน	31	7.80
4	พนักงานของรัฐ	3	0.80
5	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	0.80
6	ข้าราชการ	1	0.30
7	ธุรกิจส่วนตัว	52	13.00
8	อื่นๆ	9	2.25
รวม		400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ เป็นนักศึกษามีจำนวนสูงสุด คือ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 นักเรียน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 เป็นลำดับ ถัดไป เยาวชนจำนวน 52 คน ทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 13.00 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 เป็นพนักงานของรัฐ และพนักงานของรัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และเป็นข้าราชการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 4.3 จำนวนของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้/เดือน

ที่	อาชีพ	รายได้ส่วนใหญ่ /เดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	นักเรียน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	141	99.30
2	นักศึกษา	ต่ำกว่า 10,000 บาท	153	96.20
3	พนักงานบริษัทเอกชน	ระหว่าง 10,000-13,000 บาท	21	67.70
4	พนักงานของรัฐ	ระหว่าง 10,000-13,000 บาท	2	66.70
5	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	66.70
6	ข้าราชการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	1	100.00
7	ธุรกิจส่วนตัว	ระหว่าง 10,000-13,000 บาท	19	36.50
8	อื่นๆ พระสงฆ์ รับจ้าง	ต่ำกว่า 10,000 บาท	5	71.40

จากตารางที่ 4.3 พบว่า เยาวชนที่ประกอบอาชีพต่าง ๆ มีรายได้แตกต่างกันออกไป เริ่มตั้งแต่ เยาวชนผู้เป็นนักเรียน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 99.30 ของนักเรียนเป็นนักศึกษา จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 96.20 ของนักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 ของพนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของข้าราชการ และอื่น ๆ (พระสงฆ์ รับจ้าง) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.40 ของเยาวชนผู้ประกอบอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมดมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนเยาวชน ผู้ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 67.70 ของพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานของรัฐ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 ของพนักงานของรัฐ และเยาวชนผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน ทั้งหมดมีรายได้ระหว่าง 10,000 บาท ถึง 13,000 บาท

สรุปได้ว่าเยาวชนส่วนใหญ่อยู่ในวัยศึกษา ยังไม่ได้ประกอบอาชีพที่มั่นคงเป็น กิจจะลักษณะที่สามารถหารายได้เต็มกำลังความสามารถ ทำงานได้เพียงนอกเวลาเรียน ส่วนมากจึงมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท แม้ว่าจะสำเร็จการศึกษาแล้วได้ประกอบอาชีพต่าง ๆ จำนวนรายได้ก็ยังไม่สูงเท่าที่ควรเนื่องจากประสบการณ์และความสามารถของเยาวชนยังอยู่ใน ระยะเริ่มแรกของการประกอบอาชีพของตน ฉะนั้น รายได้จึงอยู่ในระหว่าง 10,000 บาท ถึง 13,000 บาท

ตารางที่ 4.4 จำนวนของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อ/เดือน

ที่	ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อ/เดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	น้อยกว่า 500บาท	190	47.50
2	500-1,000 บาท	138	34.50
3	1,001-1,500 บาท	40	10.00
4	1,501-2,000 บาท	12	3
5	มากกว่า 2,000 บาท	20	5
รวม		400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า เยาวชนใช้จ่ายในการบริโภคสื่อต่อเดือน ดังนี้ เยาวชนใช้จ่ายใน การใช้สื่อน้อยกว่า 500 บาทต่อเดือน จำนวน 190คน คิดเป็นร้อยละ 47.50ใช้จ่าย 500 บาท ถึง 1,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50ใช้จ่าย 1,000 ถึง 1,500 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รองลงมา คือ ใช้จ่ายมากกว่า 2,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.00 และใช้จ่าย 15,01 ถึง 2,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

สรุปได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสื่อของเยาวชนมีความสอดคล้องกับรายรับของ เยาวชนดังแสดงในตารางที่ 3 เยาวชนส่วนใหญ่ไม่มีรายได้ต่ำ ค่าใช้ในการบริโภคสื่อก็ต่ำไปด้วย คือ น้อยกว่า 500 บาท ส่วนค่าใช้ในการบริโภคสื่อที่มากกว่าเป็นผลมาจากเยาวชนผู้มีรายได้ที่ สูงกว่า หรือ เนื่องจากเยาวชนประกอบธุรกิจที่ต้องเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อจึงมีค่าใช้จ่ายในการ ใช้สื่อที่มากกว่าหรือสูงกว่า

ตอนที่ 2 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อและข่าวสารของเยาวชน

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อและข่าวสารต่าง ๆ ของเยาวชนในแขวงนคร พังค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของสื่อที่ใช้ เวลาที่ใช้ในการบริโภคสื่อในแต่ละวัน เป็นชั่วโมงจำแนกตามอาชีพ ผลการวิเคราะห์ดังแสดงรายละเอียดตามตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 จำนวนของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมของเยาวชนที่ใช้สื่อแต่ละประเภทโดยรวม

ประเภทของสื่อที่ใช้	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)						\bar{x} (S.D)	แปลค่า
	ไม่ใช้เลย	น้อยกว่า 1 ชม.	ระหว่าง 1-2 ชม.	ระหว่าง 3-4 ชม.	ระหว่าง 5-6 ชม.	มากกว่า 6 ชม.		
1. หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์	15.50 (62)	62.00 (248)	17.80 (71)	3.00 (12)	1.30 (5)	0.50 (2)	2.14 (0.79)	ปานกลาง
2. วิทยุ	31.50 (126)	38.00 (152)	20.50 (82)	7.00 (28)	2.00 (8)	1.00 (4)	2.13 (1.06)	ปานกลาง
3. โทรศัพท์	1.30 (5)	22.30 (89)	29.00 (116)	29.80 (119)	10.30 (41)	7.50 (30)	3.48 (1.19)	มาก
4. ซีดี/วีซีดี/วีดีโอ	17.80 (71)	38.00 (152)	29.50 (118)	12.00 (48)	1.30 (5)	1.50 (6)	2.45 (1.04)	ปานกลาง
5. โทรศัพท์มือถือ	2.50 (10)	34.00 (136)	23.00 (92)	17.80 (71)	7.30 (29)	15.50 (62)	3.40 (1.46)	มาก
6. อินเทอร์เน็ต	10.00 (40)	10.50 (42)	22.30 (86)	26.80 (109)	13.0 (52)	17.00 (68)	3.72 (1.53)	มาก
7. ไอโฟน/ไอแพด/สมาร์ตโฟน	44.00 (176)	15.50 (62)	16.80 (67)	10.50 (42)	6.5 (26)	6.80 (27)	2.39 (1.59)	ปานกลาง
8. เคเบิลทีวี	45.10 (180)	19.30 (77)	13.50 (54)	11.50 (46)	4.8 (19)	6.00 (24)	2.13 (1.53)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมของเยาวชนที่ใช้สื่อแต่ละประเภทโดยรวม พบว่า เมื่อแยกพิจารณาเฉพาะเยาวชนที่ตอบว่าใช้เวลาบริโภคสื่อมากกว่า 6 ชั่วโมง เยาวชนจะใช้เวลาไปกับอินเทอร์เน็ตนานที่สุด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และโทรทัศน์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับและเมื่อแยกพิจารณาเฉพาะเยาวชนที่ตอบว่าใช้เวลาบริโภคสื่อระหว่าง 5-6 ชั่วโมง เยาวชนจะใช้เวลาไปกับอินเทอร์เน็ตนานที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 รองลงมาคือ โทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 10.30 และโทรศัพท์มือถือจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 ตามลำดับ

เมื่อแยกพิจารณาเฉพาะเยาวชนที่ตอบว่าใช้เวลาบริโภคสื่อน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ได้แก่ หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 62.00 วิทย์และซีดี/วีซีดี/ดีวีดี/ไอ คิดเป็นร้อยละ 38.00 เท่ากัน และโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 34.00 และประเภทของสื่อที่เยาวชนตอบว่า ไม่ใช้เลย ได้แก่ เคเบิลทีวี คิดเป็นร้อยละ 45.10 ไอโฟน/ไอแพด/สมาร์ทโฟน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และวิทย์ คิดเป็นร้อยละ 31.50 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ประเภทของสื่อที่เยาวชนใช้อยู่ในระดับเดียวกัน คือ ระดับมาก (ระหว่าง 5-6 ชั่วโมง) คือ อินเทอร์เน็ต ($\bar{x} = 3.72$, S.D.=1.53), โทรทัศน์ ($\bar{x} = 3.48$, S.D.=1.19) และ โทรศัพท์มือถือ ($\bar{x} = 3.40$, S.D.=1.46) สื่อประเภทอื่น ๆ นอกจากนั้นอยู่ในระดับปานกลาง (ระหว่าง 3-4 ชั่วโมง) ได้แก่ ซีดี/วีซีดี/ดีวีดี/ไอ ($\bar{x} = 2.45$, S.D.=1.04) ไอโฟน/ไอแพด/สมาร์ทโฟน ($\bar{x} = 2.39$, S.D.=1.59) เคเบิลทีวี ($\bar{x} = 2.31$, S.D.=1.53) หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์ ($\bar{x} = 2.14$, S.D.=0.79) และสื่อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในบรรดาสื่อระดับเดียวกันที่เยาวชนใช้ คือ วิทย์ ($\bar{x} = 2.13$, S.D.=1.06)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์ เป็นอุปกรณ์ในการสื่อสารที่เยาวชนมีกำลังพอที่จะจัดหาได้และอุปกรณ์ทั้งสองสามารถอำนวยความสะดวกในการสื่อสารได้ทั้งสองทาง คือ สามารถใช้ได้ทั้งอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ในอุปกรณ์เดียวกัน คุณสมบัติของอุปกรณ์สื่อสารประเภทนี้ มีลักษณะที่สำคัญ คือ สามารถพกพาสะดวก ใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา เพราะมีเครือข่ายกว้างทั่วประเทศ ดังนั้น เยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จึงมีการสื่อทั้ง 3 ประเภทอยู่ในระดับมาก ส่วนหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ และวิทย์ แม้ว่า การใช้

สื่อประเภทนี้ของเยาวชนจะอยู่ในระดับปานกลางก็ตาม แต่ก็มีค่าเฉลี่ยน้อย ผลนี้สะท้อนให้เห็นว่า เยาวชนไทยควรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้รักการอ่านมากยิ่งขึ้น ส่วนวิทยุ ใจปัจจุบันแม้ว่าจะมีสถานีวิทยุจำนวนให้เลือกฟังจำนวนมากและมีสถานีวิทยุชุมชน แต่เยาวชนก็เลือกที่จะใช้สื่อที่มีความรวดเร็วกว่า มีเนื้อหาครบถ้วนกว่า และสะดวกกว่า

ตารางที่ 4.6 จำนวนของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการใช้สื่อแต่ละประเภทโดยระยะเวลาเป็นชั่วโมงในแต่ละวัน

ที่	ประเภทสื่อ	ระยะเวลาการบริโภคสื่อ ในแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1	หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	248	62.00
2	วิทยุ	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	152	38.00
3	โทรทัศน์	ระหว่าง 3-4 ชั่วโมง	119	29.80
4	ซีดี / วีซีดี / ดีวีดี	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	152	38.00
5	โทรศัพท์มือถือ	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	136	34.00
6	อินเทอร์เน็ต	ระหว่าง 3-4 ชั่วโมง	109	26.80
7	ไอโฟน / ไอแพด / สมาร์ทโฟน	ไม่ใช้เลย	176	44.00
8	เคเบิลทีวี	ไม่ใช้เลย	180	45.10

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการใช้สื่อแต่ละประเภทโดยระยะเวลาเป็นชั่วโมงในแต่ละวัน พบว่า เยาวชนจะใช้เวลาระหว่าง 3-4 ชั่วโมงในแต่ละวันเพื่อรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทโทรทัศน์ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 และอินเทอร์เน็ต จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 ตามลำดับ และสื่อที่ไม่ใช้เลย คือ ไอโฟน/ไอแพด/สมาร์ทโฟน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และ เคเบิลทีวี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.10 ส่วนสื่ออื่นๆที่เหลือ เช่น หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์ จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 วิทยุ และ ซีดี/วีซีดี/ดีวีดี จำนวน 152 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 38.00 หรือ โทรศัพท์มือถือ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 เยาวชนใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง

ตารางที่ 4.7 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมของเยาวชนที่ใช้สื่อแต่ละประเภทโดย
ระยะเวลาเป็นชั่วโมงในแต่ละวันจำแนกตามอาชีพ

เวลาที่ใช้สื่อเฉลี่ย (%)	อาชีพ (ร้อยละ, คน)							
	นักเรียน	นักศึกษา	พนักงานเอกชน	พนักงานของรัฐ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
1. หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์	น้อยกว่า 1 ชม. (58.5, 83)	น้อยกว่า 1 ชม. (63.50, 101)	น้อยกว่า 1 ชม. (72.40, 24)	ระหว่าง 1-2 ชม. (66.70, 2)	น้อยกว่า 1 ชม. (100.00, 3)	ระหว่าง 1-2 ชม. (100.00, 1)	น้อยกว่า 1 ชม. (1.50, 32)	น้อยกว่า 1 ชม. (42.90, 3)
2. วิทยู	น้อยกว่า 1 ชม. (36.60, 52)	น้อยกว่า 1 ชม. (37.70, 60)	น้อยกว่า 1 ชม. (51.60, 16)	น้อยกว่า 1 ชม. (66.70, 2)	ไม่ใช่เลย (66.70, 2)	ระหว่าง 3-4 ชม. (100.00, 1)	ระหว่าง 1-2 ชม. (36.50, 19)	ไม่ใช่เลย (57.10, 4)
3. โทรทัศน์	ระหว่าง 1-2 ชม. (32.50, 50)	ระหว่าง 3-4 ชม. (32.10, 51)	ระหว่าง 3-4 ชม. (32.30, 10)	ระหว่าง 1-2 ชม. (33.30, 1)	ระหว่าง 3-4 ชม. (66.70, 2)	ไม่ใช่เลย (100.00, 1)	ระหว่าง 1-2 ชม. (40.40, 21)	ระหว่าง 3-4 ชม. (42.90, 3)
4. ซีดี / วีซีดี / วีดีโอ	น้อยกว่า 1 ชม. (38.70, 55)	น้อยกว่า 1 ชม. (37.10, 59)	ระหว่าง 1-2 ชม. (41.90, 13)	น้อยกว่า 1 ชม. (66.70, 2)	ระหว่าง 1-2 ชม. (66.70, 2)	ไม่ใช่เลย (100.00, 1)	น้อยกว่า 1 ชม. (42.30, 22)	ระหว่าง 1-2 ชม. (42.90, 3)
5. โทรศัพท์มือถือ	น้อยกว่า 1 ชม. (30.30, 43)	น้อยกว่า 1 ชม. (30.80, 49)	น้อยกว่า 1 ชม. (45.20, 14)	น้อยกว่า 1 ชม. (33.30, 1)	ระหว่าง 1-2 ชม. (33.30, 1)	น้อยกว่า 1 ชม. (100.00, 1)	น้อยกว่า 1 ชม. (44.20, 23)	น้อยกว่า 1 ชม. (42.90, 3)
6. อินเทอร์เน็ต	ระหว่าง 3-4 ชม. (28.90, 41)	ระหว่าง 3-4 ชม. (26.40, 42)	ระหว่าง 1-2 ชม. (29.00, 9)	ระหว่าง 5-6 ชม. (33.30, 1)	ระหว่าง 3-4 ชม. (66.70, 2)	ไม่ใช่เลย (100.0%, 1)	ระหว่าง 3-4 ชม. (25.00, 13)	ระหว่าง 5-6 ชม. (28.60, 2)

เวลาที่ใช้สื่อ เฉลี่ย (%)	อาชีพ (ร้อยละ, คน)							
	นักเรียน	นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	พนักงาน ของรัฐ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
7. ไอโฟน / ไอแพด/ สมาร์ทโฟน	ไม่ใช้เลย (38.70, 55)	ไม่ใช้เลย (48.40, 77)	ไม่ใช้เลย (48.40, 15)	ไม่ใช้เลย (33.30, 1)	ไม่ใช้เลย (33.30, 1)	ไม่ใช้เลย (100.00, 1)	ไม่ใช้เลย (44.70, 21)	ไม่ใช้เลย (42.90, 3)
8. เคเบิลทีวี	ไม่ใช้เลย (46.50, 66)	ไม่ใช้เลย (40.3%, 64)	ไม่ใช้เลย (58.10, 18)	ระหว่าง 3-4 ชม. (66.70, 2)	ไม่ใช้เลย (66.70, 2)	ไม่ใช้เลย (100.0%, 1)	ไม่ใช้เลย (44.20, 23)	ระหว่าง 1-2 ชม. (71.40, 5)

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักเรียนจะใช้เวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละวันบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด เฉลี่ยระหว่าง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 นักศึกษาใช้เวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละวันมากที่สุดระหว่าง 3-4 ชั่วโมงในการบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 42 คน และโทรทัศน์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 และ 32.10 ตามลำดับ พนักงานเอกชนจะใช้เวลาโดยเฉลี่ยระหว่าง 3-4 ชั่วโมง ในแต่ละวันในการบริโภคสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็น 32.30 พนักงานของรัฐจะใช้เวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละวันบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด เฉลี่ยระหว่าง 5-6 ชั่วโมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และเคเบิลทีวี เฉลี่ยระหว่าง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 ตามลำดับพนักงานรัฐวิสาหกิจจะใช้เวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละวันบริโภคสื่อโทรทัศน์อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยระหว่าง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 66.70 และโทรศัพท์มือถือเฉลี่ยระหว่าง 1-2 ชั่วโมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ข้าราชการใช้เวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละวันบริโภคสื่อวิทยุมากที่สุด เฉลี่ยระหว่าง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 เยาวชนผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวใช้เวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละวันบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด เฉลี่ยระหว่าง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 25.13 อาชีพอื่นๆ เช่น พระสงฆ์หรือรับจ้างทั่วไป จะใช้เวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละวันบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ต เฉลี่ยระหว่าง 5-6 ชั่วโมง จำนวน 2 คน คิดเป็น 28.60 และโทรทัศน์ เฉลี่ยระหว่าง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

สรุปว่า เยาวชนในแต่ละอาชีพส่วนมากไม่ได้ใช้ไอโฟน/ไอแพด/สมาร์ทโฟนและเคเบิลทีวี เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์และค่าสมาชิกของสื่อดังกล่าวมีราคาค่อนข้างสูง เยาวชนจึงนิยมใช้สื่อช่องทางอื่นมากกว่าดังกล่าวมาแล้วข้างต้น

ตารางที่ 4.8 แสดงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตของเยาวชน

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อยที่สุด
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 2.00 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 หมายความว่า อยู่ในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมากที่สุด

พฤติกรรมกรรมการสื่อสารใน อินเทอร์เน็ต	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)					\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1. ค้นหาข้อมูลทั่วไป / สินค้าหรือบริการ	16.00 (64)	42.80 (171)	25.30 (101)	9.30 (37)	6.80 (27)	3.52 (1.07)	มาก
2. เล่นเกมส์ / ดาวโหลด เกมส์	14.5 (58)	26.50 (106)	30.30 (121)	15.50 (62)	13.30 (53)	3.13 (1.23)	มาก
3. ข่าวดสาร/อ่านหนังสือพิมพ์ วารสาร หรืออื่น ๆ	7.50 (30)	28.30 (113)	39.80 (159)	17.00 (68)	7.50 (30)	3.11 (1.02)	มาก
4. ดาวโหลดหนัง ภาพ ฟัง เพลง ดูทีวี วิดีโอ ฟัง วิทยุ	18.50 (74)	34.80 (139)	27.80 (111)	10.50 (42)	8.50 (34)	3.44 (1.15)	มาก
5. รับส่งอีเมลล์	11.80 (47)	24.8 (99)	28.00 (112)	21.80 (87)	13.80 (55)	2.99 (1.22)	ปานกลาง
6. ค้นหาข้อมูลทั่วไปของ หน่วยงานภาครัฐ	3.80 (15)	14.00 (56)	39.00 (156)	28.5 (114)	14.80 (59)	2.64 (1.01)	ปานกลาง
7. พูดคุย สนทนา ออนไลน์	21.30 (85)	31.00 (124)	25.30 (101)	11.80 (47)	10.80 (43)	3.40 (1.24)	มาก

พฤติกรรมการใช้สื่อสารในอินเทอร์เน็ต	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)					\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
8. ค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพ/บริการด้านสุขภาพ	5.3 (21)	25.50 (102)	40.30 (161)	18.30 (73)	10.80 (43)	2.69 (1.03)	ปานกลาง
9. ค้นคว้าเพิ่มพูนความรู้ ทำรายงาน หรือ ศึกษาเรียนรู้ทางอินเทอร์เน็ต	29.30 (117)	32.50 (130)	24.50 (98)	8.00 (32)	5.80 (23)	3.71 (1.13)	มาก
10. ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์	10.3 (41)	19.3 (77)	29.0 (116)	26.8 (107)	14.8 (59)	2.83 (1.19)	ปานกลาง
11. อัปโหลดรูปภาพหรือ คลิปวิดีโอ	12.8 (51)	22.8 (91)	25.3 (101)	20.0 (80)	19.3 (77)	2.90 (1.30)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 แสดงพฤติกรรมการใช้สื่อสารในอินเทอร์เน็ตของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่างใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อค้นหาข้อมูลทั่วไป/สินค้าหรือบริการ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 ดาวน์โหลดหนัง ภาพ ฟังเพลง ดูทีวี วิดีโอ ฟังวิทยุ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 ค้นคว้าเพิ่มพูนความรู้ ทำรายงาน หรือ ศึกษาเรียนรู้ทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และพูดคุย สนทนา ออนไลน์ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อยู่ในระดับมาก ส่วนเยาวชนใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพ/บริการด้านสุขภาพ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 (161) ข่าวสาร/อ่านหนังสือพิมพ์ วารสาร หรืออื่นๆ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 ค้นหาข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 เล่นเกม / ดาวน์โหลดเกม จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 และรับส่งอีเมลล์ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า เยาวชนมีพฤติกรรมในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก คือ เพื่อค้นหาข้อมูลทั่วไป/สินค้าบริการ ($\bar{X} = 3.52$, S.D.=1.07) ดาวน์โหลดหนัง ภาพ ฟังเพลง ดูทีวี วิดีโอ ฟังวิทยุ ($\bar{X} = 3.44$, S.D.=1.15) พูดคุย สนทนา ออนไลน์ ($\bar{X} = 3.40$, S.D.=1.24) เล่นเกม / ดาวน์โหลดเกม ($\bar{X} = 3.13$, S.D.=1.23) ตามลำดับ และ พฤติกรรมการใช้สื่อสารในอินเทอร์เน็ตมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ เพื่อรับส่ง

อีเมล ($\bar{x} = 2.99$, S.D.=1.22) อีพโหลตรูปภาพหรือคลิปวิดีโอ ($\bar{x} = 2.90$, S.D.=1.30) ดาวرنโหลตซอฟต์แวร์ ($\bar{x} = 2.83$, S.D.=1.19) ค้นหาค้อมูลด้านสุขภาพ/บริการด้านสุขภาพ ($\bar{x} = 2.69$, S.D.=1.03) และค้หาค้อมูลท้วไปของหน่วยงานภาครัฐ ($\bar{x} = 2.64$, S.D.=1.01)

สรุปได้ว้พฤติกรรมการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อแต่ละประเภทของเยาวชน ดังแสดงในตารางที่ 6 คีอ เพื่อค้นคว้หาเพิ่มพูนความรู้ ทำรายงาน หรือ ศึกษาเรียนรู้ และเพื่อความบันเทิง เป็นส่วนใหญ่ ด้วยเหตุผลที่ว้เยาวชนส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา ต้องค้นคว้หาความรู้เพิ่มเติมเพื่อทำการบ้าน รายงาน และอื่น ๆ หลังจากนั้นจึงใช้สื่อเหล่านั้นเพื่อความบันเทิงผ่อนคลาย

ตารางที่ 4.9 แสดงพฤติกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊ค (Facebook)ของเยาวชน

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 2.00 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 หมายความว่า อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมากที่สุด

ที่	พฤติกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊ค	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)					\bar{x} (S.D.)	แปลค่า
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1	การสื่อสารกับเพื่อนและคนรู้จัก	39.50 (158)	32.30 (129)	19.50 (78)	4.30 (17)	4.50 (18)	3.98 (1.08)	มาก
2	การสื่อสารกับคนทั่วไป	14.80 (59)	24.80 (99)	36.30 (145)	13.50 (54)	10.80 (43)	3.19 (1.17)	มาก
3	การสื่อสารกับกลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ	17.00 (68)	28.80 (115)	31.00 (124)	13.30 (53)	10.00 (40)	3.30 (1.19)	มาก

ที่	พฤติกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊ค	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)					\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
4	การหาข้อมูลข่าวสารในสิ่งที่ชอบหรือสนใจ เช่น เรื่องของเพื่อน คนรู้จัก กลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ fan page	17.80 (71)	35.50 (142)	33.00 (132)	6.50 (26)	7.30 (29)	3.50 (1.08)	มาก
5	การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ share	14.30 (57)	30.00 (120)	38.30 (153)	9.5 (38)	8.00 (32)	3.33 (1.08)	มาก
6	Tag รูปให้เพื่อนและคนรู้จัก	14.50 (58)	30.00 (120)	25.80 (103)	18.5 (74)	11.30 (45)	3.18 (1.21)	มาก
7	เล่นเกมส์กับเพื่อน คนรู้จัก หรือคนทั่วไป	13.50 (54)	22.30 (89)	28.00 (112)	13.0 (52)	23.30 (93)	2.90 (1.34)	ปานกลาง
8	เขียนข้อความในกระดานข่าว Wall	13.00 (52)	26.00 (104)	29.50 (118)	19.3 (77)	12.30 (49)	3.08 (1.20)	มาก
9	ใช้เฟสบุ๊คเป็นเพื่อนแก่เหงา	14.80 (59)	27.3 (109)	29.30 (117)	13.8 (55)	15.00 (60)	3.13 (1.26)	มาก
10	ใช้เฟสบุ๊คเป็นพื้นที่แสดงตัวตน	11.80 (47)	25.50 (102)	29.30 (117)	13.8 (55)	19.80 (79)	2.69 (1.28)	ปานกลาง
11	ใช้เฟสบุ๊คช่วยให้เป็นคนทันสมัยทันต่อเหตุการณ์	17.00 (68)	33.00 (132)	30.30 (121)	10.0 (40)	9.80 (39)	3.38 (1.16)	มาก

จากตารางที่ 4.9 แสดงพฤติกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊ค (Facebook) ของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่างใช้เฟสบุ๊คเพื่อการสื่อสารกับเพื่อนและคนรู้จัก จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อยู่ในระดับมากที่สุด เยาวชนใช้เพื่อการหาข้อมูลข่าวสารในสิ่งที่ชอบหรือสนใจ เช่น เรื่องของเพื่อน คนรู้จัก กลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ fan page จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ใช้เพื่อช่วยให้เป็นคนทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และ ใช้เพื่อส่ง (Tag) รูปให้เพื่อนและคนรู้จัก จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง

ทั้งหมด อยู่ในระดับมาก ส่วนการใช้เฟสบุ๊กเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ share จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 ใช้เพื่อการสื่อสารกับคนทั่วไป จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 และใช้เพื่อการสื่อสารกับกลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า เยาวชนมีพฤติกรรมในการสื่อสารในเฟสบุ๊ก ได้แก่ เพื่อการสื่อสารกับเพื่อนและคนรู้จัก ($\bar{x} = 3.98$, S.D.=1.08) การหาข้อมูลข่าวสารในสิ่งที่ชอบหรือสนใจ เช่น เรื่องของเพื่อน คนรู้จักกลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ fan page ($\bar{x} = 3.50$, S.D.=1.08) ใช้เฟสบุ๊กช่วยให้เป็นคนทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ ($\bar{x} = 3.38$, S.D.=1.16) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ share ($\bar{x} = 3.33$, S.D.=1.08) การสื่อสารกับกลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ ($\bar{x} = 3.30$, S.D.=1.19) การสื่อสารกับคนทั่วไป ($\bar{x} = 3.19$, S.D.=1.17) Tag รูปให้เพื่อนและคนรู้จัก ($\bar{x} = 3.18$, S.D.=1.21) ใช้เฟสบุ๊กเป็นเพื่อนแก้เหงา ($\bar{x} = 3.13$, S.D.=1.26) เขียนข้อความในกระดานข่าว Wall ($\bar{x} = 3.08$, S.D.=1.20) ส่วน การเล่นเกมกับเพื่อน คนรู้จัก หรือคนทั่วไป ($\bar{x} = 2.64$, S.D.=1.01) อยู่ในระดับมาก ส่วนเยาวชนกลุ่มตัวอย่างใช้เฟสบุ๊กเพื่อเล่นเกมกับเพื่อน คนรู้จัก หรือคนทั่วไป ($\bar{x} = 2.90$, S.D.=1.34) และใช้เฟสบุ๊กเป็นพื้นที่แสดงตัวตน ($\bar{x} = 2.64$, S.D.=1.01) อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสื่อและข่าวสารของเยาวชน

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสื่อและข่าวสารของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ อาทิเช่น ความสำคัญในการเลือกสื่อประเภทต่าง ๆ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ และสถานที่ในการใช้สื่อ ซึ่งผลการวิเคราะห์ดังแสดงรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10 แสดง ความสำคัญในการเลือกรับสื่อข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 2.00 อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด

ที่	ความสำคัญในการเลือกสื่อ	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)					\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1	ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร	13.80 (55)	34.30 (137)	46.00 (184)	5.00 (20)	1.00 (4)	3.55 (0.82)	มาก
2	ความรวดเร็วของข่าวสาร	17.00 (68)	54.30 (217)	25.30 (101)	3.00 (12)	0.50 (2)	3.84 (0.75)	มาก
3	ความถูกต้องของข่าวสาร	14.50 (58)	38.5 0 (154)	39.50 (158)	6.80 (27)	0.80 (3)	3.59 (0.84)	มาก
4	ข่าวสารมีเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน	13.00 (52)	37.00 (148)	42.30 (169)	6.00 (24)	1.80 (7)	3.54 (0.85)	มาก
5	ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อ	7.00 (28)	25.80 (103)	48.00 (192)	15.30 (61)	4.00 (16)	3.17 (0.90)	มาก
6	ความสะดวกในการใช้สื่อ	18.00 (72)	42.50 (170)	32.80 (131)	5.50 (22)	1.30 (5)	3.71 (0.86)	มาก

จากตารางที่ 4.10 แสดงความสำคัญในการเลือกรับสื่อข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ พบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่างในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในการเลือกรับข่าวสารโดยให้ความสำคัญแก่ ความรวดเร็วของข่าวสาร จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 และ ความสะดวกในการใช้สื่อ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ของกลุ่ม

ตัวอย่างทั้งหมด อยู่ในระดับมาก ส่วนเยาวชนให้ความสำคัญแก่ ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ให้ความสำคัญแก่ข่าวสารมีเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 และความถูกต้องของข่าวสาร จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดให้ความสำคัญในการเลือกสื่ออยู่ในระดับมาก โดยค่านิ่งความรวดเร็วของข่าวสารเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.84$, S.D.=0.82) ลำดับรองลงมา คือ ความสะดวกในการใช้สื่อ ($\bar{x} = 3.71$, S.D.=0.90) ลำดับถัดไป ได้แก่ความถูกต้องของข่าวสาร ($\bar{x} = 3.59$, S.D.=0.84) ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร ($\bar{x} = 3.55$, S.D.=0.82) ข่าวสารมีเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน ($\bar{x} = 3.54$, S.D.=0.85) และเยาวชนให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อมีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดในระดับเดียวกัน ($\bar{x} = 3.17$, S.D.=0.86)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า เนื่องจากว่าในยุคปัจจุบัน การสื่อสารมีความรวดเร็วฉับไว ทันเหตุการณ์และสามารถสื่อสารได้หลายช่องทาง เยาวชนส่วนใหญ่จึงคำนึงถึงความรวดเร็วของข่าวสาร เพราะยุคปัจจุบัน สื่อมวลชน มีข้อมูลข่าวสารหลากหลาย มีความรวดเร็ว และมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ฉะนั้น สื่อที่เยาวชนใช้จึงต้องมีความรวดเร็ว ความสะดวก ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และความครบถ้วนรอบด้านของข่าวสาร ในขณะเดียวกันเยาวชนก็คำนึงค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อนั้น ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่เยาวชนคำนึงลำดับสุดท้ายด้วย

ตารางที่ 4.11 วัตถุประสงค์ในการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 2.00 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 หมายความว่า อยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมากที่สุด

ที่	วัตถุประสงค์ในการรับรู้ข่าวสาร	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)					\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1	เพื่อการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ทำรายงาน ทำการบ้าน	34.0 (136)	29.3 (117)	26.3 (105)	4.8 (19)	5.8 (23)	3.18 (1.13)	มาก
2	เพื่อความบันเทิง	24.3 (97)	42.0 (168)	25.3 (101)	6.0 (24)	2.5 (10)	3.80 (0.95)	มาก
3	เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารทั่วไป	19.3 (77)	41.3 (165)	31.8 (127)	6.0 (24)	1.8 (7)	3.70 (0.90)	มาก
4	เพิ่มพูนความรู้	26.5 (160)	41.8 (167)	25.8 (103)	3.5 (14)	2.5 (10)	3.86 (0.93)	มาก
5	เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	22.5 (90)	38.5 (154)	31.5 (126)	4.5 (18)	3.0 (12)	3.73 (0.95)	มาก
6	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	28.8 (115)	40.5 (162)	21.3 (85)	6.3 (25)	3.3 (13)	3.85 (1.01)	มาก
7	เพื่อหารายได้ติดตามข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจ	11.5 (46)	15.8 (63)	21.5 (86)	30.5 (122)	20.8 (83)	2.67 (1.28)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 แสดงวัตถุประสงค์ในการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่พบว่า เยาวชนใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าวิจัย ทำรายงาน ทำการบ้าน จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อยู่ในระดับมากที่สุด แต่เยาวชนส่วนใหญ่ที่มีวัตถุประสงค์ในการรับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับมาก ใช้เพื่อความบันเทิง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 42.00 เพื่อเพิ่มพูนความรู้ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารทั่วไป จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 41.30 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 และ เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50

ตามลำดับ ส่วนเยาวชนที่มีวัตถุประสงค์ในการรับรู้ข่าวสารเพื่อหารายได้ ติดตามข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ($\bar{x} = 3.86$, S.D.=0.93) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{x} = 3.85$, S.D.=1.01) เพื่อความบันเทิง ($\bar{x} = 3.80$, S.D.=0.95) เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ($\bar{x} = 3.73$, S.D.=0.95) เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารทั่วไป ($\bar{x} = 3.70$, S.D.=0.90) และเพื่อศึกษาค้นคว้าวิจัย ($\bar{x} = 3.18$, S.D.=1.13) มีเยาวชนที่ใช้สื่อเพื่อหารายได้ ติดตามข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.67$, S.D.=2.18)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า เยาวชนใช้สื่อเพื่อเพิ่มพูนความรู้ในขณะเดียวกันก็ใช้เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในอัตราร้อยละที่ไม่แตกต่างกันมากนัก เนื่องจากว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นนักเรียนนักศึกษา มีความจำเป็นต้องขวนขวายหาความรู้เพิ่มเติมและเมื่อเมื่อยล้าจึงใช้เพื่อการผ่อนคลาย อีกทั้งเยาวชนส่วนมากยังอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน ยังไม่ได้ประกอบอาชีพที่มั่นคง เป็นกิจจะลักษณะ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อเพื่อหารายได้ติดตามข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจจึงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.12 แสดงสถานที่ในการใช้สื่อ

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 2.00 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 หมายความว่า อยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมากที่สุด

ที่	สถานที่ในการใช้สื่อ	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)					\bar{X} (S.D)	แปลค่า
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1	ใช้โดยลำพังในห้องส่วนตัว	25.80 (103)	27.80 (111)	20.50 (82)	15.30 (61)	10.80 (43)	3.42 (1.30)	มาก
2	ใช้ในบ้านแต่ไม่ใช่ห้องส่วนตัว	16.30 (65)	27.50 (110)	30.50 (122)	14.30 (57)	11.50 (46)	3.23 (1.21)	มาก
3	ใช้ในชั่วโมงเรียน หรือ เวลาทำงาน	5.50 (22)	17.00 (68)	30.80 (123)	23.00 (92)	23.80 (95)	2.57 (1.18)	ปานกลาง
4	ใช้ที่โรงเรียนและเป็นบริการของโรงเรียน หรือ ใช้ในที่ทำงาน	4.80 (19)	21.30 (85)	35.80 (143)	21.30 (85)	17.00 (68)	2.76 (1.11)	ปานกลาง
5	ใช้ในร้านที่ให้บริการ เช่น ร้านเช่าอินเทอร์เน็ต	7.30 (29)	9.80 (39)	25.80 (103)	25.30 (101)	32.00 (128)	2.35 (1.22)	ปานกลาง
6	ใช้ที่ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ	3.50 (14)	7.50 (30)	23.80 (95)	27.30 (109)	38.00 (152)	2.11 (1.10)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 แสดงสถานที่ในการใช้สื่อของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ใช้สื่อประเภทต่าง ๆ พบว่า เยาวชนใช้สื่อโดยลำพังในห้องส่วนตัว จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อยู่ในระดับมาก ส่วนเยาวชนกลุ่มตัวอย่างใช้ที่โรงเรียนและเป็นบริการของโรงเรียน หรือใช้ในที่ทำงาน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 และ ใช้ในบ้านแต่ไม่ใช่ห้องส่วนตัว จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า เยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ใช้สื่อประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ใช้โดยลำพังในห้องส่วนตัว ($\bar{X} = 3.42$, S.D.=1.30) และใช้ในบ้านแต่ไม่ใช่ห้องส่วนตัว ($\bar{X} = 3.23$, S.D.=1.21) ตามลำดับ และสถานที่ที่เยาวชนใช้สื่อมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ใช้ที่โรงเรียนและเป็นบริการของโรงเรียน หรือใช้ในที่ทำงาน ($\bar{X} = 2.76$, S.D.=1.11) ใช้ในชั่วโมงเรียน หรือเวลาทำงาน ($\bar{X} = 2.57$, S.D.=1.18) ใช้ในร้านที่ให้บริการ เช่น ร้านเช่าอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.35$, S.D.=1.22) ใช้ที่ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ($\bar{X} = 2.11$, S.D.=1.10) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีความสะดวกและสามารถใช้ได้ทุกสถานที่รวมทั้งที่บ้าน เยาวชนสามารถนิยมใช้ในห้องส่วนตัว และในบ้านของตัวเอง เพราะความเป็นส่วนตัว ส่วนการใช้ที่โรงเรียนและบริการของโรงเรียน หรือใช้ในที่ทำงาน เพราะสถาบันการศึกษาส่วนมากมีการติดตั้งอุปกรณ์อินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับเยาวชนเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย หากเยาวชนไม่มีการติดตั้งรับ เชื่อมสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่สถาบันการศึกษา เยาวชนก็จะไปรับบริการจากร้านอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นของเอกชน

ตอนที่ 4 แสดงการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสาร

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลต้นทุนชีวิตซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ดีที่ได้รับการเสริมสร้างมาตั้งแต่กำเนิดจนโต มีความสำคัญกับเยาวชนประกอบด้วย 5 พลัง คือ พลังตัวตนความตระหนักในคุณค่าของตนเองและผู้อื่น พลังครอบครัวสถานภาพของมารดาบิดา พลังสร้างปัญญาซึ่งเกี่ยวข้องกับการศึกษาสถาบันการศึกษาและครู/อาจารย์ พลังชุมชน ศาสนา ประเพณี พลังเพื่อนและกิจกรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาดของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์ดังมีรายละเอียดตามตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 จำนวนของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพด้านศาสนา

ที่	นับถือศาสนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1	พุทธ	343	85.8
2	คริสต์	42	10.5
3	อิสลาม	12	3.3
4	อื่น ๆ	2	0.5
รวม		400	100.0

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่า เยาวชนส่วนมากเป็นชาวพุทธ จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.80 เป็นชาวคริสต์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 เป็นมุสลิม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของมารดาบิดา

ที่	สถานภาพของบิดามารดา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1	อยู่ด้วยกัน	273	68.30
2	มารดาเสียชีวิต	5	1.30
3	แยกกันอยู่	30	7.50
4	หย่าร้าง/แยกทางกัน	48	12.00
5	ทั้งบิดาและมารดาเสียชีวิต	8	2.00
6	บิดาเสียชีวิต	33	8.30
7	อื่นๆ	3	0.80
รวม		400	100.00

จากตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของมารดาบิดา พบว่า เยาวชนมีมารดาบิดาอยู่ด้วยกันเป็นครอบครัว จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.30 เป็นจำนวนสูงสุด เยาวชนอยู่ในครอบครัวที่มารดาบิดาหย่าร้างหรือแยกทางกันเป็นลำดับถัดไป มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 รองลงมาเยาวชนที่บิดาเสียชีวิตแล้ว และมารดาบิดาแยกกันอยู่มีจำนวนเท่ากัน คือ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 เยาวชนที่มารดาและบิดาทั้งสองเสียชีวิตแล้ว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และเยาวชนที่เฉพาะมารดาเสียชีวิตแล้ว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

ตารางที่ 4.15 จำนวนของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการพักอาศัย

ที่	ส่วนใหญ่ท่านพักอาศัยอยู่กับใครใน 1 เดือน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
1	อยู่กับบิดาและมารดา	195	49.00
2	อยู่กับพี่/น้อง (ไม่ได้อยู่กับบิดา/มารดา)	18	4.50
3	อยู่กับเพื่อน/คนรู้จัก	36	9.00
4	อยู่ลำพังกับบิดา	14	3.50
5	อยู่กับญาติผู้ใหญ่/ผู้ปกครอง	50	12.50
6	อยู่ลำพังกับมารดา	43	10.80
7	อยู่คนเดียว	41	10.30
8	อื่นๆ	2	0.60
รวม		400	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เยาวชนส่วนมากพักอาศัยอยู่กับมารดาบิดา มีจำนวนสูงสุดถึง 195 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 พักอาศัยอาศัยอยู่กับญาติผู้ใหญ่/ผู้ปกครองเพื่อนหรือคนรู้จัก จำนวน 50คน คิดเป็นร้อยละ 12.50อยู่ลำพังกับมารดา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 อยู่คนเดียวเพียงลำพัง จำนวน 41คน คิดเป็นร้อยละ 10.30อยู่กับเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 36คน คิดเป็นร้อยละ 9.00อยู่กับพี่น้อง (ไม่ได้อยู่กับบิดามารดา) จำนวน 18คน และอยู่ลำพังกับบิดา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวนของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ที่	ระดับการศึกษาปัจจุบัน	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง	ร้อยละ
1	ประถมศึกษา	8	2.00
2	ปวช.	25	6.30
3	สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.00
4	ไม่ได้เรียน	8	2.00
5	มัธยมศึกษาตอนต้น	62	15.50
6	ปวส./อนุปริญญา	28	7.00
7	การศึกษานอกโรงเรียน	2	0.50
8	มัธยมศึกษาตอนปลาย	111	27.80
9	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	146	36.50
10	อื่นๆ	2	0.50
รวม		400	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า เยาวชนผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่ามีลำดับสูงสุด คือ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ลำดับรองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 เยาวชนมีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น เป็นจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ลำดับถัดไป ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) หรือ อนุปริญญา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ระดับประถมศึกษา จำนวน 8 คน และการศึกษานอกโรงเรียน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
จำแนกตามทัศนคติ/ความคิดเห็นของเยาวชน

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	0.00	หมายความว่า ไม่เคย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	0.01 – 1.33	หมายความว่า บางครั้ง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.34 – 2.67	หมายความว่า บ่อยครั้ง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.68 – 4.00	หมายความว่า เป็นประจำ

n=400

ที่	ทัศนคติ/ความคิดเห็น	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)				\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
		เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	ไม่เคย		
1	ฉันเชื่อว่าการได้ช่วยเหลือผู้อื่นเป็นสิ่งที่ มีคุณค่าอย่างมาก	44.00 (176)	45.00 (180)	10.30 (41)	0.80 (3)	3.32 (0.68)	เป็นประจำ
2	ฉันให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้เกิด ความเท่าเทียมในสังคม เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ เพศชาย/หญิง เพศทางเลือก เป็นต้น	41.50 (166)	44.00 (176)	13.80 (55)	0.80 (3)	2.26 (0.71)	บ่อยครั้ง
3	ฉันกล้ายืนหยัดในสิ่งที่ฉันเชื่อ เช่น กล้า เสนอความคิดเห็น แม้ว่าบางครั้งจะมี ความเห็นแตกต่างจากผู้อื่น	28.80 (115)	43.30 (173)	27.30 (109)	0.80 (3)	3.00 (0.76)	เป็นประจำ
4	ฉัน พูดความจริงเสมอถึงแม้ว่าบางครั้ง มันจะทำให้ยาก	33.80 (135)	47.80 (191)	17.30 (69)	1.30 (5)	3.14 (0.73)	เป็นประจำ
5	ฉัน รับผิดชอบในสิ่งที่ฉันทำ (ไม่ว่าผล จะเป็นอย่างไรก็ตาม)	42.80 (171)	42.30 (169)	14.00 (56)	1.00 (4)	3.26 (0.73)	เป็นประจำ
6	ฉัน ยึดมั่นในพฤติกรรมที่ดี	50.00 (200)	41.00 (164)	8.50 (34)	0.50 (2)	3.40 (0.66)	เป็นประจำ
7	ฉัน มีการวางแผนและตัดสินใจทำก่อน ลงมือทำเสมอ	34.50 (138)	48.80 (195)	15.50 (62)	1.30 (5)	3.16 (0.72)	เป็นประจำ
8	ฉัน เห็นอกเห็นใจและใส่ใจความรู้สึก ของผู้อื่น	53.50 (213)	36.30 (145)	10.00 (40)	0.50 (2)	3.42 (0.68)	เป็นประจำ

ที่	ทัศนคติ/ความคิดเห็น	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)				\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
		เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	ไม่เคย		
9	ฉันเรียนรู้สามารถปรับตัวให้สามารถอยู่กับคนที่มีความคิดเห็น หรือการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันได้เป็นอย่างดี	40.80 (163)	45.80 (183)	12.80 (51)	0.80 (3)	3.26 (0.70)	เป็นประจำ
10	ฉันกลัวปฏิเสธพฤติกรรมเสี่ยง (เช่น เพศสัมพันธ์ ยาเสพติด ความรุนแรง และสิ่งที่ไม่ดี)	61.80 (247)	27.00 (108)	7.30 (29)	4.00 (16)	3.46 (0.79)	เป็นประจำ
11	ฉันพยายามแก้ปัญหาข้อขัดแย้งด้วยสติปัญญามากกว่าอารมณ์ (ไม่ใช้ความรุนแรง)	39.80 (159)	44.50 (178)	13.00 (52)	2.80 (11)	3.21 (0.77)	เป็นประจำ
12	ฉัน สามารถควบคุมสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับตัวเองได้ เช่น ควบคุมอารมณ์ เวลาโกรธได้ดีเมื่อเกิดการโต้เถียงหรือข้อขัดแย้ง	34.50 (138)	43.80 (175)	20.80 (83)	1.00 (4)	3.11 (0.76)	เป็นประจำ
13	ฉัน รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า	46.50 (186)	40.30 (161)	12.50 (50)	0.80 (3)	3.32 (0.71)	เป็นประจำ
14	ฉัน มีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจน	47.30 (189)	38.30 (153)	13.30 (53)	1.30 (5)	3.31 (0.74)	เป็นประจำ
15	ฉัน รู้สึกพึงพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของตัวเอง	53.80 (215)	38.00 (152)	7.80 (31)	0.50 (2)	3.45 (0.65)	เป็นประจำ
16	ฉัน ได้รับความรัก ความอบอุ่น เอาใจใส่ และการสนับสนุนในทางที่ดีจากครอบครัว	64.80 (259)	27.50 (110)	7.30 (29)	0.50 (2)	3.56 (0.64)	เป็นประจำ
17	ฉัน ปรึกษาหารือและขอคำแนะนำจากผู้ปกครองได้อย่างสบายใจ ไม่ว่าจะเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่	50.50 (202)	32.30 (129)	15.50 (62)	1.80 (7)	3.31 (0.79)	เป็นประจำ
18	ฉัน มีผู้ปกครองที่ส่งเสริมสนับสนุนช่วยเหลือด้านการเรียนรู้	60.30 (241)	29.50 (118)	9.80 (39)	0.50 (2)	3.49 (0.69)	เป็นประจำ
19	ฉัน รู้สึกปลอดภัย อบอุ่น และมีความสุขเมื่ออยู่ในครอบครัวตัวเอง	64.50 (258)	29.50 (118)	5.80 (23)	0.30 (1)	3.58 (0.61)	เป็นประจำ

ที่	ทัศนคติ/ความคิดเห็น	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)				\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
		เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	ไม่เคย		
20	ฉัน อยู่ในครอบครัวที่มีระเบียบ กฎเกณฑ์ที่ชัดเจน มีเหตุผลและมีการ ดูแลให้ปฏิบัติตาม	49.00 (196)	40.30 (161)	10.50 (42)	0.30 (1)	3.38 (0.67)	เป็นประจำ
21	ฉัน มีผู้ปกครองที่เป็นแบบอย่างที่ดีให้ ทำตาม	61.30 (245)	31.00 (124)	7.00 (28)	0.80 (3)	3.52 (0.65)	เป็นประจำ
22	ฉัน มีผู้ปกครองที่สนับสนุนให้ฉันทำใน สิ่งที่ฉันชอบ หรืออยากทำ	55.30 (221)	31.00 (124)	11.50 (46)	2.30 (9)	3.39 (0.77)	เป็นประจำ
23	ฉัน สามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เรื่องราวเกี่ยวกับสื่อ เช่น วิทยู ทิวี สื่อ ประเภทอื่นๆ ภายในครอบครัวเป็น ประจำ	40.00 (160)	37.30 (149)	18.30 (73)	4.50 (18)	3.12 (0.86)	เป็นประจำ
24	ฉัน อยู่ในสถาบันการศึกษาที่เอาใจใส่ สนับสนุน และช่วยเหลือผู้เรียนได้ดี	48.00 (192)	39.80 (159)	11.00 (44)	1.30 (5)	3.34 (0.72)	เป็นประจำ
25	ฉัน รู้สึกปลอดภัยเมื่ออยู่ในสถาบัน การศึกษา	49.3 (197)	35.30 (141)	13.50 (54)	2.00 (8)	3.31 (0.77)	เป็นประจำ
26	ฉัน อยู่ในสถาบันการศึกษาที่มีระเบียบ กฎเกณฑ์ที่ชัดเจน มีเหตุผล และมีการ ดูแลให้ปฏิบัติตาม	48.50 (194)	35.30 (141)	15.00 (60)	1.30 (5)	3.31 (0.76)	เป็นประจำ
27	ฉัน มีครูที่สนับสนุนให้ฉันทำสิ่งที่ฉันชอบ หรืออยากทำ	38.50 (154)	42.0 (168)	18.0 (72)	1.5 (6)	3.17 (0.77)	เป็นประจำ
28	ฉัน อยากเรียนให้ได้ดี ไม่เอาเปรียบ และ รู้จักแบ่งปันผู้อื่น	50.30 (201)	42.50 (170)	6.80 (27)	0.50 (2)	3.42 (0.64)	เป็นประจำ
29	ฉัน เอาใจใส่การเรียนอย่างสม่ำเสมอ	45.30 (181)	38.30 (153)	15.30 (61)	1.30 (5)	3.27 (0.76)	เป็นประจำ
30	ฉัน ทำการบ้านหรือทบทวนบทเรียนทุก วัน	33.50 (134)	34.50 (138)	29.80 (119)	2.30 (9)	3.99 (0.85)	เป็นประจำ
31	ฉัน รักและผูกพันกับสถาบันการศึกษา ของฉัน	45.30 (181)	37.5 (150)	15.0 (60)	2.3 (9)	3.25 (0.79)	เป็นประจำ
32	ฉัน อ่านหนังสือด้วยความเพลิดเพลิน เป็นประจำ	23.5 (94)	40.5 (162)	33.3 (133)	2.8 (11)	2.84 (0.80)	เป็นประจำ

ที่	ทัศนคติ/ความคิดเห็น	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)				\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
		เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	ไม่เคย		
33	ฉัน ใฝ่รู้ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของชุมชน	29.30 (117)	43.50 (174)	25.00 (100)	2.30 (9)	2.99 (0.79)	เป็นประจำ
34	ฉันสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสื่อ เช่น วิทยุ ทีวี สื่อประเภทอื่นๆ กับคนในชุมชนหรือครูเป็นประจำ	27.00 (108)	35.00 (140)	29.00 (116)	9.00 (36)	2.80 (0.93)	เป็นประจำ
35	ฉัน มีเพื่อนสนิทที่เป็นแบบอย่างที่ดีและชักนำให้ฉันทำดี	42.80 (171)	43.50 (174)	12.50 (50)	1.30 (5)	3.27 (0.72)	เป็นประจำ
36	ฉัน ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ตามความชอบและความพึงพอใจของตนเอง เช่น ทำงานศิลปะ เล่นดนตรี วาดรูปเป็นประจำ	36.80 (147)	41.50 (166)	19.50 (78)	2.30 (9)	3.12 (0.79)	เป็นประจำ
37	ฉัน ได้เล่นกีฬาหรือออกกำลังกายเป็นประจำ	23.50 (94)	33.80 (135)	40.80 (163)	2.00 (8)	3.78 (0.82)	เป็นประจำ
38	ฉัน ร่วมกิจกรรมทางศาสนา หรือประกอบพิธีกรรมเป็นประจำ	23.30 (93)	38.80 (155)	36.50 (146)	1.50 (6)	2.83 (0.79)	เป็นประจำ
39	ฉัน และเพื่อนชวนกันทำกิจกรรมที่ดีเป็นประจำ	26.80 (107)	41.00 (164)	31.00 (124)	1.30 (5)	2.93 (0.79)	เป็นประจำ
40	ฉัน มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับสื่อที่สร้างสรรค์กับเพื่อน	22.00 (88)	41.3 (165)	34.8 (139)	2.0 (8)	2.83 (0.78)	เป็นประจำ
41	ฉัน มีญาติหรือผู้ใหญ่ นอกเหนือจากผู้ปกครองที่ฉันสามารถปรึกษาหารือและขอความช่วยเหลือได้อย่างสบายใจ	30.80 (123)	41.80 (167)	24.80 (99)	2.80 (11)	3.00 (0.81)	เป็นประจำ
42	ฉัน มีเพื่อนบ้านที่สนใจ และให้กำลังใจฉัน	27.00 (108)	37.80 (151)	30.30 (121)	5.00 (20)	2.86 (0.86)	เป็นประจำ
43	ฉัน รู้สึกว่าคนใจชุมชนให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของเด็กและเยาวชน	26.50 (106)	46.50 (186)	24.50 (98)	2.50 (10)	2.97 (0.78)	เป็นประจำ
44	ฉัน ได้รับมอบหมายบทบาทหน้าที่ที่มีคุณค่า และเป็นประโยชน์ต่อชุมชน	23.50 (94)	32.50 (130)	34.00 (136)	10.00 (40)	2.69 (0.94)	เป็นประจำ

ที่	ทัศนคติ/ความคิดเห็น	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)				\bar{X} (S.D.)	แปลค่า
		ประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	ไม่เคย		
45	ฉัน ร่วมกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ในชุมชนเป็นประจำ	21.40 (86)	33.0 (132)	35.0 (140)	10.5 (42)	2.65 (0.93)	บ่อยครั้ง
46	ฉันรู้สึกอบอุ่น มีความสุข และภูมิใจในวิถีชีวิตเมื่ออยู่ในชุมชนของฉัน	37.00 (148)	39.80 (159)	22.00 (88)	1.30 (5)	3.12 (0.79)	เป็นประจำ
47	ฉัน มีเพื่อนบ้านคอยสวดส่อง และดูแลพฤติกรรมของเยาวชนให้อยู่ในกรอบที่เหมาะสม	26.50 (106)	42.30 (169)	26.50 (106)	4.80 (19)	2.90 (0.84)	เป็นประจำ
48	ฉัน มีผู้ใหญ่อื่นนอกเหนือจากผู้ปกครองที่เป็นแบบอย่างที่ดีให้ทำตาม	38.30 (153)	38.00 (152)	20.50 (82)	3.30 (13)	3.11 (0.84)	เป็นประจำ

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการแสดงทัศนคติ/ความคิดเห็นของเยาวชนพบว่า เยาวชนมีทัศนคติ/ความเห็นตรงกับกิจกรรมที่ได้ทำอยู่ในระดับ เป็นประจำ จากค่าเฉลี่ยร้อยละ จากมากไปหาน้อย 5 อันดับ ได้แก่ ฉันได้รับความรัก ความอบอุ่น เอาใจใส่ และการสนับสนุนในทางที่ดีจากครอบครัว จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมา คือ ฉัน รู้สึกปลอดภัย อบอุ่น และมีความสุขเมื่ออยู่ในครอบครัวตัวเอง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 ลำดับถัดไป คือ ฉันมีผู้ปกครองที่เป็นแบบอย่างที่ดีให้ทำตาม จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 ฉันมีผู้ปกครองที่ส่งเสริมสนับสนุน ช่วยเหลือด้านการเรียนรู้ จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 และฉันมีผู้ปกครองที่สนับสนุนให้ฉันทำในสิ่งที่ฉันชอบ หรืออยากทำ จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 ตามลำดับ ส่วนเยาวชนมีทัศนคติ/ความคิดเห็นว่า ฉันมีการวางแผนและตัดสินใจทำก่อนลงมือทำเสมอ จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 ฉันพูดความจริงเสมอถึงแม้ว่าบางครั้งมันจะทำให้ยาก จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 ฉันรู้สึกว่าคนใจชุมชนให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของเด็กและเยาวชน จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ฉันเรียนรู้สามารถปรับตัวให้สามารถอยู่กับคนที่มีความคิดเห็น หรือการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันได้เป็นอย่างดี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 และฉันเชื่อว่าการได้ช่วยเหลือผู้อื่นเป็นสิ่งที่มีคุณค่าอย่างมาก จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 อยู่ในระดับ บ่อยครั้ง จากค่าเฉลี่ยร้อยละจากมากไปหาน้อย 5 อันดับ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า เยาวชนส่วนมากมีทัศนคติ/ความเห็นตรงกับกิจกรรมที่ได้ทำอยู่ในระดับ เป็นประจำ อาทิเช่น ฉัน ทำการบ้านหรือทบทวน

บทเรียนทุกวัน ($\bar{x} = 3.99$, S.D.=0.85) ฉันได้เล่นกีฬาหรือออกกำลังกายเป็นประจำ ($\bar{x} = 3.78$, S.D.=0.82) ฉัน รู้สึกปลอดภัย อบอุ่น และมีความสุขเมื่ออยู่ในครอบครัวตัวเอง ($\bar{x} = 3.58$, S.D.=0.61) ฉัน มีผู้ปกครองที่ส่งเสริมสนับสนุน ช่วยเหลือด้านการเรียนรู้ ($\bar{x} = 3.49$, S.D.=0.69) และ ฉัน รู้สึกพึงพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของตัวเอง ($\bar{x} = 3.45$, S.D.=0.65) ตามลำดับ มีเพียงทัศนคติ/ความคิดเห็นที่ว่า ฉันร่วมกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ในชุมชนเป็นประจำ ($\bar{x} = 2.65$, S.D.=0.93) และ ฉันให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมในสังคม เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ เพศชาย/หญิง เพศทางเลือก เป็นต้น ($\bar{x} = 2.26$, S.D.=0.71) เท่านั้น อยู่ในระดับ บ่อยครั้ง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า เยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่มีความเข้มแข็งในพลังตัวตน คือ ความตระหนักในคุณค่าของตนเองและผู้อื่น พลังครอบครัว พลังการศึกษา พลังชุมชน เพื่อน และกิจกรรมที่เข้มแข็ง มีบริบททางครอบครัวที่สมบูรณ์ ครอบครัวมีความอบอุ่น มีความสุขที่ได้อยู่กับครอบครัว และพ่อแม่ ผู้ปกครองเอาใจใส่ดูแล ช่วยเหลือในทุกด้านการเรียนรู้ เป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่เยาวชนได้ประพฤติปฏิบัติตาม อีกทั้งยังส่งเสริมสนับสนุนเยาวชนในทางที่ถูกต้อง ให้เยาวชนสามารถปรับตัวอยู่ในสังคมได้และวางตนได้ถูกต้องเหมาะสม มีความมั่นคงทางอารมณ์ และสำคัญยิ่งไปกว่านั้น ผู้ปกครอง ครู และบุคคลในชุมชนทำหน้าที่เป็นกัลยาณมิตรให้กับเยาวชน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น แนวทางที่จะพัฒนาเยาวชนให้มีคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ จึงเริ่มตั้งแต่ตัวเยาวชนเอง การฝึกตนให้มีความตระหนักในคุณค่าของตนเองและผู้อื่น (พลังตัวตน) การที่เยาวชนมีครอบครัวที่อบอุ่น มีพ่อแม่เป็นที่ปรึกษาคอยแนะนำในสิ่งที่ควร ไม่ควร การที่ให้เยาวชนมีกัลยาณมิตร มีกิจกรรมเสริมสร้างให้เยาวชนได้มี การแสดงออกและมีส่วนในกิจกรรมเพื่อประโยชน์ส่วนรวม เหล่านี้ ล้วนนี้เป็นการพัฒนาเยาวชนให้มีคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์

ตอนที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ผลการประเมินทัศนคติ/ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาด

จากผลการวิเคราะห์แบบประเมินทัศนคติ/ความเห็นการบริโภคสื่อข่าวสารอย่างชาญฉลาด และความมั่นคงทางอารมณ์ โดยสำรวจข้อมูลจากผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมด 180 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 100 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเยาวชน
 ตอนที่ 2 ความชาญฉลาดในการบริโภคสื่อและข่าวสาร
 ตอนที่ 3 การรู้ทันสื่อและข่าวสาร
 ตอนที่ 4 ความตระหนักในผลกระทบของสื่อและข่าวสาร
 ตอนที่ 5 ความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสาร
 ตอนที่ 6 ความพึงพอใจต่อการให้การอบรมโครงการ
 ตอนที่ 7 ความรู้ความเข้าใจคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์เพื่อการบริโภคสื่อและข่าวสาร โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเยาวชน

ตารางที่ 4.18 แสดงข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบประเมิน

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	33	18.33
หญิง	147	81.67
รวม	180	100.00

จากตารางที่ 4.18 แสดงข้อมูลเพศของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบประเมิน พบว่าผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 81.67 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และเพศชาย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.19 แสดงข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบประเมิน

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
15 – 20 ปี	43	23.89
21 – 25 ปี	137	76.11
รวม	180	100.00

จากตารางที่ 4.19 แสดงข้อมูลอายุของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบประเมิน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16-25 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 76.11

ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และอายุระหว่าง 15-20 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 23.89 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.20 แสดงข้อมูลการศึกษาของผู้ตอบแบบประเมิน

การศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย	8	4.44
กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	145	80.56
ปริญญาตรี	27	15.00
รวม	180	100.00

จากตารางที่ 4.20 แสดงข้อมูลการศึกษาของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 80.56 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และต่อมาก็คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.44 ของผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมด

ตอนที่ 2 ความชาญฉลาดในการบริโภคสื่อและข่าวสาร

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 หมายความว่า มีความฉลาดอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01– 2.00 หมายความว่า มีความฉลาดอยู่ในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 หมายความว่า มีความฉลาดอยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 หมายความว่า มีความฉลาดอยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00 หมายความว่า มีความฉลาดอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.21 แสดงข้อมูลทัศนคติ/ความเห็นในการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่าง

ชาญฉลาด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1	ข้าพเจ้าเลือกชมสื่อที่เห็นว่าให้ประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต	61 (33.89)	99 (55.00)	16 (8.89)	3 (1.67)	1 (0.55)	4.20 (0.71)	มากที่สุด
2	เวลาเปิดรับสื่อ ข้าพเจ้าไม่ชอบคิดตามให้มากนัก	23 (12.78)	68 (37.78)	49 (27.22)	28 (15.55)	12 (6.67)	3.34 (1.10)	มาก
3	ข้าพเจ้าเลือกแต่งกายตามแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยมตามแบบอย่างที่เราเห็นจากสื่อ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน	24 (13.34)	42 (23.33)	40 (22.22)	58 (32.22)	16 (8.89)	3.00 (1.21)	ปานกลาง
4	ขณะที่ข้าพเจ้าเปิดรับสื่อ ข้าพเจ้าได้ใช้การคิดวิเคราะห์ก่อนว่าจะเชื่อตามสิ่งที่สื่อนำเสนอหรือไม่	70 (38.89)	64 (35.56)	42 (23.33)	3 (1.67)	1 (0.55)	4.11 (0.86)	มากที่สุด
5	ข้าพเจ้าใช้เงินที่ได้รับมาส่วนใหญ่ไปกับการดาวน์โหลดเพลง/ภาพเพื่อสนองความต้องการของตนเอง	19 (10.56)	30 (16.67)	20 (11.11)	29 (16.11)	82 (45.55)	2.31 (1.45)	ปานกลาง
6	ข้าพเจ้าซื้อสินค้าเพราะเชื่อตามคำโฆษณาจากสื่อโฆษณาต่างๆ ว่าสินค้านั้นดีจริง	17 (9.45)	31 (17.22)	45 (25.00)	45 (25.00)	42 (23.33)	2.64 (1.27)	ปานกลาง
7	เมื่อข้าพเจ้าดูรายการที่ต้องการให้ผู้ชมโหวตให้กับผู้เข้าแข่งขันในรายการ แม้ว่าในช่วงนั้นข้าพเจ้าไม่มีเงิน ข้าพเจ้าจะขอเงินจากคนในครอบครัวเพื่อโหวตให้กับบุคคลที่ข้าพเจ้าชื่นชอบ	23 (12.78)	25 (13.89)	17 (9.45)	13 (7.22)	102 (56.66)	2.19 (1.53)	ปานกลาง

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
8	เมื่อดูโฆษณาตลอดความอ้วน ข้าพเจ้าเชื่อว่าสถานบริการนั้น สามารถช่วยข้าพเจ้าได้จริง	22 (12.22)	25 (13.89)	27 (15.00)	33 (18.33)	73 (40.56)	2.39 (1.44)	ปาน กลาง
9	ข้าพเจ้าติดตามข่าวจากสื่อ หลายประเภทแล้วนำมาคิด วิเคราะห์ก่อนตัดสินใจว่าจะเชื่อ หรือไม่เชื่อการนำเสนอขานั้น	61 (33.89)	70 (38.89)	35 (19.44)	10 (5.56)	4 (2.22)	3.97 (0.98)	มาก
10	หากข้าพเจ้าชื่นชอบพิธีกรคน ใด เมื่อเขาแสดงความคิดเห็น อะไรออกมา ข้าพเจ้าจะ ไตร่ตรองก่อนโดยไม่ปักใจเชื่อ ตามเขาทั้งหมด	52 (28.89)	65 (36.11)	36 (20.00)	22 (12.22)	5 (2.78)	3.76 (1.09)	มาก
11	ข้าพเจ้ากินอาหารเสริมตามคำ โฆษณาผ่านทางสื่อเพราะเชื่อ ว่าจะทำให้ร่างกายมีสุขภาพดี ขึ้นอย่างรวดเร็ว	25 (13.89)	27 (15.00)	38 (21.11)	22 (12.22)	68 (37.78)	2.55 (1.47)	ปาน กลาง
12	ขณะที่ข้าพเจ้าชมโฆษณา ข้าพเจ้าจะคิดวิเคราะห์ตาม โดยไม่เชื่อคำโฆษณาทันที	66 (36.67)	61 (33.89)	39 (21.67)	8 (4.44)	6 (3.33)	3.96 (1.03)	มาก
13	ข้าพเจ้าชมคลิปที่กำลังเป็น ที่นิยมผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำไปคุยแลกเปลี่ยนกับ เพื่อนได้อย่างไม่น่าอายหน้า	32 (17.78)	35 (19.44)	36 (20.00)	30 (16.67)	47 (26.11)	2.86 (1.45)	ปาน กลาง
14	เมื่อดูโฆษณาโทรศัพท์มือถือ ข้าพเจ้าจะเลือกซื้อโดย พิจารณาจากประโยชน์ใช้สอย เป็นสำคัญ	66 (36.67)	66 (36.67)	32 (17.78)	5 (2.77)	11 (6.11)	3.95 (1.10)	มาก

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5 จำนวน (ร้อยละ)	4 จำนวน (ร้อยละ)	3 จำนวน (ร้อยละ)	2 จำนวน (ร้อยละ)	1 จำนวน (ร้อยละ)		
15	ข้าพเจ้าเลือกซื้อสินค้าตามคำ โฆษณา มากกว่าคำหนึ่งถึง ประโยชน์และความคุ้มค่าของ สินค้านั้น	32 (17.78)	30 (16.67)	29 (16.11)	29 (16.11)	60 (33.33)	2.69 (1.53)	ปาน กลาง
16	เมื่อเห็นโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ปรากฏผ่านสื่อ ทำ ให้ข้าพเจ้าอยากที่จะดื่ม	20 (11.11)	26 (14.45)	15 (8.33)	18 (10.00)	101 (56.11)	2.14 (1.49)	ปาน กลาง
17	แม้ว่าจะมีปัญหาทางการเงิน แต่เมื่อเห็นกระแสแฟชั่นการ แต่งกายที่เข้ามาใหม่ ในสื่อ ข้าพเจ้าจะรีบไปซื้อหามาใส่ ทันทีเพื่อจะได้รับการชื่นชม ยอมรับจากกลุ่มเพื่อน	27 (15.00)	17 (9.45)	21 (11.66)	32 (17.78)	83 (46.11)	2.29 (1.49)	ปาน กลาง
18	เมื่อดูข่าวที่มีความขัดแย้งของ บุคคล ทั้งสองฝ่าย ข้าพเจ้าไม่ เชื่อสื่อที่เสนอข่าวเพียงด้าน เดียวแต่จะหาข้อมูลจากสื่ออื่น ๆ เพิ่มเติม	51 (28.33)	64 (35.56)	43 (23.89)	12 (6.67)	10 (5.55)	3.74 (1.11)	มาก
19	แม้ว่าจะมีปัญหาทางการเงิน แต่เมื่อได้รับชมโฆษณา โทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ล่าสุด ผ่านทางสื่อ ข้าพเจ้าจะรีบหา ซื้อมาใช้โดยทันทีเพื่อจะได้ ทันสมัยเหนือกว่าเพื่อน	14 (7.78)	29 (16.11)	21 (11.66)	19 (10.56)	97 (53.89)	2.13 (1.41)	ปาน กลาง

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อย ละ)	จำนวน (ร้อย ละ)	จำนวน (ร้อย ละ)	จำนวน (ร้อย ละ)	จำนวน (ร้อย ละ)		
20	ถึงข้าพเจ้าจะมีเงินมากพอที่จะแต่งตัวตามกระแสแฟชั่นที่ปรากฏในสื่อ แต่ถ้าข้าพเจ้าพิจารณาแล้วเห็นว่าไม่เหมาะสม ข้าพเจ้าก็ไม่เสียเงินไปกับการแต่งตัวแบบนั้น	77 (42.78)	58 (32.22)	25 (13.89)	9 (5.00)	11 (6.11)	4.01 (1.15)	มากที่สุด
21	แม้รายการวัยรุ่นทางโทรทัศน์จะนำเสนอกระแสแฟชั่นที่ได้รับความนิยม ข้าพเจ้าก็ไม่ทำตามกระแสเพราะไม่ต้องการรบกวนคนในครอบครัวให้ต้องเดือดร้อน	76 (42.22)	66 (36.67)	22 (12.22)	9 (5.00)	7 (3.89)	4.08 (1.05)	มากที่สุด
22	ข้าพเจ้าเลือกใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อเปิดโลกทัศน์และพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น	83 (46.11)	55 (30.56)	34 (18.89)	6 (3.33)	2 (1.11)	4.17 (0.93)	มากที่สุด
23	เมื่อได้อ่านข่าวในอินเตอร์เน็ต ข้าพเจ้าไม่เชื่อโดยทันทีแต่จะตรวจสอบข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งก่อน เพื่อที่จะไม่เผยแพร่ข่าวสารที่ผิด ๆ ให้คนอื่นรับทราบต่อไป	63 (35.00)	74 (41.12)	36 (20.00)	6 (3.33)	1 (0.55)	4.07 (0.86)	มากที่สุด
24	เมื่อชมโฆษณาทางโทรทัศน์ ข้าพเจ้าไม่เชื่อว่าครีมบำรุงผิวตามที่ปรากฏในโฆษณาจะทำให้ผิวขาวขึ้นได้จริงภายในเวลาอันรวดเร็ว	62 (34.44)	61 (33.89)	31 (17.22)	17 (9.45)	9 (5.00)	3.83 (1.15)	มาก

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5 จำนวน (ร ี อ ย ละ)	4 จำนวน (ร ี อ ย ละ)	3 จำนวน (ร ี อ ย ละ)	2 จำนวน (ร ี อ ย ละ)	1 จำนวน (ร ี อ ย ละ)		
25	เมื่อข้าพเจ้าสนใจอาหารเสริมเพื่อสุขภาพที่เห็นในสื่อโฆษณา ข้าพเจ้าจะพิจารณาถึงส่วนผลมาก่อนตัดสินใจซื้อ	60 (33.33)	68 (37.78)	32 (17.78)	12 (6.67)	8 (4.44)	3.89 (1.08)	มาก
26	ข้าพเจ้าเลือกชมสื่อที่ให้สาระความรู้เพื่อพัฒนาความคิด	73 (40.56)	70 (38.89)	29 (16.11)	8 (4.44)	-	4.16 (0.85)	มากที่สุด
ทางบวกข้อ1,4,9,10,12,14,18,20,21,22,23,24,25,26							4.01 (0.73)	มากที่สุด
ทางลบข้อ2,3,5,6,7,8,11,13,15,16,17,19							2.55 (1.45)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.21 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ มีทัศนคติ/ความคิดเห็นต่อการบริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาดในทางบวกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.73) โดยเยาวชนส่วนใหญ่เลือกชมสื่อที่เห็นว่าให้ประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต ($\bar{X} = 4.20$, S.D.=0.71) รองลงมาคือ การเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเปิดโลกทัศน์และพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.17$, S.D.=0.93) ต่อมาคือ การเลือกชมสื่อที่ให้สาระความรู้เพื่อพัฒนาความคิด ($\bar{X} = 4.16$, S.D.=0.85)

สำหรับทัศนคติ/ความคิดเห็นต่อการบริโภคสื่อและข่าวสารในทางลบของเยาวชนโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.55$, S.D.=1.45) โดยเยาวชนส่วนใหญ่ เวลาเปิดรับสื่อ ไม่ชอบติดตามให้มากนัก ($\bar{X} = 3.34$, S.D.=1.10) รองลงมา คือ เยาวชนชมคลิปลับที่กำลังเป็นที่นิยมผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำไปคุยแลกเปลี่ยนกับเพื่อนได้อย่างไม่น้อยหน้า ($\bar{X} = 2.86$, S.D.=1.45) ลำดับถัดไป เยาวชนเลือกซื้อสินค้าตามคำ โฆษณามากกว่าคำเนื่งถึงประโยชน์และความคุ้มค่าของสินค้านั้น ($\bar{X} = 2.69$, S.D.=1.53) และน้อยที่สุดคือ แม้ว่าจะมีปัญหาทางการเงิน แต่เมื่อได้รับชมโฆษณาโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ล่าสุดผ่านทางสื่อ ข้าพเจ้าจะรีบหาซื้อมาใช้โดยทันทีเพื่อจะได้ทันสมัยเหนือกว่าเพื่อน ($\bar{X} = 2.13$, S.D.= 1.41)

จากข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ บริโภคสื่อและข่าวสารด้วยความชาญฉลาด บริโภคสื่อเป็นไปในทางบวกมากกว่าทางลบแต่ก็มี

มีปัจจัย เช่น เพื่อน และสื่อ ที่สามารถโน้มน้าวหรือชักจูงให้เยาวชนบริโภคสื่อเป็นไปในทางลบ บ้าง โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เพราะว่า เยาวชนเป็นวัยที่กำลังเข้าสู่สังคม คบเพื่อน และใช้เวลากับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่

ตอนที่ 3 การรู้ทันสื่อและข่าวสาร

3.1 ความคิดเห็นต่อรายการเรียลลิตีโชว์ (Reality Show)

ตารางที่ 4.22 แสดงข้อมูลทัศนคติ/ความคิดเห็นต่อรายการเรียลลิตีโชว์ (Reality Show)

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	เป็นรายการที่ทำให้ผู้ชมได้ติดตามการดำเนินชีวิตเห็นความเป็นไปการกระทำของผู้เข้าร่วมรายการอย่างใกล้ชิด	29	16.11
2	เป็นรายการที่ผู้ชมมีความสำคัญเพราะได้มีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมรายการได้ดำเนินชีวิตต่อไปในเกม	19	10.56
3	เป็นรายการที่ผู้ชมต้องพิจารณาในการชมรายการประเภทนี้อย่างมากเพราะสิ่งที่น่าสนใจมีทั้งเรื่องที่เป็นแบบอย่างที่ดีและไม่ดี	70	38.89
4	เป็นรายการที่ผู้ชมต้องพิจารณาและตระหนักว่าเนื้อหาที่น่าสนใจอาจเป็นสิ่งที่ทางรายการกำหนดขึ้นไม่ใช่ความจริงทั้งหมด	62	34.44
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.22 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อรายการเรียลลิตีโชว์ว่าเป็นรายการที่ผู้ชมต้องพิจารณาในการชมรายการประเภทนี้อย่างมากเพราะสิ่งที่น่าสนใจมีทั้งเรื่องที่เป็นแบบอย่างที่ดีและไม่ดีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และรองลงมา มีความคิดเห็นต่อรายการเรียลลิตีโชว์ว่าเป็นรายการที่ผู้ชมต้องพิจารณาและตระหนักว่าเนื้อหาที่น่าสนใจอาจเป็นสิ่งที่ทางรายการกำหนดขึ้นไม่ใช่ความจริงทั้งหมด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 34.44 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

3.2 ความคิดเห็นต่อผลโหวต(ผลคะแนนความคิดเห็นจากผู้ชม)ในหัวข้อต่างๆซึ่งปรากฏในหน้าจอโทรทัศน์

ตารางที่ 4.23 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อผลโหวต(ผลคะแนนความคิดเห็นจากผู้ชม) ในหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งปรากฏในหน้าจอโทรทัศน์

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	มีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นการโหวตของประชาชนเข้ามาโดยตรง	13	7.22
2	ต้องพิจารณาให้ดีเพราะผลโหวตที่รายการนำเสนอเป็นความคิดเห็นของคนบางกลุ่มเท่านั้น	56	31.12
3	เป็นเทคนิคที่ทางรายการใช้ดึงดูดผู้รับชมให้คอยติดตามชมผลโหวตจนถึงท้ายรายการ	51	28.33
4	ต้องไตร่ตรองให้ดีเพราะผลโหวตอาจเกิดจากการจัดตั้งขึ้นเองของทางรายการเนื่องจากผลประโยชน์หรือการได้รับแรงกดดัน	60	33.33
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.23 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อผลโหวต (ผลคะแนนความคิดเห็นจากผู้ชม) ในหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งปรากฏในหน้าจอโทรทัศน์ ว่าเป็นรายการที่ต้องไตร่ตรองให้ดีเพราะผลโหวตอาจเกิดจากการจัดตั้งขึ้นเองของทางรายการเนื่องจากผลประโยชน์หรือการได้รับแรงกดดันจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของเยาวชนผู้ทั้งหมด และรองลงมา มีความคิดเห็นต่อผลโหวต (ผลคะแนนความคิดเห็นจากผู้ชม) ในหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งปรากฏในหน้าจอโทรทัศน์ ว่าเป็นรายการที่ต้องพิจารณาให้ดีเพราะผลโหวตที่รายการนำเสนอเป็นความคิดเห็นของคนบางกลุ่มเท่านั้น จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 31.12 ของเยาวชนทั้งหมด

3.3 ความคิดเห็นต่อเป้าหมายของการส่ง SMS ในรายการทางโทรทัศน์

ตารางที่ 4.24 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อเป้าหมายของการส่ง SMS ในรายการทางโทรทัศน์

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	ต้องการให้ผู้ชมรายการมีโอกาสแสดงความคิดเห็นเข้ามาในรายการ	17	9.44
2	ต้องการเพิ่มความน่าสนใจให้กับรายการโดยที่ทางรายการก็ได้รับผลประโยชน์	45	25.00
3	ต้องการให้ผู้ชมมีส่วนร่วมและได้แสดงปฏิกิริยาตอบกลับในประเด็นต่างๆที่รายการตั้งประเด็นไว้	52	28.89
4	ต้องการได้รายได้จากการส่ง SMS ของผู้ชมและได้ข้อมูลเพื่อแสดงต่อผู้สนับสนุนรายการว่ารายการเป็นที่นิยม	66	36.67
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.24 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยมีความคิดเห็นต่อเป้าหมายของการส่ง SMS ในรายการทางโทรทัศน์ ว่าเป็นรายการที่ต้องการได้รายได้จากการส่ง SMS ของผู้ชมและได้ข้อมูลเพื่อแสดงต่อผู้สนับสนุนรายการว่ารายการเป็นที่นิยมจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 ของเยาวชนทั้งหมดและรองลงมา มีความคิดเห็นต่อเป้าหมายของการส่ง SMS ในรายการทางโทรทัศน์ว่าเป็นรายการที่ต้องการให้ผู้ชมมีส่วนร่วมและได้แสดงปฏิกิริยาตอบกลับในประเด็นต่างๆที่รายการตั้งประเด็นไว้จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 28.89 ของเยาวชนทั้งหมด

3.4 ความคิดเห็นต่อรายการคุยข่าวทางโทรทัศน์ที่นำข่าวจากหนังสือพิมพ์มาอ่านให้ฟัง

ตารางที่ 4.25 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อรายการคุยข่าวทางโทรทัศน์ที่นำข่าวจากหนังสือพิมพ์มาอ่านให้ฟัง

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	น่าเชื่อถือเพราะข้อมูลที่นำเสนอมีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้	19	10.55
2	เป็นเทคนิคการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจมากกว่าอ่านข่าวเองจากหนังสือพิมพ์	34	18.89
3	ต้องใช้วิจารณญาณในการรับชมเพราะผู้ดำเนินรายการมักนำความคิดเห็นมาปนกับข้อเท็จจริง	97	53.89
4	เป็นรายการที่ต้องระวังในการรับชมเพราะอาจถูกชี้นำทางความคิดจากผู้ดำเนินรายการได้โดยไม่รู้ตัว	30	16.67
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.25 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสารโดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อรายการคุยข่าวทางโทรทัศน์ที่นำข่าวจากหนังสือพิมพ์มาอ่านให้ฟัง ว่าเป็นรายการที่ต้องใช้วิจารณญาณในการรับชมเพราะผู้ดำเนินรายการมักนำความคิดเห็นมาปนกับข้อเท็จจริง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 53.89 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และรองลงมา มีความคิดเห็นต่อรายการคุยข่าวทางโทรทัศน์ที่นำข่าวจากหนังสือพิมพ์มาอ่านให้ฟังว่าเป็นเทคนิคการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจมากกว่าอ่านข่าวเองจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 18.89 ของผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมด

3.5 ความคิดเห็นต่อการที่รายการโทรทัศน์มักนำภาพดาราที่แต่งกายโชว์รูปร่างและทรวดทรงมานำเสนอแก่ผู้ชม

ตารางที่ 4.26 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อการที่รายการโทรทัศน์มักนำภาพดาราที่แต่งกายโชว์รูปร่างและทรวดทรงมานำเสนอแก่ผู้ชม

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	เป็นเทคนิคในการดึงดูดความสนใจ	44	24.44
2	เป็นการนำเสนอแพชั่นสิ่งที่คุณสวยงามให้แก่ผู้ชม	20	11.11
3	อาจทำให้เยาวชนนำไปลอกเลียนแบบได้	45	25.00
4	จะนำไปสู่การสร้างค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศที่ไม่เหมาะสมตามมา	71	39.45
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.26 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อการที่รายการโทรทัศน์มักนำภาพดาราที่แต่งกายโชว์รูปร่างและทรวดทรงมานำเสนอแก่ผู้ชม ว่าเป็นรายการที่จะนำไปสู่การสร้างค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศที่ไม่เหมาะสมตามมา จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 39.45 ของเยาวชนทั้งหมด และรองลงมา มีความคิดเห็นต่อการที่รายการโทรทัศน์มักนำภาพดาราที่แต่งกายโชว์รูปร่างและทรวดทรงมานำเสนอแก่ผู้ชม ว่าอาจทำให้เยาวชนนำไปลอกเลียนแบบได้จำนวน 45 คนคิดเป็นร้อยละ 25.00 ของเยาวชนทั้งหมด

3.6 ความคิดเห็นต่อฉากเลิฟซีนที่ไม่เหมาะสมในละครโทรทัศน์

ตารางที่ 4.27 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อฉากเลิฟซีนที่ไม่เหมาะสมในละครโทรทัศน์

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	เป็นสิ่งที่ทำให้ละครน่าติดตามชม	5	2.78
2	เป็นเทคนิคที่ผู้ผลิตใช้เป็นจุดขายให้แก่ละคร	64	35.56
3	เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีให้แก่ผู้ชมโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน	69	38.33
4	เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนพฤติกรรมทางเพศอย่างเปิดเผยให้แก่สังคมไทย	42	23.33
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.27 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อฉากเลิฟซีนที่ไม่เหมาะสมในละครโทรทัศน์ว่าเป็นแบบอย่างที่ไม่ดีให้แก่ผู้ชม โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และรองลงมา มีความคิดเห็นต่อฉากเลิฟซีนที่ไม่เหมาะสมในละครโทรทัศน์ว่าเป็นเทคนิคที่ผู้ผลิตใช้เป็นจุดขายให้แก่ละครจำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 35.56 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

3.7 ความคิดเห็นต่อการอ่านข่าวหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งที่มีการเขียนถึงข่าวในทางเสื่อมเสียของดารายอดนิยมโดยที่ไม่ระบุชื่อจริงแต่ใช้อักษรย่อ

ตารางที่ 4.28 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อการอ่านข่าวหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งที่มีการเขียนถึงข่าวในทางเสื่อมเสียของดารายอดนิยมโดยที่ไม่ระบุชื่อจริงแต่ใช้อักษรย่อ

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	พยายามคาดเดาว่าดาราคคนนั้นเป็นใครและเชื่อตามสิ่งที่หนังสือพิมพ์นำเสนอเพราะหนังสือพิมพ์ต้องมีหลักฐานมิฉะนั้นคงไม่กล้าเสนอ	14	7.78
2	จะนำไปเป็นหัวข้อในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนว่าข้อมูลดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือหรือไม่	34	18.89
3	ตั้งข้อสงสัยไว้ก่อนไม่เชื่อในทันทีเพราะหนังสือพิมพ์มักใช้ข่าวประเภทนี้กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่าน	86	47.78
4	จะไม่เชื่อตามสิ่งที่หนังสือพิมพ์นำเสนอทั้งหมดเพราะหนังสือพิมพ์ย่อมมุ่งหวังผลกำไรจากการขายข่าวประเภทนี้	46	25.55
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.28 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อการอ่านข่าวหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งที่มีการเขียนถึงข่าวในทางเสื่อมเสียของดารายอดนิยมโดยที่ไม่ระบุชื่อจริงแต่ใช้อักษรย่อว่าควรตั้งข้อสงสัยไว้ก่อนไม่เชื่อในทันทีเพราะหนังสือพิมพ์มักใช้ข่าวประเภทนี้กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่านจำนวน 86 คนคิดเป็นร้อยละ 47.78 ของเยาวชนทั้งหมด และรองลงมาที่มีความคิดเห็นต่อการอ่านข่าวหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งที่มีการเขียนถึงข่าวในทางเสื่อมเสียของดารายอดนิยมโดยที่ไม่ระบุชื่อจริงแต่ใช้อักษรย่อว่าจะไม่เชื่อตามสิ่งที่หนังสือพิมพ์นำเสนอทั้งหมดเพราะหนังสือพิมพ์ย่อมมุ่งหวังผลกำไรจากการขายข่าวประเภทนี้จำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 25.55 ของเยาวชน

3.8 ความคิดเห็นต่อความเชื่อถือการรายงานข่าวทางโทรทัศน์

ตารางที่ 4.29 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อความเชื่อถือการรายงานข่าวทางโทรทัศน์

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	เชื่อเพราะทุกสิ่งที่สื่อนำเสนอย่อมผ่านการรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบมาดีแล้ว	10	5.56
2	แล้วแต่กรณี ถ้ามีเรื่องไหนเป็นประเด็นปัญหาที่มีการวิพากษ์วิจารณ์กันมากก็จะฟังหูไว้หู	74	41.12
3	ไม่เชื่อทั้งหมดเพราะบางเรื่องที่สื่อเสนอก็อาจคลาดเคลื่อนจากความจริง	53	29.43
4	ไม่เชื่อทั้งหมดเพราะบางเรื่องอาจเป็นสิ่งที่สื่อกำหนดประเด็นว่าอยากให้คนรับรู้ เรื่องอะไรและละเว้นการนำเสนอเรื่องบางเรื่องเพื่อผลประโยชน์ของสื่อ	43	23.89
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.29 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อความเชื่อถือการรายงานข่าวทางโทรทัศน์พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อความเชื่อถือการรายงานข่าวทางโทรทัศน์ว่าควรเชื่อแล้วแต่กรณี ถ้ามีเรื่องไหนเป็นประเด็นปัญหาที่มีการวิพากษ์วิจารณ์กันมากก็จะฟังหูไว้หูจำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 41.12 ของเยาวชนทั้งหมด และรองลงมามีความคิดเห็นต่อความเชื่อถือการรายงานข่าวทางโทรทัศน์ว่าไม่ควรเชื่อทั้งหมดเพราะบางเรื่องที่สื่อนำเสนอก็อาจคลาดเคลื่อนจากความจริงจำนวน 53 คนคิดเป็นร้อยละ 29.43 ของเยาวชนทั้งหมด

3.9 ความคิดเห็นต่อโฆษณาโลชั่น/ครีมปรับผิวขาวหรือไวท์เทนนิ่ง(Whitening)ที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ตารางที่ 4.30 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อโฆษณาโลชั่น/ครีมปรับผิวขาวหรือไวท์เทนนิ่ง (Whitening) ที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	เป็นโฆษณาที่เจาะกลุ่มเป้าหมายกับกลุ่มที่ต้องการมีผิวขาวใส	27	15.00
2	เป็นโฆษณาที่อาศัยเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการตกแต่ง	79	43.90
3	เป็นโฆษณาที่นำเสนอใจมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้คนมีผิวที่ขาวขึ้นได้	21	11.67
4	เป็นโฆษณาที่สนับสนุนและสร้างค่านิยมให้กับสังคมว่าหากต้องการจะสวยต้องมีผิวขาว	53	29.43
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.30 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อโฆษณาโลชั่น/ครีมปรับผิวขาวหรือไวท์เทนนิ่ง (Whitening) ที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ว่าเป็นโฆษณาที่อาศัยเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการตกแต่งจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 43.90 ของผู้เยาวชนทั้งหมด และรองลงมามีความคิดเห็นต่อโฆษณาโลชั่น/ครีมปรับผิวขาวหรือไวท์เทนนิ่ง (Whitening) ที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ว่าเป็นโฆษณาที่สนับสนุนและสร้างค่านิยมให้กับสังคมว่าหากต้องการจะสวยต้องมีผิวขาวจำนวน 53 คนคิดเป็นร้อยละ 29.43 ของเยาวชนทั้งหมด

3.10 ความคิดเห็นต่อความรู้สึกหลังจากที่ได้รับชมโฆษณาโปรโมชันของผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือที่ใช้อยู่

ตารางที่ 4.31 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อความรู้สึกหลังจากที่ได้รับชมโฆษณาโปรโมชันของผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือที่ใช้อยู่

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	ตั้งใจว่าจะเปลี่ยนโปรโมชันที่ใช้อยู่และหันมาใช้โปรโมชันที่โฆษณา	12	6.67
2	จะนำไปสอบถามคนรู้จักว่าควรจะเปลี่ยนหรือไม่	34	18.89
3	จะพิจารณาผลประโยชน์และเงื่อนไขต่างๆของโปรโมชันนั้นอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจ	77	42.78
4	จะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโปรโมชันนั้นอย่างถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจ เพราะโฆษณามักจะเลือกเสนอเพียงข้อมูลด้านดีเท่านั้น	57	31.66
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.31 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อความรู้สึกหลังจากที่ได้รับชมโฆษณาโปรโมชันของผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือที่ใช้อยู่ว่าจะพิจารณาผลประโยชน์และเงื่อนไขต่างๆของโปรโมชันนั้นอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจจำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 42.78 ของเยาวชนทั้งหมด และรองลงมามีความคิดเห็นต่อความรู้สึกหลังจากที่ได้รับชมโฆษณาโปรโมชันของผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือที่ใช้อยู่ว่าจะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโปรโมชันนั้นอย่างถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจ เพราะโฆษณามักจะเลือกเสนอเพียงข้อมูลด้านดีเท่านั้นจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 31.66 ของเยาวชนทั้งหมด

3.11 ความคิดเห็นต่อโฆษณาสินค้าในเว็บไซต์และมีความสนใจในสินค้าตัวนั้น

ตารางที่ 4.32 แสดงข้อมูลความคิดเห็นต่อโฆษณาสินค้าในเว็บไซต์และมีความสนใจในสินค้าตัวนั้น

ที่	รายการประเมิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	จะนำเอาไปปรึกษากับคนใกล้ชิดเพื่อให้ช่วยตัดสินใจ	26	14.45
2	ตั้งใจว่าจะสั่งซื้อสินค้านั้นทันทีหากเข้าสินค้าอาจจะหมดได้	13	7.22
3	จะนำไปสอบถามจากผู้รู้เพื่อหาข้อมูลว่าเว็บไซต์ดังกล่าวเชื่อถือได้หรือไม่	51	28.33
4	ตั้งใจจะไปหาข้อมูลเพิ่มเติมจากหลายแหล่งเพื่อพิจารณาเปรียบเทียบก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ	90	50.00
รวม		180	100.00

จากตารางที่ 4.32 พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ทันสื่อและข่าวสาร โดยเยาวชนมีความคิดเห็นต่อโฆษณาสินค้าในเว็บไซต์และมีความสนใจในสินค้าตัวนั้นว่าตั้งใจจะไปหาข้อมูลเพิ่มเติมจากหลายแหล่งเพื่อพิจารณาเปรียบเทียบก่อนที่จะตัดสินใจซื้อจำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 50.00 ของเยาวชนทั้งหมด และรองลงมามีความคิดเห็นต่อโฆษณาสินค้าในเว็บไซต์และมีความสนใจในสินค้าตัวนั้นว่าจะนำไปสอบถามจากผู้รู้เพื่อหาข้อมูลว่าเว็บไซต์ดังกล่าวเชื่อถือได้หรือไม่จำนวน 51 คนคิดเป็นร้อยละ 28.33 ของเยาวชนทั้งหมด

3.12 การรู้ทันสื่อและข่าวสารโดยรวม

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 หมายถึงว่า รู้ทันสื่อและข่าวสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 2.00 หมายถึงว่า รู้ทันสื่อและข่าวสารอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 หมายถึงว่า รู้ทันสื่อและข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 หมายถึงว่า รู้ทันสื่อและข่าวสารอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินการรู้หนังสือและข่าวสารโดยรวม

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ				\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		4 จำนวน (ร้อยละ)	3 จำนวน (ร้อยละ)	2 จำนวน (ร้อยละ)	1 จำนวน (ร้อยละ)		
1	ความคิดเห็นต่อรายการเรียลลิตีโชว์ (Reality Show)	62 (34.44)	70 (38.89)	19 (10.56)	29 (16.11)	2.92 (1.05)	ปาน กลาง
2	ความคิดเห็นต่อผลโหวต (ผลคะแนนความคิดเห็นจากผู้ชม) ในหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งปรากฏในหน้าจอโทรทัศน์	60 (33.33)	56 (31.12)	51 (28.33)	13 (7.22)	2.88 (0.96)	ปาน กลาง
3	ความคิดเห็นต่อเป้าหมายของการส่ง SMS ในรายการทางโทรทัศน์	66 (36.67)	45 (25.00)	52 (28.89)	17 (9.44)	2.93 (1.00)	ปาน กลาง
4	ความคิดเห็นต่อรายการคุยข่าวทางโทรทัศน์ที่นำข่าวจากหนังสือพิมพ์มาอ่านให้ฟัง	30 (16.67)	97 (53.89)	34 (18.89)	19 (10.55)	2.77 (0.85)	ปาน กลาง
5	ความคิดเห็นต่อการที่รายการโทรทัศน์มักนำภาพดาราที่แต่งกายโชว์รูปร่างและทรวดทรงมานำเสนอแก่ผู้ชม	71 (39.45)	45 (25.00)	44 (24.44)	20 (11.11)	2.79 (1.20)	ปาน กลาง
6	ความคิดเห็นต่อฉากเลิฟซีนที่ไม่เหมาะสมในละครโทรทัศน์	42 (23.33)	69 (38.33)	64 (35.56)	5 (2.78)	2.82 (0.82)	ปาน กลาง
7	ความคิดเห็นต่อการอ่านข่าวหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งที่มีการเขียนถึงข่าวในทางเสื่อมเสียของดารายอดนิยมโดยที่ไม่ระบุชื่อจริงแต่ใช้อักษรย่อ	46 (25.55)	86 (47.78)	34 (18.89)	14 (7.78)	2.91 (0.87)	ปาน กลาง
8	ความคิดเห็นต่อความเชื่อถือการรายงานข่าวทางโทรทัศน์	43 (23.89)	53 (29.43)	74 (41.12)	10 (5.56)	2.72 (0.89)	ปาน กลาง

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ				\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
9	ความคิดเห็นต่อโฆษณาโลชั่น/ครีมปรับผิวขาวหรือไวท์เทนนิ่ง (Whitening) ที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	53 (29.43)	79 (43.90)	27 (15.00)	21 (11.67)	2.56 (1.07)	ปาน กลาง
10	ความคิดเห็นต่อความรู้สึกหลังจากที่ได้รับชมโฆษณาไปรโมชั่นของผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือที่ใช้อยู่	57 (31.66)	77 (42.78)	34 (18.89)	12 (6.67)	2.99 (0.88)	ปาน กลาง
11	ความคิดเห็นต่อโฆษณาสินค้าในเว็บไซต์และมีความสนใจในสินค้าตัวนั้น	90 (50.00)	51 (28.33)	26 (14.45)	13 (7.22)	3.14 (1.07)	มาก

จากตารางที่ 4.33 พบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ มีการรู้ทันสื่อและข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อโฆษณาสินค้าในเว็บไซต์และมีความสนใจในสินค้าตัวนั้น ($\bar{x} = 3.14$, S.D.=1.07) รองลงมาคือ มีความคิดเห็นต่อความรู้สึกหลังจากที่ได้รับชมโฆษณาไปรโมชั่นของผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือที่ใช้อยู่ ($\bar{x} = 2.99$, S.D.=0.88) ต่อมาคือ มีความคิดเห็นต่อเป้าหมายของการส่ง SMS ในรายการทางโทรทัศน์ ($\bar{x} = 2.93$, S.D.=1.53) และน้อยที่สุดคือ มีความคิดเห็นต่อโฆษณาโลชั่น/ครีมปรับผิวขาวหรือไวท์เทนนิ่ง (Whitening) ที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ($\bar{x} = 2.56$, S.D.=1.07)

ตอนที่ 4 ความตระหนักในผลกระทบของสื่อและข่าวสาร

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 หมายความว่า มีความตระหนักอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01– 2.00 หมายความว่า มีความตระหนักอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 หมายความว่า มีความตระหนักอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 หมายความว่า มีความตระหนักอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00 หมายความว่า มีความตระหนักอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.34 แสดงข้อมูลความตระหนักในผลกระทบของสื่อและข่าวสาร

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปลค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1	อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่มีความปลอดภัยสำหรับเด็กและเยาวชน	33 (18.33)	28 (15.56)	62 (34.44)	22 (12.22)	35 (19.45)	3.01 (1.34)	มาก
2	สื่อลามกที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นสาเหตุที่ทำให้ปัญหาพฤติกรรมทางเพศเพิ่มมากขึ้นในสังคม	32 (17.78)	31 (17.22)	35 (19.45)	24 (13.33)	58 (32.22)	2.75 (1.50)	ปานกลาง
3	อินเทอร์เน็ตไม่สามารถเผยแพร่แนวคิดที่ก่อให้เกิดความแตกแยกในสังคมได้	25 (13.89)	31 (17.22)	53 (29.44)	32 (17.78)	39 (21.67)	2.84 (1.33)	ปานกลาง
4	การใช้เวลาไปกับการเล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานไม่ทำให้เกิดผลเสียต่อการทำงานหรือการเรียน	37 (20.56)	38 (21.11)	38 (21.11)	18 (10.00)	49 (27.22)	2.98 (1.49)	ปานกลาง
5	การรับชมสื่อลามกผ่านทางเว็บไซต์เป็นประจำมีผลกระทบต่อค่านิยมทางเพศของเด็กและเยาวชน	68 (37.78)	59 (32.78)	35 (19.45)	12 (6.66)	6 (3.33)	3.95 (1.07)	มาก

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6	การรับชมสื่อโทรทัศน์ไม่สามารถปลูกฝังความคิดความเชื่อใหม่ๆให้กับคนในสังคมได้	25 (13.89)	49 (27.22)	53 (29.44)	33 (18.33)	20 (11.12)	3.14 (1.20)	มาก
7	การแต่งกายหล่อแหลมของดาราที่ปรากฏผ่านสื่อโทรทัศน์นำไปสู่การสร้างค่านิยมการแต่งกายหล่อแหลมให้แก่เยาวชน	72 (40.00)	58 (32.22)	36 (20.00)	11 (6.11)	3 (1.67)	4.03 (1.00)	มากที่สุด
8	การรับชมภาพความรุนแรงผ่านทางสื่อโทรทัศน์เป็นประจำทำให้เยาวชนเกิดความชินชาจนรู้สึกว่าการรุนแรงเป็นเรื่องปกติ	51 (28.33)	65 (36.11)	41 (22.78)	18 (10.00)	5 (2.78)	3.77 (1.06)	มาก
9	สื่อโฆษณาไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนในสังคมได้	25 (13.89)	44 (24.44)	51 (28.33)	32 (17.78)	28 (15.56)	3.03 (1.27)	มาก
10	การรับชม/รับฟังข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นประจำสามารถทำให้บุคคลเปลี่ยนความคิด ความเชื่อได้	48 (26.67)	63 (35.00)	54 (30.00)	12 (6.66)	3 (1.67)	3.78 (0.97)	มาก
11	การรับชมละครจากต่างชาติที่มีเนื้อหาที่แฝงการแสดงออกทางเพศ เป็นสิ่งที่ทำให้เด็กและเยาวชนรู้สึกว่าเป็นเรื่องธรรมดาที่จะแสดงพฤติกรรมทางเพศอย่างเปิดเผย	41 (22.78)	59 (32.78)	59 (32.78)	15 (8.33)	6 (3.33)	3.63 (1.03)	มาก

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5 จำนวน (ร้อยละ)	4 จำนวน (ร้อยละ)	3 จำนวน (ร้อยละ)	2 จำนวน (ร้อยละ)	1 จำนวน (ร้อยละ)		
12	การรับชมละครที่น่าเสนอภาพความรุนแรงเป็นประจำมีผลต่อการเลียนแบบพฤติกรรมก้าวร้าวในเด็กและเยาวชน	59 (32.78)	67 (37.22)	45 (25.00)	7 (3.89)	2 (1.11)	3.97 (0.91)	มาก
13	การเล่นเกมนอนไลน์ที่มีความรุนแรงมีผลทำให้เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมก้าวร้าวได้	70 (38.88)	59 (32.78)	39 (21.67)	9 (5.00)	3 (1.67)	4.02 (0.98)	มากที่สุด
14	การรับชมสื่อลามกผ่านทางสิ่งพิมพ์เป็นประจำไม่สามารถช่วยทำให้เกิดปัญหาพฤติกรรมทางเพศได้	34 (18.89)	35 (19.45)	43 (23.89)	23 (12.77)	45 (25.00)	2.94 (1.44)	ปานกลาง
ทางบวก ข้อ 5,7,8,10,11,12,13							3.88 (0.72)	มาก
ทางลบ ข้อ 1, 2, 3,4,6, 9,14							2.96 (1.01)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.34 พบว่าเยาวชนส่วนใหญ่ มีทัศนคติ/ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในผลกระทบของสื่อและข่าวสารในทางบวก โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D.=0.72) โดยเยาวชนเห็นว่า การแต่งกายล่อแหลมของดาราที่ปรากฏผ่านสื่อโทรทัศน์นำไปสู่การสร้างค่านิยมการแต่งกายล่อแหลมให้แก่เยาวชน ($\bar{X} = 4.03$, S.D.=1.00) รองลงมา คือ การเล่นเกมนอนไลน์ที่มีความรุนแรงมีผลทำให้เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมก้าวร้าวได้ ($\bar{X} = 4.02$, S.D.=0.98) และลำดับถัดไป คือ การรับชมละครที่น่าเสนอภาพความรุนแรงเป็นประจำมีผลต่อการเลียนแบบพฤติกรรมก้าวร้าวในเด็กและเยาวชน ($\bar{X} = 3.97$, S.D.=0.91)

ส่วนทัศนคติ/ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในผลกระทบของสื่อและข่าวสารในทางลบของเยาวชนโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$, S.D.=1.01) เยาวชนเห็นว่าการ

รับชมสื่อโทรทัศน์ไม่สามารถปลูกฝังความคิดความเชื่อใหม่ๆให้กับคนในสังคมได้ ($\bar{x} = 3.14$, S.D.=1.20) รองลงมา คือ สื่อโฆษณาไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนในสังคมได้ ($\bar{x} = 3.03$, S.D.=1.27) อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่มีพิษภัยต่อเด็กและเยาวชน ($\bar{x} = 3.01$, S.D.=1.34) เป็นลำดับถัดไป และน้อยที่สุด คือ สื่อลามกที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นสาเหตุที่ทำให้ปัญหาพฤติกรรมทางเพศเพิ่มมากขึ้นในสังคม ($\bar{x} = 2.75$, S.D.=1.50)

ตอนที่ 5 ความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสาร

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 มีความมั่นคงอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 2.00 มีความมั่นคงอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 มีความมั่นคงอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 มีความมั่นคงอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00 มีความมั่นคงอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.35 แสดงข้อมูลความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสาร

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1	ข้าพเจ้าแบ่งเวลาสำหรับการทำกิจการงานและการเปิดรับสื่อในสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้เสียกิจการงาน	60 (33.33)	75 (41.67)	40 (22.22)	3 (1.67)	2 (1.11)	4.04 (0.85)	มากที่สุด
2	ในช่วงวันหยุด ข้าพเจ้าใช้เวลาในการเล่นคอมพิวเตอร์มากกว่าการทำงาน	18 (10.00)	48 (26.67)	57 (31.67)	29 (16.11)	28 (15.55)	2.99 (1.21)	ปานกลาง

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3	ข้าพเจ้าตั้งใจทำกิจกรรมทุกอย่างเพื่ออนาคตในวันข้างหน้า แม้ว่าจะมีบางกิจกรรมที่ไม่ชอบก็ตาม	43 (23.89)	70 (38.89)	52 (28.89)	12 (6.66)	3 (1.67)	3.77 (0.95)	มาก
4	หากเห็นว่าดาราที่ชื่นชอบมีการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม ข้าพเจ้าก็ไม่คิดที่จะเลียนแบบ	76 (42.22)	54 (30.00)	38 (21.11)	10 (5.56)	2 (1.11)	4.07 (0.98)	มากที่สุด
5	ในช่วงวันหยุด ข้าพเจ้าใช้เวลาอ่านหนังสือที่ให้ความบันเทิงมากกว่าหนังสือเรียน	11 (6.11)	50 (27.78)	83 (46.11)	22 (12.22)	14 (7.78)	3.12 (0.97)	มาก
6	แม้ข้าพเจ้าจะชื่นชอบการดูคอนเสิร์ตของนักร้องคนนี้มากเท่าใดก็ตาม แต่เมื่อพຽ່งนี้มึรายงานที่ต้องส่งข้าพเจ้าก็เลือกที่จะทำรายงาน	80 (44.44)	48 (26.67)	38 (21.11)	10 (5.56)	4 (2.22)	4.56 (1.04)	มากที่สุด
7	แม้พຽ່งนี้จะมีกา รสอ บข้าพเจ้าก็ไม่สามารถห้ามใจตัวเองให้หยุดเล่นเกมได้	17 (9.45)	44 (24.44)	41 (22.78)	32 (17.78)	46 (25.55)	2.74 (1.33)	ปาน กลาง
8	ข้าพเจ้าทำการบ้านให้เสร็จก่อนที่จะไปดูรายการที่ชื่นชอบ	45 (25.00)	54 (30.00)	65 (36.12)	12 (6.66)	4 (2.22)	3.69 (0.99)	มาก
9	เมื่อต้องเรียนในวิชาที่ไม่ชอบ ข้าพเจ้าจะต้องหาทางออกจากห้องก่อนที่จะหมดชั่วโมง	19 (10.55)	34 (18.89)	45 (25.00)	25 (13.89)	57 (31.67)	2.63 (1.37)	ปาน กลาง
10	ข้าพเจ้าไม่มีสมาธิในขณะที่กำลังนั่งเรียน	19 (10.55)	34 (18.89)	62 (34.44)	37 (20.56)	28 (15.56)	2.88 (1.20)	ปาน กลาง

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
11	ข้าพเจ้าทนไม่ได้ที่จะต้อง พลาดชมละครตอนนวนิยายทั้ง ๆ ที่วันพรุ่งนี้เป็นวันสอปลาย ภาค	19 (10.55)	36 (20.00)	48 (26.67)	32 (17.78)	45 (25.00)	2.73 (1.32)	ปาน กลาง
12	แม้ว่าใกล้วันสอปลายภาค แต่ข้าพเจ้าก็หักห้ามใจไม่ได้ที่ จะไปเที่ยวกับเพื่อน	21 (11.67)	31 (17.22)	45 (25.00)	34 (18.89)	49 (27.22)	2.67 (1.35)	ปาน กลาง
13	ข้าพเจ้าสามารถอดทนรอคอย ในสิ่งที่ต้องการได้	54 (30.00)	56 (31.11)	49 (27.22)	14 (7.78)	7 (3.89)	3.76 (1.09)	มาก
ทางบวก ข้อ1,3,4,6,8,13							3.90 (0.66)	มาก
ทางลบ ข้อ 2,5,7,9,10,11,12							2.83 (0.94)	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.35 แสดงข้อมูลทัศนคติ/ความคิดเห็นเกี่ยวกับความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสารของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเยาวชนส่วนใหญ่ มีความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสารในทางบวกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D.=0.66) โดยเยาวชนส่วนใหญ่คิดว่าแม้จะชื่นชอบการดูคอนเสิร์ตของนักร้องคนนี้มากเท่าใดก็ตาม แต่เมื่อพรุ่งนี้มีรายงานที่ต้องส่งก็เลือกที่จะทำรายงาน ($\bar{X} = 4.56$, S.D.=1.04) รองลงมาคือ ถ้าหากเห็นว่าดารานักร้องที่ชื่นชอบมีการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม ก็ไม่คิดที่จะเลียนแบบ ($\bar{X} = 4.07$, S.D.=0.98) ต่อมาคือ การแบ่งเวลาสำหรับการทำกิจกรรมและการเปิดรับสื่อในสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้เสียกิจกรรม ($\bar{X} = 4.04$, S.D.=0.85) และเยาวชนมีความมั่นคงทางอารมณ์ในการบริโภคสื่อและข่าวสารในทางลบโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.83$, S.D.=0.94) ในช่วงวันหยุด ข้าพเจ้าใช้เวลาอ่านหนังสือที่ให้ความบันเทิงมากกว่าหนังสือเรียน ($\bar{X} = 3.12$, S.D.=0.97) รองลงมา คือในช่วงวันหยุด ข้าพเจ้าใช้เวลาในการเล่นคอมพิวเตอร์มากกว่าการทำกิจกรรม ($\bar{X} = 2.99$, S.D.=1.21) ข้าพเจ้าไม่มีสมาธิในขณะที่

กำลังนั่งเรียน ($\bar{x} = 2.88$, S.D.=1.20) เป็นลำดับถัดไป และน้อยที่สุดคือ เมื่อต้องเรียนในวิชาที่ไม่ชอบ ข้าพเจ้าจะต้องหาทางออกจากห้องก่อนที่จะหมดชั่วโมง ($\bar{x} = 2.63$, S.D.=1.73)

ตอนที่ 6 ความพึงพอใจต่อการให้การอบรมโครงการ

ผลการแปลค่ารายการประเมิน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 2.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 4.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.36 แสดงข้อมูลความพึงพอใจต่อการให้การอบรมโครงการ

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้ อ ย ละ)	จำนวน (ร้ อ ย ละ)	จำนวน (ร้ อ ย ละ)	จำนวน (ร้ อ ย ละ)	จำนวน (ร้ อ ย ละ)		
1. ด้านเจ้าหน้าที่/พระวิทยากร/วิทยากร								
1.1	สื่อประกอบการอบรมมีความเหมาะสมเพียงใด	48 (26.67)	100 (55.55)	30 (16.67)	2 (1.11)	-	4.08 (0.69)	มากที่สุด
1.2	เนื้อหาหลักสูตรการอบรมมีความเหมาะสมเพียงใด	59 (32.78)	87 (48.33)	28 (15.56)	5 (2.77)	1 (0.56)	4.10 (0.80)	มากที่สุด
1.3	ห้องประชุมและโสตทัศนูปกรณ์มีความเหมาะสมเพียงใด	64 (35.56)	77 (42.78)	33 (18.33)	6 (3.33)	-	4.11 (0.82)	มากที่สุด
1.4	รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสมเพียงใด	58 (32.22)	80 (44.45)	33 (18.33)	7 (3.89)	2 (1.11)	4.03 (0.87)	มากที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2. ด้านผลการให้ฝ่ายบริการฝึกอบรม								
2.1	ได้รับฝึกอบรมตรงตามที่ต้องการ ถูกต้อง ครบถ้วน	54 (30.00)	83 (46.11)	35 (19.45)	5 (2.77)	3 (1.67)	4.00 (0.87)	มาก
2.2	ได้รับประโยชน์ในการนำไปใช้มากเพียงใด	60 (33.33)	82 (45.55)	35 (19.45)	1 (0.56)	2 (1.11)	4.09 (0.80)	มากที่สุด
2.3	ท่านเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรมเข้าค่ายคุณธรรมครั้งนี้	44 (24.44)	104 (57.78)	25 (13.89)	6 (3.33)	1 (0.56)	4.02 (0.75)	มากที่สุด
2.4	ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมเข้าค่ายคุณธรรม มีความเหมาะสม	54 (30.00)	80 (44.45)	41 (22.77)	3 (1.67)	2 (1.11)	4.01 (0.84)	มากที่สุด
2.5	กิจกรรมฐานต่าง ๆ ให้ข้อคิดและส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมของเยาวชนได้	61 (33.89)	80 (44.45)	32 (17.78)	5 (2.77)	2 (1.11)	4.07 (0.85)	มากที่สุด
2.6	กิจกรรมเข้าค่ายคุณธรรมสามารถสร้างจิตสำนึกที่ดีในด้านคุณธรรมจริยธรรม	74 (41.12)	78 (43.33)	24 (13.33)	2 (1.11)	2 (1.11)	4.22 (0.80)	มากที่สุด
3. ด้านหลักสูตรการฝึกอบรม								
3.1	เนื้อหาสาระฝึกอบรมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	70 (38.89)	80 (44.45)	28 (15.55)	2 (1.11)	-	4.21 (0.74)	มากที่สุด
3.2	กิจกรรมในการฝึกอบรมช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม	68 (37.78)	84 (46.66)	25 (13.89)	3 (1.67)	-	4.21 (0.74)	มากที่สุด
3.3	การลำดับเนื้อหาในการฝึกอบรม ช่วยให้ท่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น	56 (31.11)	92 (51.11)	29 (16.11)	3 (1.67)	-	4.12 (0.73)	มากที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ					\bar{X} (S.D)	แปล ค่า
		5	4	3	2	1		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.4	เอกสารประกอบการฝึกอบรม ช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรมมี ความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ ฝึกอบรม	75 (41.67)	79 (43.89)	24 (13.33)	2 (1.11)	-	4.26 (0.73)	มาก ที่สุด
ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย							4.11 (0.58)	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 4.36 แสดงข้อมูลความพึงพอใจต่อการให้การอบรมโครงการของเยาวชนใน
แขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก
ที่สุด ($\bar{X} = 4.11$, S.D.=0.58) ซึ่งในด้านเจ้าหน้าที่/พระวิทยากร/วิทยากร ผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับห้องประชุมและโสตทัศนูปกรณ์ที่มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.11$,
S.D.=0.82) รองลงมาคือ เนื้อหาหลักสูตรการอบรมที่มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80) ส่วนในด้านผลการให้ฝ่ายบริการฝึกอบรมผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับกิจกรรมเข้าค่ายคุณธรรม สามารถสร้าง
จิตสำนึกที่ดีในด้านคุณธรรมจริยธรรม ($\bar{X} = 4.22$, S.D.=0.80) รองลงมาคือ การได้รับประโยชน์
ในการนำไปใช้ ($\bar{X} = 4.09$, S.D.=0.80) และในด้านหลักสูตรการฝึกอบรม ผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับเอกสารประกอบการฝึกอบรมช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรมมี
ความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ฝึกอบรม ($\bar{X} = 4.26$, S.D.=0.73) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73) รองลงมาคือ เนื้อหาสาระฝึกอบรมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ของโครงการ และกิจกรรมในการฝึกอบรม ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมโดยทั้ง
สองด้านนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเท่ากัน ($\bar{X} = 4.21$, S.D.=0.74)

ตอนที่ 7 แบบประเมินความรู้ความเข้าใจคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์
เพื่อการ บริโภคสื่อและข่าวสารอย่างชาญฉลาด

ตารางที่ 4.37 แสดงข้อมูลความรู้ความเข้าใจคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทาง
อารมณ์ เพื่อการบริโภคสื่อและข่าวสาร

ที่	รายการประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เด็กชายน้อยเห็นดารานักแสดงละครโทรทัศน์ สูปบุหรี และ ถูกเพื่อนชักชวนให้ทดลองสูบบุหรีหลายครั้ง แม้กระนั้น เด็กชายน้อยก็ไม่ยอมลองสูบบุหรีตามคำชักชวน แสดงว่า เด็กชายน้อยเป็นคนอย่างไร	106	58.89
2	“จงอดทนฝนทิ้งให้เป็นเข็มตุ่มยังเต็มเพราะน้ำที่พรำหยุด ปลวกยังขนดินกองเท่าบรรพต สิ่งทั้งหมดไม่ยากหาก พากเพียร” จากคำกลอนข้างต้น สอนเราให้มีคุณธรรมข้อใด	159	88.33
3	ข้อใด ไม่ใช่ลักษณะของการใช้คุณธรรมข้อว่าด้วย ชั้นดี ความอดทน	137	76.11
4	“สมชายเป็นคนตรงไปตรงมา แม้มีเพื่อนมาพูดจาให้ไม่พอใจ ก็ไม่เคยเกรี้ยวกราดหรือตอบโต้แต่อย่างใด ทุกครั้งที่ปิด เทอมเขาจะกลับบ้านช่วยพ่อแม่ทำงาน แม้งานหนักไม่เคย เกียจ เมื่อกลับมาเขามักมีของฝากติดมือมาฝากเพื่อน ๆ เสมอ” จากข้อความแสดงให้เห็นว่า สมชายมีคุณธรรมข้อใด	123	68.33
5	การรู้จักคบมิตร ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของเรา เป็นหลักธรรมคำสอนมีวัตถุประสงค์ใน ข้อใดเป็นสำคัญ	112	62.22
6	การกระทำในข้อใดสอดคล้องกับพุทธศาสนสุภาษิต “ คบ คนเช่นใด ย่อมเป็นเช่นนั้น ” ซึ่งเป็นสุภาษิตเกี่ยวกับการคบ เพื่อน	142	78.88
7	ข้อใด หมายถึง การมีฉันทะหรือ การใฝ่รู้และการการใฝ่ สร้างสรรค์	97	53.88
8	สติ คือ ความระลึกได้ ควรใช้เมื่อใด	116	64.44

ที่	รายการประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9	ข้อใด เป็นผลของสติและสัมปชัญญะ	135	75.00
10	ยิ้มได้เมื่อภัยมา เป็นลักษณะของคนมีธรรมข้อใด	97	53.89
11	การโจรกรรมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเป็นการกระทำที่เป็นภัยต่อความมั่นคงของประเทศและของโลกทำให้ทุกคนรู้สึกไม่ปลอดภัยในข้อมูลของตนและก่อให้เกิดความเดือดร้อน บุคคลผู้กระทำการเช่นนั้น เพราะขาดธรรมข้อใด ?	130	72.22
12	การใช้หลักโยนิโสมนสิการข้อใด สามารถดับทุกข์จากการหลงยึดติดในรูปกายได้มากที่สุด	47	53.33
13	ข้อใดไม่ใช้การเจริญปัญญาแบบโยนิโสมนสิการ	86	47.78
14	บุคคลในข้อใดได้ชื่อว่าคิดแบบโยนิโสมนสิการ	134	74.44
15	หลักการคิดแบบคุณค่าแท้ คุณค่าเทียม เราสามารถจะพิจารณาได้ว่า คุณค่าแท้ของโทรศัพท์มือถืออยู่ที่อะไร	154	85.56
16	บุคคลที่เป็นโรคเกี่ยวกับจิตเวชต้องเข้ารับการบำบัดในโรงพยาบาลจิตเวช จัดว่าขาดหลักธรรมข้อใด	145	80.56
17	“มุสิกาถูกเพื่อนต่อว่าอย่างแรงเพราะไม่ช่วยงานเพื่อน มุสิกาไม่พอใจ เลยต่อว่ามุสิกากลับเช่นกัน” จัดว่ามุสิกาขาดธรรมะข้อใด	113	62.78
18	ทำทุกอย่างเพื่อให้ตนมีความสุขและความสำเร็จโดยไม่สนใจเรื่องคุณธรรมหรือความถูกต้อง มาจากสาเหตุใดเป็นสำคัญ	146	81.11
19	ข้อใดสามารถจัดเป็นภัยที่มีผลต่อชีวิตและจิตใจ	95	52.76
20	ข้อใดคือสิ่งสำคัญที่ชักนำความคิดของเราให้ตกต่ำจากศีลธรรมได้	41	22.78
เฉลี่ย			62.97

จากตารางที่ 4.37 แสดงข้อมูลความรู้ความเข้าใจคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ เพื่อการบริโภคสื่อและข่าวสารของเยาวชนในแขวงนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่าง มีความรู้ความเข้าใจคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์

เพื่อการบริโภคสื่อและข่าวสารในแต่ละข้ออยู่ในระดับต่างกัน ดังนี้ เยาวชนมีความรู้ความเข้าใจในคุณธรรม จริยธรรมเกี่ยวกับความอดทนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.33 รองลงมาเกี่ยวกับหลักการคิดคุณค่าแท้ คุณค่าเทียม (หลักโยนิโสมนสิการ) คิดเป็นร้อยละ 85.56 และ ถัดไปเกี่ยวกับการควบคุมตนเองและอารมณ์ ในข้อที่ว่าบุคคลที่เป็นโรคเกี่ยวกับจิตเวชต้องเข้ารับการบำบัดในโรงพยาบาลจิตเวช จัดว่าขาดหลักธรรมข้อใด คิดเป็นร้อยละ 80.56 โดยเฉลี่ยเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง มีความรู้ความเข้าใจคุณธรรม จริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์เพื่อการบริโภคสื่อและข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 62.97 ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมด

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ผลการประเมินความมั่นคงของมนุษย์และสังคมส่วนบุคคล

การประเมินความมั่นคงของมนุษย์และสังคมส่วนบุคคลของเยาวชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความมั่นคงของมนุษย์และสังคมส่วนบุคคลของเยาวชนที่อาศัยอยู่ในแขวงนครพิงค์จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้เกณฑ์ความมั่นคงของมนุษย์ส่วนบุคคล 8 มิติของกระทรวงการพัฒนาลังคมและความมั่นคงของมนุษย์ คือ มิติด้านการมีงานทำและรายได้ มิติด้านครอบครัว มิติด้านความมั่นคงส่วนบุคคล มิติด้านการสนับสนุนทางสังคม มิติทางสังคมและวัฒนธรรม มิติด้านการศึกษา มิติที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และมิติสุขภาพอนามัย เป็นตัวชี้วัด ซึ่งผลการประเมินความมั่นคงของมนุษย์และสังคมส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนี้แสดงดังตารางที่ 4.38 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการประเมินความมั่นคงของมนุษย์และสังคมส่วนบุคคล

มิติที่	รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
1. มิติด้านการมีงานทำและรายได้	1.1 ท่านคิดว่างานที่ท่านทำในปัจจุบันมีความมั่นคง	1.53	0.500
	1.2 รายได้ที่ท่านได้รับต่อเดือนในระดับที่พึงพอใจ	2.18	0.590
	1.3 ในแต่ละเดือนท่านมีเงินออมในระดับที่พึงพอใจ	2.13	0.617
	1.4 ท่านมีความสุขกับรายได้ปัจจุบัน	2.55	0.499
2. มิติด้านครอบครัว	2.1 ท่านมีเวลาอยู่กับครอบครัว	3.02	0.966
	2.2 ท่านได้ทำกิจกรรมต่างๆ (ซื้อของ ออกกำลังกาย กินอาหาร ทำบุญ) ร่วมกับคนในครอบครัว	2.92	0.672
	2.3 เมื่อท่านมีปัญหาใดๆ ก็ตาม ท่านสามารถขอความช่วยเหลือจากคนในครอบครัวได้	4.04	0.811

มิติที่	รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
	2.4 ครอบครัวของท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนบ้าน	3.76	0.967
	2.5 โดยภาพรวมชีวิตความเป็นอยู่ในครอบครัวท่าน	3.69	0.764
3. มิติด้านความมั่นคงส่วนบุคคล	3.1 ท่านมีความรู้สึกปลอดภัยในชีวิต	3.03	0.728
	3.2 ท่านมีความรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สินของท่าน	3.18	0.621
	3.3 ท่านมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนของท่าน	3.78	0.875
	3.4 หน่วยงานภาครัฐทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน	3.76	0.880
4. มิติด้านการสนับสนุนทางสังคม	4.1 เพื่อนบ้านสามารถช่วยเหลือเมื่อท่านเดือดร้อนได้	3.07	0.733
	4.2 เมื่อมีปัญหา ท่านสามารถขอความช่วยเหลือจากคนในชุมชนได้	3.09	0.834
	4.3 เมื่อท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ กับคนในชุมชนแล้ว ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชน	3.03	0.780
	4.4 เมื่อท่านทำประโยชน์ให้กับชุมชนแล้ว ท่านคิดว่าก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน	2.37	0.558
5. มิติทางสังคมและวัฒนธรรม	5.1 โดยรวมแล้วท่านปฏิบัติตามกฎหมาย/ข้อบังคับของสังคมไทย	4.56	0.498
	5.2 ท่านมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย/ข้อบังคับของสังคมไทย	3.54	0.592
	5.3 โดยรวมแล้วท่านรู้สึกว่าชุมชนของท่านทุกวันนี้มีความสงบสุข	4.03	0.797
	5.4 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณี/ศาสนาในชุมชน	3.30	1.128
	5.5 ท่านมีความสัมพันธ์กับคนในชุมชนที่ท่านอยู่อาศัย	3.56	0.749

มิติที่	รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
6. มิติด้านการศึกษา	6.1 ท่านเห็นว่าทุกคนในครอบครัวควรได้รับการศึกษา	5.00	0.000
	6.2 ท่านสนใจที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมจากแหล่งความรู้ใหม่ๆ	5.00	0.000
	6.3 ท่านสนใจที่จะพัฒนาตนเองเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ	5.00	0.000
	6.4 ท่านมีโอกาสที่จะได้รับการศึกษาหรืออบรมเพื่อพัฒนาทักษะความสามารถของตน	3.65	0.751
	6.5 ท่านควรศึกษาภาษาที่คนในสังคมส่วนใหญ่ใช้สื่อสารกัน	5.00	0.000
7. มิติที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	7.1 ที่อยู่อาศัยของท่านอยู่ในชุมชนที่ปลอดภัย	3.60	0.706
	7.2 ที่พักอยู่อาศัยของท่านมีความมั่นคงแข็งแรงดี	3.69	0.813
	7.3 ท่านคิดว่าบริเวณที่พักอาศัยของท่าน เหมาะสมสำหรับเป็นที่พักอาศัย	3.67	0.933
	7.4 ท่านคิดว่าน้ำที่ใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคในที่พักอาศัยมีความสะอาดปลอดภัย	4.20	0.696
	7.5 ที่พักอาศัยของท่านมีการจัดการระบายน้ำเสีย	3.75	0.909
8. มิติสุขภาพอนามัย	8.1 ท่านพึงพอใจกับระบบการบริการการรักษาของโรงพยาบาลที่ท่านไปใช้บริการ	3.01	0.780
	8.2 ท่านได้รับประทานอาหารที่สะอาดทุกมื้อ	4.57	0.497
	8.3 บัณฑิตประกันสุขภาพของท่านมีประโยชน์ต่อท่าน	4.47	0.501

จากการประเมินความมั่นคงของมนุษย์และสังคมส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 180 คน ซึ่งเป็นเพศชาย 75 คน และเพศหญิง 105 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70 และ 58.30 ตามลำดับซึ่งทั้งหมดเป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 25 ปี มีสถานภาพโสดไม่มีบุตร ไม่มีภาระหนี้สิน

และมีบัตรประกันสุขภาพของภาครัฐนั้น ส่วนใหญ่มีการศึกษาที่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยคิดเป็นร้อยละ 54.40 และ 45.00 ตามลำดับ และมีรายได้จากการทำงานหรือการลงทุนอื่นๆ ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 60.60)

โดยสรุป ผลการประเมินความมั่นคงของมนุษย์และสังคมส่วนบุคคลพบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกมั่นคงในมิติต่าง ๆ จากคะแนนเต็ม 5 ดังนี้ (1) มิติด้านการมีงานทำและรายได้อยู่ในระดับต่ำ (ระดับคะแนนอยู่ระหว่าง 1.53 – 2.55) (2) มิติด้านครอบครัวอยู่ในระดับปานกลาง (ระดับคะแนนอยู่ระหว่าง 2.92 – 4.04) (3) มิติด้านความมั่นคงส่วนบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง (ระดับคะแนนอยู่ระหว่าง 3.03 – 3.78) (4) มิติด้านการสนับสนุนทางสังคมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ (ระดับคะแนนอยู่ระหว่าง 2.37 – 3.09) (5) มิติทางสังคมและวัฒนธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (ระดับคะแนนอยู่ระหว่าง 3.30 – 4.56) (6) มิติด้านการศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง (โอกาสที่จะได้รับการศึกษาหรืออบรมเพื่อพัฒนาทักษะความสามารถของตน) (ระดับคะแนนอยู่ระหว่าง 3.65) (7) มิติที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับสูง (ระดับคะแนนอยู่ระหว่าง 3.60 – 4.20) (8) มิติสุขภาพอนามัยอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง (ระดับคะแนนอยู่ระหว่าง 3.01 – 4.57) โดยมีความพึงพอใจกับระบบการบริการการรักษาของโรงพยาบาลที่ใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ระดับคะแนนเท่ากับ 3.01)