

บุคลิกภาพที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลมิติด้านการสื่อสาร
และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน
ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

Personality Affects Digital Citizenship, Communication Dimension
and Digital Etiquette Dimension Among Teenagers and Working-Age
People in Chiang Mai

อัญมณี ภัคดีมวลชน

Anyamane Pakdeemualchon

สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300

Communication Arts, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University,

Chiang Mai 50300 Thailand

*Corresponding Author E-mail: Anyamane_pak@cmru.ac.th

(Received: September 16, 2022; Revised: February 6, 2023; Accepted: February 14, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับเทคโนโลยีดิจิทัล และบุคลิกภาพกับความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยวิธีเชิงสำรวจด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน จำนวน 400 คน ในเขตพื้นที่

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566

จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาททางดิจิทัล ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D.=0.59) 2) กลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงานมีลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลไม่แตกต่างกัน ($t=1.585$, $sig=.209$) และ 3) ความพึงพอใจในการใช้สื่อดิจิทัล บุคลิกภาพด้านการควบคุมตนเอง การศึกษาและประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ (ปี) มีอิทธิพลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ($R^2=13.00$)

คำสำคัญ: พลเมืองดิจิทัล, การสื่อสารดิจิทัล, มารยาทดิจิทัล

Abstract

The objectives of this research were 1) to study digital citizenship, digital communication dimension, and digital etiquette dimension among adolescents and working-age people and 2) to compare the characteristics of digital citizenship, the dimension of digital communication, and the dimension of digital manners among adolescents and working-age people, and 3) to examine the influence of demographic characteristics, digital technology exposure behavior, and personality on digital citizenship, the digital communication dimension, and the digital etiquette dimension among adolescents and working-age people. The researcher used a quantitative research method using a survey method, collecting data using questionnaires. The sample was a group of 400 adolescents and working-age people in the Chiang Mai area. The results showed that 1) the level of digital citizenship, digital communication dimension, and digital etiquette dimension were all averaged at a high level ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.59). 2) Adolescents and working-age people had no difference in digital citizenship, digital communication, and digital etiquette dimensions ($t=1.585$, $sig=.209$). Furthermore, 3) digital media satisfaction, personality in self-control,

education, and media exposure experience (years) influenced digital citizenship, digital communication, and digital etiquette among adolescents and working age ($R^2=13.00$)

Keywords : Digital Citizenship, Digital Communication, Digital Etiquette

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในสังคมปัจจุบันทำให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเสมือนเทคโนโลยีมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและเมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันก็เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นมากมายแตกต่างจากการสื่อสารในยุคอื่น ๆ ที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารข้ามทวีป มีการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ จึงทำให้พลเมืองในยุคนี้กลายเป็นพลเมืองดิจิทัล เป็นกลุ่มคนที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินชีวิต มีความเข้าใจในเทคโนโลยีและใช้ปรับเปลี่ยนสังคมให้ดีขึ้น ดังนั้นเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจึงจำเป็นต้องเตรียมพลเมืองให้พร้อมที่จะก้าวเข้าสู่การเป็นพลเมืองยุคดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าวทำให้กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้วางยุทธศาสตร์ พ.ศ.2561-2565 โดยสนับสนุนให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงสารสนเทศรูปแบบดิจิทัลได้ทุกช่องทางตามหลักสากล รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและส่งเสริมให้ใช้สื่อทุกรูปแบบได้อย่างสร้างสรรค์ รู้เท่าทันและมีความรับผิดชอบ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติที่กำหนดไว้ในระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2580) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติในเรื่องการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน รวมถึงพัฒนาบุคลากรให้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทัน (คณะกรรมการการพัฒนากิจเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

จากผลสำรวจคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตปี 2564 ที่ผ่านมา พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 85.1 มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตระยะเวลาเฉลี่ยอยู่ที่ 6-10 ชั่วโมงต่อวัน โดยใช้เพื่อรองรับการทำงานและทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าบริการออนไลน์

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566

ขณะที่ภาคธุรกิจเอกชนพบว่ามีการใช้เทคโนโลยีในเรื่องของการวิเคราะห์ข้อมูลที่สูงขึ้นและสำหรับหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการปฐมภูมิแก่ประชาชน การศึกษาพบว่าร้อยละ 76.4 มีการใช้อินเทอร์เน็ตและร้อยละ 69.1 มีการให้บริการออนไลน์ โดยมีเฟซบุ๊กเป็นช่องทางออนไลน์ที่นิยมมากที่สุด (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2564)

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) ประชากรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ใช้มือถือร้อยละ 88.2 คอมพิวเตอร์ร้อยละ 52.9 และอินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มอายุ 6-14 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 60 กลุ่มอายุ 15-24 ปี ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 80 กลุ่มอายุ 25-34 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 65 กลุ่มอายุ 35-49 ปี ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 30 ในขณะที่กลุ่มอายุ 50 ปี ขึ้นไปใช้อินเทอร์เน็ตน้อยที่สุดร้อยละ 20 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมีส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด

นอกจากนี้ผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียของกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 18-24 ปี พบการจำลองตัวเองแบบต่าง ๆ กัน (พหุอัตลักษณ์) ในห้องสนทนา (chat room) ทำให้มีความหมั่นเหมียงทางเพศทั้งยังพบว่ากลุ่มดังกล่าวใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงมากที่สุดโดยผลกระทบด้านสังคม คือ ไม่พูดคุยกับคนรอบข้างเป็นการพูดคุยผ่านโซเชียลมีเดียทำให้ความสัมพันธ์กับคนในครอบครัวและคนรอบข้างลดลง ถ้าอยู่ในบ้านที่มีพ่อแม่กลุ่มอายุ 25-34 ปี หรือ 35-48 ปี ที่เสพติโซเชียลมีเดียเช่นกัน สอดคล้องกับ ภูเบศร์ สมุทรจักร (2561) กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมของวัยรุ่นไทยแสดงออกและพยายามเผยแพร่มากขึ้น มาจากการขยายตัวของโซเชียลมีเดียที่มีมากและเติบโตอย่างรวดเร็ว เป็นการสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นหญิงก็มีความคิดคะนองมากและใช้ความรุนแรงไม่ต่างจากวัยรุ่นชาย ซึ่งมองว่ามาจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในสังคม ที่ทำให้คนกล้าเปิดเผยการกระทำมากขึ้น รวมทั้งกรอบทางวัฒนธรรมของสังคมไทยปัจจุบันมีความหลวมมากขึ้นไม่เหมือนเมื่ออดีตมีกรอบที่จะคอยควบคุมพฤติกรรมคนในสังคมอยู่ แต่เมื่อการแสดงออกสมัยนี้มีความเป็นอิสระ ทำให้ความรู้สึกอดกลั้นที่อยู่ภายในถูกเปิดเผยออกมากลายเป็นความรุนแรงและนำมาระบายผ่านโซเชียลมีเดีย รวมถึงการได้รับสนับสนุนที่มาจากยอดไลค์ของผู้ใช้โซเชียลมีเดียคนอื่น ๆ ซึ่งทำให้อังทำให้ผู้ที่แสดงออกทางเทคโนโลยีดิจิทัลประเภทนี้ยังโพสต์ออกมามากยิ่งขึ้น

ส่วนกลุ่มวัยทำงาน ช่วงอายุระหว่าง 25-44 ปี นั้น ถือว่าเป็นกลุ่มของคน ที่ทำงานในองค์กร บางครั้งก็มีการโพสต์บนเรื่องงานบนโซเชียลมีเดีย ระบายความรู้สึกของตนเองด้วยข้อความที่ไม่เหมาะสม โพสต์เรื่องราวทางด้านลบของหน่วยงาน หรือองค์กรจนทำให้นายจ้างได้รับความเสียหายหรือแม้กระทั่งการโพสต์ข้อความ ในเชิงดูถูกเหยียดหยามผู้อื่น เหยียดเพศ เชื้อชาติ ศาสนา ข้อความที่แสดง ความก้าวร้าวและหยาบคาย สิ่งที่มีผิดกฎหมาย คำพูดที่สร้างความเกลียดชัง ทำให้กลุ่ม วัยทำงานทำลายภาพลักษณ์ของตนเอง ดูไม่เป็นมืออาชีพ ไม่สามารถเก็บอารมณ์ ไม่สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

ที่ผ่านมายังพบปัญหาของกลุ่มผู้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลบางรายไม่สามารถ แยกแยะว่าสิ่งใดควรทำสิ่งใดไม่ควรทำ ยกตัวอย่างเช่น มิติทางด้านการสื่อสาร การสื่อสารในเชิงลบ การพูดจากระทบกระทั่งกัน การทะเลาะวิวาท ใส่ร้ายป้ายสีกัน การดูถูกดูแคลนผู้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้วยกัน การแสดงความคิดเห็นในโลกออนไลน์ ที่ไม่เหมาะสมขาดหลักมนุษยธรรมทำให้ตนเองและผู้อื่นเกิดความเดือดร้อน ส่วนมิติ ทางด้านมารยาทดิจิทัลนั้น ผู้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลส่วนใหญ่จะมีการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร การถ่ายภาพหน้าจอ การลงข้อความต่างๆ ที่ไม่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านั้น ยังพบว่ามีการสอดแนมความเป็นส่วนตัวทางอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ การกลั่น แกล้งบนโลกออนไลน์ (จ๊ะจ๋าพรรณ สุศิริภัทรพงศ์ ชรินทร์ มั่งคั่ง และจารุณี ทิพย์ มณฑล, 2563)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจากปัญหาที่ผ่านมามีความจำเป็นต้องอาศัยองค์ ความรู้เกี่ยวกับความเป็นพลเมืองดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานเพื่อนำมาใช้ เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาการใช้สื่อออนไลน์และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ไม่เหมาะสม ทั้งสถานศึกษาเอง ตัวของผู้ปกครอง หรือบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลก็ควรจะใช้สื่อดังกล่าวอย่างเหมาะสมและมีความพร้อมในการเป็น พลเมืองดิจิทัล

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) คือแนวคิดแนวปฏิบัติ ที่ให้พลเมืองได้เรียนรู้และมีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล อย่างชาญฉลาด มีการบริหารจัดการ กำกับตนเองได้ รวมถึงรู้เท่าทันและสามารถ ปกป้องตนเองจากความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งเคารพสิทธิของตนเองและผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

สำหรับแนวคิดความเป็นพลเมืองดิจิทัล Ribble (2011) ได้กล่าวถึงการสื่อสารทางดิจิทัลว่าเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันทางอิเล็กทรอนิกส์เช่นเดียวกับ Park (2016) ที่ได้กล่าวว่า การสื่อสารดิจิทัลเป็นการสื่อสารกับผู้อื่นผ่านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล โดยหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่เห็นได้อย่างชัดเจนในปัจจุบันนี้คือ การปฏิวัติระบบดิจิทัลเพื่อให้แต่ละบุคคลสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ ทุก ๆ คนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ทุกเวลา อีกทั้งยังอำนวยความสะดวกจากรูปแบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่สะดวก รวดเร็วและมีความเชื่อมโยงทั่วโลก E-mail, Line, Facebook, Instagram, Twitter และโซเชียลอีกหลากหลายประเภท แต่ก็ยังพบว่าผู้ใช้ข้อได้เปรียบของช่องทางการสื่อสารดังกล่าวอย่างไม่เหมาะสม เช่น การส่งสารที่มีเจตนาหมิ่นประมาทผู้อื่นและการส่งสารที่มีเจตนาให้สังคมเกิดความแตกแยก ทั้งที่กระทำไปโดยเจตนาหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ดังนั้นในการสื่อสารออนไลน์จะต้องให้เกียรติซึ่งกันและกัน จะได้ไม่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าว (Park, 2016) ที่กล่าวว่าการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือการสื่อสารผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งข้อดีก็คือสมาร์ทโฟนให้อิสระเสรีภาพมากมายในการสื่อสารระหว่างกัน แต่อย่างไรก็ตามก็พบปัญหาสำคัญอีกประการก็คือ ด้วยความรวดเร็วในการสื่อสารทำให้เกิดการส่งข้อความในลักษณะที่ไม่เหมาะสมและไม่เคารพผู้ร่วมสนทนา สอดคล้องกับ Shea (2009) ที่ได้กล่าวว่าการสื่อสารออนไลน์ที่สมควรใช้ภาษาที่สุภาพจนทั่วไปพึงใช้ ไม่ใช่ภาษาที่ก่อให้เกิดการแตกแยกหรือเสียสติ

การสื่อสารออนไลน์หรือการสื่อสารแบบดิจิทัลนั้น ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงผู้อื่นได้อย่างรวดเร็วในลักษณะที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ซึ่งจะพบว่าผู้ใช้หลายคนใช้ช่องทางการสื่อสารนี้ในลักษณะที่ไม่เกิดประโยชน์ ขาดความระมัดระวังในการสื่อสารอาจก่อให้เกิดผลกระทบในระยะยาวได้ เช่น การสื่อสารกับคนแปลกหน้า และเนื่องจากผู้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจำนวนมากไม่ถูกสอนให้รู้ว่าควรจะตัดสินใจอย่างไรจึงจะเหมาะสมเมื่อมีตัวเลือกในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างหลากหลายในทุกวันนี้ ทุกกลุ่มคนสามารถใช้สื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารหรือแสดงตัวตนให้ผู้อื่นรับรู้ แต่คนที่จริงจังเท่านั้นจึงจะสามารถเลือกใช้สื่อออนไลน์ได้ด้วยความระมัดระวัง

นอกจากนี้ Ribble (2011) ได้กล่าวถึงในอดีตที่ผ่านมาครอบครัวจะต้องสอนเรื่องมารยาทขั้นพื้นฐานให้กับลูกๆ ก่อนที่จะมาโรงเรียนและเติบโตเป็นผู้ใหญ่ แต่ปัจจุบันพบปัญหาเกี่ยวกับมารยาททางดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากที่จะแก้ไข โดยผลการสำรวจเกี่ยวกับมารยาทในการใช้เทคโนโลยี พบว่าร้อยละ 39 ของผู้ใช้

ไม่รู้จักควบคุมตนเองเมื่อต้องมีการสนทนากัน สนทนาด้วยถ้อยคำที่รุนแรง ประกอบกับผู้ใช้เทคโนโลยีส่วนใหญ่มักมองว่ามารยาทดิจิทัลเป็นปัญหา เนื่องจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่สามารถพบได้บ่อยในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งทำให้หลายคนรู้สึกอึดอัดในการสนทนากับผู้อื่นในโลกออนไลน์ เนื่องจากการไม่รู้จักยับยั้งอารมณ์ในการสนทาระหว่างกัน ดังนั้นพลเมืองดิจิทัลที่ที่จะต้องมีการยาทและความรับผิดชอบต่อการกระทำของตนในโลกออนไลน์ หรือที่รู้จักกันกันในเรื่องของ Digital Etiquette ที่จะเป็นเครื่องมือในการย้ำเตือนสติตลอดจนการกระทำที่เหมาะสมในการสื่อสารทุกประเภทในยุคดิจิทัล (Park, 2016) จะเห็นว่าในปัจจุบันนี้ มีผู้ใช้งานผ่านสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นทุกวัน การใช้งานในระบบเครือข่ายออนไลน์และส่งข้อมูลข่าวสารถึงกัน ซึ่งย่อมมีบางกลุ่มคนที่มีความประพฤติไม่ดีปะปนอยู่และสร้างปัญหาให้กับผู้อื่นอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ใช้งานผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลทุกคนควรมีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น รับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง เพื่อให้เกิดการใช้งานในสังคมออนไลน์ได้อย่างมีความสุข ทุกคนจึงควรมีมารยาท รู้กาลเทศะในการใช้งานผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลด้วย (Ribble & Bailey, 2007)

อย่างไรก็ตามลักษณะความเป็นพลเมืองดีนั้นอาจจะขึ้นอยู่กับลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลด้วยเช่นกัน วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง (2561) กล่าวว่า การปฏิบัติตนให้เป็นพลเมืองดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องมีการปลูกฝังและส่งเสริมให้บุคคลตั้งแต่เด็กและเยาวชน แต่ทั้งนี้ในช่วงวัยต่างๆ ก็ควรจะต้องมีความตระหนักและเห็นความสำคัญของการเป็นพลเมืองดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตนเอง มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม รวมถึงคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว โดยทางด้าน Laws and Davies (2000) กล่าวถึงหนึ่งในเรื่องของการเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดีนั้นจะต้องยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่นและยอมรับในความหลากหลายของสังคม

โดยบุคลิกภาพเป็นผลรวมของลักษณะเชิงจิตวิทยาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนในการกำหนดความคิดของบุคคลแต่ละคนมีผลต่อการแสดงออกที่แตกต่างกันซึ่งพฤติกรรมหลากหลายของบุคคลนั้นส่วนที่เป็นลักษณะภายนอกที่สังเกตได้ง่ายและพฤติกรรมภายในที่สังเกตได้ยากลักษณะที่หลากหลายดังกล่าวส่งผลให้บุคคลแสดงออกต่างกันในแต่ละสถานการณ์และช่วงเวลา (Zimbardo & Rush, 1980) สอดคล้องกับงานวิจัยที่

ผ่านมาของ วรณกร เพชรดวง (2558) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อลักษณะความเป็นพลเมืองดีของกลุ่มนักศึกษา ได้แก่บุคลิกภาพด้านการมีสติบุคลิกภาพด้านการยอมรับผู้อื่น แสดงให้เห็นว่าบุคลิกภาพนั้นส่งผลต่อการเป็นพลเมืองที่ดี

นอกจากนี้ลักษณะทางบุคลิกภาพยังเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ในการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงลักษณะที่ส่งผลในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งการศึกษาลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล บุคลิกภาพของบุคคลจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะทำให้ได้รับความองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ในการหาแนวทางพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคคลในแต่ละกลุ่มได้

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ที่ผ่านมานั้น เนื่องจากรัฐบาลมีการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลจังหวัดเชียงใหม่ (Digital Economy Promotion, 2022) เน้นเรื่องการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกลุ่มผู้ประกอบการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านดิจิทัลและการสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างแพลตฟอร์มข้อมูลและการส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ เพื่อพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวอัจฉริยะโดยสมบูรณ์ ซึ่งต้องมีการเข้าถึงและเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ โดยเฉพาะทักษะด้านดิจิทัล ทักษะเกี่ยวกับข้อมูล ซึ่งเป็นพื้นฐานของความเป็นพลเมืองดิจิทัล แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาทักษะทางด้านดิจิทัลดังกล่าวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้จะต้องมีการตระหนักถึงความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกลุ่มผู้ใช้ส่วนใหญ่จะมีปัญหาในมิติทางด้านการสื่อสารและมารยาททางดิจิทัล ลักษณะบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อการเป็นพลเมืองดิจิทัล รวมถึงกลุ่มผู้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากที่สุดสองอันดับแรกจะอยู่ในช่วงอายุของวัยรุ่นและวัยทำงาน ส่วนการสื่อสารดิจิทัลเป็นการสื่อสารกับผู้อื่นผ่านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล โดยหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่เห็นได้อย่างชัดเจนในปัจจุบันนี้ และมารยาทดิจิทัลถือว่าเป็นขั้นพื้นฐานในการอบรมลูก ๆ ก่อนที่จะมาโรงเรียนและเติบโตเป็นผู้ใหญ่ โดยพบว่าในปัจจุบันมารยาททางดิจิทัลมีปัญหามากขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากที่จะแก้ไข

ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัล ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะความเป็นพลเมือง

ดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน และเพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับเทคโนโลยีดิจิทัลและบุคลิกภาพกับความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย ที่สำคัญถูกต้องตามหลักกฎหมาย รวมทั้งการมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล

วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับเทคโนโลยีดิจิทัล และบุคลิกภาพกับความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

นิยามศัพท์

วัยรุ่น หมายถึง กลุ่มช่วงวัยอายุ 18-24 ปี ที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
วัยทำงาน หมายถึง กลุ่มช่วงวัยอายุ 25-44 ปี ที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
พลเมืองดิจิทัล หมายถึง แนวทางหรือพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม มีความรับผิดชอบ ใช้ในลักษณะที่เกิดประโยชน์ปลอดภัยทั้งต่อตนเอง และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบที่ร้ายแรงต่อผู้อื่น รวมถึงสามารถรับมือกับผลกระทบจากภัยออนไลน์ที่เกิดขึ้นต่อตนเอง

มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล หมายถึง ความสามารถในการระมัดระวังการสื่อสารทางดิจิทัลกับผู้ร่วมสนทนา ผู้ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการเคารพให้เกียรติผู้ร่วมสนทนา ผู้ร่วมใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้วยกันได้

มิติด้านมารยาทดิจิทัล หมายถึง การมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับคนอื่น ๆ การที่สามารถควบคุมอารมณ์ตนเองในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงการรู้จักกาลเทศะในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล

บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะบุคคลโดยส่วนรวม ประกอบด้วย ความรู้สึกนึกคิด สิ่งจูงใจ เจตคติ ค่านิยม ลักษณะการเรียนรู้และการรับรู้ วิธีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ต่าง ๆ ได้แก่บุคลิกภาพทั้ง 5 ด้าน คือ บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (extroversion) บุคลิกภาพวิตกกังวล (anxiety) บุคลิกภาพความแข็งแกร่งของจิตใจ (tough mindness) บุคลิกภาพความเป็นอิสระ (independence) และบุคลิกภาพการควบคุมตัวเอง (self-control)

บุคลิกภาพแบบเปิดเผย หมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ชอบเข้าสังคม เปิดเผย มีเพื่อนมาก ไม่ชอบเก็บความทุกข์จะพูดระบายให้คนอื่นจนหมด มักจะสนใจเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกภายนอกมากกว่าสนใจในเรื่องของตน

บุคลิกภาพวิตกกังวล หมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีความผันแปรในด้านการเคลื่อนไหว คำพูด ภาษา ท่าทาง การรับรู้ มืออาการกระสับกระส่าย ลูกลู่ลูกกลน มือสั่น พุดรัว

บุคลิกภาพความแข็งแกร่งของจิตใจ หมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่ยากลำบากได้ มีความมุ่งมั่น มั่นใจ และควบคุมภายใต้แรงกดดัน

บุคลิกภาพความเป็นอิสระ หมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีความใจกล้ามีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง มีความไวเนื้อเชื่อใจไม่ระแวง

บุคลิกภาพการควบคุมตัวเอง หมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ใส่ใจในงานที่กำลังทำ การหยุดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่คนอื่นบอกและสามารถควบคุมอารมณ์ได้

สมมติฐานการวิจัย

1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานแตกต่างกัน มีลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลแตกต่างกัน

2) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับเทคโนโลยีดิจิทัลและบุคลิกภาพทั้ง 5 ด้านส่งผลต่อลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาททางดิจิทัล

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดความเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship)

แนวคิดของความเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนรุ่นใหม่กับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป อันมีผลเนื่องมาจากการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีเริ่มเป็นที่กล่าวถึงและตั้งเป็นประเด็นขึ้นมาในสังคม ที่เริ่มต้นจาก Prensky (2001) ได้สังเกตพฤติกรรมของเด็กนักเรียนในปัจจุบันซึ่งมีความแตกต่างจากสมัยที่ครูผู้สอนเป็นเด็กนักเรียน จึงเริ่มต้นบัญญัติศัพท์คำว่า “ชาวพื้นเมืองดิจิทัล (digital natives)” ว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดและเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล พวกเขาเหล่านี้ใช้ชีวิตอยู่ท่ามกลางการใช้คอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นเพลงดิจิทัล กล้องวิดีโอ วิดีโอเกม โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในยุคดิจิทัล ซึ่งนอกจากนี้ยังใช้เวลาในแต่ละวันกับเทคโนโลยีดิจิทัลมากกว่าการอ่านหนังสือ สิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตพวกเขา จึงทำให้พวกเขามีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ได้อย่างคล่องแคล่ว และพวกเขามีภาษาของตนเอง คือ ภาษาดิจิทัล (digital speakers) สามารถอ่าน พูด และเข้าใจภาษาดิจิทัลที่ปรากฏอยู่ตามเครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ได้อย่างเป็นธรรมชาติ สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว

นิยามพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship)

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายของคำว่า พลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) ไว้ดังนี้

Ribble (2011) ได้ให้ความหมายของพลเมืองดิจิทัล หมายถึง บรรทัดฐานที่เป็นแนวทางการประพฤติปฏิบัติในการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม และมีความรับผิดชอบ

Oxley (2011) ได้ให้ความหมายของพลเมืองดิจิทัล หมายถึง การเรียนรู้ที่จะเคารพสิทธิของผู้อื่นและการเรียนรู้ในการมีปฏิสัมพันธ์ของโลกเทคโนโลยีขนาดใหญ่ ซึ่งจะต้องใช้อย่างมีความรับผิดชอบ ไม่เช่นนั้นอาจเกิดผลกระทบที่ร้ายแรงอันเป็นผลมาจากพฤติกรรมออนไลน์ที่ประมาทและไม่เหมาะสม

Park (2016) ได้ให้ความหมายของพลเมืองดิจิทัล หมายถึง ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างปลอดภัย มีความรับผิดชอบและปลอดภัย

Digital Citizenship Summit (2017) ได้ให้ความหมายของพลเมืองดิจิทัล หมายถึง บรรทัดฐานหรือพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม มีความรับผิดชอบ ใช้ในลักษณะที่เกิดประโยชน์ ปลอดภัยทั้งต่อตนเอง และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบที่ร้ายแรงต่อผู้อื่น รวมถึงสามารถรับมือกับผลกระทบจากภัยออนไลน์ที่เกิดขึ้นต่อตนเอง

จากนิยามดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พลเมืองดิจิทัล หมายถึง การมีแนวทางหรือพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม มีความรับผิดชอบ ใช้ในลักษณะที่เกิดประโยชน์ปลอดภัยทั้งต่อตนเอง และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบที่ร้ายแรงต่อผู้อื่น รวมถึงสามารถรับมือกับผลกระทบจากภัยออนไลน์ที่เกิดขึ้นต่อตนเอง

วรรณภากร พรประเสริฐ (2562) ได้สร้างเกณฑ์การสื่อสารดิจิทัล (digital communication) ได้ให้รายละเอียดของเกณฑ์การวัด 1) ความระมัดระวังการสื่อสารทางดิจิทัลกับผู้ร่วมสนทนา หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารกับบุคคลอื่นในโลกออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียไว้อย่างมีความระมัดระวัง ไม่ควรไว้วางใจ และหลงเชื่อการสนทนากับบุคคลแปลกหน้า และ 2) เคารพและให้เกียรติผู้ร่วมสนทนาทางดิจิทัล หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารกับบุคคลอื่นในโลกออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียด้วยการเคารพและให้เกียรติ สื่อสารกันด้วยถ้อยคำที่สุภาพจนทั่วไปฟังใช้ ไม่ใช่ภาษาที่ก่อให้เกิดความตึงเครียดหรือแตกแยกและสามารถยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้

ส่วนมารยาทดิจิทัล (digital etiquette) ทางด้าน Riblle (2011) กล่าวว่า ในอดีตที่ผ่านมาครอบครัวจะต้องสอนเรื่องมารยาทขั้นพื้นฐานให้กับลูก ๆ ก่อนที่จะมาโรงเรียนและเติบโตเป็นผู้ใหญ่ แต่ในปัจจุบันพบปัญหาเกี่ยวกับมารยาทดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากที่จะแก้ไข โดยผู้ใช้ไม่รู้จักควบคุมตนเองเมื่อต้องมีการสนทนากัน สนทนาด้วยถ้อยคำที่รุนแรง ประกอบกับผู้ใช้เทคโนโลยีส่วนใหญ่มักมองว่ามารยาทดิจิทัลเป็นปัญหาอย่างหนึ่ง เนื่องจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่สามารถพบได้บ่อยในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งทำให้หลายคนรู้สึกอึดอัดในการสนทนากับผู้อื่นในโลกออนไลน์ เนื่องจากการไม่รู้จักรับยั้งอารมณ์ในการสนทนาระหว่างกัน ดังนั้นพลเมืองดิจิทัลที่ดีจะต้องมารยาทและความรับผิดชอบต่อการกระทำของตนในโลกออนไลน์ หรือที่รู้จักกันกันในเรื่องของ Digital Etiquette ที่จะเป็นเครื่องมือในการยับยั้งอารมณ์จนการกระทำที่เหมาะสมใน

การสื่อสารทุกประเภทในยุคดิจิทัล (Park, 2016) จะเห็นว่าในปัจจุบันนี้ มีผู้ใช้งานผ่านสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นทุกวัน การใช้งานในระบบเครือข่ายออนไลน์ และส่งข้อมูลข่าวสารถึงกัน ซึ่งย่อมมีบางกลุ่มคนที่มีความประพฤติไม่ดีปะปนอยู่ และสร้างปัญหาให้กับผู้อื่นอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ใช้งานผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลทุกคนควรมีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น รับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง เพื่อให้เกิดการใช้งานในสังคมออนไลน์ได้อย่างมีความสุข ทุกคนจึงควรมีมารยาท รู้กาลเทศะในการใช้งานผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลด้วย (Ribble & Bailey, 2007)

Ribble (2011) ได้กล่าวว่า มารยาทดิจิทัล (digital etiquette) คือ มาตรฐานในการใช้ดิจิทัลกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ Park (2016) ได้กล่าวถึงมารยาทดิจิทัลในลักษณะของการแสดงอารมณ์ในโลกดิจิทัล (digital emotional intelligence) ว่าเป็นความสามารถในการใช้ดิจิทัลกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกออนไลน์ อีกทั้งพจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546) ได้อธิบายคำว่า มารยาทดิจิทัล ว่าคือกฎกติกา มารยาทอันดีงาม รู้จักกาลเทศะที่ผู้ใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลพึงสังวรและยึดถือปฏิบัติ นอกจากนี้ Shea (2009) ได้เขียนหนังสือเรื่อง Netiquette โดยบัญญัติกฎกติกาที่ผู้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลควรพึงตระหนักและยึดเป็นแนวปฏิบัติไว้ประการหนึ่งว่า ให้ระลึกถึงอยู่เสมอว่าอีกฝ่ายที่ทำการสื่อสารเป็นมนุษย์ปฏิบัติกับผู้อื่นเหมือนกับที่เราอยากให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อตัวเราเอง นึกถึงใจเขาใจเราในการสื่อสารข้อมูลด้วยถ้อยคำบนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกออนไลน์ สอดคล้องกับ เด็กไทยทันสมัย (2560) ได้กล่าวถึงข้อควรปฏิบัติในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีมารยาทไว้ว่า ต้องรู้จักควบคุมอารมณ์ เวลาแสดงความคิดเห็นบนเวทีสาธารณะอย่างเว็บบอร์ด เป็นไปได้ที่จะมีคนเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับสิ่งที่เราโพสต์ จงยอมรับความเห็นที่แตกต่าง ควรรู้จักยับยั้งชั่งใจหรือควบคุมอารมณ์ไม่ทะเลาะวิวาทกับคนที่มีความเห็นหรือความรู้สึกที่แตกต่างหรืออยู่คนละขั้ว ทางด้าน วรณาการ พรประเสริฐ (2562) สามารถสรุปความหมายของมารยาททางดิจิทัล (digital etiquette) ว่าหมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลที่ใช้ช่องทางที่เอื้ออำนวยความสะดวกสบายของเทคโนโลยีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัล เอาใจใส่ หรือเห็นอกเห็นใจผู้อื่นในโลกออนไลน์ รู้จักควบคุมอารมณ์ของตนเองเมื่อมีการสนทนาทางดิจิทัลที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ และรู้จักกาลเทศะในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล เพื่อให้เกิดการใช้งานในสังคม

ออนไลน์ได้อย่างมีความสุข ทั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัล หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่นในโลกออนไลน์ด้วยการแสดงน้ำใจ หรือการเอาใจใส่ผู้อื่นในโลกออนไลน์ 2) ควบคุมอารมณ์ของตนเองในโลกดิจิทัล หมายถึง ความสามารถในการควบคุมอารมณ์ ยับยั้งชั่งใจตนเองเมื่อต้องเผชิญกับการสนทนาที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ และ 3) รู้จักกาลเทศะในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล หมายถึง ความสามารถในการประเมินข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์ได้อย่างถูกต้องและมีวิจารณญาณ

ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดความเป็นพลเมืองดิจิทัล วรรณกร พรประเสริฐ (2562) มาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์การสื่อสารดิจิทัล ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) ระมัดระวังการสื่อสารทางดิจิทัลกับผู้ร่วมสนทนา และ 2) เคารพและให้เกียรติผู้ร่วมสนทนาทางดิจิทัลและมารยาทดิจิทัล ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัล 2) ควบคุมอารมณ์ของตนเองในโลกดิจิทัล และ 3) รู้จักกาลเทศะในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล

2. แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพ (personality)

บุคลิกภาพเป็นลักษณะที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของบุคคล แต่ละคนทั้งในส่วนที่เป็นพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้และพฤติกรรมภายใน เช่น อารมณ์ความรู้สึก ลักษณะนิสัย ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคิด เจตคติ บุคลิกภาพจึงเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อนยากที่จะศึกษาได้ครบถ้วน ด้วยเหตุนี้ นักจิตวิทยาและนักศึกษาวัยจึงเลือกที่จะศึกษาด้านใดด้านหนึ่งของบุคลิกภาพ เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงความแตกต่างของบุคคลและลักษณะของแต่ละบุคคล โดยผู้ศึกษาแต่ละคนจะให้ความหมายบุคลิกภาพแตกต่างกัน

ความหมายของบุคลิกภาพ

Allport (1961) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นองค์ประกอบที่มีพลังอยู่ในจิตของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นตัวกำหนดลักษณะความคิดและพฤติกรรมของบุคคล เป็นโครงสร้างชนิดหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นระบบพลวัตรอยู่ภายในร่างกายและจิตใจของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคลิกภาพจะเป็นตัวกำหนดลักษณะพฤติกรรมและความคิดเฉพาะของบุคคลนั้น บุคลิกภาพเป็นหน่วยรวมที่ทรงพลังของระบบทางกายและจิตวิทยาภายในตัวบุคคล ซึ่งกำหนดลักษณะการปรับตัวเป็นแบบเฉพาะของของบุคคลนั้นต่อสิ่งแวดล้อมของเขา บุคลิกภาพเป็นตัวตนจริง ๆ ที่เฉพาะตัว มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นตัวกำหนดลักษณะการแสดงออกที่เป็นแบบฉบับ

ของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัว ตลอดจนวิถีชีวิตที่แท้จริงของบุคคลผู้นั้น นอกจากนี้บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบการเปลี่ยนแปลงของแต่ละบุคคลซึ่งเกี่ยวเนื่องกับระบบร่างกายและจิตใจ นำไปสู่การปรับตัวของบุคคลให้เข้ากับโลกภายนอกและสามารถบ่งบอกถึงความคิดและพฤติกรรมที่เป็นลักษณะของบุคคลได้

แนวคิดของ Allport (1961) มองว่า ลักษณะนิสัย (trait) เป็นแนวโน้มที่บุคคลจะทำพฤติกรรมในทิศทางเดียวกันต่อสิ่งเร้าที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ Allport แบ่งประเภทของลักษณะนิสัยออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1. ลักษณะนิสัยทั่วไป (common traits) โดยผู้ที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันจะมีลักษณะนิสัยที่เหมือนกัน ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีลักษณะนิสัยนี้มากหรือน้อยแตกต่างกันและสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้และ 2. ลักษณะนิสัยส่วนบุคคล (individual) เป็นลักษณะนิสัยเฉพาะของแต่ละคน ซึ่งไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้หรือเรียกได้ว่าเป็นอุปนิสัยส่วนบุคคล

Cattell and Alan (2008) กล่าวว่า บุคลิกภาพเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทั้งหมดของบุคคล ไม่ว่าจะเปิดพฤติกรรมที่เปิดเผยออกมาและพฤติกรรมที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่กำหนดว่าแต่ละบุคคลมีแนวโน้มพฤติกรรมเช่นใดในสถานการณ์หนึ่งๆ ซึ่งสามารถใช้ในการทำนายพฤติกรรมของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ได้ โดยมีโครงสร้างบุคลิกภาพภายในตัวบุคคลคืออุปนิสัย

ทฤษฎีบุคลิกภาพสำคัญ 5 ประการ (global factor)

Cattell and Alan (2008) ได้จัดกลุ่มเป็นบุคลิกภาพออกเป็น 5 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่ม ดังนี้

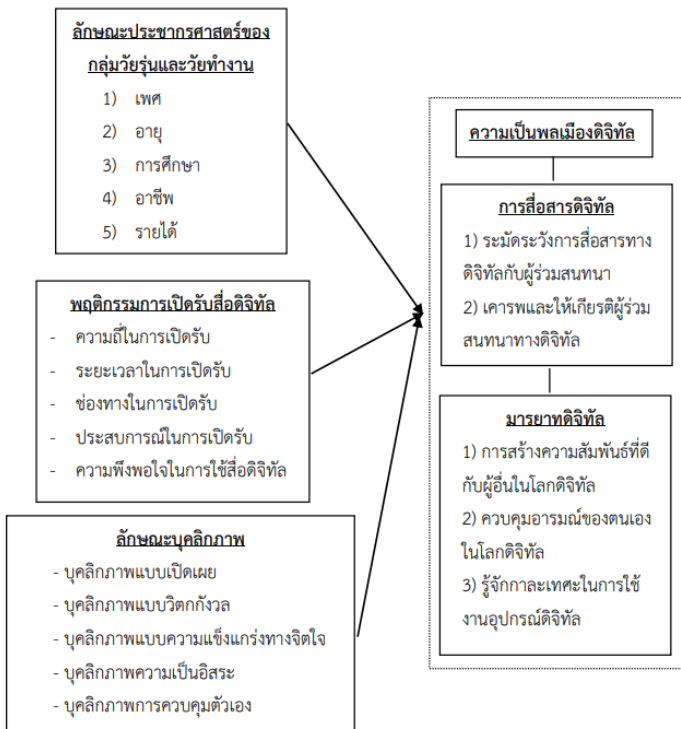
ตารางที่ 1 ตารางแสดงบุคลิกภาพสำคัญ 5 ประการ (global factor) ของ Cattell and Alan (2008)

Global Factor				
เปิดเผย (extroversion)	วิตกกังวล (anxiety)	ความแข็งแกร่ง ของจิตใจ (tough mindness)	ความเป็นอิสระ (independence)	การควบคุม ตัวเอง (self – control)
เก็บตัว – แสวงหาความ อบอุ่นใจ (A)	มั่นคง – หวั่น ไหว (C)	เก็บตัว – แสวงหาความ อบอุ่นใจ (A)	ถ่อมตัว – ยก ตัว (E)	เครียด – สดชื่นแจ่มใส (F)
เครียด – สดชื่น แจ่มใส (F)	ไวใจ – ระวัง (L)	ประาะบาง – หนักแน่น (I)	ขี้อาย – ใจกล้า (H)	มั่นใจ – วิตก (O)
ขี้อาย – ใจกล้า (H)	มั่นใจ – วิตก (O)	เพ้อฝัน – จริงจัง (M)	ไวใจ – ระวัง (L)	เพ้อฝัน – จริงจัง (M)
เป็นส่วนตัว – แสดงออก (N)	ผ่อนคลาย – ตึงเครียด (Q4)	พร้อมเปลี่ยน – หัวเก่า (Q1)	พร้อมเปลี่ยน – หัวเก่า (Q1)	ปฏิบัติตามกฎ เกณฑ์ – ตาม อารมณ์ (G)
พึ่งพาตนเอง – ติดกลุ่ม (Q2)				มัว – เจ้า ระเบียบ (Q3)

แบบทดสอบ 16 PF ได้รับการแปลเป็นภาษาต่าง ๆ มากกว่า 30 ภาษา มีการสร้างเกณฑ์วัดด้วยการสุ่มตัวอย่างผู้ตอบทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับสากล นำมาจัดทำเป็นโปรแกรมอธิบายผลการทดสอบในภาษาต่าง ๆ ประมาณ 23 ภาษา ผลการทดสอบจึงมีความสอดคล้องกับลักษณะนิสัยและพื้น วัฒนธรรมของผู้ตอบในแต่ละพื้นที่

ทั้งนี้ ในประเทศไทยนั้นกระทรวงสาธารณสุขได้บรรจุแบบทดสอบ 16 PF ของ Cattell and Alan (2008) เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำหรับทดสอบบุคลิกภาพ และแนวทางการตรวจวินิจฉัยทางจิตวิทยาคลินิก และเป็นเกณฑ์วัดบุคลิกภาพพื้นฐานของบุคคลทั่วไป ผู้วิจัยจึงใช้เกณฑ์ของ Cattell and Alan (2008) ที่แบ่งเป็น 5 กลุ่มได้แก่ บุคลิกภาพแบบเปิดเผย บุคลิกภาพแบบวิตกกังวล บุคลิกภาพแบบความแข็งแกร่งของจิตใจ บุคลิกภาพความเป็นอิสระ และบุคลิกภาพการควบคุมตัวเอง เพื่อมาเกณฑ์ในการวัดบุคลิกภาพของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานและเป็นตัวแปรในการทำนายบุคลิกภาพว่าส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลหรือไม่อย่างไร

กรอบแนวคิดการวิจัย (conceptual framework)



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (survey research method) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (questionnaire)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นสุตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane (1973) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 เลือกจังหวัดตัวอย่างที่ต้องการศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นที่ 2 การเลือกอำเภอตัวอย่างโดยผู้วิจัยเลือกอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ที่มี 24 อำเภอ โดยจำนวนวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีมากที่สุด ได้แก่ อำเภอเมือง และอำเภอสันป่าตอง

ขั้นที่ 3 เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนวัยรุ่นและวัยทำงานใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างแท้จริง ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ตามพื้นที่ดังกล่าว

ทั้งนี้ วัยรุ่นและวัยทำงานที่ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่ คอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต อีเมล มัลติมีเดีย ซีดี ฐานข้อมูลดิจิทัล ระบบสืบค้นอัตโนมัติ เป็นต้น โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 18-24 ปี จำนวน 200 คน และกลุ่มวัยทำงาน อายุ 25 – 44 ปี จำนวน 200 คน ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อหาค่าเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยจะต้องเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้สื่อดิจิทัล และใช้อยู่ในปัจจุบัน (สถิติประชากรศาสตร์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

ผู้วิจัยได้ทดสอบแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง (pretest) โดยทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ (reliability) ด้วยสถิติครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) ได้ค่า 0.890 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือ จากนั้นผู้วิจัยจึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรต่าง ๆ

ด้วยสถิติ S.D. (standard deviation), t-test และ regression analysis

ผลการศึกษา

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงานของการวิจัย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และไม่มีรายได้ มีความถี่ในการเปิดรับสื่อดิจิทัล โดยใช้ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 95 มีจำนวนชั่วโมงในการเปิดรับสื่อดิจิทัล มากกว่า 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 58.80 โดยใช้สื่อดิจิทัลมากกว่า 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.30 และมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้สื่อดิจิทัลอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.80

1) ระดับความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	ระดับความ สำคัญ
1. มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล (digital communication)			
1.1 ความระมัดระวังการสื่อสารทางดิจิทัลกับผู้ร่วมสนทนา	3.58	0.52	มาก
1.2 เคารพและให้เกียรติผู้ร่วมสนทนาทางดิจิทัล	3.79	0.60	มาก
2. มิติด้านมารยาททางดิจิทัล (digital etiquette)			
2.1 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัล	3.42	0.54	มาก
2.2 ควบคุมอารมณ์ของตนเองในโลกดิจิทัล	3.50	0.62	มาก
2.3 รู้จักกาลเทศะในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล	3.65	0.69	มาก
รวม	3.58	0.59	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า แสดงค่าเฉลี่ยรวมของความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58, S.D.=0.59$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล เคารพและให้เกียรติผู้ร่วมสนทนาทางดิจิทัล ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.79, S.D.=0.60$) รองลงมาได้แก่ ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านมารยาททางดิจิทัล รู้จักกาลเทศะในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65, S.D.=0.69$) และลำดับสุดท้าย ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านมารยาททางดิจิทัล สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัล ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42, S.D.=0.54$)

2) แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานระหว่างอายุ

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและอายุ

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล	กลุ่มวัยรุ่น 18-24 ปี (N=200)		กลุ่มวัยทำงาน 25-44 ปี (N=200)		t-test	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	3.58	.41	3.59	.39		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < 0.05$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน (อายุ) และลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัลมิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน พบว่า กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัลมิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและ

มิติด้านมารยาทดิจิทัลไม่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาทำให้เห็นว่าทั้งกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานกลุ่มวัยทำงาน มีลักษณะความเป็นพลเมืองไม่แตกต่างกัน โดยอาจจะมีการเคารพและให้เกียรติผู้ร่วมสนทนาทางดิจิทัล การใช้ชีวิตของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ถือว่ามีการใช้เวลาอยู่ร่วมกันมากที่สุดรองจากครอบครัว ดังนั้นทั้งเรื่องการเรียนรู้และการทำงาน การใช้ชีวิตในสังคมจึงต้องมีการเคารพกฎเกณฑ์ กติกา มีความอดทนมีการเคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกันทั้งในโลกของความเป็นจริง และในโลกของการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล

3) การวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์อิทธิพลของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับเทคโนโลยีดิจิทัล และบุคลิกภาพกับความเป็นพลเมืองดิจิทัลมิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.
เพศ	.066	.163
อายุ	-.066	.255
การศึกษา	.057	.020*
อาชีพ	.044	.382
รายได้	-.066	.225
ความถี่ในการเปิดรับสื่อ	.018	.708
ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ (ชม.)	.046	.375
ประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ (ปี)	.053	.026*
ความพึงพอใจในการใช้สื่อ	.114	.025*
บุคลิกภาพแบบเปิดเผย	.007	.091
บุคลิกภาพแบบวิตกกังวล	.078	.151
บุคลิกภาพแบบความแข็งแกร่งทางจิตใจ	.062	.233

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.
บุคลิกภาพความเป็นอิสระ	.024	.628
บุคลิกภาพการควบคุมตัวเอง	.033	.009*
Total R ² (ร้อยละ)	13.00	.000*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < 0.05$

การพยากรณ์ตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 13 ตัวแปรที่มีผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน มีทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ การศึกษา (.057) ประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ (ปี) (.053) ความพึงพอใจในการใช้สื่อ (.114) และบุคลิกภาพการควบคุมตัวเอง (.033) โดยค่าคงที่ = 2.491 SE = .150

ตารางที่ 5 อำนาจในการพยากรณ์ตามลำดับที่ของตัวแปรพยากรณ์ที่ศึกษา จำนวน 13 ตัวแปร ที่ใช้ในการพยากรณ์ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตัวแปรพยากรณ์

ตัวแปรพยากรณ์	R	R ²	R ² Change	F	P-value
X ₉	.263	.069	.067	29.565	.000*
X ₉ , X ₁₁	.320	.103	.098	22.676	.000*
X ₉ , X ₁₁ , X ₃	.346	.120	.113	17.946	.000*
X ₉ , X ₁₁ , X ₃ , X ₈	.361	.130	.121	14.787	.000*

X₃ = การศึกษา , X₈ = ประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ (ปี) , X₉ = ความพึงพอใจในการใช้สื่อดิจิทัล, X₁₁ = บุคลิกภาพด้านการควบคุมตนเอง

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์พหุคูณแบบหลายขั้นตอน ได้ดังนี้
 ขั้นที่ 1 ความพึงพอใจในการใช้สื่อดิจิทัล (X₉) สามารถอธิบายความ

แปรปรวนของความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยที่มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .069 แสดงว่า ความถี่ในการเปิดรับสื่อ สามารถพยากรณ์ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ได้ร้อยละ 6.90

ขั้นที่ 2 เมื่อเพิ่มตัวแปรพยากรณ์ บุคลิกภาพด้านการควบคุมตนเอง (X_{11}) ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เพิ่มเป็น .103 สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการพยากรณ์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยที่มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .103 แสดงว่า ความพึงพอใจในการใช้สื่อดิจิทัล และบุคลิกภาพด้านการควบคุมตนเองสามารถพยากรณ์ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ได้ร้อยละ 10.30

ขั้นที่ 3 เมื่อเพิ่มตัวแปรพยากรณ์ การศึกษา (X_3) ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เพิ่มเป็น .120 สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยที่มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .120 แสดงว่า ความพึงพอใจในการใช้สื่อดิจิทัล บุคลิกภาพด้านการควบคุมตนเอง และการศึกษา สามารถพยากรณ์ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานได้ร้อยละ 12.00

ขั้นที่ 4 เมื่อเพิ่มตัวแปรพยากรณ์ ประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ (ปี) (X_8) ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เพิ่มเป็น .130 สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการพยากรณ์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แสดงว่า ความพึงพอใจในการใช้สื่อดิจิทัล บุคลิกภาพด้านการควบคุมตนเอง และการศึกษา และประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ (ปี) สามารถพยากรณ์ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานได้ร้อยละ 13.00

สามารถเขียนค่าสมการพยากรณ์ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ได้ดังต่อไปนี้

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน = 2.491 (ค่าคงที่) +.263 (ความพึงพอใจในการใช้สื่อ) +.320 (บุคลิกภาพด้านการควบคุมตนเอง) +.346 (การศึกษา) +.361 (ประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ)

อภิปรายผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง “บุคลิกภาพที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลมิติด้านการสื่อสารและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยมีประเด็นข้อค้นพบจากผลการวิจัย ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยรวมของความเป็นพลเมืองดิจิทัลมิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.59) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นและวัยทำงานเป็นกลุ่มคนในยุคดิจิทัลที่มีการสนทนากับผู้อื่นโดยใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านทางดิจิทัลด้วยความระมัดระวัง โดยที่ไม่หลงเชื่อผู้ร่วมสนทนาผ่านทางดิจิทัล มีการสื่อสารที่เคารพและให้เกียรติผู้ร่วมสนทนาทางดิจิทัล เพื่อไม่ให้เกิดความแตกแยกและทะเลาะเบาะแว้งกัน ซึ่งแตกต่างจากการใช้กับงานวิจัยของ ภูเบศร์ สมุทรจักร (2561) อาจจะเนื่องมาจากกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ด้วยการใช้สื่ออย่างระมัดระวังและสร้างสรรค์

ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยรวมของความเป็นพลเมืองของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นและวัยทำงานในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผลดังกล่าวไม่แตกต่างจากการศึกษาความเป็นพลเมืองในพื้นที่อื่น ๆ ตามที่งานวิจัยของ ศุภณัฐ เพิ่มพูนวิวัฒน์ ศรีณยู หมั่นทรัพย์ และ จารุวรรณ แก้วมะโน (2564) ที่ศึกษาความเป็นพลเมือง: บทสำรวจสถานะความเป็นพลเมืองกับการรู้ดิจิทัลของกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ พบว่ามีความสามารถในการใช้ดิจิทัล ภาพรวมการรู้ดิจิทัล ความเป็นพลเมืองดิจิทัลอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับ สุกัญญา สุตบรรทัด (2561) ที่กล่าวว่า กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ถือเป็นกลุ่มที่เรียกว่า digital natives ที่อยู่ในยุคสมัยการเปลี่ยนแปลงจากเทคโนโลยีสื่อ เต็มโตมาในสื่อยุคดิจิทัล โดยกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีความคิดสร้างสรรค์ ทำหลายสิ่งได้ในเวลาเดียวกัน มุ่งมั่นแต่ไม่คอยอดทนทำงานเป็นทีมเก่ง ไม่ชอบความเสี่ยง ซึ่งด้านการใช้สื่อนั้น กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานสามารถใช้งานสื่อได้ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ชอบการเรียนรู้ และมีความท้าทายต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี

อาจกล่าวได้ว่ากลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานหรือที่เรียกว่ากลุ่ม Generation Y และ X เป็นกลุ่มที่มีการพัฒนาความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

และสารสนเทศ มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้ดี ใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารทางดิจิทัลด้วยความระมัดระวัง กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (2564) โดยมีกลวิธีการสื่อสารที่สุภาพในการปฏิเสธ การขอร้องต่อกลุ่มต่างๆ เช่น การใช้กลวิธีการเสนอแนวทางแก้ไขต่อสมาชิกครอบครัว การใช้ถ้อยคำที่ทำให้เกียรติกับเพื่อนบ้านและคนรู้จัก เป็นต้น (ศิริวัตร ไทยแท้ และ ปณิตดา เลอเลิศยุติธรรม, 2561)

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ยของความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่นๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานบางครั้งอาจจะควบคุมอารมณ์ของตนเองไม่ได้เมื่อมีการสนทนาในโลกดิจิทัลทำให้เกิดความรู้สึกไม่พอใจ ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ในแง่ลบกับผู้ใช้สื่อดิจิทัลคนอื่นๆ ดังนั้นจึงควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นในช่วงระหว่างการศึกษานี้ให้มีทักษะด้านสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัลได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ตามที่ วรรณภากร พรประเสริฐ (2562) กล่าวว่า มารยาททางดิจิทัลคือความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลที่ใช้ช่องทางนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัล เอาใจใส่ และเห็นอกเห็นใจผู้อื่นในโลกออนไลน์

สำหรับผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน (อายุ) และลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน พบว่า กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัลและมิติด้านมารยาทดิจิทัลไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มคนในระดับอุดมศึกษาเป็นกลุ่มที่ต้องเตรียมความพร้อมในการทำงาน การสื่อสารและมารยาททางดิจิทัลจึงถูกบรรจุในหลักสูตรเพื่อให้คนกลุ่มนี้มีการเตรียมความพร้อม ดังนั้นทำให้คนกลุ่มนี้จึงสามารถสื่อสารและมีมารยาททางดิจิทัลในระดับดี สอดคล้องกับผลการสำรวจของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) ที่กล่าวถึงกลุ่มคนในระดับอุดมศึกษาที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือมากที่สุด และที่สำคัญเป็นกลุ่มที่เกิดและเติบโตท่ามกลางเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วจำกัด กลุ่มคนในระดับการศึกษาดูมศึกษาซึ่งเป็นพลเมืองกลุ่มใหญ่ที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยและเตรียมพร้อมที่จะก้าวเข้าสู่วัยทำงาน จึงมีความจำเป็นต้องมีความเป็นพลเมืองดิจิทัล เนื่องจากความเป็นพลเมืองดิจิทัลนับเป็นมาตรฐานหนึ่งด้านเทคโนโลยีการศึกษาที่เสนอโดยสมาคมเทคโนโลยีการศึกษานานาชาติ (International Society for Technology

in Education, 2007) เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความเข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างปลอดภัย สอดคล้องกันกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติในองค์ประกอบด้านที่ 5 ที่เน้นในเรื่องของทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี ซึ่ง 1 ใน 5 ของกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับการศึกษาได้เน้นเรื่องการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี (กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับการศึกษา, 2553)

ยิ่งไปกว่านั้นในสังคมปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเป็นยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ก่อให้เกิดกลุ่มเจนเรชั่นใหม่ขึ้นมา คือ Generation Z หรือ iGen เป็นกลุ่มที่เกิดในช่วงตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996 (พ.ศ.2540) เป็นต้นมา และในอนาคต Generation Z จะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนสังคม จึงถือได้ว่าเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญในรับการทำงาน และเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ในสังคม (The Center for Generation Kinetics, 2015) อีกทั้งยังเป็นประชากรที่ถูกแวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยี และถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีความเป็นมนุษย์ดิจิทัลหรือพลเมืองดิจิทัลมากที่สุด (Garton, 2015) และเป็นพลเมืองกลุ่มใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ (Lobato, 2015) สรุปได้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลได้มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องและไร้ขีดจำกัด พร้อมทั้งแทรกซึมทุกมิติของสังคม และสอดคล้องกันผลการวิจัยของวรรณภากร พรประเสริฐ (2562) ที่กล่าวว่าการเป็นพลเมืองไม่ใช่เพียงเป็นแค่บุคคลที่เกิดและเติบโตในยุคดิจิทัลเท่านั้น แต่ต้องเป็นผู้ที่ใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลได้อย่างสร้างสรรค์และถูกต้อง ตระหนักถึงความปลอดภัยและไม่เกิดผลกระทบที่ร้ายแรงต่อตนเองและผู้อื่น

จากผลการศึกษาทำให้เห็นว่าทั้งกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานกลุ่มวัยทำงาน มีลักษณะความเป็นพลเมืองไม่แตกต่างกัน โดยอาจจะมีการเคารพและให้เกียรติผู้ร่วมสนทนาทางดิจิทัล เนื่องจากเวลาในการใช้ชีวิตของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานถือว่ามีการใช้เวลามากที่สุดรองจากครอบครัว ดังนั้นทั้งเรื่องการเรียนและการทำงาน การใช้ชีวิตในสังคมจึงต้องมีการเคารพกฎเกณฑ์ กติกา มีความอดทนมีการเคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกันทั้งในโลกของความเป็นจริง และในโลกของการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล

ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านการสื่อสารดิจิทัล และมิติด้านมารยาทดิจิทัล ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจการสื่อสารดิจิทัล บุคลิกภาพด้านการควบคุมตนเอง การศึกษา และประสบการณ์

ในการเปิดรับสื่อ สำหรับเรื่องของความพึงพอใจในการใช้สื่อดิจิทัลส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลนั้น แสดงให้เห็นว่าหากมีการรับรู้เชิงบวกต่อการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มีความพึงพอใจในด้านบวกก็จะส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในเชิงบวกด้วยเช่นกัน ดังงานวิจัยของ Holland (2017) ที่พบว่า การที่มีระดับการรับรู้ หรือความพึงพอใจในเชิงบวกต่อการใช้สื่อดิจิทัล หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ จะทำให้มีความเป็นพลเมืองดิจิทัลทั้งในด้านทักษะความสามารถในการสื่อสารออนไลน์ และการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ทั้งนี้ การศึกษาก็เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล สอดคล้องกับ Ribble (2015) ที่กล่าวว่าการศึกษาเป็นพื้นฐานที่ทำให้เด็กและเยาวชนเติบโตและเป็นพลเมืองที่ดีในอนาคต โดยเฉพาะผู้ที่ได้รับการศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยีและการใช้งานเทคโนโลยีเพื่อให้เป็นบุคคลที่มีความฉลาดทางดิจิทัล (DQ: Digital intelligence Quotient) ซึ่งเป็นสมรรถนะด้านสติปัญญา การรู้คิดสังคม อารมณ์ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการที่จะเผชิญกับความท้าทาย และความสามารถใช้ชีวิตอย่างมีความสุขบนโลกดิจิทัลอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lyons (2012) ที่พบว่าระดับการศึกษาที่สูงขึ้นจะมีการดูแลความปลอดภัยของตนเองมากขึ้น และความเป็นพลเมืองดิจิทัลมากขึ้น

นอกจากนี้ในเรื่องของการใช้งานของสื่อดิจิทัล ประสบการณ์การใช้สื่อออนไลน์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล ซึ่งหากมีประสบการณ์การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากก็ยิ่งจะทำให้มีความเป็นพลเมืองดิจิทัลมากตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xu et al. (2018) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับความเป็นพลเมืองดิจิทัล ที่พบว่าการมีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล ส่วนบุคลิกภาพการควบคุมตัวเองส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลนั้น ด้วยลักษณะบุคลิกภาพการควบคุมตัวเองมีลักษณะบุคลิกภาพของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ใส่ใจในงานที่กำลังทำ การหยุดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่คนอื่นบอกและสามารถควบคุมอารมณ์ได้ ซึ่งข้อดีของการควบคุมตนเองได้นั้นส่งผลให้ทั้งกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมีความเป็นพลเมืองดิจิทัล อาจกล่าวได้ว่าหากสามารถควบคุมตนเองได้ ก็สามารถควบคุมการใช้เทคโนโลยีของพวกเขาได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ Zhao and Seibert (2006) ที่กล่าวว่าบุคลิกภาพที่มีพลัง ควบคุมตัวเองได้ กระตือรือร้น กระฉับกระเฉง มีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในทางที่ดี มีลักษณะในการ

จัดการปัญหาได้ดีก็จะส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายทั่วไป

1) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของความเป็นพลเมืองดิจิทัล มิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ด้านสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัลมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ๆ จึงควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นอยู่ในช่วงระหว่างการศึกษานี้ให้มีทักษะด้านสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัลได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

2) จากผลการวิจัยพบว่า การศึกษาส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล ดังนั้นควรมีการส่งเสริมด้านการศึกษาก่อนเป็นพื้นฐานที่จะทำให้เด็กและเยาวชนเติบโตและเป็นพลเมืองที่ดีในอนาคต โดยเฉพาะผู้ที่ได้รับการศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยีและการใช้งานเทคโนโลยีเพื่อให้เป็นบุคคลที่มีความฉลาดทางดิจิทัล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) การวิจัยครั้งต่อไป ควรวิเคราะห์เชิงลึกเพื่ออธิบายความเป็นพลเมืองบนสื่อดิจิทัลในแต่ละองค์ประกอบ และอธิบายตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ สิ่งแวดล้อมบนสื่อดิจิทัล ที่มีอิทธิพลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลใน แต่ละองค์ประกอบ

2) งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูล ประชากรที่มีความแตกต่างทางด้านพื้นที่กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ภาคอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ บุคลิกภาพที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล รวมถึงอาจจะมีการวิเคราะห์ความเป็นพลเมืองดิจิทัลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษา เป็นต้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2564). *ผลสำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลของประชาชนไทย ปี พ.ศ. 2563 – 2564*. <https://shorturl.asia/F57KO>
- กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับการศึกษา. (2553). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิการศึกษา มุ่งเน้นการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี*. www.iccs.ac.th/departmentsub.php?department_sub_id=5
- คณะกรรมการการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580)*. คณะกรรมการการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- เด็กไทยทันสื่อ. (2560). *ทันสื่อ ICT*. <http://www.inetfoundation.or.th>
- จิระพรรณ สุศิริภัทรพงศ์, ชรินทร์ มั่งคั่ง, และ จารุณี ทิพย์มณฑล. (2563). ทักษะพลเมืองดิจิทัลของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการเชียงใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*. 5(4), 206-219.
- พจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *ศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล* (พิมพ์ครั้งที่ 6). ราชบัณฑิตยสถาน.
- ภูเบศร์ สมุทรจักร. (2561). *พิทักษ์เด็กพิทักษ์อนาคตชาติด้วยสังคมกัมมันต์ได้จริงหรือ?*. https://www.ffc.or.th/home/workstory/2561/workstory_2561_08_15_2.php
- วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง. (2561). *คู่มือพลเมืองดิจิทัล*. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- วรรณการ พรประเสริฐ. (2562). *การพัฒนาแบบวัดและเกณฑ์ปกติความเป็นพลเมืองดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา* [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุสิตบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วรรณกร เพชรดวง. (2558). อิทธิพลของบุคลิกภาพและการขัดเกลาทางสังคมที่มีต่อความสามารถในการฟันฝ่าอุปสรรคของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตตรัง. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์* 41(2), 109-128.

- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2564). ผลสำรวจคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตปี 2564 เฉลี่ยสูงสุดวันละ 10 ชั่วโมงต่อวัน. <https://tcjithai.com/news/2021/9/current/11940/2021/28/current/11940>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). ร้อยละของประชากร 6 ปีขึ้นไปที่ใช้อินเทอร์เน็ต. <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/16.aspx>
- สถิติประชากรศาสตร์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ. <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สุกัญญา สุกบรรทัด. (2561). วิถีแห่งพลเมืองเน็ต. <http://legacy.orst.go.th/wp-content/uploads/2018/01/วิถีแห่งพลเมืองเน็ต.pdf>
- ศิริวัตร ไทยแท้ และ ปันตดา เลอเลิศยุติธรรม. (2561). กลวิธีทางภาษาเพื่อการจัดการสัมพันธ์ภาพของพนักงานสายการบินต้นทุนต่ำในการปฏิเสธการขอร้องต่อผู้โดยสาร. *วารสารศิลปศาสตร์*, 18(1), 119-151.
- ศุภณัฐ เพิ่มพูนวิวัฒน์, ศรีณยู หมั่นทรัพย์, และ จารุวรรณ แก้วมะโน. (2564). ความเป็นพลเมือง : บทสำรวจสถานะความเป็นพลเมืองกับการรู้ดิจิทัล. สำนักงานส่งเสริมการเมืองภาคพลเมือง สถาบันพระปกเกล้า.

ภาษาอังกฤษ

- Allport, G. W. (1961). *Pattern and growth in personality*. Rinehart and Winston.
- Cattell, H. E. P., & Alan D. M. (2008). *The Sixteen Personality Factor Questionnaire (16PF)*. <https://psycnet.apa.org/record/2008-14475-007>
- Digital Citizenship Summit. (2017). *Digital citizenship using technology appropriately*. <http://www.digitalcitizenship.net/>
- Digital Economy Promotion. (2022). *Chiang Mai Digital Economy Promotion Plan*. <https://www.chiangmai.go.th/managing/public/D2/2D01Feb2022091701.pdf>
- Garton, C. (2015). *4 marketing tactics for appealing to generation Z*. <http://entrepreneur.com/article/252923>

- Holland, L. M. (2017). *The perceptions of digital citizenship in middle school learning* [Doctoral dissertation]. Carson-Newman University.
- International Society for Technology in Education. (2007). *National Educational Technology Standards for Student*. <https://www.iste.org/standards/iste-standards-for-students>
- Laws, C, & Davies, B. (2000). Poststructuralist theory in practice: Working with “behaviorally disturbed” children. *International Journal for Qualitative Studies in Education*, 13(3), 205-221.
- Lyons, R. (2012). *Investigating student gender and grade level differences in digital citizenship behavior* [Doctoral dissertation]. Walden University.
- Lobato, M. (2015). *Marketing to generation Z : Why you millennial plan is kaput*. <https://shorturl.asia/Sf69y>
- Oxley, C. (2011). *Digital citizenship : Developing an ethical and responsible online culture*. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED518512.pdf>
- Park, Y. (2016, Jun 14). *8 digital skills we must teach our children*. <https://arbogasts.wordpress.com/2016/06/15/8-digital-skills-we-must-teach-our-children/>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants, Part 1. *On The Horizon*, 9(5), 3-6. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10748120110424816/full/html>
- Ribble, M. (2011). *Digital citizenship in school* (2nd ed). The International Society for Technology in Education.
- Ribble, M. (2015). *Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know*. International Society for Technology in Education.
- Ribble, M., & Bailey, G. (2007). *Digital citizenship in schools*. ISTE.
- Shea, V. (2009). *Netiquette*. Albion Books: Cornell University.

- The Center for Generation Kinetics. (2015). *Unlocking millennial talent 2015*. <https://shorturl.asia/10aPp>
- Xu, S., Yang, H. H., Macleod, J., & Zhu, S. (2018). Social media competence and among college students. *Journal of Research into New Media Technologies*, 25(4), 735-752.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). Harper and Row Publications.
- Zhao, H., & Seibert, S.E. (2006). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*. 91(2), 259-271.
- Zimbardo, P. G. (1980). *Essentials of Psychology and Life*. Publisher : ParlorBooks.