

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การเปิดรับสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้อัตลักษณ์ทางสังคมและพฤติกรรมการเล่นแบบของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ
ชื่อผู้เขียน	ศิกาญ์ อัสวพรวิพุธ
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับ (1) การเปิดรับสื่อออนไลน์ (2) การแสดงอัตลักษณ์ทางสังคม และ (3) การเรียนรู้ทางสังคมของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง (4) การเปิดรับสื่อออนไลน์กับการรับรู้อัตลักษณ์ทางสังคม (5) การรับรู้อัตลักษณ์ทางสังคมกับการเรียนรู้ทางสังคมของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ และ (6) การเปิดรับสื่อออนไลน์กับการเรียนรู้ทางสังคมของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศอายุ 18 – 37 ปี ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก(Facebook), อินสตาแกรม(Instagram), ยูทูบ(Youtube), ดีกติก็อก(Tiktok), ไลน์(Line) และ ทวิตเตอร์(Twitter) เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม จำนวน 409 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 28 – 32 ปี มีการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ประเภท เฟสบุ๊ก(Facebook) มากที่สุด จำนวน 7 ครั้งขึ้นไปต่อวัน ใช้เวลา 3 – 4 ชั่วโมง เปิดรับในช่วงเวลา 18.01 - 00.00 น. และมักจะรับชมรายการจากกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์(Influencer)/บล็อกเกอร์(Blogger) กลุ่มตัวอย่างมีการสร้างปฏิสัมพันธ์และสามารถเข้ากับคนที่มีความหลากหลายทางเพศคนอื่น ๆ ได้ง่าย มีการเรียนรู้ทางสังคม โดยการใช้ภาษาและนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน กลุ่มที่มีอาชีพต่างกันมีการรับรู้อัตลักษณ์ทางสังคมของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศต่างกัน กลุ่มที่มีอายุและระดับการศึกษาต่างกันมีการเรียนรู้ทางสังคมของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศต่างกัน สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้อัตลักษณ์ทางสังคมของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศระดับต่ำ ($r = 0.211$) การรับรู้อัตลักษณ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเรียนรู้ทางสังคมของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศระดับต่ำ ($r = 0.222$) และการเปิดรับสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเรียนรู้ทางสังคม (เกิดพฤติกรรมการเล่นแบบ) ของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศระดับต่ำ ($r = 0.186$)

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ, สื่อสังคมออนไลน์, อัตลักษณ์ทางสังคม, กลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA+), การเรียนรู้ทางสังคม

ABSTRACT

Title of Independent Study	Social media exposure affecting perceived social identity and behavioral imitation among LGBTQIA+
Author	Sikarn Asawapornwiput
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2021

The purposes of this research were: 1) to find the level of differences in demographics, social media exposure, social identity, LGBTQIA+ social learning, 2) to examine the relationships between social media exposure, perceived social identity, perceived social identity, LGBTQIA+ social learning. The samples were LGBTQIA+, aged between 18-37 years old, who were familiar with social media sites including Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Line, and Twitter. 409 questionnaires were distributed for data collection.

The results revealed that most of the respondents were aged between 28-32 years old, who graduated with a bachelor degree, and worked in a private company with 20,001 – 30,000 Baht of monthly income. They were exposed to Facebook mostly over 7 times a day, and spent 3-4 hours around 6.00 p.m.-12.00 a.m. watching videos created by influencers and bloggers. They interacted and got along well with other LGBTQIA+. Social learning was found in their language used on the internet, which was also applied to daily conversation. The hypothesis results showed that: the age difference led to different exposure to social media. The career difference led to different perceptions of LGBTQIA+ social identity. The age and degree difference led to different social learning towards LGBTQIA+. In addition, perceived social media was positively correlated with perceived social identity of LGBTQIA+ at a low level of differences ($r = 0.211$). Perceived social identity was positively correlated with LGBTQIA+ social learning at a low level of differences ($r = 0.222$). Exposure to social media was positively correlated with behavioral imitation among LGBTQIA+ at a low level of differences ($r = 0.186$).

Keywords: Media Exposure, Social Media, Social Identity, LGBTQIA+, Social Learning