



ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร
ONLINE SOCIAL MEDIA LITERACY SKILLS OF UNDERGRADUATES
IN AUTONOMOUS UNIVERSITIES IN BANGKOK

ศิริกาญจน์ จันทร์วิชโน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร



ปฏิญานีพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ONLINE SOCIAL MEDIA LITERACY SKILLS OF UNDERGRADUATES
IN AUTONOMOUS UNIVERSITIES IN BANGKOK



SIRIKARN JANWITCHANO

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Information Studies)

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญาานิพนธ์

เรื่อง

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ

ศิริกาญจน์ จันทร์วิชโน

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญาานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(อาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรชนิดวี ลีนาราช)

..... ที่ปรึกษาร่วม กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ศุภรชชตรา แสนวา) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพิมล ประพินพงศกร)

ชื่อเรื่อง	ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ศิริกาญจน์ จันทร์วิฑู
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. วิภากร วัฒนสินธุ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ ดร. ศุภรชชตรา แสนวา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ (3) เปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ ชั้นปี คณะแผนกเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร 8 แห่ง จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ T-Test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า (1) นักศึกษาส่วนใหญ่มีระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ 6-10 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 83.0) ส่วนใหญ่เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18:00 ถึง 21:00 น. (ร้อยละ 76.3) ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 96.5) (2) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่อยู่ในระดับดีมาก คือ ด้านการวิเคราะห์ ระดับดี คือ ด้านการสร้างสรรค์ ระดับปานกลาง คือ ด้านการประเมินค่า และระดับน้อย คือ ด้านการเข้าถึง (3) ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจำแนกตามตัวแปรเพศ ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ผู้ปกครองต่อเดือน พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่ชั้นปีต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน และนักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครองต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ, สื่อสังคมออนไลน์, นักศึกษาระดับปริญญาตรี

Title	ONLINE SOCIAL MEDIA LITERACY SKILLS OF UNDERGRADUATES IN AUTONOMOUS UNIVERSITIES IN BANGKOK
Author	SIRIKARN JANWITCHANO
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Lecturer Dr. Vipakorn Vadhanasin , Ph.D.
Co Advisor	Lecturer Dr. Sumattra Saenwa , Ph.D.

The purposes of this research are as follows: (1) to study the behavior of using social media among undergraduates in autonomous universities in Bangkok; (2) to assess the social media and literacy skills of undergraduates in autonomous universities in Bangkok; and (3) to compare the social media literacy skills of undergraduates in autonomous universities in Bangkok and classified by gender, educational year and level, GPA and parental income. By using quantitative research methods, the sample group in this research consisted of 400 undergraduates in autonomous universities in Bangkok. The data collection tools included quota sampling and social media literacy skill quizzes. The statistics used for data analysis were frequency, mean, percentage standard deviation and the testing of the hypothesis with a t-test and an f-test at a .05 level of statistical significance. The results revealed the following: (1) most of the students used social media for six to ten hours per day (83.0%) and most accessed social media from 6:00 PM to 9:00 PM (76.3%). Most of the students used mobile phones or smartphones to access social media (96.5%); (2) the overall media literacy skills of the students were at a medium level. When considering each aspect, their social media literacy skills were at a very good level. When considering each aspect, their social media literacy skills were at a very good level, their analysis skills were at a good level, their creative and evaluation skills were at a medium level and their access skills were at a low level; (3) the analysis of the hypothesis testing revealed that gender did not significantly affect social media literacy skills, while factors such as educational year level, GPA, and parental income significantly impacted social media literacy skills at a .05 level of significance.

Keyword : Media literacy skills, Social media, Undergraduates

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่ให้ความเมตตาและกรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะในการทำปริญญาานิพนธ์ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยด้วยความเอาใจใส่อย่างดี ขอขอบคุณอาจารย์ ดร.ศุภรรัชตรา แสนวา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ให้คำแนะนำในการทำปริญญาานิพนธ์

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรชนิตร์ ลีนาราช ประธานกรรมการสอบปริญญาานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพิมล ประพินพงศกร กรรมการสอบปริญญาานิพนธ์ ซึ่งให้ข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการจัดทำปริญญาานิพนธ์

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ปิติธนบดี อาจารย์ ดร.ภาณุฤทธิ์ สารสมบัติ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพิมล ประพินพงศกร ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาสละเวลาพิจารณาและให้คำแนะนำในการปรับปรุงเครื่องมือวิจัย ขอขอบพระคุณอาจารย์ผู้สอนที่อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลทำวิจัย และนักศึกษาปริญญาตรีทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมสาขาวิชาสารสนเทศศึกษา รหัส 61 ทุกท่าน ที่คอยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา และคอยให้กำลังใจให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ขอขอบคุณคุณหญิง เพื่อนร่วมงาน ที่มอบกำลังใจ คอยรับฟังและให้คำปรึกษาในการทำวิจัยที่ดี ขอขอบคุณอัน เมย์ และเซอร์รี่ที่คอยห่วงใยและส่งกำลังใจให้เสมอมา

ขอขอบคุณหวังอี้ป้อ (Wang Yi Bo) และคุณเซี่ยวจ้าน (Xiao Zhan) บุคคลต้นแบบของผู้วิจัย ที่เปรียบเสมือนกำลังใจในเวลาที่ย่ำแย่ ขอขอบคุณที่มอบความรักผ่านการแสดงและเสียงเพลง และเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยสามารถก้าวข้ามผ่านปัญหาและอุปสรรคจนสามารถทำปริญญาานิพนธ์เล่มนี้ได้จนสำเร็จ

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และน้องสาว สำหรับความห่วงใย กำลังใจ และแรงสนับสนุนทำให้ผู้วิจัยสามารถทำปริญญาานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วง

คุณค่าและประโยชน์อันพึงเกิดจากปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบแด่บุพการีและบูรพาจารย์ทุกท่าน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
ประโยชน์ของการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	7
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	7
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	7
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	10
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์.....	11
ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์.....	11
องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์.....	12

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์.....	13
ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์.....	14
ข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์.....	15
พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา.....	15
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ.....	18
ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ.....	18
ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ.....	19
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ.....	20
ทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อ.....	22
การรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
งานวิจัยในต่างประเทศ.....	29
งานวิจัยในประเทศ.....	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	38
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67

วัตถุประสงค์การวิจัย.....	67
สมมติฐานในการวิจัย.....	67
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	68
สรุปผลการวิจัย	70
อภิปรายผลการวิจัย	72
ข้อเสนอแนะในการวิจัย	76
บรรณานุกรม.....	79
ภาคผนวก.....	85
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	86
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	88
ภาคผนวก ค ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	107
ภาคผนวก ง จดหมายเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ.....	110
ภาคผนวก จ หนังสือรับรองจริยธรรม.....	114
ประวัติผู้เขียน.....	116

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 สรุปแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อ	27
ตาราง 2 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
ตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ	45
ตาราง 4 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร	47
ตาราง 5 เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร	48
ตาราง 6 ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษา ในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร	49
ตาราง 7 ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร	49
ตาราง 8 ระยะเวลาของประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร	50
ตาราง 9 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร	51
ตาราง 10 วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาใน กำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร	51
ตาราง 11 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษา ในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร	52
ตาราง 12 คะแนนทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้าน	58
ตาราง 13 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามตัวแปรเพศ	59

ตาราง 14 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามตัวแปรชั้นปี.....	60
ตาราง 15 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีกับ ตัวแปรชั้นปี ในรายคู่ที่พบความแตกต่าง.....	61
ตาราง 16 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวม จำแนกตามตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม.....	62
ตาราง 17 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีกับ ตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม ในรายคู่ที่พบความแตกต่าง.....	63
ตาราง 18 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง	64
ตาราง 19 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีกับ ตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง ในรายคู่ที่พบความแตกต่าง	65

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย9



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่อยู่ ในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งใช้งานโดยเชื่อมต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ที่ใช้งานสามารถสร้าง ปฏิสัมพันธ์หรือโต้ตอบระหว่างกันได้ด้วยการสร้างชุมชนออนไลน์ขึ้นมา ทำให้สามารถกระจาย ข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้คนได้อย่างรวดเร็ว การเชื่อมต่อระหว่างบุคคลหรือกลุ่มต่าง ๆ สามารถ กระทำได้โดยง่าย ผ่านรูปแบบข้อมูลทั้งข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ ที่สำคัญสิ่งที่ทำให้สื่อสังคม ออนไลน์เป็นที่แพร่หลายคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งาน มีวิธีการใช้งานที่ง่าย เพียงแค่มีการ เชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้งานสามารถสร้างเนื้อหาได้ด้วยตนเองและมีหลากหลายรูปแบบ โดย ในยุคปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อผู้คนเป็นอย่างมากในการเรียน การ ทำงาน และการใช้ชีวิตประจำวัน พฤติกรรมการใช้สื่อเปลี่ยนรูปแบบจากสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมเป็นสื่อ สังคมออนไลน์ที่ใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว จึงเกิดการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ ผลสำรวจจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ในปี พ.ศ. 2564 แสดงให้เห็นว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 36 นาที โดยกิจกรรมที่อยู่บนระบบ ออนไลน์มากขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร การอ่านโพสต์/ข่าว/บทความ/ หนังสือ และการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยกลุ่มคนที่มีชั่วโมงออนไลน์สูงสุดต่อวันคือเจนเอเรชั่น แซตซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยเรียน มีการใช้อินเทอร์เน็ตวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที ส่วนใหญ่เป็นการใช้ เพื่อการศึกษา รองลงมาคือการดูหนังฟังเพลงและการติดต่อสื่อสารออนไลน์ ทั้งนี้แพลตฟอร์มสื่อ สังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564: ออนไลน์)

จากพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าในกลุ่มนิสิต นักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นแซตมีสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เนื่องจากผลกระทบ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้สถาบันการศึกษาต้องปรับรูปแบบการเรียน การสอนโดยใช้ช่องทางผ่านระบบออนไลน์ นักศึกษาจึงต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้ อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษามากขึ้น (ณิชกุล เสนาวงษ์, 2564, น. 2-3) แต่การเรียนการสอนใน ปัจจุบันที่นักศึกษาต้องเรียนออนไลน์เป็นหลักจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ก็ทำให้นักศึกษาประสบปัญหาในการเรียนด้วยเช่นกัน โดยพบว่า ส่วนใหญ่จะประสบปัญหาเกี่ยวกับ

สภาพแวดล้อม โดยเฉพาะเสียงรบกวนที่บ้าน และข้อจำกัดในด้านพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ ไม่ได้เอื้อต่อการเรียนออนไลน์ (Barrot, Llenares, & Del Rosario, 2021, pp. 7321-7338) ส่วนกิจกรรมที่นักศึกษา มักจะทำในสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้เพื่อความบันเทิงและติดตามข่าวสาร รวมถึงใช้ในการค้นหาหาความรู้เพื่อประกอบการเรียน และการทำรายงาน เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาในการศึกษา ค้นคว้า ข้อมูลด้วยตนเอง (โชติมา วัฒนนะ, 2564, น.1-12) จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญอย่างมากต่อนักศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการศึกษาที่ต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ หรือ ค้นหาหาความรู้ ดังนั้นกลุ่มนักศึกษาจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมียุทธศาสตร์การรู้เท่าทันสื่อ เพื่อให้มีความรู้ในการเลือกแหล่งข้อมูลที่จะศึกษาค้นคว้า หรือการวิเคราะห์ว่าเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์สามารถเชื่อถือ และนำมาใช้ในการเรียนได้หรือไม่

การรู้เท่าทันสื่อ มาจากภาษาอังกฤษว่า “Media Literacy” ยูเนสโก (UNESCO, 2013: Online) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นความสามารถ ทักษะในด้านต่าง ๆ ของตัวบุคคลนั้น ๆ เพื่อใช้ในการตีความ การตัดสินใจ เป็นความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญด้านใดด้านหนึ่งในการตัดสินใจ หรือประเมินว่าสิ่งที่ได้รับจากสื่อ นั้นเป็นความจริงหรือไม่ โดยสังมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา จากเดิมที่สถานศึกษามีการส่งเสริมให้นักเรียน นักศึกษา มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ จึงต้องปรับตัวตามเทคโนโลยีให้มุ่งเน้นการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Literacy) ซึ่งแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์นั้น มาจากการที่มองว่าการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) อาจไม่เพียงพอที่จะแสดงถึงลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่ชัดเจนได้ โดยแนวคิดในปัจจุบันของการรู้เท่าทันสื่อจะเน้นถึงความสามารถ การวิเคราะห์ และการประเมินเนื้อหาสื่อทั่วไป แต่ข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับความคล้ายคลึงกันของเนื้อหาอาจไม่สามารถระบุลักษณะที่ชัดเจน ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้าง ตีความ และทำให้เนื้อหาถูกต้องบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเพียงพอ (Cho, Cannon, Lopez, & Li, 2022, pp 1-20) ในยุคที่แวดล้อมไปด้วยข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) บนสังคมดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงได้อย่างเสรี นักศึกษาควรมีวิจัยญาณในการแยกแยะข้อมูลที่เป็นข่าวจริง และข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์ ไม่เช่ร์ข่าวสารต่อทันทีเพียงเพราะเนื้อหาตรงกับความรู้สึก หรือความคิดเห็นของตนเอง พิจารณาที่มาของข่าว ตรวจสอบข้อเท็จจริงรวมทั้งความเกี่ยวข้องกับข่าวอื่น ๆ ที่นำเสนอโดยสื่อที่เชื่อถือได้ (Syam & Nurrahmi, 2020, pp. 92-105) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เป็นทักษะที่จำเป็นในยุคศตวรรษที่ 21 เพราะการเรียนรู้อันไม่ได้เกิดขึ้นจากในห้องเรียนหรือตำราเท่านั้น ในยุคความปรกติใหม่ที่ข้อมูลข่าวสารที่การเพิ่มในอัตราที่รวดเร็ว

มากกว่าในอดีต ผู้เรียนต้องการความยืดหยุ่น สถานบันการศึกษามีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือหลักในการจัดการเรียนการสอน (อานุกาฬ เลขะกุล, 2564, น. 111-125) จึงต้องพัฒนาทักษะของผู้เรียนให้มีทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ทักษะการสืบค้น การวิเคราะห์ การประเมินค่า และสร้างสรรค์ผลงานจากสื่อ (Huguet, Baker, Hamilton, & Pane, 2021, pp. 1-2) ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอมที่ผู้ผลิตสารมุ่งนำเสนอข้อมูลอย่างบิดเบือนจากความเป็นจริง (จริยา สายรัตนอินทร์, 2564, น. 180-193)

สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน เพราะสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว การมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าใจบริบททั้งฝั่งของผู้รับสารและผู้ส่งสารว่าข้อมูลที่กำลังใช้งานอยู่นั้นกำลังจะสื่อถึงสิ่งใด มีจุดประสงค์ใดแอบแฝงหรือไม่ และต้องการเผยแพร่ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายใดบ้าง ในปัจจุบัน กลุ่มนิสิต นักศึกษา มีค่านิยมและพฤติกรรมในการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งเสมือนปัจจัยที่ 5 ในการดำเนินชีวิต (ณัฐนิชา ดวงขจี, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และ นิยม กำลังดี, 2563, น. 10-21) ผู้ใช้สื่อที่เป็นกลุ่มนักศึกษาเป็นผู้ที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยผู้ใหญ่จึงมีความคิดเป็นของตนเอง มีความเชื่อแตกต่างออกไปจากวัยเด็กและยังสามารถถูกชักนำความคิดได้ง่ายขึ้นเนื่องจากสื่อในปัจจุบันไม่มีการควบคุมและสามารถเผยแพร่เนื้อหาได้อย่างเสรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงออกทางความคิดเห็นหรือการสนับสนุนข้อความของบุคคลอื่นบนสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทุกคนสามารถสร้างข้อมูลและแชร์ออกไปได้อย่างรวดเร็ว มีการใช้นามแฝง ทำให้ไม่สามารถทราบถึงแหล่งที่มาของสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างชัดเจน รวมไปถึงยังชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ค่อนข้างมีปัญหา เนื่องจากนักศึกษามีอิสระและการเปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ซึ่งหากนักศึกษาไม่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ อาจเกิดส่งผลกระทบต่อตัวบุคคลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าจะเป็นการถูกชักจูงทางความคิด การแสดงออกต่าง ๆ การหลงเชื่อข้อมูลที่ผิด ๆ แล้วทำไปเผยแพร่ต่อ ทำให้เกิดผลกระทบในวงกว้างได้ (นิธิดา วิวัฒน์พาณิชย์, 2558, น. 209-219; อพัชชา ช้างขวัญยืน, 2561, น. 188-197)

จากการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่ศึกษาในเรื่องของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

และการรู้เท่าทันสื่อเป็นหลัก ในด้านของระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จากงานวิจัยที่มีการเก็บข้อมูลจากการทดลองโดยมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อแก่นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองส่วนใหญ่มีคะแนนการรู้เท่าทันสื่อมากกว่าก่อนการอบรม แสดงว่าการให้ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อนั้นทำให้นักศึกษามีความรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น (สุภิชามินิล, 2558) นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอาชีวศึกษา พบว่า การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักศึกษาที่มี เพศ ชั้นปีการศึกษา คะแนนเฉลี่ยสะสม และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบิดามารดา ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ส่วนความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักศึกษาที่มีเพศ ชั้นปีการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบิดามารดาที่ต่างกันมีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อไม่แตกต่างกัน มีเพียงด้านคะแนนเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันจะมีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกัน (เมศิยาห์ อ่อนตา, 2560) ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่า การรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และการนำการรู้เท่าทันสื่อไปใช้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งแม้ว่านักศึกษาจะมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง แต่นักศึกษาก็สามารถเข้าใจถึงสิ่งที่สื่อเสนอเกินจริงได้ (อุราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ, นพมาศ ปลัดทอง, และ อังคณา ศิริอำพันธ์กุล, 2559) ซึ่งจากงานวิจัยที่ได้ศึกษาจากเอกสารและได้ทบทวนวรรณกรรม พบว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจะอยู่ในระดับสูงและปานกลาง แต่ก็ยังพบปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาที่เป็นปัญหาอยู่บ่อยครั้ง รวมไปถึงในหลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัย ในบางมหาวิทยาลัยยังไม่มี การบรรจุรายวิชาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการที่นักศึกษาจะพัฒนาไปเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับบทบาทใหม่ในการก้าวสู่วัยทำงานได้ จะต้องมีความรู้ และมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับที่อยู่ในเกณฑ์ตามมาตรฐาน นอกจากนี้สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อทั้งภาครัฐและเอกชน และรวมไปถึงสถาบันครอบครัว จะต้องมีการส่งเสริมสนับสนุน กลุ่มคนที่เป็นนักศึกษาให้มีความรู้ในเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่าปัจจุบันเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นประเด็นที่สังคมกำลังให้ความสนใจ การศึกษาเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจะทำให้เข้าใจระดับความสามารถในการทำ ความเข้าใจ แยกแยะ กลั่นกรอง และ

ประเมินเนื้อหา โดยวิธีการที่จะทำให้ทราบถึงทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาได้ จะต้องมีการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center for Media Literacy, 2008: Online) ได้กล่าวถึงคำถามสำคัญ 5 ข้อ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ (1) ใครเป็นเจ้าของผลงาน (2) รูปแบบของผลงาน (3) ผู้รับสาร (4) เนื้อหา และ (5) วัตถุประสงค์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดสำคัญที่สามารถนำไปใช้วิเคราะห์เนื้อหาที่สื่อนำเสนอได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อต้องการทราบว่า นักศึกษามีความรู้ด้านทักษะการเท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างไร นอกจากนี้กลุ่มนักศึกษายังเป็นกลุ่มที่มีสถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ จึงทำให้มีความน่าสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ การวิจัยเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้บุคคลที่สนใจเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีหรือผู้ที่ทำธุรกิจที่มุ่งเน้นนักศึกษาที่ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสำหรับเยาวชน สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา รวมถึงหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งช่วยปลูกฝังให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญในการรู้เท่าทันสื่อ มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สามารถแยกแยะเข้าใจสิ่งที่สื่อต่าง ๆ นำเสนอได้เป็นอย่างดี และไม่ตกเป็นเหยื่อจากสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งเพื่อเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้นต่อผู้ที่ต้องการจะศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ ชั้นปี คณะแผนกเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง

ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวให้ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ นำผลวิจัยไปวิเคราะห์สถานการณ์ หรือจัดกิจกรรมส่งเสริม พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาได้ เช่น กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ในสังกัดคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กองทุนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นต้น

2. เพื่อให้หลักสูตรการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อส่งเสริมหรือปลูกฝังให้นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญในการรู้เท่าทันสื่อ รวมไปถึงห้องสมุดมหาวิทยาลัยสามารถใช้ข้อมูลการวิจัยนี้ไปจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อแก่นักศึกษา เพื่อให้ศึกษามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สามารถแยกแยะเข้าใจสิ่งที่สื่อนำเสนอได้เป็นอย่างดี ไม่ตกเป็นเหยื่อจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์

3. เพื่อช่วยส่งเสริมและพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสร้างสรรค์ทั้งในการศึกษาและการทำงานในอนาคต เพื่อเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพของสังคมต่อไป

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

2. นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

3. นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

4. นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2564 จากสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด 8 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 140,214 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564: ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 400 คน จาก 8 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ซึ่งมีจำนวนไม่น้อยกว่าจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie และ Morgan, 1970, p. 607-610) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า มหาวิทยาลัยละ 50 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 ระดับชั้นปีการศึกษา

1.2.1 ชั้นปีที่ 1

1.2.2 ชั้นปีที่ 2

1.2.3 ชั้นปีที่ 3

1.2.4 ชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า

1.3 คะแนนเฉลี่ยสะสม

1.3.1 คะแนนเฉลี่ย 2.00-2.50

1.3.2 คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.00

- 1.3.3 คะแนนเฉลี่ย 3.01-3.50
- 1.3.4 คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.00
- 1.4 รายได้รวมของผู้ปกครอง (ต่อเดือน)
 - 1.4.1 ต่ำกว่า 20,000 บาท
 - 1.4.2 20,000 - 40,000 บาท
 - 1.4.3 40,001 – 60,000 บาท
 - 1.4.4 มากกว่า 60,000 บาท

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

- 2.1 การเข้าถึง
- 2.2 การวิเคราะห์
- 2.3 การประเมิน
- 2.4 การสร้างสรรค์

นิยามศัพท์เฉพาะ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง การคิดวิเคราะห์ การประเมิน และการสร้างสรรค์ผลงานจากสื่อสังคมออนไลน์ การเลือกรับสื่ออย่างหลากหลาย ความเหมาะสมของเนื้อหา เกิดความสงสัยจนสามารถตั้งคำถาม แสดงความคิดเห็น และเคารพความคิดเห็นที่แตกต่างไปพร้อมกันได้ ผู้รับสารสามารถแยกแยะได้ด้วยตนเองว่าข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์นั้นเป็นจริงหรือไม่ ผู้ให้ข้อมูลต้องการสื่ออะไรหรือมีจุดมุ่งหมายแอบแฝงหรือไม่ โดยมีประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมิน และการสร้างสรรค์

1. การเข้าถึง หมายถึง ความสามารถของนักศึกษาในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลจากสื่อได้มากยิ่งขึ้น

2. การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถของนักศึกษา ในการวิเคราะห์สื่อ ย่อยข้อมูลจากสื่อ รวมไปถึงเข้าใจในเรื่องที่สื่อ นั้น ๆ ต้องการสื่อออกไปเพื่ออะไร หมายถึงอะไร และต้องการสื่อสารเกี่ยวกับสิ่งใด

3. การประเมิน หมายถึง ความสามารถของนักศึกษา ที่จะสามารถประเมินได้ว่า เนื้อหาของสื่อ นั้นมีคุณภาพมากหรือน้อยเพียงใด หรือนำเสนอเนื้อหาในสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่

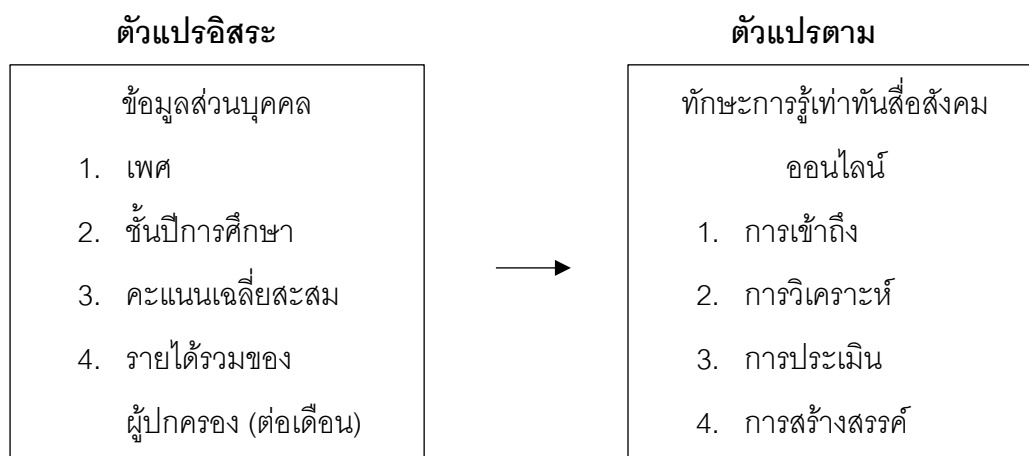
4. การสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถของนักศึกษา ในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือเนื้อหาต่าง ๆ ได้ มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างสรรค์สื่อแต่ละชนิดได้เป็นอย่างดี

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง รูปแบบของการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบออนไลน์ ประกอบด้วย ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ทำให้สามารถโต้ตอบกันระหว่างบุคคลได้ รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการทำธุรกรรมต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มเว็บหรือแอปพลิเคชัน โดยใช้งานผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือสมาร์ตโฟน

สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐบาล หรือที่เรียกว่า มหาวิทยาลัยนอกระบบ ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่แยกจากระบบราชการไปเป็นนิติบุคคล เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ แต่ยังคงได้รับเงินอุดหนุนทั่วไปที่รัฐจัดสรรให้เพื่อใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาในกำกับรัฐที่มีที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ และนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.2 องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.3 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.4 ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.5 ข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.6 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ
 - 2.1 ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ
 - 2.2 ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ
 - 2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ
 - 2.4 ทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อ
 - 2.5 การรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 งานวิจัยในต่างประเทศ
 - 3.2 งานวิจัยในประเทศ

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

วิลเลียมสัน (Williamson, 2013, p. 9) ให้ความหมายว่า สื่อสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกว่าเว็บ 2.0 เป็นชุดเครื่องมือที่สามารถเข้าใช้งานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยทุกคนสามารถเข้าถึงหรือแลกเปลี่ยนเนื้อหาระหว่างกัน สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาต่าง ๆ รวมไปถึงสามารถใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างคนที่รู้จักหรือบุคคลอื่น ๆ ได้ โดยการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จะทำได้ผ่านอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ เช่น คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล คอมพิวเตอร์พกพา สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต เป็นต้น

เคมบริดจ์ (Cambridge, 2020: Online) ให้ความหมายว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือเว็บไซต์ ที่ทำให้ผู้คนแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ หรือติดต่อสื่อสารระหว่างกันผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ โดยเข้าใช้งานผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟน

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2554, น. 99-103) ให้ความหมายว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นการใช้งานในรูปแบบที่สามารถแบ่งปันสื่อต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนบุคคลหนึ่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทุกคนสามารถโต้ตอบระหว่างกันได้ โดยสื่อสังคมออนไลน์แบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้แก่ บล็อก การแบ่งปันสื่อออนไลน์ สังคมออนไลน์ และไมโครบล็อก

ราชบัณฑิตยสถาน (2556: ออนไลน์) ให้ความหมายว่า สื่อสังคมออนไลน์ เป็นโปรแกรมชนิดหนึ่งที่ทำงาผ่านเว็บ 2.0 เพื่อใช้สำหรับติดต่อสื่อสารระหว่างกัน โดยผู้คนสามารถส่งข้อความ แนะนำตัว หรืออ่านและแสดงความคิดเห็นถึงกลุ่มเพื่อนหรือบุคคลที่ติดต่อกันได้ ซึ่งในสื่อสังคมออนไลน์บางประเภทจะสามารถเพิ่มภาพเคลื่อนไหว หรือเสียงเพลงได้ รวมถึงการปรับแต่งภาพ การเล่นเกมต่าง ๆ ร่วมกันภายในกลุ่มได้

จากความหมายสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง เป็นรูปแบบหนึ่งของการเชื่อมต่อสื่อสารระหว่างกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้งานผ่านทางเว็บไซต์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งสามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือสามารถพูดคุยกันระหว่างบุคคลหรือภายในกลุ่มได้ โดยมีสามารถเข้าใช้งานผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟน

องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์

ไพฑูรย์ มะณู (2559: ออนไลน์) กล่าวว่า องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ข้อความ (Text) เป็นส่วนที่กล่าวถึงเนื้อหาของสื่อที่ต้องการนำเสนอ เพื่อให้ใช้อธิบายหรือแสดงถึงรายละเอียด ซึ่งข้อความถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ โดยสามารถเลือกหรือกำหนดขนาดตัวอักษร รูปแบบตัวอักษร หรือสีของข้อความได้ตามที่ต้องการ นอกจากนี้ข้อความยังสามารถกำหนดลักษณะของการพูดคุยหรือการโต้ตอบระหว่างกันได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ข้อความที่มาจากการพิมพ์ ข้อความที่มาจากการสแกนของภาพถ่าย หรือการสแกนภาพออกมาเป็นข้อความ และข้อความที่มาจากลิงค์ไฮเปอร์เท็กซ์ หรือการเชื่อมข้อความไปยังส่วนอื่นของเว็บไซต์

2. เสียง (Audio) เป็นการแปลงหรือจัดเก็บให้อยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัล โดยเสียงจะทำงานผ่านโปรแกรมที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อให้สามารถรองรับเนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบของเสียงได้ ซึ่งเสียงที่ผ่านโปรแกรมนั้นจะสามารถเล่นวนซ้ำ หรือเล่นเฉพาะส่วนที่ต้องการฟังได้

3. ภาพนิ่ง (Still Image) เป็นรูปภาพประเภทที่ไม่มีเคลื่อนไหว สามารถเรียนรู้หรือรับรู้ได้ด้วยการมองเห็นดีกว่าเนื้อหาที่เป็นข้อความ เนื่องจากภาพนิ่งไม่มีข้อจำกัดในด้านภาษาและสามารถเข้าใจความหมายได้โดยทันที

4. ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เป็นภาพประเภทที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งภาพเคลื่อนไหวที่จะสามารถแสดงให้เห็นได้นั้น จะต้องใช้มีโปรแกรมที่รองรับโดยเฉพาะเพื่อให้สร้างภาพเป็นเคลื่อนไหวได้ และมีข้อจำกัดในส่วนของขนาดพื้นที่ที่ใช้ในการจัดเก็บ ซึ่งจะมีขนาดพื้นที่ที่ใหญ่กว่าภาพนิ่งหลายเท่าตัว

5. วิดีโอ (Video) เป็นองค์ประกอบของเนื้อหาสื่อที่ปัจจุบันมีความนิยมอย่างมาก เนื่องจากมีวิธีการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ได้หลากหลายแนวทาง และหลากหลายรูปแบบ รวมถึงสามารถนำเสนอในรูปแบบแบบผสมผสานกันได้ ทั้งการนำเสนอเนื้อหาแบบข้อความ รูปภาพ และเสียง แต่ข้อจำกัดคือต้องใช้พื้นที่จัดเก็บจำนวนมากเพื่อรองรับไฟล์วิดีโอ ซึ่งวิดีโอที่ผลิตขึ้นใช้ความละเอียดสูงก็จะทำให้ขนาดพื้นที่จัดเก็บมีขนาดใหญ่ขึ้นตามไปด้วย

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีหลายประเภท โดยวิลเลียมสัน (Williamson, 2013, p. 9) อธิบายไว้ว่า

1. เครือข่ายสังคม (Social networking site) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บุคคลแบ่งปันข้อมูล เช่น รูปภาพ หรือวิดีโอ โดยสร้าง แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาข้อมูลได้ รวมไปถึงการที่บุคคลสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น พูดคุย หรือโต้ตอบระหว่างกันได้ ตัวอย่างเช่น Badoo, Facebook, LinkedIn เป็นต้น

2. เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website) เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลสามารถนำรูปภาพและวิดีโอ อัปโหลดและแชร์ขึ้นเว็บไซต์ได้ ตัวอย่างเช่น Flickr, Vimeo, YouTube เป็นต้น

3. บล็อกส่วนบุคคลและองค์กร และพ็อดคาสท์ (Personal and corporate blogs and podcasts) เป็นเว็บไซต์ที่คล้ายกับสมุดไดอารี่ออนไลน์ โดยบุคคลสามารถเข้าไปบันทึก หรือเขียนบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นลักษณะการเขียนที่ไม่เป็นทางการ และสามารถอัปเดตได้บ่อยครั้งตามที่ต้องการ ตัวอย่างเช่น Blogger, Tumblr, WordPress เป็นต้น

4. บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet) เป็นเว็บไซต์ที่เป็นการนำเสนอข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งข้อความที่นำมาลงจะเป็นทางนัยน้อยกว่าเนื้อหาข่าวในหนังสือพิมพ์ทั่วไป แต่เป็นทางการมากกว่าบล็อก ตัวอย่างเช่น บล็อกของ theguardian.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ The Guardian เป็นต้น

5. วิกีและพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and online collaborative space) เป็นเว็บไซต์ที่ทุกคนมีสิทธิในการเข้าถึงและแก้ไขข้อความต่าง ๆ ได้ เป็นพื้นที่สาธารณะที่ใช้รวบรวมเอกสาร ความรู้ต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น Wikipedia เป็นต้น

6. กระดานสนทนาหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, discussion board and group) เป็นกลุ่มภายในเว็บไซต์ที่ทุกคนใช้ในการแสดงความคิดเห็น โดยมีการแบ่งรายการตามหัวข้อต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น Google Groups, Yahoo Groups เป็นต้น

7. เกมส์ออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform) เป็นเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับเล่นเกมส์ออนไลน์ร่วมกับผู้เล่นคนอื่น ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างเช่น Second life, World of Warcraft เป็นต้น

8. ข้อความสั้น (Instant messaging) เป็นการรับส่งข้อความแบบสั้น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ สามารถโต้ตอบกับบุคคลอื่นได้ทันที หากผู้รับสารและผู้ส่งสารออนไลน์อยู่ขณะนั้น

9. การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial tagging) เป็นเว็บไซต์ที่สามารถโพสต์แสดงตำแหน่งที่เราอยู่ ณ ขณะนั้น เพื่อให้บุคคลอื่นทราบว่าขณะนั้นเราอยู่ที่ใด ซึ่งการแสดงตำแหน่งที่ตั้ง สามารถเพิ่มรูปภาพ พร้อมแสดงความคิดเห็นไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ ตัวอย่างเช่น Facebook, Foursquare เป็นต้น

ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2559, น. 13-14) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ไว้ ดังนี้

1. สื่อสังคมออนไลน์สร้างตัวตนได้ โดยจะเป็นลักษณะการนำเสนอเรื่องราวของตนเองขึ้นมา ทั้งการสื่อความหมายผ่านข้อความ แชร์รูปภาพ วิดีโอ เพื่อให้ผู้คนรู้จักตัวตนของเรามากยิ่งขึ้น

2. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการแบ่งปันสิ่งที่ชอบ โดยการนำเสนอสิ่งที่ตนเองชอบ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นให้กับคนที่สนใจในเรื่องเดียวกัน มาตั้งกลุ่มหรือกระทู้พูดคุยกัน

3. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการแสดงผลงานของตนเอง เพื่อเผยแพร่ผลงานที่ตนเองได้จัดทำขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณะมากขึ้น เช่น การเผยแพร่วิดีโอใน YouTube การเผยแพร่ผลงานภาพวาดใน Facebook

4. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางให้ผู้คนทำงานร่วมกันได้ โดยการแบ่งปันผลงานหรือการเผยแพร่แหล่งความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้ผู้คนสามารถนำความรู้เหล่านั้นไปใช้ต่อยอด หรือพัฒนางานของตนเองได้

5. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสร้างโลกเสมือนจริง ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ผู้คนสามารถสร้างตัวละครสมมติขึ้นมา กำหนดบุคลิกตามที่ต้องการ แล้วนำตัวละครเหล่านั้นมาอาศัยในโลกเสมือนบนอินเทอร์เน็ต โดยที่เราสามารถกำหนด หรือควบคุมการกระทำต่าง ๆ ของตัวละครได้ตามที่ต้องการ

6. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางประกาศหางาน โดยสร้างประวัติ หรือผลงานของตนเองและเผยแพร่ผ่านช่องทางบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้สามารถค้นหาบริษัท นายจ้างที่ต้องการร่วมงานได้

7. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการติดต่อระหว่างกัน โดยสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวก และรวดเร็ว

ข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์

นอกจากนี้ ธรรมนูญกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และ นุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2562, น. 29) ยังได้กล่าวถึงข้อจำกัดในการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ไว้ดังนี้

1. สื่อสังคมออนไลน์มีการแสดงความคิดเห็น ที่มีถ้อยคำหยาบคาย การพ่นนินทา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาเสพติด หรือสื่อล่อแหลมต่าง ๆ
2. ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง ซึ่งบางครั้งอาจจะเป็นเนื้อหาที่ยังไม่ได้มีการกลั่นกรอง เป็นข่าวลือ หรือข้อความที่ได้ส่งต่อกัน ซึ่งไม่สามารถเชื่อถือได้
3. ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีนัยซ่อนเร้น โดยจะมีลักษณะเป็นโฆษณาชวนเชื่อ หรือเป็นการบิดเบือนข้อเท็จจริงจนทำให้ผู้รับสารเข้าใจผิด จนเกิดความแตกแยก ความเกลียดชัง หรือเป็นเครื่องมือการต่อสู้ทางการเมืองของพรรคการเมือง
4. สื่อสังคมออนไลน์มีโฆษณาหลอกลวง เกินจริง ปრაภาฏขึ้นในขณะที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งผู้ใช้งานไม่ต้องการเห็นและสิ่งเหล่านี้มักจะสร้างความรำคาญให้แก่ผู้ใช้
5. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่อาจนำไปสู่การถูกล้วงข้อมูลของมิจอาชีพได้ จากการขโมยข้อมูลส่วนบุคคล หรือการกรอกข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่ไม่มีความน่าเชื่อถือ
6. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่สามารถถูกขโมยผลงาน หรือละเมิดลิขสิทธิ์ได้ง่าย เช่น การตัดต่อรูปภาพ หรือตัดแปลง การทำซ้ำ หรือนำผลงานที่มีลิขสิทธิ์มาใช้โดยไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของผลงาน

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เผยผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2564 หรือ Thailand Internet User Behavior 2021 กล่าวว่า ในปีที่ผ่านมาคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก โดยในปี พ.ศ. 2562 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที ส่วนในปี พ.ศ. 2563 มีสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 11 ชั่วโมง 25 นาที โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2562 ถึง 1 ชั่วโมง 3 นาที ซึ่งเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราที่เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าตัว ซึ่งจากตัวเลขที่พุ่งสูงนี้ นับเป็นทั้งโอกาสและภัยคุกคามที่ภาครัฐต้องดูแล ส่งเสริม และเฝ้าระวัง ให้การใช้อินเทอร์เน็ตก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนสร้างความมั่นคงและความปลอดภัยไปพร้อม ๆ กัน ผ่านนโยบายที่ตอบโจทย์การใช้ดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย สำหรับในปี พ.ศ. 2564 จากการสำรวจข้อมูลของประชาชนเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ช่วงเดือนเมษายน – มิถุนายน พ.ศ. 2564 มีคนไทยเข้ามาตอบ

แบบสอบถามกว่า 44,545 คน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปี พ.ศ. 2564 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 36 นาที ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2563 ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 11 ชั่วโมง 25 นาที โดยกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด หรือผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตนานที่สุดเฉลี่ยวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที ซึ่งแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2563 จากผลการศึกษาของบริษัท SEA พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรายใหม่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตถึง 9 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563 ส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรายใหม่ พบว่า ยังมีการใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่มากเท่ากับรายที่ใช้อยู่เป็นปกติ จึงทำให้ตัวเลขการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยลดลง

สำหรับการพิจารณาเป็นรายด้านเทียบกับชั่วโมงการใช้งาน พบข้อมูลดังนี้ ด้านวันที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่า มีการใช้งานในวันทำงานหรือวันที่ต้องเรียนหนังสือมากที่สุด 10 ชั่วโมง 55 นาที และรองลงมาคือวันหยุด 9 ชั่วโมง 49 นาที ด้านกิจกรรมออนไลน์ที่ประชาชนใช้งานบ่อยที่สุด 10 อันดับแรก พบว่า ผู้คนใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารผ่านทางออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ การชมรายการโทรทัศน์ การดูคลิป ดูภาพยนตร์ ฟังเพลงออนไลน์ การค้นหาข้อมูลออนไลน์ การอ่านโพสต์ ข่าว บทความ หรือหนังสือออนไลน์ การซื้อสินค้า บริการออนไลน์ การรับ-ส่งอีเมล การทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ การสั่งอาหารหรือเครื่องดื่มออนไลน์ การเรียนออนไลน์ และการทำงานออนไลน์ ตามลำดับ ในด้านปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ต 5 อันดับแรก พบว่า คนไทยส่วนใหญ่พบปัญหาในเรื่องความล่าช้าในการเชื่อมต่อหรือการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาคือ โฆษณาออนไลน์ที่มารบกวนการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 65.2 การไม่มั่นใจว่าในเนื้อหาที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้ หรือเป็นข่าวปลอมหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 38.0 การให้บริการอินเทอร์เน็ตยังไม่ทั่วถึง คิดเป็นร้อยละ 37.1 และปัญหาการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ยากหรือหลุดบ่อย คิดเป็นร้อยละ 26.9 ตามลำดับ ในด้านสิ่งที่ประชาชนกังวลหรือเป็นปัญหามากที่สุดในการค้นหาข้อมูลออนไลน์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่กังวลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ และความถูกต้องของข้อมูลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาคือ ปริมาณโฆษณามากเกินไป ร้อยละ 59.4 การมีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูล เช่น บังคับให้กดยินยอมก่อนเข้าสู่เนื้อหา ร้อยละ 50.2 มีความไม่เชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 48.5 และข้อมูลที่สืบค้นได้ อาจไม่เป็นกลางหรือมีอคติ ร้อยละ 40.5 ทั้งนี้ ในปี 2564 เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้มีการเติบโตของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงมาก ซึ่งกิจกรรมที่เติบโตสูงสุด พบว่า การทำงานหรือการประชุมออนไลน์เป็นบริการที่เติบโตสูงที่สุด รองลงมาคือ การเรียนออนไลน์ การซื้อประกันออนไลน์ เล่น Tiktok การ

ปรึกษาและรับบริการทางการแพทย์ออนไลน์ เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564: ออนไลน์)

ทั้งนี้จากพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าในกลุ่มนิสิต นักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นแซต มีสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้สถาบันการศึกษาต้องปรับรูปแบบการเรียนการสอนโดยใช้ช่องทางผ่านระบบออนไลน์ นักศึกษาจึงต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษามากขึ้นจนเกิดเป็นความปรกติใหม่และกลายมาเป็นความคุ้นชิน (ณิษฐกุล เสนาวงษ์, 2564, น. 2-3) แต่การเรียนการสอนในปัจจุบันที่นักศึกษาต้องเรียนออนไลน์เป็นหลักจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ก็ทำให้นักศึกษาประสบปัญหาในการเรียนด้วยเช่นกัน โดยพบว่า นักศึกษาแต่ละคนมีความท้าทายในการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันออกไป ส่วนใหญ่จะประสบปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะเสียงรบกวนที่บ้าน และข้อจำกัดในด้านพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่ได้เอื้อต่อการเรียนออนไลน์ ซึ่งในการเรียนออนไลน์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 แตกต่างจากการเรียนโดยปกติทั่วไปเนื่องจากนักศึกษาไม่สามารถไปมหาวิทยาลัยหรือพื้นที่การเรียนรู้อื่น ๆ นอกบริเวณใกล้เคียงบ้านของตนได้ การล็อกดาวน์ทำให้ประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษา เช่น การฝึกงาน และการทดลองในห้องปฏิบัติการถูกจำกัด มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและครูผู้สอนน้อยลง ทำให้เกิดภาวะซึมเศร้า ความเครียด และความวิตกกังวลในหมู่นักศึกษาได้ (Barrot et al., 2021, pp. 7321-7338) ส่วนกิจกรรมที่นักศึกษามักจะทำในสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้เพื่อความบันเทิงและติดตามข้อมูลข่าวสาร รวมถึงใช้ในการค้นคว้าหาความรู้ประกอบการเรียน และการทำรายงาน เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาในการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้วยตนเอง (โชติมา วัฒนนะ, 2564, น. 1-12)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

คริสตและพอตเตอร์ (Christ & Potter, 1998, pp. 5-15) ให้ความหมายว่า การรู้เท่าทันสื่อ เป็นทักษะที่ไม่ใช่เป็นเพียงความรู้ หรือความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น แต่รวมไปถึงเป็นความเชี่ยวชาญในความรู้เหล่านั้นด้วย เนื่องจากสื่อเป็นเรื่องที่มีนัยยะต่าง ๆ แอบแฝง อาทิ ด้านการค้า ด้านการเมือง ด้านอุดมการณ์ต่าง ๆ รวมถึงมีรูปแบบ และเนื้อหาที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกัน โดยในสื่อแต่ละประเภทมักแอบแฝงสิ่งต่าง ๆ ที่ผสมผสานความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนรวมทั้งข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ยูเนสโก (UNESCO, 2013: Online) ให้ความหมายว่า การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) หรือการรู้เท่าทันสื่อและการรู้สารสนเทศ (Media and information literacy) เป็นทักษะความสามารถ หรือความชำนาญ ความเชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่งของตัวบุคคล เพื่อใช้ในการตีความ การตัดสินใจ โดยขณะที่เราได้รับเนื้อหาของสื่อสารสนเทศ ไม่ว่าจะ เป็นข้อมูลของสื่อประเภทใด ก็จะสามารถตัดสินใจหรือสามารถประเมินได้ด้วยตนเองว่าสิ่งที่ได้รับจากสื่อ นั้นเป็นความจริงหรือไม่ สามารถกรองข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ได้จากความรู้สึกส่วนตัว ความรู้ รวมไปถึงประสบการณ์ที่ผ่านมา ทั้งนี้ กรอบแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อและการรู้สารสนเทศ จะมีขอบเขตที่แตกต่างกัน โดยการรู้เท่าทันสื่อ จะมุ่งเน้นให้ผู้คนมีความเข้าใจในการใช้สื่ออย่างมีวิจารณญาณ ขณะที่การรู้สารสนเทศ มุ่งเน้นไปที่ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึง ประเมิน และการใช้สารสนเทศ

ธาม เชื้อสถาปนศิริ (2554, น. 238) ให้ความหมายว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นความสามารถในการวิเคราะห์ ประเมิน และบริโภคนสื่ออย่างชาญฉลาด ของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งเป็นทักษะที่มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากวิถีชีวิตในยุคปัจจุบันนั้นเต็มไปด้วยสื่อที่มีอยู่มากมายหลากหลายประเภท ประสบการณ์ที่ตัวบุคคลได้รับมาไม่ได้อยู่ที่ผู้รับสารเพียงอย่างเดียว แต่ผู้รับสารสามารถเรียนรู้ถึงประสบการณ์เหล่านั้นได้โดยผ่านกระบวนการผลิตสื่อ

พัชรี บอนคำ (2561: ออนไลน์) ให้ความหมายว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือการที่ตัวบุคคลนั้นไม่ได้หลงเชื่อหรือคล้อยตามเนื้อหาที่ได้รับมาทั้งจากการได้ยิน หรือการอ่าน แต่สามารถนำเนื้อหาเหล่านั้นมาคิด วิเคราะห์ และสามารถตั้งคำถามได้ว่า เนื้อหาที่ได้รับจากสื่อ นั้นเป็นเรื่องจริงหรือเรื่องไม่จริง จนถึงสามารถทราบได้ว่าแหล่งที่มาของข้อมูลคือใคร ต้องการสื่อถึงสิ่งใด หรือมีจุดประสงค์ใดแอบแฝงอยู่หรือไม่

จากความหมายการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ตามที่กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ทักษะหรือความสามารถ ความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ของตัวบุคคล เพื่อใช้ในการคิด วิเคราะห์ แยกแยะ จากสื่อที่ได้รับว่า เนื้อหาจากสื่อใดเป็นความจริงหรือไม่เป็นความจริง สามารถทราบได้ว่าแหล่งข้อมูลของเนื้อหาที่ได้รับมานั้นมาจากที่ใด และเนื้อหาของสื่อ นั้นต้องการที่จะกล่าวถึงสิ่งใด โดยผู้ที่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเหล่านั้นมาจากการสั่งสม ประสบการณ์ที่ผ่านมา

ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

พรทิพย์ เย็นจะบก (2552, น. 12-13) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อว่าการรู้เท่าทันสื่อมีความสำคัญทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่

1. สื่อเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมา โดยสื่อทุกประเภทจะเป็นการสร้างหรือรวบรวมขึ้นมา โดยผู้สร้างจะใส่แนวคิด หรือทัศนคติของตนเองลงไป เนื้อหาของสื่อ นั้น ๆ ด้วย นอกจากนี้ ผู้สร้างสามารถเลือกรูปแบบที่ใช้ในการนำเสนอในมุมมองของตนเอง หรือยกมาเพียงแค่บางเหตุการณ์หรือบางสถานการณ์เท่านั้นตามที่ผู้สร้างเห็นสมควร เช่น การเลือกนำเสนอสินค้าเฉพาะแบรนด์ที่ผู้สร้างมีส่วนได้ส่วนเสีย นำเสนอพรรคการเมืองที่ตนเองชื่นชอบ หรือบริษัทที่ตนเองมีผลประโยชน์ร่วมกัน

2. สื่อเป็นการสร้างความจริง ซึ่งการนำเสนอของสื่อจะนำเนื้อหาของข้อมูลที่ได้รับมา มาจัดลำดับหรือเรียบเรียงใหม่ ซึ่งในบางครั้งสิ่งที่นำเสนอไม่ใช่ความจริงทั้งหมด แต่ถูกยกมานำเสนอเพียงแค่บางส่วนเท่านั้น

3. สื่อเป็นการสร้างความหมายและนำไปใช้ในเชิงการค้า โดยสื่อเกือบทุกประเภทจะมีเป้าหมายในการสร้างกำไรให้แก่องค์กรของตนเอง โดยมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน สื่อจะเป็นผู้กำหนดเนื้อหาควรนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างไร เผยแพร่ผ่านช่องทางใด ส่วนใหญ่แล้วสื่อที่พุ่งเป้าไปที่กลุ่มที่มีกำลังซื้อเป็นหลัก ดังนั้นนอกจากเนื้อหาที่สื่อนำเสนอแล้วทุกคนควรสังเกตเห็นถึงเบื้องหลังของการผลิตสื่อด้วยว่ามีวัตถุประสงค์ใดแอบแฝงหรือไม่

4. สื่อเป็นการสะท้อนค่านิยม โดยสื่อในปัจจุบันจะมีการนำเสนอให้เห็นถึงวิถีชีวิตหรือค่านิยมในยุค นั้น ๆ สื่อมักจะชี้นำผู้คนตามกระแสสังคม เพื่อสื่อความหมายโดยนัยถึงค่านิยมของผู้คนในปัจจุบัน

5. สื่อเป็นการแสดงถึงนัยทางสังคมและการเมือง ในปัจจุบันสื่อจะมีอำนาจอย่างมากที่ทำให้ผู้คนคล้อยตามได้ทั้งในด้านสังคมและทางการเมือง สื่อจะนำเสนอเนื้อหาเพื่อแสดงให้เห็นถึงแนวคิดและในการชี้นำทางการเมืองอย่างชัดเจน

6. สื่อเป็นการแสดงถึงรูปแบบ แบบแผน และสุนทรียภาพ โดยสื่อแต่ละองค์กรจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่ตนเอง และให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งสื่อแต่ละองค์กรจะมีลักษณะหรือวิถีในการนำเสนอแตกต่างกันออกไป

7. การรู้เท่าทันสื่อสิ่งที่น่าสนใจนำมาสู่การคิดสร้างสรรค์มากขึ้น การรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งที่สามารถช่วยเพิ่มทักษะในการสื่อสารได้มากขึ้น สามารถนำสิ่งที่วิเคราะห์มาใช้เป็นประโยชน์ได้ รวมไปถึงยังทำให้ผู้คนที่สามารถตระหนักถึงสิ่งที่จะนำเสนอ และสื่อที่นั้นไปใช้ได้อย่างสร้างสรรค์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อมีหลากหลายปัจจัย ซึ่งบัคกิงแฮม, บานาจิ, คาร์, แครนเมอร์, และวิลเล็ทต์ และลีฟิงสโตน, แวนคูเวอริง, และทุมิม ได้อธิบายไว้ดังนี้ (Buckingham, Banaji, Carr, Cranmer, & Willett, 2005, pp. 6-8; Livingstone, Van Couvering, & Thumim, 2005, pp. 54-56)

1. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ อายุจะเป็นการแบ่งชั้นประชากรในการเข้าถึงและการตอบสนองต่อสื่อ โดยทั่วไปแล้ว ผู้สูงอายุจะมีระดับการเข้าถึงสื่อใหม่ ๆ ต่ำกว่าคนสมัยใหม่ แต่ผู้สูงอายุจะมีความความเข้าใจต่อการรู้เท่าทันสื่อได้มากกว่าคนสมัยใหม่ แต่อายุก็ไม่ใช่ว่าการวัดที่มีความเที่ยงตรงทั้งสำหรับคนที่อายุมากกว่าและคนที่อายุน้อยกว่า อาจจะมีปัจจัยด้านอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งส่งผลให้เกิดอุปสรรคต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

2. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic status หรือ SES) ในขอบเขตการวิจัยส่วนใหญ่สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่ออย่างชัดเจน ซึ่งได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานะทางสังคม ซึ่งผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่างกันจะมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเข้าถึง ความเข้าใจ และการสร้างสรรค์สื่อ เช่น รายได้จะมีความสำคัญสำหรับการเข้าถึงพื้นฐาน รวมไปถึงอินเทอร์เน็ต ส่วนการศึกษาจะมีความสำคัญสำหรับการมีความเข้าใจอย่างมีวิจารณญาณ

3. เพศ (Gender) เพศเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญลดน้อยลงในการวัดปัจจัยด้านต่าง ๆ แต่เพศยังคงมีความสำคัญในการเชื่อมโยงกับทักษะขั้นสูงของการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะในการสร้างเนื้อหา ซึ่งผู้ชายจะมีการสร้างเนื้อหาบนเว็บไซต์และในชุมชนออนไลน์มากกว่าผู้หญิง

เนื่องจากโดยทั่วไปมีแนวโน้มว่ามารดาจะเป็นผู้ที่ควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตของเด็ก ซึ่งความไม่เท่าเทียมกันทางเพศอาจส่งผลกระทบต่อการใช้คอมพิวเตอร์ได้เช่นกัน

4. ความพิการหรือทุพพลภาพ (Disability) ปัจจัยดังกล่าวเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับประชากรกลุ่มใหญ่ เช่น การต่อสู้กับผลกระทบด้านลบของความทุพพลภาพในการเข้าถึงทรัพยากรทางการเงินและทางสังคม แต่รูปแบบความทุพพลภาพที่แตกต่างกันก็จะมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีที่นำมาใช้

5. เชื้อชาติ (Ethnicity) พบว่าชนกลุ่มน้อยหรือผู้ด้อยโอกาส จะมีข้อเสียเปรียบกว่ากลุ่มอื่น เมื่อเทียบกับมิติของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เช่น การพูด การเข้าถึง

6. การออกแบบ (Design) โดยปกติหากเนื้อหาและเทคโนโลยีของสื่อได้รับการออกแบบมาอย่างดีสำหรับผู้ใช้งาน ความจำเป็นต่อทักษะในการรู้เท่าทันสื่อก็จะลดน้อยลง แต่ในทางกลับกัน หากมีการออกแบบเนื้อหาของสื่อที่ไม่ดี จะส่งผลให้ความจำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น

7. การศึกษาสำหรับผู้ใหญ่ (Adult education) จะพบว่าสถาบันและหลักสูตรในการศึกษาผู้ใหญ่ การศึกษาต่อ การศึกษาในระดับอุดมศึกษา จะเกี่ยวข้องกับหรือใช้สื่อ การสื่อสารหรือระบบสารสนเทศ ซึ่งจะมุ่งเน้นในการเพิ่มระดับการเข้าถึง ความเข้าใจ และมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานศึกษามากกว่าที่อื่น จึงทำให้ผู้ที่ศึกษาในสถาบันเหล่านี้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

8. ความตระหนักรู้ของผู้บริโภค (Consumer awareness) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อถือในเนื้อหาสื่อและองค์กรสื่อต่าง ๆ หากผู้ที่ใช้งานมีการเข้าถึงเนื้อหาสื่อต่ำกว่าปกติ ส่วนหนึ่งเนื่องจากไม่ทราบถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่มีให้ หากผู้คนลดกฎเกณฑ์ที่ไร้เหตุผลออกไป จะทำให้มีความตระหนักต่อเนื้อหาสื่อมากยิ่งขึ้น

9. คุณค่าที่รับรู้ได้ (Perceived value) ต้องเป็นเนื้อหาสื่อที่มีคุณค่าที่สามารถรับรู้ได้ จึงจะทำให้การรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น

10. ประสิทธิภาพของตนเอง (Self-efficacy) เป็นผลจากเข้าถึง การศึกษา ประสบการณ์ และความตระหนักรู้ การรับรู้ประสิทธิภาพของตนเองเป็นองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งแสดงถึงการผสมผสานระหว่างทักษะและความมั่นใจในตนเองในการใช้สื่อ สำหรับทักษะที่ก่อให้เกิดทักษะและความมั่นใจจะนำไปสู่การศึกษาค้นคว้าและการเรียนรู้ที่มากขึ้น แต่หากขาดความมั่นใจในประสิทธิภาพของตนเอง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อก็จะลดลงเช่นกัน

11. เครือข่ายทางสังคม (Social networks) เป็นปัจจัยที่นับว่ามีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับทักษะที่จำเป็นในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ ที่ช่วยให้มีการเข้าถึงเนื้อหาของสื่อมากขึ้น

12. ส่วนประกอบทางครอบครัว (Family composition) ในครอบครัวที่มีเด็กจะช่วยเพิ่มทักษะในการรู้เท่าทันสื่อในแง่ของการเข้าถึงผ่านอุปกรณ์ที่ทันสมัย เนื่องจากผู้ปกครองต้องการจัดหาสิ่งที่ดีที่สุดให้เด็ก เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและการสร้างสรรค์ โดยเฉพาะเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต เพราะเด็กจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของช่องว่างระหว่างวัยและช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของคนในครอบครัว

13. การทำงาน (Work) สถานที่ทำงานช่วยให้มีโอกาสทำงานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยนำเสนอแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย รวมถึงการให้ประสบการณ์ด้านแหล่งข้อมูลทางเทคโนโลยี โปรแกรมการฝึกอบรมในการใช้งาน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้นด้วย

14. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Institutional stakeholders) โดยปกติแล้วผู้คนมักมีแรงจูงใจและกระตือรือร้นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานกำกับดูแลเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ อาจารย์ผู้สอน กลุ่มผู้บริโภค ภาคอุตสาหกรรม และรัฐบาล มีส่วนที่ทำให้ตัวบุคคลนั้นเกิดประสบการณ์และความชำนาญเกี่ยวกับสื่อได้มากยิ่งขึ้น ทำให้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น

ทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารจากนักวิจัยและหน่วยงานขององค์กรต่าง ๆ ไว้ดังนี้

ศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center for Media Literacy, 2008, pp. 60-64) ได้กล่าวถึงทักษะที่จำเป็นของการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบไปด้วยทักษะสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. การเข้าถึง (Access) คือ การที่บุคคลเข้าถึงข้อความ โดยสามารถรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เป็นประโยชน์ และเข้าใจความหมายของข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นสามารถรับรู้ เข้าใจคำศัพท์ สัญลักษณ์ และเทคนิคต่าง ๆ ที่สื่อนำเสนอได้ สามารถพัฒนากลยุทธ์ในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ และสามารถเลือกประเภทของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของงาน

2. การวิเคราะห์ (Analyze) คือ การที่บุคคลวิเคราะห์ข้อความ โดยสามารถตรวจสอบการนำเสนอรูปแบบ โครงสร้าง และลำดับของข้อความได้ สามารถใช้ประโยชน์จากแนวคิดทางศิลปะ วรรณกรรม สังคม การเมือง และเศรษฐกิจเพื่อทำความเข้าใจบริบทของข้อความที่เกิดขึ้น เช่น การใช้ความรู้และประสบการณ์เดิมในการวิเคราะห์สิ่งที่เกิดขึ้น การตีความข้อความโดยใช้แนวคิดต่าง ๆ เช่น วัตถุประสงค์ ผู้ฟัง มุมมอง รูปแบบ ประเภท ตัวละคร โครงเรื่อง แก่นเรื่อง อารมณ์ ลักษณะ บริบท รวมถึงการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การเปรียบเทียบ ความต่างของข้อเท็จจริง ความคิดเห็น สาเหตุ ผลกระทบ และการจัดลำดับ

3. การประเมินค่า (Evaluate) คือ การที่บุคคลประเมินข้อความ โดยสามารถเชื่อมโยงข้อความกับประสบการณ์ของตนเองและตัดสินใจเกี่ยวกับความจริง คุณภาพ และความเกี่ยวข้องของข้อความในสื่อเหล่านั้นได้ ซึ่งรวมถึงความสามารถในการชื่นชมและเกิดความพึงพอใจในการตีความข้อความในประเภทและรูปแบบต่าง ๆ การประเมินคุณภาพของข้อความตามเนื้อหาและรูปแบบ การตัดสินใจคุณค่าของข้อความตามหลักจริยธรรม ศาสนา หรือประชาธิปไตย และการตอบกลับด้วยวาจา การพิมพ์ หรือทางอิเล็กทรอนิกส์ ไปยังข้อความที่มีความซับซ้อนและเนื้อหาที่ต่างกัน

4. การสร้างสรรค์ (Create) คือ การที่บุคคลสร้างข้อความหรือเนื้อหาของตนเองขึ้นมา โดยสามารถใช้ความคิด ใช้คำ เสียง และภาพ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปใช้งานในวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย และสามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อสร้าง แก้ไข และเผยแพร่ข้อความหรือเนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้น เช่น การใช้กระบวนการระดมความคิด วางแผน เรียบเรียงและแก้ไขเนื้อหา ใช้การเขียนและภาษาในการพูดอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยหลักการใช้ภาษาอย่างเชี่ยวชาญและถูกต้อง การสร้างและเลือกภาพอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่าง ๆ การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการสร้างข้อความขึ้นมาเพื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

5. การมีส่วนร่วม (Participate) คือ การที่ผู้คนมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาขึ้นมา โดยอยู่ในกระบวนการของการมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้เกิดการเผยแพร่แบบทวีคูณ การหมุนเวียน การเชื่อมต่อ และการทำงานร่วมกัน โดยในตอนนี้จะต้องมีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมกับผู้อื่น การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้สื่อและการทำงาน สามารถใช้เนื้อหาในเวลาเดียวกับการผลิตได้ เนื่องจากการโต้ตอบที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถใช้ผลงานของผู้อื่นเพื่อสร้างรูปแบบและสำนวนใหม่ ๆ โดยสร้างจากแนวคิดในการผลิต เช่น การผสมผสานเนื้อหา การ Mashup รวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่งแล้วนำเสนอในรูปแบบใหม่ วิกี ที่ให้บุคคล

สามารถแก้ไขหรือปรับปรุงเนื้อหาได้ตามต้องการ และการเล่นเกมร่วมกับคนอื่น ๆ รวมถึงการโต้ตอบระหว่างกันอย่างมีความรับผิดชอบและมีจริยธรรม

นอกจากนี้ ยูเนสโก (UNESCO, 2013: Online) ได้อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นแนวทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ซึ่งมีกรอบแนวคิด 4 ด้าน คือการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างในหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การพิมพ์ ไปจนถึงวิดีโอ และอินเทอร์เน็ต โดยอธิบายทักษะการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552, น. 13-16)

1. การเข้าถึง (Access) คือ การได้รับเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง มีความเข้าใจและรับรู้ถึงเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างดี มีความสามารถที่จะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการได้จากสื่อหลายประเภท และไม่จำกัดอยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป รวมไปถึงสามารถจัดเก็บข้อมูลเป็นประโยชน์และเกี่ยวข้อง พร้อมทั้งทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ได้

2. การวิเคราะห์ (Analyze) คือ ความสามารถในการตีความเนื้อหาของสื่อตามรูปแบบที่สื่อนำเสนอ ว่าเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ นั้นส่งผลกระทบต่ออะไรบ้าง โดยอาจใช้วิธีการของการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ เพื่อตรวจสอบรูปแบบเนื้อหาของสื่อและทำความเข้าใจในเนื้อหาที่สื่อต้องการนำเสนอ

3. การประเมินค่า (Evaluate) เป็นผลต่อเนื่องจากการวิเคราะห์สื่อ จะช่วยให้สามารถที่จะประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาได้ว่ามีคุณค่าต่อผู้รับสารมากน้อยเพียงใด หรือสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับในด้านใดได้บ้าง โดยการประเมินค่าที่เกิดขึ้นนั้น อาจเป็นการประเมินคุณภาพของสื่อว่า การนำเสนอของสื่อ นั้นมีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพหรือไม่ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับสื่อประเภทเดียวกัน หรือการประเมินเนื้อหาโดยอ้างอิงจากประสบการณ์ที่ผ่านมา

4. การสร้างสรรค์ (Create) เป็นการพัฒนาทักษะการสร้างสื่อขึ้นมา เมื่อผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ มีความรู้ ความเข้าใจมากขึ้น สามารถวิเคราะห์ ประเมินค่าสื่อได้ ผู้ที่จะผลิตสื่อต่าง ๆ ได้ จะต้องมีการวางแผน การวางโครงเรื่อง หรือศึกษาค้นคว้าข้อมูลมาประกอบ ซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมกับสื่อที่จะผลิตขึ้น เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้ตามวัตถุประสงค์ และตรงกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้

ลีฟิงสโตน, บูเบอร์ และเฮลสเปอร์ (Livingstone, Bober, & Helsper, 2005, p. 6) ได้อธิบายถึงทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย 3 ประการ ซึ่งจะรวมไปถึงการรู้เท่าทันสื่อ อินเทอร์เน็ต ได้แก่

1. การเข้าถึง (Access) เป็นทักษะที่จำเป็นต้องใช้ทักษะความรู้ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้สามารถเข้าถึงทั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และเนื้อหาออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต โดยมีการกำหนดเงื่อนไขในการเข้าถึง

2. ความเข้าใจ (Understanding) เป็นทักษะสำคัญที่ใช้ในการการประเมินเนื้อหาสื่ออย่างสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณ รวมไปถึงโอกาสที่จะนำข้อมูลในอินเทอร์เน็ตไปใช้งาน

3. การสร้างสรรค์ (Create) เป็นทักษะที่ช่วยให้ผู้คนสามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาสื่อและเป็นผู้รับเนื้อหาสื่อได้ ทำให้สามารถมีส่วนร่วมระหว่างผู้คนบนอินเทอร์เน็ตได้

พอตเตอร์ (Potter, 2018, pp. 40-44) ได้กล่าวถึงทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบไปด้วย 7 ด้าน ได้แก่

1. การวิเคราะห์ (Analysis) คือการแบ่งเนื้อหาออกมาให้เป็นสิ่งที่มีความหมาย เมื่อเห็นเนื้อหาจากสื่อจะสามารถทำความเข้าใจ ตรวจสอบองค์ประกอบต่าง ๆ ของเนื้อหาที่สื่อนำเสนอได้ เช่น ในการอ่านข่าว สามารถทำความเข้าใจในสิ่งที่ข่าวนำเสนอโดยการยอมรับสิ่งที่ข่าวนำเสนอ หรือนำเนื้อหามาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจในเนื้อหาของข่าว

2. การประเมินค่า (Evaluation) คือการตัดสินคุณค่าเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ ซึ่งจะนำเนื้อหาของสื่อมาพิจารณาเปรียบเทียบองค์ประกอบต่าง ๆ ตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ เมื่อพบข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาของสื่อ อาจจะจดจำและนำข้อคิดเห็นเหล่านั้นมาเป็นมาตรฐาน หรือนำเนื้อหาเหล่านั้นมาเปรียบเทียบกับมาตรฐานของตนเอง ซึ่งหากเนื้อหาของสื่อเหล่านั้นตรงตามมาตรฐานหรือสูงกว่ามาตรฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ ก็จะสรุปได้ว่าเนื้อหาของสื่อเหล่านั้น สามารถเชื่อถือหรือยอมรับได้ แต่ถ้าประเมินแล้วเนื้อหาไม่ตรงตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ก็จะถือว่าเนื้อหาของสื่อเหล่านั้นไม่มีความน่าเชื่อถือหรือไม่สามารถยอมรับได้

3. การจัดกลุ่ม (Grouping) เป็นสิ่งที่ใช้กำหนดว่าองค์ประกอบใดบ้างที่เหมือนกัน จากนั้นจึงกำหนดว่าเนื้อหานั้นมีองค์ประกอบที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร โดยสิ่งที่สำคัญในการจัดกลุ่มจะขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา

4. การอุปนัย (Induction) เป็นการสรุปเนื้อหาจากส่วนเล็ก ๆ จากนั้นจึงสรุปเป็นภาพรวม เช่น การสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ที่ผู้สำรวจจะทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชาชน แล้วนำผลที่ได้มาสรุปเป็นภาพรวม

5. การอนุมาน (Deduction) เป็นการใช้หลักการทั่วไปในการอธิบายรายละเอียดของเนื้อหา โดยทั่วไปแล้วจะใช้การให้เหตุผลแบบสมเหตุสมผล

6. การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นการรวบรวมองค์ประกอบของเนื้อหาขึ้นมาใหม่ โดยเป็นทักษะสำคัญที่ใช้สร้างหรือปรับปรุงความรู้ขึ้นมาใหม่ เมื่อได้รับข้อมูลใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ข้อเท็จจริงบางอย่างอาจไม่เข้าความรู้ที่มีอยู่หรือข้อมูลนั้นล้าสมัยไปแล้ว ดังนั้นจึงต้องมีการปรับความรู้นั้นให้เป็นปัจจุบันเพื่อรองรับข้อมูลใหม่

7. แนวคิดเชิงนามธรรม (Abstraction) เป็นการสร้างคำอธิบายที่กระชับ ชัดเจน และถูกต้อง โดยมีการจับใจความสาระสำคัญของเนื้อหาด้วยจำนวนคำ รูปภาพ หรือเสียง ที่มีจำนวนน้อยลง โดยเมื่ออธิบายเนื้อหาของสื่อให้ผู้อื่นฟัง หรือทบทวนเนื้อหาตามความคิดเห็นของตนเอง ก็จะใช้ทักษะที่เป็นแนวคิดนามธรรมโดยสามารถอธิบายสิ่งที่สำคัญของเนื้อหาได้โดยใช้คำเพียงสั้น ๆ เท่านั้น

ตาราง 1 สรุปแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อ

ทักษะของการรู้เท่าทันสื่อ	Center for Media Literacy (2008)	UNESCO (2013)	Livingstone, Bober, & Helsper (2005)	Potter (2018)
การเข้าถึง	✓	✓	✓	
การประเมินค่า	✓	✓		✓
การวิเคราะห์	✓	✓		✓
การสร้างสรรค์	✓	✓	✓	
การมีส่วนร่วม	✓			
ความเข้าใจ			✓	
การจัดกลุ่ม				✓
การอุปนัย				✓
การอนุมาน				✓
การสังเคราะห์				✓
แนวคิดเชิงนามธรรม				✓

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อของ ศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center for media literacy, 2008) ยูเนสโก (UNESCO, 2013) ลีฟวิงสโตน, บูเบอร์ และเฮลสเปอร์ (Livingstone, Bober, & Helsper, 2005) และพอตเตอร์ (Potter, 2018) ได้นำมาสังเคราะห์เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับตัวแปรตามในงานวิจัยเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร โดยยึดกรอบแนวคิดของยูเนสโก UNESCO (2013) เป็นหลัก เนื่องจากมีความครอบคลุมเนื้อหาและมีความเป็นมาตรฐานสากลที่สามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาได้จริง ประกอบด้วยทักษะ

ทั้งหมด 4 ด้าน คือ ทักษะด้านการเข้าถึง ทักษะด้านการวิเคราะห์ ทักษะด้านการประเมินค่า และ ทักษะด้านการสร้างสรรค์

การรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา

อุษา บิ๊กกินส์ (2555, น. 147-161) ได้กล่าวถึงการรู้เท่าทันสื่อกับการศึกษาว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ นั้น เป็นทักษะที่จำเป็นอย่างมากในสังคมดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของเด็กและเยาวชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการผลักดันด้านการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ประชาคมยุโรปได้มีการผลักดันให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม โดยการให้ประชาชนได้เรียนรู้ด้านสื่อทางระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์อีเลิร์นนิง (e-Learning) เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชน และพัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ การตีความ และการประเมินจากเนื้อหาผ่านทางสื่อ นอกจากนี้ งานวิจัยในประเทศญี่ปุ่นได้มีการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ โดยย้อนไปตั้งแต่ในอดีต จนกระทั่งถึงแนวโน้มของประเทศอื่น ๆ ในยุคปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ในทศวรรษ 1960 เป็นครั้งแรกที่ผู้คนเห็นคุณค่าเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ โดยมีการกล่าวถึงความจำเป็นที่ต้องมีการให้การศึกษาเพื่อการรู้เท่าทันสื่อขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศญี่ปุ่น จากนั้นจึงเกิดกิจกรรมอื่น ๆ ตามมา โดยในทศวรรษที่ 1970 ได้มีการจัดตั้งองค์กรที่สนับสนุนด้านสื่อที่มีคุณภาพขึ้น เปิดโอกาสให้ กลุ่มครู อาจารย์ ผู้ปกครอง นักวิชาชีพ นักวิจัย เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น แต่ในระยะแรกยังมีผู้สนใจเข้าร่วมไม่มากนัก กิจกรรมการรู้เท่าทันสื่อของประเทศญี่ปุ่น ส่วนใหญ่จะเน้นในด้านสิทธิของประชาชน หรือความรู้ความสามารถในการประเมินสื่อ การคิดวิเคราะห์ สิทธิในการเข้าถึงสื่อเพื่อเป็นประโยชน์ในการแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการคุ้มครองเด็ก โดยมุ่งเน้นไปที่ประเด็นเรื่องเด็กกับสื่อ มีการรณรงค์ให้สร้างสื่อที่ดีให้แก่เด็ก ๆ อย่างไรก็ตาม ญี่ปุ่นก็ยังคงต้องการกลุ่มผู้ชมที่มีการวิพากษ์วิจารณ์สื่อด้วย นอกจากประเทศญี่ปุ่นแล้ว ที่ประเทศเกาหลีก็ยังคงมีการเคลื่อนไหวของประชาชน มีการกำหนดเป้าหมายสำหรับการสื่อสารของประชาชน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. การสร้างระบบและการสร้างสรรค์สื่อทางเลือก โดยการสนับสนุน ส่งเสริมผู้ผลิตสื่อทางเลือกที่มีคุณภาพ
2. การดำเนินงานทางการเมือง เพื่อผลักดันให้ที่รัฐบาลและประชาชนหันมาให้ความสนใจสื่อทางเลือกมากขึ้น
3. การขยายพื้นที่ในการเคลื่อนไหว เพื่อส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตย เน้นการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

ทั้งนี้ ในบางประเทศได้มีการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการจัดกิจกรรมในการเรียนการสอน แต่การรู้เท่าทันสื่อที่นั้นไม่ควรจำกัดอยู่ในสถานศึกษาเท่านั้น แต่ควรเป็นการรู้ตลอดชีวิตที่ต้องอาศัยแรงสนับสนุนจากทุกฝ่าย โดยเฉพาะคนในครอบครัวซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง รวมไปถึงผู้ผลิตสื่อควรมีความเข้าใจถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ มีความรับผิดชอบต่อสังคมกับสิ่งที่ได้สร้างขึ้นและเผยแพร่ต่อสาธารณชน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในต่างประเทศ

โซลมาซ (Solmaz, 2017) ศึกษาเรื่อง การปรับความรู้สื่อใหม่ให้เข้ากับพื้นที่ที่มีส่วนร่วม: แนวทางปฏิบัติในการรู้เท่าทันสื่อสังคมของนักเรียนต่างชาติ พบว่า การเข้าถึงความรู้ด้านสื่อใหม่ในฐานะแนวทางปฏิบัติทางสังคมผ่านเลนส์ของกรอบวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมการศึกษาในปัจจุบันได้ปรับความรู้ด้านสื่อใหม่ให้เข้ากับเครือข่ายสังคมออนไลน์และตรวจสอบแนวปฏิบัติในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่างชาติ (IGS) ข้อมูลนี้รวบรวมผ่านการสำรวจออนไลน์ 90 คน การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับอาสาสมัคร 13 คน และข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของอาสาสมัครเหล่านี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า นักศึกษา IGS มีส่วนร่วมในแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการรู้หนังสือสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ผ่านการใช้เครื่องมือและทรัพยากรหลายรูปแบบที่จัดหาโดยเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ แม้จะมีความแตกต่างกันในความหลากหลายของความรู้ จากผลการวิจัย Social Media Literacies ได้รับการเสนอให้เป็นชุดของแนวปฏิบัติด้านการรู้หนังสือและสังคมที่จำเป็นสำหรับการนำทางและการมีส่วนร่วมในเครือข่ายออนไลน์ที่หลากหลาย

เคียร์นัน (Kiernan, 2017) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบการรู้เท่าทันสื่อที่ส่งผลต่อนักเรียนในการประเมิน ข่าวสารในช่วงที่ข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์มีมากขึ้น พบว่า ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาคำว่า "ข่าวปลอม" ปรากฏขึ้นบนโลกออนไลน์และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อสังคมออนไลน์ สิ่งนี้ได้รับอิทธิพลอย่างมากจากนายโดนัลด์ ทรัมป์ ประธานาธิบดีของประเทศสหรัฐอเมริกา ในขณะที่มีข่าวปลอมทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยเหตุนี้งานวิจัยนี้จึงสำรวจบทบาทของการรู้สารสนเทศซึ่ง ได้แก่ การประเมินข้อมูลจึงมีผลต่อความสามารถของนักเรียนในระดับที่สามในการประเมินข้อมูลบนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของตน การวิจัยเชิงสำรวจนี้รวบรวมข้อมูลหลักจากนักเรียนโดยใช้แบบสอบถามที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ Moodle ของ Dublin Business School ได้มีการจัดรวบรวมการค้นพบที่สำคัญจำนวนหนึ่งและมีคำแนะนำที่น่าสนใจ หนึ่งในผลการวิจัยที่สำคัญที่สุดคือนักเรียนครึ่งหนึ่งไม่ทราบถึงคำว่าสารสนเทศหรือทักษะด้านข้อมูล

แต่ส่วนใหญ่รู้วิธีใช้ทักษะการรู้สารสนเทศ เช่น การเขียนอ้างอิง และการประเมินผลออนไลน์ การค้นพบอีกประการหนึ่งก็คือนักเรียนมีโอกาสน้อยที่จะตรวจสอบสิ่งที่พวกเขากำลังอ่านบนสื่อสังคมออนไลน์ของพวกเขาว่าเป็นเรื่องจริง ดังนั้นบางครั้งสิ่งนี้สามารถกระตุ้นให้พวกเขาแสดงความคิดเห็นและแบ่งปันในบทความที่พวกเขาไม่ได้ตรวจสอบนั้นเป็นข้อเท็จจริง ซึ่งอาจนำไปสู่การแพร่กระจายของข่าวปลอม เห็นได้ชัดว่ามีการเปิดทักษะการรู้สารสนเทศเพื่อนำไปใช้ประเมินสื่อสังคมออนไลน์ บรรณารักษ์และผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศมีวิธีการสอนนักเรียนเกี่ยวกับการประเมินผลทางออนไลน์อยู่แล้ว นอกจากนี้บรรณารักษ์ยังต้องเปลี่ยนคำว่า "การรู้สารสนเทศ" เพื่อให้เป็นที่สนใจของนักเรียนมากขึ้น

อัทมิ, เซบาติ, และกายานี (Atmi, Satibi, & Cahyani, 2018) ศึกษาเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตเมือง ประเทศอินโดนีเซีย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการรู้เท่าทันสื่อกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักเรียนมัธยมปลายจำนวน 34 คน พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเมืองอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งกลุ่มนักเรียนใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการศึกษาและเชื่อมโยงกับเพื่อน ๆ กลุ่มนักเรียนรับทราบประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ มีทักษะการใช้และความเข้าใจสื่อสูง แต่ยังคงขาดทักษะในการประเมินและการผลิตสื่อ

สวาร์ท (Swart, 2021) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ในการรู้เท่าทันสื่อ วิธีการที่กลุ่มเยาวชนเข้าถึง ประเมิน และการมีปฏิสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเยาวชนอายุระหว่าง 16 ถึง 22 ปี จำนวน 36 คน พบว่า (1) การเข้าถึงสื่อ กลุ่มเยาวชนใช้งานสมาร์ทโฟนยาวนานเกือบทุกวันเพื่อใช้ YouTube Instagram และ WhatsApp โดยจากประวัติความสนใจของข้อมูลที่เข้าใช้ สื่อสังคมออนไลน์จึงนำเสนอเนื้อหาตามความชื่นชอบในรูปแบบ "สื่อสังคมออนไลน์เข้าถึงฉัน" ผู้ให้ข้อมูลบางคนติดตั้งแอปพลิเคชันที่นำเสนอข่าวโดยเฉพาะ ซึ่งถูกใช้งานน้อยกว่าแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ การอ่านหนังสือพิมพ์แทบจะไม่เกิดขึ้นในกลุ่มเยาวชน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารจากสมาชิกในครอบครัว เพื่อน และเพื่อนร่วมชั้นเรียนผ่านข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ การใช้ Twitter เพื่อต้องการติดตามข้อมูลเฉพาะทางที่ตนเองสนใจ เช่น ดนตรี เกม ในขณะที่การใช้ Instagram และ Facebook เพื่อรับรู้ข่าวในวงกว้าง (2) การประเมินสื่อ ผู้ให้ข้อมูลมีวิธีการตรวจสอบข่าวเรื่องเดียวกันจากหลาย ๆ แหล่งเพื่อยืนยันความถูกต้อง ตรวจสอบแหล่งที่มา ผู้เขียนข่าว อ่าน comments ดูจำนวนสมาชิก รวมถึงการสอบถามจากเพื่อนหรือครอบครัว เยาวชนส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์หลายวิธีในการประเมินความน่าเชื่อถือของข่าว มีผู้ให้ข้อมูลบางคนที่จะตรวจสอบความน่าเชื่อถือเฉพาะข้อความที่น่าสงสัยโดย

เชื่อว่าข่าวส่วนใหญ่เป็นความจริง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เชื่อถือข่าวที่มาในรูปแบบคลิป ซึ่งบางคนไม่อ่านข่าวเลยแต่จะดูคลิปที่ถูกบันทึกไว้ เพราะไม่มั่นใจความถูกต้องของข่าวที่ถูกเขียนออกเป็นตัวหนังสือ (3) การมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อสังคมออนไลน์ ความสามารถในการแชร์ การพูดคุย ทำให้เยาวชนสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเสรี WhatsApp และ Facebook เป็นช่องทางที่เยาวชนส่วนใหญ่ใช้พูดคุยแสดงความคิดเห็น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีปฏิสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์น้อย การแชร์ความคิดเห็นของคนอื่นบนสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เปิด มีคนเข้าถึงได้มากกว่าการพูดคุยกับคนอื่นในชีวิตจริง จึงนำมาสู่ประเด็นอันเปราะบางของคนที่มีความคิดเห็นไม่ตรงกัน กลยุทธ์ที่นำมาใช้รักษาความปลอดภัยของข้อมูล ได้แก่ การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว การโพสต์บนกลุ่มส่วนตัวหรือผ่าน chat มากกว่าการแชร์บน timelines และลบโพสต์เก่าหลังแชร์ได้ช่วงระยะเวลาหนึ่ง

เซลิก, มุคโคเนน, และโดแกน (Celik, Muukkonen, & Dogan, 2021) ศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่ในประเทศฟินแลนด์ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่าง 442 คน วิเคราะห์โดยใช้สมการเชิงโครงสร้าง ผลการทดสอบพบว่า ผู้ใช้ที่มีแนวโน้มที่จะตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลโดยตรวจสอบความเชื่อมโยงกับข้อมูลในแหล่งอื่น ๆ หากพบว่าข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ไม่ถูกต้อง ผู้ใช้จะแสดงข้อเท็จจริงเฉพาะกับเพื่อนสนิทหรือสมาชิกในครอบครัว ในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 มีการรื้อทวิตข้อเท็จจริงทางการแพทย์มากกว่าข้อมูลที่คาดเคลื่อนบน Twitter การสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อความเชื่อในสิ่งที่ผู้ใช้รับรู้ การใช้ YouTube เพื่อค้นหาหรืออัปเดตข้อมูลมากกว่าใช้เพื่อความบันเทิง โดยทั่วไปคำถามในสื่อสังคมออนไลน์มีคำตอบที่เป็นไปได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะให้ผู้ใช้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์เพื่ออัปเดตข้อมูลข่าวสาร แต่ควรตระหนักว่าแต่ละเรื่องบนโลกสังคมออนไลน์ไม่ได้มีข้อมูลที่ถูกต้องเพียงหนึ่งเดียว เพราะข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา

อตินาฟู (Atinafu, 2021) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศเอธิโอเปีย กรณีศึกษาของมหาวิทยาลัย Bahir Dar เพื่อทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัย Bahir Dar และปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาความสามารถของนักศึกษา เป็นการศึกษาแบบผสมโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในการศึกษาคั้งนี้ เครื่องมือวิจัยที่ใช้เป็นแบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือนักศึกษามหาวิทยาลัย Bahir Dar ในประเทศเอธิโอเปีย จำนวน 320 คน ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ

และสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่เข้าถึงได้สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับผลการวิจัยพบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอยู่ในระดับต่ำ ส่วนการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างนักศึกษาชายและหญิง นักศึกษาชายจะมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ดีกว่านักศึกษาหญิงเล็กน้อย ซึ่งในทักษะการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ของสื่อ การเข้าถึงสื่อ ความตระหนักด้านจริยธรรม การประเมินสื่อ และการผลิตสื่อบนความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จะพบว่า ในด้านความตระหนักด้านจริยธรรม และการประเมินสื่อของนักศึกษา จะอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

งานวิจัยในประเทศ

ฉัตรเมือง เป่ามานะเจริญ, จตุพล ยงศร, และ จักรกฤษณ์ โปณะทอง (2561) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยมหิดล โดยเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ปีการศึกษา 2560 จำนวน 449 คน เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม จำนวน 60 ข้อ ด้านผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา มีองค์ประกอบในระดับดีมาก โดยสามารถทำการวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์ได้ 9 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) การตระหนักถึงผลกระทบ (2) การตรวจสอบความถูกต้อง (3) การแยกแยะข้อมูล (4) การวิเคราะห์เทคนิคการสื่อสาร (5) การรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างผลงาน (6) การรู้ความหมายที่ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ (7) การประเมินคุณค่าที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ (8) การคัดเลือกข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ และ (9) การสร้างสรรค์ผลงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์

กชกร บุญยพิทักษ์สกุล (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน ของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาปัจจัยสำคัญในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันทั้งด้านรวมและด้านย่อย ของนักศึกษาปริญญาตรีที่มีลักษณะทางชีวสังคมต่างกัน กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1-4 มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม

ข้อมูล คือ แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัย พบว่า (1) ด้านรวม สามารถร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 55 มีตัวทำนายที่สำคัญ คือ การมีภูมิคุ้มกันทางจิต (2) ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณทำนายได้ร้อยละ 33 มีตัวทำนายที่สำคัญ คือ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (3) ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างตระหนักถึงผลกระทบต่อบุคคลและสังคมสามารถทำนายได้ร้อยละ 35 มีตัวทำนายที่สำคัญ คือ การได้รับการสนับสนุนทางสังคม และ (4) ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพสามารถทำนายได้ร้อยละ 10 มีตัวทำนายที่สำคัญคือ การมีภูมิคุ้มกันทางจิต

สุภิษา มีนิน (2558) ศึกษาเรื่อง ความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อ เฟซบุ๊ก มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้เฟซบุ๊กทั้งก่อนและหลังได้รับการอบรมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (2) เพื่อทราบถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับการอบรมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อแล้ว ในกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊กที่มีระดับความรู้แตกต่างกัน และ (3) เพื่อทราบช่องว่างระหว่างการรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยกึ่งทดลอง ร่วมกับการสัมภาษณ์ และการสังเกต โดยเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผู้เข้ารับการทดลอง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีบัญชีผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นของตนเอง จำนวน 30 คน ผลการวิจัย พบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองส่วนใหญ่มีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อหลังอบรมมากกว่า ก่อนการอบรมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ แสดงว่าการให้ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อจะช่วยให้มีการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อมีการรู้เท่าทันสื่อแล้วก็จะมีพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กที่สอดคล้องกับระดับการรู้เท่าทันสื่อ แต่จะไม่เกิดขึ้นอย่างสอดคล้องกันเสมอในทุกกรณี เช่น ผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับสูง แต่มีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กในลักษณะที่ไม่รู้เท่าทันสื่อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีช่องว่างของการรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กเกิดขึ้น

เมศิยาห์ อ่อนตา (2560) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์กับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการรับสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร (2) ศึกษาความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์กับความสามารถในการรับรู้ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร โดยการวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาของสถาบันอาชีวศึกษาในจังหวัด

กำแพงเพชร จำนวน 376 คน เครื่องมือที่ใช้วิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ชั้นปีการศึกษา คะแนนเฉลี่ยสะสม และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบิดามารดา ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน (2) กลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกัน มีความสามารถในการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรด้านเพศ ชั้นปีที่ศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบิดามารดาที่แตกต่างกัน มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อไม่แตกต่างกัน (3) การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอาชีวศึกษามีความสัมพันธ์กับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อพัชชา ช้างขวัญยืน (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ลงทะเบียนรายวิชาวิถีชีวิตในยุคดิจิทัล จำนวน 170 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ข้อมูลเบื้องต้น, พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ นำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า (1) นิสิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 19 ปี และศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้าน/หอพัก มีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปี โดยนิสิตเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง สื่อสังคมออนไลน์ที่นิสิตเข้าใช้งานบ่อย คือ เฟซบุ๊ก ใช้สมาร์ทโฟนในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความเพลิดเพลินบันเทิง (2) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

พลอยวไล ทองรักษ์ (2562) ศึกษาเรื่อง ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อและสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับของทักษะในการรู้เท่าทันสื่อระดับแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อและระดับสุขภาพจิต (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อกับสุขภาพจิต และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อกับสุขภาพจิต เครื่องมือที่ใช้วิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตของคนไทย 15 ข้อ กลุ่ม

ตัวอย่างเป็นนิติตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน จำนวน 504 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลจากการวิจัยพบว่า (1) นิสิตมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อและแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่ออยู่ในระดับสูง และมีสุขภาพจิตในระดับปานกลาง (2) ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิตอย่างมีนัยสำคัญ และ (3) แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิตอย่างมีนัยสำคัญ

ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และ นุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2562) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาตัวชี้วัดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 8 ท่าน จาก 6 องค์กร และจัดทำแบบทดสอบเพื่อวัดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในการวิจัยครั้งต่อไป ผลการศึกษาแบ่งตัวชี้วัดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในสังคมประชาธิปไตยออกเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ การรับข้อมูลเข้า และการส่งข้อมูล ออก โดยตัวชี้วัด “การรับข้อมูลเข้า” ประกอบด้วยการมีทักษะในการเข้าถึงข้อมูล (Access) ทักษะในการวิเคราะห์และประเมินข้อมูล (Analyze and Evaluate) ส่วนตัวชี้วัดเกี่ยวกับ “การส่งข้อมูลออก” ประกอบด้วย การมีทักษะในการผลิตสื่อ (Create) การมีส่วนร่วม (Participate) โดยมีจำนวนตัวชี้วัดรวมทั้งสิ้น 25 ตัวชี้วัด

กล่าวโดยสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ส่วนใหญ่จะพบว่าเป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรี ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม แบบทดสอบ และการสัมภาษณ์ และเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และกึ่งทดลอง เมื่อพิจารณาในด้านของลักษณะทางประชากรจะพบว่าสามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นตัวแปรอิสระได้ 4 ประเด็นคือ เพศ ระดับชั้นปีการศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครองต่อเดือน

1. เพศ พบว่าผู้ศึกษาตัวแปรด้านเพศ คือ เมคียาร์ อ่อนตา (2560) อพัชชา ช้างขวัญยืน (2561) และ โซลมาซ (Solmaz, 2017)

2. ระดับชั้นปีการศึกษา พบว่า มีผู้ศึกษาตัวแปรด้านระดับชั้นปี คือ เมศิยาห์ อ่อนตา (2560) อพัชชา ช้างขวัญยืน (2561) และ โซลมาซ (Solmaz, 2017)

3. เกรดเฉลี่ยสะสม พบว่า มีผู้ศึกษาตัวแปรด้านเกรดเฉลี่ยสะสม คือ เมศิยาห์ อ่อนตา (2560) และกชกร บุญยพิทักษ์สกุล (2562)

4. รายได้รวมของผู้ปกครองต่อเดือน พบว่า มีผู้ศึกษาตัวแปรด้านรายได้รวมของผู้ปกครอง คือ เมศิยาห์ อ่อนตา (2560)

นอกจากนี้ในด้านทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ สามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นตัวแปรตามได้ 4 ประเด็นคือ ด้านการเข้าถึง ด้านการวิเคราะห์ ด้านการประเมินค่า และด้านการสร้างสรรค์

1. ด้านการเข้าถึง พบว่า มีผู้ศึกษาตัวแปรด้านการเข้าถึง คือ ศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center for media literacy, 2008) ยูเนสโก (UNESCO, 2013) และ ลีฟิงสโตน, บูเบอร์ และเฮลสเปอร์ (Livingstone, Bober, & Helsper, 2005)

2. ด้านการวิเคราะห์ พบว่า มีผู้ศึกษาตัวแปรด้านการวิเคราะห์ คือ ศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center for media literacy, 2008) ยูเนสโก (UNESCO, 2013) และพอตเตอร์ (Potter, 2018)

3. ด้านการประเมิน พบว่า มีผู้ศึกษาตัวแปรด้านการประเมิน คือ ศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center for media literacy, 2008) ยูเนสโก (UNESCO, 2013) และพอตเตอร์ (Potter, 2018)

4. ด้านการสร้างสรรค์ พบว่า มีผู้ศึกษาตัวแปรด้านการสร้างสรรค์ คือ ศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center for media literacy, 2008) ยูเนสโก (UNESCO, 2013) และ ลีฟิงสโตน, บูเบอร์ และเฮลสเปอร์ (Livingstone, Bober, & Helsper, 2005)

ส่วนผลการวัดระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาที่ได้ศึกษาจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจะพบว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อในภาพรวมที่อยู่ในระดับมาก คือ งานวิจัยของอพัชชา ช้างขวัญยืน (2561) ระดับสูง คือ งานวิจัยของ พลอยวไล ทองรักษ์ (2562) และระดับปานกลาง คือ งานวิจัยของ อตมิ, เซบาติ, และกายานี (Atmi, Satibi, & Cahyani, 2018)

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อส่วนใหญ่จะใช้เป็นแบบสอบถามแบบทดสอบ และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งทางผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือวิจัยที่เป็นแบบทดสอบเนื่องจากต้องมีการวัดระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งประกอบไปด้วยทักษะทั้ง 4 ด้าน โดยแต่ละด้านจะมีข้อคำถามที่แตกต่างกันออกไป และเห็นว่าการใช้แบบทดสอบมา

เป็นเครื่องมือวิจัยจะสามารถวัดระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้ดีกว่าเครื่องมือประเภทอื่นและมีความเหมาะสมกับการนำไปใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเครื่องมือวิจัยที่เป็นแบบทดสอบพบว่า ผู้ที่นำมาใช้ในงานวิจัย คือ เมศิยาห์ อ่อนตา (2560) และ ณีฐฐกาญจน์ ศุกลรัตนเมธี และ นุชประภา โมกษ์ศาสตร์ (2562)

ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ รวมไปถึงการกำหนดตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม และเครื่องมือที่นำมาใช้วิจัยแล้ว จึงนำสิ่งที่ได้กล่าวมาข้างต้นมาพัฒนาเป็นแบบทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการตั้งข้อความจะยึดตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย รวมไปถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งจะได้แบบทดสอบเป็น 3 ส่วนคือ ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และแบบทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำมาสรุปและอภิปรายผลในขั้นตอนต่อไป

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2564 จากสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด 8 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 140,214 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564: ออนไลน์)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซีและมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Krejcie และ Morgan, 1970, pp. 607-610) ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. สุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โดยการคัดเลือกเฉพาะเจาะจงจากมหาวิทยาลัยที่มีการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ซึ่งได้จำนวน 8 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัย

สวณดุสิต โดยใช้วิธีสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) มหาวิทยาลัยละ 50 คน

ตาราง 2 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

มหาวิทยาลัย	ประชากร (คน)	ขนาดตัวอย่าง (คน)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	27,034	50
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	30,111	50
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี	11,512	50
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ	18,648	50
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	5,630	50
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	18,383	50
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง	20,923	50
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	7,973	50
รวมทั้งหมด	140,214	400

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยได้ สร้างตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อของยูเนสโก (UNESCO, 2013)
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบทดสอบและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและตัวอย่างที่ใช้ในการวัดของแบบทดสอบ
3. ดำเนินการสร้างแบบทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยแบ่ง ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ ชั้นปี คะแนนเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 7 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และ หาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 แบบทดสอบเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เป็น แบบทดสอบสถานการณ์ 1 ฉบับ จำนวน 30 ข้อ เกณฑ์การให้คะแนน คือ ตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดหรือไม่ตอบให้ 0 คะแนน โดยข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละ ด้านมีดังนี้

ด้านการเข้าถึง (access)	มีจำนวนคำถาม 8 ข้อ
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	มีจำนวนคำถาม 8 ข้อ
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	มีจำนวนคำถาม 7 ข้อ
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	มีจำนวนคำถาม 7 ข้อ

4. นำแบบทดสอบที่ได้จัดทำเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนอต่อประธานควบคุมปริญญา นิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและความชัดเจนของข้อคำถาม แล้วปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำ

5. ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยนำแบบทดสอบเสนอ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน สารสนเทศศาสตร์จำนวน 2 คน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 1 คน เพื่อ

พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมและความสอดคล้องของข้อความ โดยพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากนั้นนำผลการการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) คัดเลือกข้อความที่ได้คะแนน IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.50 โดยผลที่ได้อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งเป็นตามเกณฑ์ที่กำหนด และปรับแก้แบบทดสอบตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

5.1 ปรับแก้ข้อความข้อ 4 โดยผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นว่า ข้อนี้ถามให้ค้นข้อมูลจากสิ่งใดซึ่งข้อความยังมีความคลุมเครือ จึงแก้จาก หากท่านต้องการข้อมูลเรื่อง โปรโมชันสมาร์ทโฟนสำหรับนักศึกษา เฉพาะในเว็บไซต์ Pantip โดยให้มีคำว่า สมาร์ทโฟน และ นักศึกษา อยู่ในบทความเดียวกัน สามารถใช้คำค้นใดเพื่อให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด ปรับแก้เป็น หากท่านต้องการข้อมูลเรื่อง “การเริ่มต้นลงทุนในคริปโต” แต่ต้องการเฉพาะข้อมูลที่มาจากเว็บไซต์ Facebook เท่านั้น โดยให้มีคำว่า “การลงทุน” และ “คริปโต” อยู่ในบทความเดียวกัน สามารถใช้คำค้นใดในเว็บไซต์ Google เพื่อให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด

5.2 ปรับแก้ข้อความข้อที่ 6 จาก ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอให้แก้ข้อความช่วงท้ายจาก หากท่านต้องการทราบ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 ท่านจะเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นจากแหล่งใด ปรับแก้เป็น หากท่านต้องการทราบ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 ท่านจะเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นจากแหล่งใด ที่ให้ข้อมูลได้อย่างเป็นทางการและแม่นยำมากที่สุด

5.3 ปรับแก้คำถามข้อที่ 9 ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอให้ปรับบริบทประเด็นคำถามให้เป็นปัจจุบัน จากข้อความ บทความจากเพจ Facebook ธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง “ภาวะเงินเฟ้อของประเทศไทย พ.ศ. 2550” หากจะนำมาใช้ทำรายงานหัวข้อใดเหมาะสมที่สุด ปรับเป็น บทความจากเพจ Facebook ธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง “ภาวะเงินเฟ้อของประเทศไทย พ.ศ. 2564” หากจะนำมาใช้ทำรายงานหัวข้อใดเหมาะสมที่สุด

6. นำแบบทดสอบที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิมาทดลองใช้ (Try-out) กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความยากง่ายเป็นรายข้อ พบว่า มีข้อสอบไม่อยู่ในเกณฑ์ความยากง่ายที่เหมาะสม จำนวน 2 ข้อ (p-value ไม่อยู่ระหว่าง 0.20-0.80) จึงตัดข้อที่ไม่ผ่านเกณฑ์ออก (มณีรัตน์ พัฒนสมบัติสุข, 2564) เหลือข้อสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่มีค่าความยากง่ายผ่านเกณฑ์ระหว่าง 0.20-0.80 จำนวน 28 ข้อ ดังนี้

ด้านการเข้าถึง (access)	มีจำนวนคำถาม 8 ข้อ
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	มีจำนวนคำถาม 8 ข้อ
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	มีจำนวนคำถาม 6 ข้อ
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	มีจำนวนคำถาม 6 ข้อ

จากนั้นทดสอบความเชื่อมั่นของแบบทดสอบโดยใช้ค่าความเชื่อมั่นของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (KR-20) ได้ค่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.810 ซึ่งถือว่าแบบทดสอบมีคุณภาพและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้จริง (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546, น. 259-262)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยเสนอโครงการเพื่อขอรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับพิจารณาว่าข้อเสนอการวิจัยมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล กฎหมาย ข้อบังคับ และข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอ หมายเลขการรับรอง SWUEC/E/G-322/2564 เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2564
2. ดำเนินการติดต่อผู้ประสานงานเพื่อขอความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ผู้สอน และนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 แห่ง ในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
3. ผู้วิจัยได้แจกแบบทดสอบและรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด ให้ตอบแบบสอบถามได้อย่างอิสระ ในรูปแบบ Google Form โดยดำเนินการในเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน พ.ศ. 2565 โดยส่งลิงค์แบบทดสอบไปยังอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัย และนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ซึ่งได้รับแบบทดสอบกลับคืนมาจำนวน 400 ชุด และเป็นแบบทดสอบที่มีความสมบูรณ์
4. ผู้วิจัยนำแบบทดสอบมาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนทุกฉบับด้วยตนเอง เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้บรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

2. สถิติพื้นฐานโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับคะแนน เพื่อวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้าน โดยมีเกณฑ์แปลผลคะแนน ดังนี้ (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2543, น. 75-84)

ร้อยละ 80-100 หมายถึง ดีมาก

ร้อยละ 70-79 หมายถึง ดี

ร้อยละ 60-69 หมายถึง ปานกลาง

ร้อยละ 50-59 หมายถึง น้อย

ร้อยละ 0-49 หมายถึง น้อยมาก

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานทางสถิติโดยใช้ค่า T-test และ F-test เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา คะแนนเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเก็บแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้ 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา (t-distribution)
f	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาการกระจายของ F (F-distribution)
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedoms)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายตามลำดับ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ
2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ ชั้นปี คณะแผนกเฉลี่ยสะสม รายได้รวมของผู้ปกครอง และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ

ตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ

สถานภาพ	จำนวน (n)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	84	21.0
หญิง	316	79.0
รวม	400	100.0
ชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	9	2.3
ชั้นปีที่ 2	57	14.3
ชั้นปีที่ 3	293	73.3
ชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า	41	10.3
รวม	400	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน (n)	ร้อยละ
คะแนนเฉลี่ยสะสม		
2.00-2.50	4	1.0
2.51-3.00	111	27.8
3.01-3.50	250	62.5
3.51-4.00	35	8.8
รวม	400	100.0
รายได้รวมของผู้ปกครอง		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	25	6.3
20,000 - 40,000 บาท	38	9.5
40,001 – 60,000 บาท	131	32.8
มากกว่า 60,000 บาท	206	51.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 316 คน (ร้อยละ 79.0) ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 293 คน (ร้อยละ 73.3) ได้รับคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 จำนวน 250 คน (ร้อยละ 62.5) รายได้รวมของผู้ปกครองอยู่ในช่วงมากกว่า 60,000 บาท จำนวน 206 คน (ร้อยละ 51.5)

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษา
ในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 4 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน (n)	ร้อยละ
เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์	235	58.8
วิกิและพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม	231	57.8
เครือข่ายสังคม	228	57.0
บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์	228	57.0
บล็อกส่วนบุคคลและองค์กร	220	55.0
กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น	214	53.5
เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน	162	40.5
ข้อความสั้น	71	17.8
การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด	43	10.8

จากตาราง 4 พบว่า ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีการใช้เป็นประจำมากที่สุด คือ
เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ จำนวน 235 คน (ร้อยละ 58.8) รองลงมาคือ วิกิและพื้นที่
สาธารณะของกลุ่ม จำนวน 231 คน (ร้อยละ 57.8) โดยการใช้สื่อเครือข่ายสังคมและบล็อกที่มีสื่อ
สิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ มีจำนวนเท่ากันคือ สื่อละ 228 คน (ร้อยละ 57.0)

ตาราง 5 เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน (n)	ร้อยละ
YouTube	274	68.5
Line	258	64.5
Facebook	241	60.3
Instagram	241	60.3
Pantip	163	40.8
Twitter	155	38.8
WeChat	152	38.0
Clubhouse	131	32.8
TikTok	113	28.3
Pinterest	112	28.0
Bloggang	18	4.5

จากตาราง 5 พบว่า เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีการใช้เป็นประจำ
มากที่สุด คือ YouTube จำนวน 274 คน (ร้อยละ 68.5) รองลงมาคือ Line จำนวน 258 คน (ร้อยละ
64.5) Facebook และ Instagram จำนวนเท่ากัน คือ แอปพลิเคชันละ 241 คน (ร้อยละ 60.3)

ตาราง 6 ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษา
ในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาที่ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน	จำนวน (n)	ร้อยละ
6-10 ชั่วโมง	332	83.0
มากกว่า 10 ชั่วโมง	35	8.8
3-5 ชั่วโมง	32	8.0
น้อยกว่า 3 ชั่วโมง	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน ที่มีการเลือกตอบมากที่สุด คือ 6-10 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 332 คน (ร้อยละ 83.0) รองลงมาคือ มากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 35 คน (ร้อยละ 8.8) และ 3-5 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 32 คน (ร้อยละ 8.0)

ตาราง 7 ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด	จำนวน (n)	ร้อยละ
18.00 น. - 21.00 น.	305	76.3
21.00 น. - 00.00 น.	282	70.5
15.00 น. - 18.00 น.	253	63.3
00.00 น. - 03.00 น.	190	47.5
12.00 น. - 15.00 น.	180	45.0
09.00 น. - 12.00 น.	128	32.0
03.00 น. - 06.00 น.	60	15.0
06.00 น. - 09.00 น.	27	6.8

จากตาราง 7 พบว่า ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยสุด คือ ช่วงเวลา 18.00 น. - 21.00 น. จำนวน 305 คน (ร้อยละ 76.3) รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21.00 น. - 00.00 น. จำนวน 283 คน (ร้อยละ 70.5) และ 15.00 น. - 18.00 น. จำนวน 253 คน (ร้อยละ 63.3)

ตาราง 8 ระยะเวลาของประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาของประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (n)	ร้อยละ
6-10 ปี	334	83.5
มากกว่า 10 ปี	37	9.3
3-5 ปี	28	7.0
น้อยกว่า 3 ปี	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 8 พบว่า ระยะเวลาของประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ 6-10 ปี จำนวน 334 คน (ร้อยละ 83.5) รองลงมาคือ มากกว่า 10 ปี จำนวน 37 คน (ร้อยละ 9.3) และ 3-5 ปี จำนวน 28 คน (ร้อยละ 7.0)

ตาราง 9 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด	จำนวน (n)	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน	386	96.5
คอมพิวเตอร์/แล็ปท็อป	10	2.5
แท็บเล็ต	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 9 พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน จำนวน 386 คน (ร้อยละ 96.5) รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์/แล็ปท็อป จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.5) และ แท็บเล็ต จำนวน 4 คน (ร้อยละ 1.0)

ตาราง 10 วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (n)	ร้อยละ
เพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ	299	74.8
เพื่อติดตามข่าวสาร	284	71.0
เพื่อความบันเทิง	265	66.3
เพื่อเผยแพร่ผลงานของตนเอง	225	56.3
เพื่อการศึกษา	219	54.8
เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้คน	205	51.3
เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ	104	26.0

จากตาราง 10 พบว่า วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ เพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ จำนวน 299 คน (ร้อยละ 74.8) รองลงมาคือ เพื่อติดตามข่าวสาร จำนวน 284 คน (ร้อยละ 71.0) และ เพื่อความบันเทิง จำนวน 265 (ร้อยละ 66.3)

3. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 11 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษา
ในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

รายชื่อแบบทดสอบ	ถูก		ผิด	
	จำนวน (n)	ร้อยละ	จำนวน (n)	ร้อยละ
ด้านการเข้าถึง (access)				
1. ข้อใดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเดียวกันทั้งหมด	373	93.3	27	6.8
2. หากท่านต้องการสืบค้นข้อมูลจากกรมประชาสัมพันธ์บน Twitter จะคลิกเข้าไปที่บัญชีผู้ใช้ใด	82	20.5	318	79.5
3. หากท่านต้องการค้นหาข้อความจากบัญชีผู้ใช้ Twitter @Offchainon แต่ต้องการแค่ช่วงเวลาวันที่ 1 เมษายน -30 มิถุนายน 2564 เท่านั้น ท่านจะใช้วิธีใดในการค้นหาข้อมูลเหล่านั้นเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตรงกับความต้องการที่สุด	80	20.0	320	80.0
4. หากท่านต้องการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ Google เรื่อง "การเริ่มต้นลงทุนในคริปโต" โดยให้มีคำว่า "การลงทุน" และ "คริปโต" อยู่ในบทความเดียวกัน แต่ต้องการเฉพาะข้อมูลที่มาจกเว็บไซต์ Facebook เท่านั้น สามารถใช้คำค้นใดเพื่อให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด	57	14.3	343	85.8

ตาราง 11 (ต่อ)

รายชื่อแบบทดสอบ	ถูก		ผิด	
	จำนวน (n)	ร้อยละ	จำนวน (n)	ร้อยละ
5. จากรูปภาพดังกล่าว เครื่องหมาย © ที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ หมายถึงอะไร	103	25.8	297	74.3
6. หากท่านต้องการทราบ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 ท่านจะเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นจากแหล่งใด	379	94.8	21	5.3
7. หากท่านต้องการจะซื้อคอมพิวเตอร์รุ่นใหม่ ควรทำอย่างไรถึงจะได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	346	86.5	54	13.5
8. จากภาพดังกล่าวแหล่งที่มาหรือเจ้าของผลงานคือใคร	308	77.0	92	23.0
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)				
9. บทความจากเพจ Facebook ธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง “ภาวะเงินเฟ้อของประเทศไทย พ.ศ. 2550” หากจะนำมาใช้ทำรายงานหัวข้อใดเหมาะสมที่สุด	327	81.8	73	18.3
10. บทความที่เผยแพร่ผ่านทางบัญชีผู้ใช้ Twitter สมาคมดาราศาสตร์ไทย ซึ่งเป็น Official Account เกี่ยวกับ ปรากฏการณ์สุริยุปราคา ที่มีรายการอ้างอิงเอกสารของสถาบันวิจัยดาราศาสตร์แห่งชาติสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการเขียนในรายงานได้หรือไม่	77	19.3	323	80.8

ตาราง 11 (ต่อ)

รายชื่อแบบทดสอบ	ถูก		ผิด	
	จำนวน (n)	ร้อยละ	จำนวน (n)	ร้อยละ
11. จากเนื้อหาข่าว รัฐบาลแจกเงินเยียวยา นักเรียน-นักศึกษา 5,000 บาท โดยให้กรอก ข้อมูลส่วนตัวผ่าน Google Form โดยให้กรอก เลขบัตรประจำตัวประชาชน เบอร์โทรศัพท์ ติดต่อ และข้อมูลส่วนตัวอื่น ๆ เพื่อยืนยันตัวตน โดยโอนผ่านเลขบัญชีทันที ที่มา: Facebook ส่วนตัวของบุคคลหนึ่ง ยอดคนติดตาม 700 บัญชีสามารถเชื่อถือได้หรือไม่ อย่างไร	339	84.8	61	15.3
12. จากการวิเคราะห์เนื้อหาในภาพดังกล่าว มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ อย่างไร	371	92.8	29	7.3
13. จากภาพ ข้อใดคือคือแหล่งข่าวต้นฉบับ	76	19.0	324	81.0
14. แฮชแท็ก (#) ที่มีการขึ้นเทรนด์ในหน้าแรก ของ Twitter แสดงว่าเป็นสิ่งที่อยู่ในกระแส ขณะนั้น จริงหรือไม่	305	76.3	95	23.8
15. เอกสารที่เผยแพร่จากเว็บไซต์ หรือเพจ Facebook ที่สถาบันการศึกษาจัดทำขึ้นเป็น แหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้หรือไม่ อย่างไร	325	81.3	75	18.8
16. กรณีมีกระแสข่าว ชุดตรวจเชซไควด้วยตนเอง เตรียมจำหน่ายที่ร้านขายยาทั่วประเทศ สิ้นเดือนส.ค. ที่บัญชีผู้ใช้ Twitter รู้ข่าว ก้าวทันโรค ซึ่งแชร์มาจาก กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ท่านคิดว่าข่าว ดังกล่าวจริงหรือไม่	314	78.5	86	21.5

ตาราง 11 (ต่อ)

รายชื่อแบบทดสอบ	ถูก		ผิด	
	จำนวน (n)	ร้อยละ	จำนวน (n)	ร้อยละ
ด้านการประเมินค่า (evaluate)				
17. จากภาพดังกล่าวเป็นเนื้อหาประเภทใด	63	15.8	337	84.3
18. ท่านคิดว่าบุคคลสาธารณะ หรือศิลปิน ดาราที่มีชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร	379	94.8	21	5.3
19. บุคคลในข้อใดมีอิทธิพลต่อการใช้สังคมออนไลน์มากที่สุด	349	87.3	51	12.8
20. เนื้อหาข่าวในข้อใดต่อไปนี้เป็นข้อเท็จจริง	69	17.3	331	82.8
21. ข้อมูลจากแหล่งใดที่เผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทยได้ถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด	343	85.8	57	14.3
22. จากกรณีอดีตพระมหาไพรวัลย์ และพระมหาสมปองไลฟ์สดใน Facebook ซึ่งมีผู้เข้าชมและคนเข้าไปแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีเพจแบนด์ต่าง ๆ เข้าไปแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก ท่านคิดว่าแบนด์ต่าง ๆ เหล่านี้มีนัยใดแอบแฝงหรือไม่	368	92.0	32	8.0
ด้านการสร้างสรรค์ (create)				
23. หากท่านต้องการภาพจาก Pinterest (แหล่งรวมภาพที่แบ่งปันกันจากทั่วโลก) มาใช้ประกอบในรายงาน สามารถทำได้หรือไม่ อย่างไร	304	76.0	96	24.0

ตาราง 11 (ต่อ)

รายชื่อแบบทดสอบ	ถูก		ผิด	
	จำนวน (n)	ร้อยละ	จำนวน (n)	ร้อยละ
24. บุคคลใดเป็นผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสร้างสรรค์ที่สุด	362	90.5	38	9.5
25. หากอาจารย์มอบหมายให้คุณนำเสนอผลงานลงในกลุ่ม Facebook เรื่องอิทธิพลของศิลปินเอเชีย วิธีในข้อใดเหมาะสมที่สุด	330	82.5	70	17.5
26. ท่านผลิตคอนเทนต์เกี่ยวกับการทารุณกรรมสัตว์ หรือการตายของสัตว์ เพื่อประกอบการเรียนลงในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งในคลิปดังกล่าวนั้นอาจมีบางอย่างกระทบจิตใจคนที่ได้รับชม ท่านจะมีวิธีการอย่างไรเพื่อให้ผู้ที่ไม่ต้องการรับชมเห็นคอนเทนต์ดังกล่าว	342	85.5	58	14.5
27. หากท่านต้องการติดต่อรูปภาพเพื่อนำไปลงแคปชั่นส่วนตัวใน IG ข้อใดไม่เหมาะสมที่สุด	94	23.5	306	76.5
28. หากท่านต้องการติดต่อสื่อการสอนเกี่ยวกับเด็กลงใน YouTube โทนสีใดที่ไม่ควรนำมาใช้ประกอบมากที่สุด	361	90.3	39	9.8

จากตาราง 11 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการเข้าถึง (access) พบว่า รายชื่อที่มีการตอบถูกมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ รายชื่อที่ 6 “หากท่านต้องการทราบ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 ท่านจะเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นจากแหล่งใด” จำนวน 379 คน (ร้อยละ 94.8) รองลงมาคือ รายชื่อที่ 1 “ข้อใดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเดียวกันทั้งหมด” จำนวน 373 คน (ร้อยละ 93.3) และ รายชื่อที่ 7 “หากท่านต้องการจะซื้อคอมพิวเตอร์รุ่นใหม่ ควรทำอย่างไรถึงจะได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด” จำนวน 346 คน (ร้อยละ 86.5) ตามลำดับ

ด้านการวิเคราะห์ (analyze) พบว่า รายข้อที่มีการตอบถูกมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ รายข้อที่ 12 “จากการวิเคราะห์เนื้อหาในภาพดังกล่าว มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ อย่างไร” จำนวน 371 คน (ร้อยละ 92.8) รองลงมาคือ รายข้อที่ 11 “จากเนื้อหาข่าว รัฐบาลแจกเงินเยียวยา นักเรียน-นักศึกษา 5,000 บาท โดยให้กรอกข้อมูลส่วนตัวผ่าน Google Form โดยให้กรอกเลขบัตรประจำตัวประชาชน เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ และข้อมูลส่วนตัวอื่น ๆ เพื่อยืนยันตัวตน โดยโอนผ่านเลขบัญชีทันที ที่มา: Facebook ส่วนตัวของบุคคลหนึ่ง ยอดคนติดตาม 700 บัญชี สามารถเชื่อถือได้หรือไม่ อย่างไร” จำนวน 339 คน (ร้อยละ 84.8) และ รายข้อที่ 15 “เอกสารที่เผยแพร่จากเว็บไซต์ หรือเพจ Facebook ที่สถาบันการศึกษาจัดทำขึ้นเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้หรือไม่ อย่างไร” จำนวน 325 คน (ร้อยละ 81.3)

ด้านการประเมินค่า (evaluate) พบว่า รายข้อที่มีการตอบถูกมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ รายข้อที่ 18 “ท่านคิดว่าบุคคลสาธารณะ หรือศิลปิน ดาราที่มีชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร” จำนวน 379 คน (ร้อยละ 94.8) รองลงมาคือ รายข้อที่ 19 “บุคคลในข้อใดมีอิทธิพลต่อการใช้สังคมออนไลน์มากที่สุด” จำนวน 349 คน (ร้อยละ 87.3) และ รายข้อที่ 22 “จากกรณีอดีตพระมหาไพโรวรัญ และพระมหาสมปองไลฟ์สดใน Facebook ซึ่งมีผู้เข้าชมและคนเข้าไปแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีเพจแบนด์ต่าง ๆ เข้าไปแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก ท่านคิดว่าแบนด์ต่าง ๆ เหล่านี้มีนัยใดแอบแฝงหรือไม่” จำนวน 368 คน (ร้อยละ 92.0)

ด้านการสร้างสรรค์ (create) พบว่า รายข้อที่มีการตอบถูกมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ รายข้อที่ 24 “บุคคลใดเป็นผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสร้างสรรค์ที่สุด” จำนวน 362 คน (ร้อยละ 90.5) รองลงมาคือ รายข้อที่ 28 “หากท่านต้องการตัดต่อสื่อการสอนเกี่ยวกับเด็กลงใน YouTube โทนสีใดที่ไม่ควรนำมาใช้ประกอบมากที่สุด” จำนวน 361 คน (ร้อยละ 90.3) และ รายข้อที่ 26 “ท่านผลิตคอนเทนต์เกี่ยวกับการทารุณกรรมสัตว์ หรือการตายของสัตว์ เพื่อประกอบการเรียน ลงในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งในคลิปดังกล่าวนั้นอาจมีบางอย่างกระทบจิตใจคนที่ได้รับชม ท่านจะมีวิธีการอย่างไรเพื่อให้ผู้ที่ไม่ต้องการรับชมเห็นคอนเทนต์ดังกล่าว” จำนวน 342 คน (ร้อยละ 85.5)

ตาราง 12 คะแนนทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้าน

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์	เต็ม	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับทักษะ การรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์	ลำดับ
ด้านการเข้าถึง (access)	8	4.32	1.06	54.0	น้อย	4
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	8	6.60	3.13	82.5	ดีมาก	1
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	6	3.93	0.87	65.5	ปานกลาง	3
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	6	4.48	1.13	74.7	ดี	2
รวม	28	19.33	4.68	69.04	ปานกลาง	

จากตาราง 12 พบว่า คะแนนทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ใน
ระดับปานกลาง (ร้อยละ 69.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคม
ออนไลน์ที่อยู่ในระดับดีมาก คือ ด้านการวิเคราะห์ (ร้อยละ 82.5) ระดับดี คือ ด้านการสร้างสรรค์
(ร้อยละ 74.7) ระดับปานกลาง คือ ด้านการประเมินค่า (ร้อยละ 65.5) และระดับน้อย คือ ด้านการ
เข้าถึง (ร้อยละ 54.0)

4. เปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ ชั้นปี คณะแผนก เฉลี่ยสะสม รายได้รวมของผู้ปกครอง

4.1 เปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ

ตาราง 13 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามตัวแปรเพศ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ด้านการเข้าถึง (access)	4.18	1.03	4.36	1.06	-1.38	0.17
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	6.58	3.53	6.60	3.02	-0.38	0.97
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	3.85	0.77	3.95	0.90	-0.97	0.33
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	4.37	1.12	4.51	1.13	-1.04	0.30
รวม	18.98	4.94	19.42	4.61	-0.77	0.44

* p-value < .05

จากตาราง 13 พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

4.2 เปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรชั้นปี

ตาราง 14 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามตัวแปรชั้นปี

ทักษะการ รู้เท่าทันสื่อ สังคม ออนไลน์	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า		f	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ด้านการเข้าถึง (access)	5.44	1.94	4.79	1.53	4.08	0.62	5.15	1.62	24.10	0.00*
ด้านการ วิเคราะห์ (analyze)	8.55	4.53	7.58	4.80	6.00	2.07	9.07	4.33	17.07	0.00*
ด้านการประเมิน ค่า (evaluate)	3.33	1.87	3.81	1.25	3.90	0.58	4.41	1.38	6.37	0.00*
ด้านการ สร้างสรรค์ (create)	3.56	1.67	3.96	1.48	4.69	0.84	3.95	1.66	13.43	0.00*
รวม	20.89	8.45	20.14	7.46	18.67	2.94	22.58	6.92	10.15	0.00*

* p-value < .05

จากตาราง 14 พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน
การวิจัยข้อที่ 2

ตาราง 15 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีกับตัวแปรชั้นปี ในรายค่วที่พบความแตกต่าง

ชั้นปี	\bar{x}	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า
		20.89	20.14	18.67	22.58
ชั้นปีที่ 1	20.89	-	(0.65)	(0.15)	(0.31)
ชั้นปีที่ 2	20.14	-	0.75	-2.23	-1.69
ชั้นปีที่ 3	18.67	-	-	(0.02)*	(0.01)*
ชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า	22.58	-	-	-1.48	-2.44
					(0.00)*
					-3.92
					-

* p-value < .05

จากตาราง 15 พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 2 กับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 3 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.48

นักศึกษาชั้นปีที่ 2 กับ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44

นักศึกษาชั้นปีที่ 3 กับ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

4.3 เปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม

ตาราง 16 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
โดยรวม จำแนกตามตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม

ทักษะการ รู้เท่าทันสื่อ สังคม ออนไลน์	2.00-2.50		2.51-3.00		3.01-3.50		3.51-4.00		f	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ด้านการเข้าถึง (access)	3.50	2.38	3.96	0.79	4.32	0.98	5.57	1.21	25.16	0.00*
ด้านการ วิเคราะห์ (analyze)	7.50	5.26	6.39	2.62	6.31	2.91	9.26	4.45	10.11	0.00*
ด้านการ ประเมินค่า (evaluate)	3.25	1.71	3.81	0.77	3.94	0.83	4.29	1.20	3.53	0.02*
ด้านการ สร้างสรรค์ (create)	2.75	2.63	4.39	1.24	4.61	0.96	4.09	1.38	6.13	0.00*
รวม	17.00	10.89	18.52	3.91	19.18	4.36	23.20	6.30	10.14	0.00*

* p-value < .05

จากตาราง 16 พบว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ
สังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไป
ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

ตาราง 17 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีกับตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม ในรายคู้ที่พบความแตกต่าง

คะแนนเฉลี่ยสะสม	\bar{x}	2.00-2.50	2.51-3.00	3.01-3.50	3.51-4.00
		17.00	18.52	19.18	23.20
2.00-2.50	17.00	-	(0.51) -1.52	(0.34) -2.18	(0.01)* -6.20
2.51-3.00	18.52	-	-	(0.21) -0.66	(0.00)* -4.68
3.01-3.50	19.18	-	-	-	(0.00)* -4.02
3.51-4.00	23.20	-	-	-	-

* p-value < .05

จากตาราง 17 พบว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 2.00-2.50 กับ 3.51-4.00 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 2.00-2.50 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.51-4.00 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.20

นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 2.51-3.00 กับ 3.51-4.00 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 2.51-3.00 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.51-4.00 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68

นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.01-3.50 กับ 3.51-4.00 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.01-3.50 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.51-4.00 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

4.4 เปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง

ตาราง 18 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	ต่ำกว่า 20,000		20,000-40,000		40,001-60,000		มากกว่า 60,000		f	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ด้านการเข้าถึง (access)	5.48	1.58	2.18	1.63	4.27	1.00	4.05	0.69	27.48	0.00*
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	10.76	4.45	9.05	4.24	5.89	3.00	6.08	1.99	33.11	0.00*
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	4.28	1.51	4.10	1.37	3.87	0.87	3.89	0.60	2.24	0.08
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	3.80	1.71	3.68	1.77	4.40	1.28	4.77	1.13	15.61	0.00*
รวม	24.32	8.21	22.03	6.90	18.43	4.69	18.79	2.65	18.30	0.00*

* p-value < .05

จากตาราง 18 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง ต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ และการสร้างสรรค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 มีเพียงด้านการประเมินค่า ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตาราง 19 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีกับตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง ในรายค่าที่พบความแตกต่าง

รายได้รวมของผู้ปกครอง	\bar{x}	ต่ำกว่า 20,000	20,000-40,000	40,001-60,000	มากกว่า 60,000
		24.32	22.03	18.43	18.79
ต่ำกว่า 20,000	24.32	-	(0.04)* 2.29	(0.00)* 5.90	(0.00)* 5.53
20,000-40,000	22.03	-	-	(0.00)* 3.61	(0.00)* 3.24
40,001-60,000	18.43	-	-	-	(0.46) -0.37
มากกว่า 60,000	18.79	-	-	-	-

* p-value < .05

จากตาราง 19 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่ำกว่า 20,000 บาท กับ นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง 20,000-40,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครองต่ำกว่า 20,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครอง 20,000-40,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29

นักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครองต่ำกว่า 20,000 บาท กับ นักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครอง 40,001-60,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครองต่ำกว่า 20,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครอง 40,001-60,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.90

นักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครองต่ำกว่า 20,000 บาท กับ นักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครอง มากกว่า 60,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษามีรายได้รวมของผู้ปกครองต่ำกว่า 20,000 บาท มี

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่รายได้รวมของผู้ปกครองมากกว่า 60,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.53

นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง 20,000-40,000 บาท กับ นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง 40,001-60,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง 20,000-40,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่รายได้รวมของผู้ปกครอง 40,001-60,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง 20,000-40,000 บาท กับ นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองมากกว่า 60,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง 20,000-40,000 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่รายได้รวมของผู้ปกครองมากกว่า 60,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
3. วิธีดำเนินการวิจัย
4. สรุปผลการวิจัย
5. อภิปรายผลการวิจัย
6. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ ชั้นปี คณะแผนกเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน
2. นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน
3. นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน
4. นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จากสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด 8 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 140,214 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2564: ออนไลน์) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ซึ่งได้จำนวน 8 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยสวนดุสิต กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซีและมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Krejcie และ Morgan, 1970, pp. 607-610) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษา มหาวิทยาลัยละ 50 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ ชั้นปี คะแนนเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 7 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และ หาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 แบบทดสอบเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เป็นแบบทดสอบสถานการณ์ 1 ฉบับ จำนวน 28 ข้อ ซึ่งได้คัดเลือกข้อคำถามที่ไม่ผ่านเกณฑ์ออกแล้ว จากทั้งหมด 30 ข้อ โดยข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เกณฑ์การให้คะแนน คือ ตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดหรือไม่ตอบให้ 0 คะแนน โดยในแต่ละด้านมีดังนี้

ด้านการเข้าถึง (access)	มีจำนวนคำถาม 8 ข้อ
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	มีจำนวนคำถาม 8 ข้อ
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	มีจำนวนคำถาม 6 ข้อ
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	มีจำนวนคำถาม 6 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยนำแบบทดสอบเสนอผู้ทรงคุณวุฒิด้านการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมและความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และคัดเลือกข้อคำถามที่ได้คะแนน IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.50 โดยผลที่ได้ อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งเป็นตามเกณฑ์ที่กำหนด และปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำแบบทดสอบที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิมาทดลองใช้กับนักศึกษา ระดับปริญญาตรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบโดยใช้ค่าความเชื่อมั่นของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (KR-20) ได้ค่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.810 ซึ่งถือว่าแบบทดสอบมีคุณภาพและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้จริง ซึ่งขอบเขตของค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ คือ 0.7 ขึ้นไป (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546, น. 259-262)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเสนอโครงการเพื่อขอรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรม สำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับผลการพิจารณาว่าข้อเสนอการวิจัยมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล กฎหมาย ข้อบังคับ และข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอ หมายเลขการรับรอง SWUEC/E/G-322/2564 เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2564 จากนั้น ผู้วิจัยจึงดำเนินการติดต่อผู้ประสานงานเพื่อขอความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ผู้สอน และนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 แห่ง ในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการเก็บข้อมูลในรูปแบบ Google Form ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เมษายน พ.ศ. 2565 โดยส่งลิงค์แบบทดสอบไปยังอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัย และนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยตรงซึ่งได้รับแบบทดสอบกลับคืนมาจำนวน 400 ชุด และเป็นแบบทดสอบที่มีความสมบูรณ์ทั้งหมด จึงนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

4. การจัดการกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทางผู้วิจัย ได้วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้บรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

4.2 สถิติพื้นฐานโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับคะแนน เพื่อวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้าน

4.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานทางสถิติโดยใช้ค่า T-test และ F-test เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา คะแนนเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง และเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ LSD (Least Significant Difference method) เมื่อพบตัวแปรที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 316 คน ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 293 คน ได้รับคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 จำนวน 250 คน และรายได้รวมของผู้ปกครองอยู่ในช่วงมากกว่า 60,000 บาท จำนวน 206 คน

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกตอบเว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 235 คน ด้านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกตอบ YouTube จำนวน 274 คน ด้านระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลา 6-10 ชั่วโมงต่อวันมากที่สุด จำนวน 332 คน ด้านช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดในช่วงเวลา 18.00-21.00 น. จำนวน 305 คน ด้านระยะเวลาของประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วง 6-10 ปี จำนวน 334 คน ด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน

จำนวน 386 คน และด้านวัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ จำนวน 299 คน

3. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่อยู่ในระดับดีมาก คือ ด้านการวิเคราะห์ระดับดี คือ ด้านการสร้างสรรค์ ระดับปานกลาง คือ ด้านการประเมินค่า และระดับน้อย คือ ด้านการเข้าถึง

4. ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ ชั้นปี คะแนนเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง สรุปได้ดังนี้

4.1 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีโดยรวมและรายด้าน จำแนกตามตัวแปรเพศ พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

4.2 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรชั้นปี พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 โดยรายคู่ที่พบความแตกต่าง ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 3 ขณะที่นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า และนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า

4.3 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม พบว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 โดยรายคู่ที่พบความแตกต่าง ได้แก่ นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 2.00-2.50 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.51-4.00 ขณะที่นักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 2.51-3.00 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.51-4.00 และนักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยสะสม

ในช่วง 3.01-3.50 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่านักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม ในช่วง 3.51-4.00

4.4 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ยกเว้นเพียงด้านเดียวที่ไม่แตกต่างกันคือด้านการประเมินค่า ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 โดยรายคู่ที่พบความแตกต่าง ได้แก่ นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่ำกว่า 20,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง 20,000-40,000 บาท ขณะที่นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่ำกว่า 20,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่รายได้รวมของผู้ปกครอง 40,001-60,000 บาท นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่ำกว่า 20,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่รายได้รวมของผู้ปกครองมากกว่า 60,000 บาท ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง 20,000-40,000 บาท มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่รายได้รวมของผู้ปกครอง 40,001-60,000 บาท และนักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง 20,000-40,000 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่รายได้รวมของผู้ปกครองมากกว่า 60,000 บาท

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่อยู่ในระดับดีมาก คือ ด้านการวิเคราะห์ (analyze) ระดับดี คือ ด้านการสร้างสรรค์ (create) ระดับปานกลาง คือ ด้านการประเมินค่า (evaluate) ส่วนทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่อยู่ในระดับ ระดับน้อย คือ ด้านการเข้าถึง (access) ตามลำดับ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ อูราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ และคนอื่น ๆ (2559) ที่พบว่า นักศึกษามีความรู้เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง แต่ก็สามารถตระหนักถึงสื่อที่น่าเสนอเกินจริงได้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า (1) ทักษะการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์อยู่ระดับดีมาก สอดคล้องกับ ภัทรสินี

แสนลำแดง (2557) พบว่า วิทยาลัยระดับมัธยมปลายมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูลที่ได้รับจากสื่อในระดับมากแม้อาจยังตีความได้ไม่ดีนัก โดยจะตีความข้อมูลตามความสนใจของตนเองเป็นส่วนใหญ่ สอดคล้องกับ เทอดศักดิ์ ไม่ทำทอง (2557) ที่กล่าวว่า การวิเคราะห์สื่อเป็นทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 สถาบันการศึกษามีบทบาทสำคัญในการสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ให้ผู้เรียนมีความเข้าใจจุดมุ่งหมายและเนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อเลือกรับสื่อที่มีคุณภาพและสามารถผลิตสื่อได้อย่างสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับพลอยวไล ทองรักษ์ (2562) พบว่า นิสิตมีระดับทักษะในการรู้เท่าทันสื่อและระดับแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่ออยู่ในระดับสูง เนื่องจากกลุ่มนิสิตมีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่สูงกว่าคนรุ่นเก่า และยังสามารถวิเคราะห์สื่อได้ดีกว่า รวมไปถึงการที่นิสิตได้ศึกษาในระดับปริญญาตรี ก็ช่วยให้นิสิตได้พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ด้วย (2) ทักษะการสร้างสรรค์อยู่ในระดับดี สอดคล้องกับ อูราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ และคนอื่น ๆ (2559) พบว่า นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาสื่อโดยใช้เทคนิคด้านภาพและเสียงได้อย่างสร้างสรรค์ (3) ทักษะการประเมินค่าสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ อมร สวัสดิ์รักษ์, เพ็ญพิศุทธิ ใจสนิท, คมสัน รัตนะสิมากุล, และ เสาวลักษณ์ รัตนชูวงศ์ (2559) พบว่า นักเรียนมีทักษะการประเมินค่าสื่ออยู่ในระดับปานกลาง การเรียนการสอนจึงควรสอดแทรกกิจกรรมที่ส่งเสริมสมรรถนะในการสื่อสาร ทักษะการคิดความสามารถในการแก้ปัญหา ทักษะการใช้เทคโนโลยี และทักษะชีวิต (4) ทักษะการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับ ชนิตา รอดหยุด (2554) ที่พบว่า เยาวชนเปิดรับสื่อตามความต้องการส่วนตัวมากกว่าเปิดรับสื่อตามคำแนะนำ และสอดคล้องกับ สวารท์ (Swart, 2021) ที่กล่าวว่า “สื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงเยาวชนได้มากกว่าเยาวชนเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์” ผู้ปกครองจึงควรต้องให้ความรู้ในการเข้าถึงสื่อที่มีคุณภาพ เพื่อให้คำแนะนำหรือวางแนวทางในการเข้าถึงสื่อและแพร่กระจายข้อมูลผ่านสื่อเหมาะสมแก่บุตรหลานของตน (วิโรจน์ สุทธิสีมา, พิมลพรรณ ไชยนันท์, และ ศศิธร ยุวโกศล, 2562)

2. ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ ชั้นปี คณะแผนกเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง สรุปได้ดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรเพศ พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมคียาห์ อ่อนตา (2560) ณัฐวิภา สุขภิรมย์เกษม (2561) และ อาตาและยิลดิริม (Ata & Yildirim, 2020) ที่พบว่า

เพศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะความเท่าเทียมทางเพศที่เปิดโอกาสให้เพศชายและเพศหญิงเข้าถึงการศึกษาและระบบสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างเสรี ความเป็นเพศหญิงหรือเพศชายจึงมิใช่ลักษณะที่จะแตกต่างกันได้ในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ขณะที่ผลการวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับ ธนาพันธ์ ชัยเทพ และ กิตติมา ชาญวิชัย (2564) ที่ศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในภาคเหนือ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าใจสื่อและด้านการประเมินค่าสื่อแตกต่างกัน

2.2 ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรชั้นปี พบว่า นักศึกษาที่อยู่ในชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกัน โดยชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่ามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าชั้นปีอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาในชั้นปีสูงผ่านการเรียนในจำนวนรายวิชาที่มากกว่า จึงมีทักษะการสืบค้นเพื่อเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการ ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการประเมินสื่อ และการสร้างสรรค์สื่อเพื่อนำเสนอผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม นักศึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 4 ขึ้นไปเป็นช่วงเวลาที่ได้สำเร็จการศึกษาและกำลังจะก้าวออกสู่ออกสู่โลกการทำงานที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ความสามารถ ทักษะในสายวิชาชีพของตนเอง เพื่อสมัครเข้าทำงานในโลกการทำงานที่มีการแข่งขันสูง จึงมีความตั้งใจเรียนเพื่อเสริมสร้างทักษะให้มีความพร้อมในการประกอบอาชีพ (ณัฐปคัลภ์ แซ่เอี้ย , 2562) ดังนั้น นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ขึ้นไปจึงมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสูงกว่านักศึกษาในชั้นปีอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐวิภา สุขภิรมย์เกษม (2561) พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่ออินโฟกราฟิกที่ต่างกัน เนื่องจาก บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นเดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษาที่อยู่ในชั้นปีแตกต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินค่า และสร้างสรรค์ ทั้งนี้เป็นเพราะความแตกต่างในประสบการณ์การเรียนและความพร้อมในการก้าวสู่ออกสู่โลกการทำงานที่กล่าวไว้ในข้างต้น ซึ่งสอดคล้องกับ ธนาพันธ์ ชัยเทพ และ กิตติมา ชาญวิชัย (2564) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าใจสื่อแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ บัคกิงแฮมและคนอื่น ๆ (Buckingham et al., 2005) และลีฟิงสโตน (Livingstone, 2004) ที่พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

2.3 ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม พบว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับสูงมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคะแนนเฉลี่ยสะสมเป็นค่าคะแนนที่สะท้อนถึงความสามารถของนักศึกษาที่ได้มาจากการวัดผลทางด้านความรู้ ความเข้าใจ การประยุกต์ใช้ความรู้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมิน (Huitt, 2011) ซึ่งทำการวัดผลผ่านข้อสอบ ชี้นำงาน หรือรายงาน และนำคะแนนทั้งหมดแปลงเป็นเกรดเฉลี่ยสะสมต่อไป สอดคล้องกับ นวลักษณ์ กลางบุรัมย์, พัชนา สุวรรณแสน, และ ปริญญา เรืองทิพย์ (2563) และธนาพันธ์ ชัยเทพ และ กิตติมา ซาญวิชัย (2564) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีระดับผลการเรียนแตกต่างกันจะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์และการใช้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ในด้านการเข้าถึง การประเมินค่า และการสร้างสรรค์ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมศิยาห์ อ่อนตา (2560) ที่พบว่า คะแนนเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันของนักศึกษาอาชีวศึกษา มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะนักศึกษากลุ่มอาชีวศึกษามุ่งเน้นการสร้างทักษะในสาขาวิชาเฉพาะทางเพื่อประกอบอาชีพ นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เพียงด้านเดียวที่ไม่แตกต่างกันคือด้านการวิเคราะห์ อาจเป็นเพราะสถานศึกษามีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ให้ผู้เรียนทั้งหมดเข้าใจเนื้อหาของสื่อเพื่อสามารถแยกแยะและตีความได้อย่างถูกต้อง (เทอดศักดิ์ ไม้เท้าทอง, 2557)

2.4 ผลเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่มีรายได้รวมผู้ปกครองต่ำกว่ามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่มีรายได้รวมผู้ปกครองสูงกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่มีผลทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมากทำให้รายได้ของครอบครัวไม่พอใช้ นักศึกษาต้องตั้งใจเรียนและขวนขวายผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาในครอบครัวที่มีรายได้พอใช้และเหลือเก็บ (ณัฐปภัศร์ แซ่เอี้ย, 2562) นักศึกษาที่รายได้ผู้ปกครองน้อยต้องมีความรู้รอบเท่าทันสื่อเพื่อเตรียมความพร้อมกับการประกอบอาชีพในอนาคต สอดคล้องกับ อาร์เซนนิเยวิช และ อันเดฟสกี (Arsenijević &

Andevski, 2016) พบว่า บุคลากรทางการศึกษาที่รายได้น้อยมีความเข้าใจในเหตุการณ์ รู้เท่าทันสถานการณ์ที่เกิดขึ้นบนโลกโซเชียล และสอดคล้องกับ เมศิยาห์ อ่อนตา (2560) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบิดามารดาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน เนื่องจากรายได้จะสามารถสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาเป็นตัวเสริม แต่ผลการวิจัยดังกล่าวสวนทางกับ ญัฐวิภา สุขภิรมย์เกษม (2561) ลีฟวิงสโตน (Livingstone, 2004) และบัคกิงแฮมและคนอื่น ๆ (Buckingham et al., 2005); พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรู้เท่าทันสื่อ และ กชกร บุญยพิทักษ์สกุล (2562) พบว่า กลุ่มนักศึกษาที่มีระดับเศรษฐกิจของครอบครัวสูง จะมีภูมิคุ้มกันทางจิตซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้รวมผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ในด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ และการสร้างสรรค์ มีเพียงด้านเดียวที่ไม่แตกต่างกันคือด้านการประเมินค่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่นักศึกษาสามารถประเมินสื่อ แยกแยะข้อเท็จจริงและความคิดเห็นของผู้คนในโลกออนไลน์ไม่เกี่ยวข้องกับระดับเศรษฐกิจหรือรายได้ของครอบครัว นักศึกษาที่รายได้ผู้ปกครองน้อยมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าถึง การประเมินสื่อ และการสร้างสรรค์ ในระดับที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ เพราะมีความตั้งใจและสนใจในการเรียนมากกว่า (ญัฐปคัลภ์ แซ่เอี้ย, 2562) แต่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการประเมินค่าที่ไม่แตกต่างจากนักศึกษาในกลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นสถานศึกษาจึงควรส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เช่น ห้องสมุดมหาวิทยาลัยควรมีการจัดอบรม หรือจัดกิจกรรมเพื่อฝึกพัฒนาทักษะทางด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินค่า และการสร้างสรรค์ รวมถึงหลักสูตรการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยควรเพิ่มรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น การใช้เครื่องมือสืบหาต้นตอของข้อเท็จจริง วิเคราะห์ที่มา ตรวจสอบเนื้อหาและเวลาโพสต์ ให้มั่นใจในข่าวสารก่อนแชร์ข้อมูลต่อในสื่อสังคมออนไลน์

1.2 จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษาที่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าถึงต่ำกว่าด้านอื่น ๆ จึงควรมีการสนับสนุนด้านการเข้าถึง (access) ให้เพิ่มมากขึ้น โดยการแสวงหาข่าวสารได้จากสื่อหลายประเภท และต้องไม่ถูกจำกัดอยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป เพื่อให้เกิดความสามารถในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายอย่างมีประสิทธิภาพของนักศึกษา

1.3 จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับสูงมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับต่ำกว่า ดังนั้น สถานศึกษาควรให้ความสนใจในการเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับนักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับต่ำ เช่น อาจารย์ผู้สอนอาจมีการสอนนักศึกษาในเรื่องการพิจารณาไตร่ตรองแหล่งที่มาของข้อมูล การคัดกรองข่าวสาร วิเคราะห์และเข้าใจสื่อ ประเมินคุณภาพและคุณค่าของข้อมูลที่ื่อนำเสนอ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ได้่างเกิดประโยชน์

1.4 การนำผลวิจัยของปริญญาโทไปศึกษาเพิ่มเติม ควรระมัดระวังเรื่องการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่างตามตัวแปรต้น เนื่องจากจำนวนผู้ตอบแบบทดสอบในบางกลุ่มมีจำนวนน้อย เช่น นักศึกษาชั้นปีที่ 1 และคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.00-2.50 เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ในมิติอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้เทคโนโลยี ความพร้อมทางด้านสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก หรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2.2 ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา เพื่อให้เกิดความหลากหลายในมุมมองของทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เช่น กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของเอกชน หรือศึกษากับนักศึกษาในระดับปริญญาตรีถึงปริญญาเอก

3. ข้อจำกัดในการทำวิจัย

3.1 การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตามโควตา และการเก็บข้อมูลเป็นการขอความอนุเคราะห์จากอาจารย์ผู้สอน ทำให้จำนวนชั้นปีไม่มีการกระจาย และมีข้อมูลของบางชั้นปีน้อยเกินไป การนำผลไปใช้อ้างอิงในบางสถานการณ์ อาจควรต้องจัดช่วงความกว้างของข้อมูลในกลุ่มใหม่

3.2 จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และอยู่ในช่วงปิดภาคเรียนของบางมหาวิทยาลัยทำให้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นไปได้ด้วยความล่าช้า



บรรณานุกรม

- Arsenijević, J., & Andevski, M. (2016). New media literacy within the context of socio-demographic characteristics. *Procedia Technology*, 22, 1142-1151.
- Ata, R., & Yıldırım, K. (2020). Analysis of the Relation Between Computational Thinking and New Media Literacy Skills of First-Year Engineering Students. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 29(1), 5-20.
- Atinafu, B. (2021). Higher Education Students' Social Media Literacy in Ethiopia: A Case of Bahir Dar University. *Journal of Media Literacy Education*, 13(3), 86-96.
- Atmi, R. T., Satibi, I. F., & Cahyani, I. R. (2018). Media literacy skills and social media: A portray of teenagers in urban area. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3.7), 236-239.
- Barrot, J. S., Llenares, I. I., & Del Rosario, L. S. (2021). Students' online learning challenges during the pandemic and how they cope with them: The case of the Philippines. *Education and Information Technologies*, 26(6), 7321-7338.
- Buckingham, D., Banaji, S., Carr, D., Cranmer, S., & Willett, R. (2005). The media literacy of children and young people: A review of the research literature. cambridge. (2020). social media. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/learner-english/social-media>
- Celik, I., Muukkonen, H., & Dogan, S. (2021). A model for understanding new media literacy: Epistemological beliefs and social media use. *Library & Information Science Research*, 43(4), 101125.
- Center for Media Literacy. (2008). *LITERACY for the 21st Century*. In. Retrieved from http://www.medialit.org/sites/default/files/01a_mlkorientation_rev2_0.pdf
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media & Society*, 0(0), 1-20.
- Christ, W. G., & Potter, W. J. (1998). Media literacy, media education, and the academy. *Journal of communication*, 48(1), 5-15.
- Huguet, A., Baker, G., Hamilton, L. S., & Pane, J. F. (2021). *Media Literacy Standards to*

Counter Truth Decay: RAND.

Huitt, W. (2011). Bloom et al.'s taxonomy of the cognitive domain. *Educational psychology interactive*, 22.

Kiernan, R. (2017). *With the rise of Fake News on Social Media, can Information Literacy impact how students evaluate information on their social media channels?* (Doctoral dissertation). Dublin Business School, Ireland.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.

Livingstone, S. (2004). What is media literacy? *Intermedia*, 32(3), 18-20.

Livingstone, S., Bober, M., และ Helsper, E. (2005). *Inequalities and the digital divide in children and young people's internet use: findings from the UK Children Go Online project*. Retrieved from <http://eprints.lse.ac.uk/398/1/UKCGOdigitaldivide.pdf>

Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2005). Adult media literacy: A review of the research literature.

Potter, W. J. (2018). *Media literacy*: Sage Publications.

Solmaz, O. (2017). Adapting new media literacies to participatory spaces: Social media literacy practices of multilingual students. *Journal of Media Literacy Education*, 9(1), 36-63.

Swart, J. (2021). Tactics of news literacy: How young people access, evaluate, and engage with news on social media. *new media & society*, 0(0), 1-17.

Syam, H. M., & Nurrahmi, F. (2020). 'I Don't Know If It Is Fake or Real News' How Little Indonesian University Students Understand Social Media Literacy. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(2), 92-105.

UNESCO. (2013). *Media and information literacy: policy and strategy guidelines*. In. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/notice?id=p::usmarcdef_0000225606

Williamson, A. (2013). *Social media guidelines for parliaments*: Inter-Parliamentary Union Geneva.

กชกร บุญยพิทักษ์สกุล. (2562). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่า

- ทัน ของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 25(2), 39-59.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). *Smart Social Media* รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ อย่างสร้างสรรค์: กระทรวง.
- จริยา สายรัตนอินทร์. (2564). ภาษาและสังคมผ่านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 31(2), 180-193.
- ฉัตรเมือง เป่ามานะเจริญ, จตุพล ยงศร, และ จักรกฤษณ์ ไปณะทอง. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 6(2), 8-21.
- ชนิดา รอดหยู. (2554). การติดตามผลการบริการวิชาการ การรู้เท่าทันสื่อ ของเด็กในพื้นที่เทศบาลตำบลพรหมโลก อ. พรหมคีรี จ. นครศรีธรรมราช วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช 30(2), 55-62.
- โชติมา วัฒนนะ. (2564). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. วารสารบรรณศาสตร์ มศว 14(2), 1-12.
- ณัฐกานต์ สุกลรัตน์เมธี, และ นุชประภา โมกข์ศาสตร์. (2562). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย. สถาบันพระปกเกล้า, กรุงเทพฯ
- ณัฐณิชา ดวงขจี, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และ นิยม กำลังดี. (2563). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 9(1), 10-21.
- ณัฐปคัลภ์ แซ่เอี้ย. (2562). พฤติกรรมการตั้งใจเรียนออนไลน์ในสถานการณ์โควิด-19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์. (การวิจัยรายบุคคล). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ณัฐวิภา สุขภิรมย์เกษม. (2561). การรู้เท่าทันสื่อและการตอบสนองต่อสื่ออินโฟกราฟิกของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ณิชกุล เสนาวงษ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซด ในยุค *New Normal* ในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- เทอดศักดิ์ ไม่เท่าทอง. (2557). การรู้เท่าทันสื่อ: ทักษะสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสาร

สารสนเทศศาสตร์, 32(3), 75-91.

ธนาพันธ์ ชัยเทพ, และ กิตติมา ชาญวิชัย. (2564). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือ. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร,
16(2), 97-106.

ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2554). รู้ทันสื่อ :รวมบทความ แนวคิด ทฤษฎี เทคนิค และประสบการณ์ด้าน
การรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ: ปิ่นโต พับลิชชิง.

นวลลักษณ์ กลางบุรัมย์, พัทธนา สุวรรณแสน, และ ปริญญา เรื่องทิพย์. (2563). การรู้เท่าทันสื่อของ
สำนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดชลบุรี. วารสารครุศาสตร์สาร, 14(2), 129-
140.

นิธิดา วิวัฒน์พานิชย์. (2558). การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์. วารสาร
บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 9(3), 209-219.

บุญเรียง ขจรศิลป์. (2543). เกณฑ์การประเมิน. วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์, 15(2), 75-84.

พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). ถอดรหัส ลับความคิด เพื่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท ครี
เอชั่น.

พลอยวไล ทองรักษ์. (2562). ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ และ
สุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสาร
สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 45(1), 200-227.

พัชรี บอนคำ. (2561). เด็กยุคใหม่ รู้เท่าทัน "สื่อดิจิทัล". สืบค้นจาก
[https://www.thaihealth.or.th/Content/40229-เด็กยุคใหม่รู้เท่าทัน %20"สื่อ
ดิจิทัล".html](https://www.thaihealth.or.th/Content/40229-เด็กยุคใหม่รู้เท่าทัน%20"สื่อ%20ดิจิทัล".html)

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. วารสารนักบริหาร, 31(4), 99-
103.

ไพฑูรย์ มะณู. (2559). สื่อดิจิทัล (Digital Media). สืบค้นจาก [http://paitoon.esdc.go.th/sux-
dicithal](http://paitoon.esdc.go.th/sux-dicithal)

ภัทรศิณี แสนลำแดง. (2557). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่น ในจังหวัด
สกลนคร. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 6(12), 47-57.

มนีร์ศมี พัฒนสมบัติสุข. (2564). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยทางการพยาบาลและ
สังคมศาสตร์. วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้, 8(2), 329-
343.

- เมศิยาห์ อ่อนตา. (2560). การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์กับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญา มหาวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). สื่อสังคม. สืบค้นจาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledges=สื่อสังคม-๔-ตุลาคม-๒๕๕๖>
- วิโรจน์ สุทธิสีมา, พิมลพรรณ ไชยพันธ์, และ ศศิธร ยุวโกศล. (2562). ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) ระดับบุคคลช่วงวัยทำงานเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 7(1), 194-202.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). ข้อมูลสถิติจำนวนนักศึกษาปัจจุบัน จำแนกตามกลุ่มสถาบัน ชื่อสถาบัน ชื่อคณะ ชื่อสาขาวิชา ระดับการศึกษา และ เพศ ปี การ ศึ ก ษ า 2564. สืบค้นจาก https://data.mhesi.go.th/dataset/univ_std_12_01
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2564 สืบค้นจาก https://www.etcha.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2021_Slides.aspx
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: เพ็องฟ้า พรินติ้ง.
- สุภิษา มินิล. (2558). ความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อพัชชา ช้างขวัญยืน. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 16(1), 188-197.
- อมร สวัสดิ์รักษ์, เพ็ญพิศุทธิ ใจสนิท, คมสัน รัตนะสีมากุล, และ เสาวลักษณ์ รัตนชูวงศ์. (2559). การพัฒนาชุดกิจกรรมส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3. วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ, 9(3), 122-138.
- อานูภาพ เลขะกุล. (2564). ความปกติถัดไปอุดมศึกษา: ความท้าทาย. *Journal of Education and Innovative Learning*, 1(2), 111-125.
- อุราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ, นพมาศ ปลัดทอง, และ อังคณา ศิริอำพันธ์กุล. (2559). การรู้เท่าทันสื่อ:

ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษา สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง. วารสารปัญญา
ภิวัฒน์, 8(2), 183-195.

คุชชา บิ๊กกินส์. (2555). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ Media and Information Literacy. วารสาร
สุทธิปริทัศน์, 26(80), 147-161.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ปิติธนบดี
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ในสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
2. อาจารย์ ดร.ภาณุฤทธิ์ สารสมบัติ
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะสื่อสารมวลชน
คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพิมล ประพินพงศกร
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรสารสนเทศศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบทดสอบ

งานวิจัยเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย นางสาวศิริกาญจน์ จันทร์วิชโน

นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตร ศศ.ม. (สารสนเทศศึกษา)

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ ชั้นปี คณะแผนกเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง

นิยามศัพท์เฉพาะ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง การคิดวิเคราะห์ การประเมิน และการสร้างสรรค์ผลงานจากสื่อสังคมออนไลน์ การเลือกรับสื่ออย่างหลากหลาย ความเหมาะสมของเนื้อหา เกิดความสงสัยจนสามารถตั้งคำถาม แสดงความคิดเห็น และเคารพความคิดเห็นที่แตกต่างไปพร้อมกันได้ ผู้รับสารสามารถแยกแยะได้ด้วยตนเองว่าข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์นั้นเป็นจริงหรือไม่ ผู้ให้ข้อมูลต้องการสื่ออะไรหรือมีจุดมุ่งหมายแอบแฝงหรือไม่ โดยมีประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

การเข้าถึง หมายถึง ความสามารถของนักศึกษาในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ นักศึกษาคนนั้น ๆ มีความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลจากสื่อ ได้มากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถของนักศึกษา ในการวิเคราะห์สื่อ รวมไปถึงเข้าใจในเรื่องที่สื่อ นั้น ๆ ต้องการสื่อออกไปเพื่ออะไร หมายถึงอะไร และต้องการสื่อสารเกี่ยวกับสิ่งใด

การประเมิน หมายถึง ความสามารถของนักศึกษา ที่จะสามารถประเมินได้ว่าเนื้อหา ของสื่อ นั้น ๆ มีคุณภาพมากหรือน้อยเพียงใด หรือนำเสนอเนื้อหาในสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่

การสร้างสรรค หมายถึง ความสามารถของนักศึกษา ในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือ เนื้อหาต่าง ๆ ได้ มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างสรรค์สื่อแต่ละชนิดได้เป็นอย่างดี

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง รูปแบบของการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งใช้ในการ ติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบออนไลน์ ประกอบด้วย Line Facebook YouTube Twitter Instagram ทำให้สามารถโต้ตอบกันระหว่างบุคคลได้ รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการทำ ธุรกรรมต่าง ๆ โดยผ่านแพลตฟอร์มเว็บหรือแอปพลิเคชันตลอดจนใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือ สมาร์ทโฟนในการเข้าถึง

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นแบบทดสอบ สถานการณ์ จำนวน 1 ชุด 28 ข้อ

ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ ชาย หญิง
2. ชั้นปี ชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 ชั้นปีที่ 3 ชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า
3. คะแนนเฉลี่ยสะสม

<input type="checkbox"/> 2.00-2.50	<input type="checkbox"/> 2.51-3.00
<input type="checkbox"/> 3.01-3.50	<input type="checkbox"/> 3.51-4.00
4. รายได้รวมของผู้ปกครอง

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 20,000 - 40,000 บาท
<input type="checkbox"/> 40,001 – 60,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 60,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (จำนวน 7 ข้อ)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. สื่อสังคมออนไลน์ประเภทใดที่ท่านใช้เป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เครือข่ายสังคม (Social networking site)
- เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website)
- บล็อกส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs)
- บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet)
- วิกิและพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and online collaborative space)
- กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, discussion board and group)
- เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform)
- ข้อความสั้น (Instant messaging)
- การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial tagging)

2. เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ใดที่ท่านใช้เป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Twitter |
| <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> YouTube |
| <input type="checkbox"/> Clubhouse | <input type="checkbox"/> Pantip |
| <input type="checkbox"/> line | <input type="checkbox"/> WeChat |
| <input type="checkbox"/> Pinterest | <input type="checkbox"/> TikTok |
| <input type="checkbox"/> Bloggang | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

3. ระยะเวลาที่ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 3-5 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 6-10 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 10 ชั่วโมง |

4. ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 06.00 น. - 09.00 น. | <input type="checkbox"/> 09.00 น. - 12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 12.00 น. - 15.00 น. | <input type="checkbox"/> 15.00 น. - 18.00 น. |

- 18.00 น. - 21.00 น. 21.00 น. - 00.00 น.
 00.00 น. - 03.00 น. 03.00 น. - 06.00 น.

5. ประสบการณ์ของท่านในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาเท่าใด (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- น้อยกว่า 3 ปี 3-5 ปี
 6-10 ปี มากกว่า 10 ปี

6. อุปกรณ์ใดที่ท่านใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- [1] โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน [2] คอมพิวเตอร์/แล็ปท็อป
 [3] แท็บเล็ต [4] อื่นๆ โปรดระบุ

7. วัตถุประสงค์ที่ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ
 เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้คน
 เพื่อติดตามข่าวสาร
 เพื่อความบันเทิง
 เพื่อเผยแพร่ผลงานของตนเอง
 เพื่อการศึกษา
 เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ
 อื่น ๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 3 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (จำนวนทั้งหมด 28 ข้อ)

คำชี้แจง จงทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อคำตอบที่ถูกต้องที่สุด จำนวนทั้งหมด 28 ข้อ

ด้านการเข้าถึง ความสามารถของนักศึกษาในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 8 ข้อ

1. ข้อใดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเดียวกันทั้งหมด

ก. Facebook / Twitter / Bloggang / Pinterest

ข. Clubhouse / Twitter / Tiktok / Pantip

ค. Weibo / Facebook / Facebook Messenger / Instagram

ง. Line / Wechat / Messenger / Kakao Talk



2. หากท่านต้องการสืบค้นข้อมูลจากกรมประชาสัมพันธ์บน Twitter จะคลิกเข้าไปที่บัญชีผู้ใช้ใด

ก. หมายเลข 1

ข. หมายเลข 2

ค. หมายเลข 3

ง. หมายเลข 4

3. หากท่านต้องการค้นหาข้อความจากบัญชีผู้ใช้ Twitter @Offchainon แต่ต้องการแค่ช่วงเวลาวันที่ 1 เมษายน -30 มิถุนายน 2564 เท่านั้น ท่านจะใช้วิธีใดในการค้นหาข้อมูลเหล่านั้นเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตรงกับความต้องการที่สุด

ก. ค้นหาใน Google โดยระบุ Site:Twitter @Offchainon และระบุช่วงเวลาเป็นเดือนที่ผ่านมา

ข. ใช้คำค้น from:Offchainon since:2021-4-1 until:2021-6-30 ในช่องค้นหาใน Twitter

ค. ใช้คำค้น from:Offchainon 1/04/2021 – 30/06/2021 ในช่องค้นหาใน Twitter

ค. เข้าไปที่บัญชีผู้ใช้ Twitter @Offchainon และเลื่อนดูข้อมูลที่ต้องการ

4. หากท่านต้องการข้อมูลเรื่อง **โปรโมชันสมาร์ทโฟนสำหรับนักศึกษา** เฉพาะในเว็บไซต์ Pantip โดยให้มีคำว่า **สมาร์ทโฟน** และ **นักศึกษา** อยู่ในบทความเดียวกัน สามารถใช้คำค้นใดเพื่อให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด

ก. site:pantip.com สมาร์ทโฟน or นักศึกษา

ข. สมาร์ทโฟน or การศึกษา Pantip

ค. site:pantip.com สมาร์ทโฟน and นักศึกษา

ง. สมาร์ทโฟน and การศึกษา Pantip

© 2021 Dribbble. All rights reserved.

5. จากรูปภาพดังกล่าว เครื่องหมาย © ที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ หมายถึงอะไร

ก. สัญลักษณ์ทางลิขสิทธิ์

ข. สัญลักษณ์ห้ามมีการทำซ้ำ

ค. สัญลักษณ์เครื่องหมายทางการค้า

ง. สัญลักษณ์การจดทะเบียนเว็บไซต์

6. หากท่านต้องการทราบ **สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19** ท่านจะเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นจากแหล่งใด

ก. IG ส่วนตัวของนักข่าว

ข. แอคเคาท์ Twitter ของกระทรวงสาธารณสุข

ค. เพจหมอลัดบิแพนด้า

ง. เพจของหนังสือพิมพ์ที่มีผู้ติดตามมากกว่า 5 แสนคน

7. หากท่านต้องการจะซื้อคอมพิวเตอร์รุ่นใหม่ ควรทำอย่างไรถึงจะได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

ก. ซื้อจากร้านที่มีคนแนะนำในแอปพลิเคชัน Clubhouse

ข. ซื้อตามคำแนะนำของเพื่อน หรือคนรอบข้างที่แชร์บน Facebook

ค. ซื้อจากร้านที่มีคนมาแนะนำสินค้า และมีรีวิวจากผู้ใช้งานจริงบน Youtube

ง. ซื้อจากร้านที่ขึ้นโฆษณาในหน้าแรกบนสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ



8. จากภาพดังกล่าวแหล่งที่มาหรือเจ้าของผลงานคือใคร

- ก. สสส.
- ข. มูลนิธิเศรษฐกิจ
- ค. TweetDeck
- ง. ไม่มีแหล่งที่มาหรือเจ้าของผลงานที่ชัดเจน

ด้านการวิเคราะห์ ความสามารถของนักศึกษาในการวิเคราะห์สื่อ จำนวน 8 ข้อ

9. บทความจากเพจ Facebook ธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง “ภาวะเงินเฟ้อของประเทศไทย พ.ศ. 2550” หากจะนำมาใช้ทำรายงานหัวข้อใดเหมาะสมที่สุด

- ก. เศรษฐกิจไทยยุคโควิด
- ข. ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย
- ค. สถานะการเงินไทยในอดีต
- ง. ข้อควรระวังเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

10. บทความที่เผยแพร่ผ่านทางบัญชีผู้ใช้ Twitter สมาคมดาราศาสตร์ไทย ซึ่งเป็น Official Account เกี่ยวกับ **ปรากฏการณ์สุริยุปราคา** ที่มีรายการอ้างอิงเอกสารของสถาบันวิจัยดาราศาสตร์แห่งชาติสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการเขียนในรายงานได้หรือไม่
- ก. นำไปใช้ได้ เนื่องจากบัญชีผู้ใช้ Twitter สมาคมดาราศาสตร์ไทย เป็น Official Account
- ข. นำไปใช้ได้ เนื่องจากสถาบันวิจัยดาราศาสตร์เป็นหน่วยงานที่เผยแพร่ข้อมูลด้านเทคโนโลยีดาราศาสตร์โดยตรง
- ค. นำไปใช้ไม่ได้ เนื่องจากเป็นแค่การอ้างอิงเท่านั้น จึงไม่ได้มีความน่าเชื่อถือ
- ง. ข้อ ก. และ ข. ถูกต้อง

11. จากเนื้อหาข่าว **รัฐบาลแจกเงินเยียวยานักเรียน-นักศึกษา 5,000 บาท โดยให้กรอกข้อมูลส่วนตัวผ่าน Google Form โดยให้กรอกเลขบัตรประจำตัวประชาชน เบอร์โทรศัพท์ ติดต่อก และข้อมูลส่วนตัวอื่น ๆ เพื่อยืนยันตัวตน โดยโอนผ่านเลขบัญชีทันที** ที่มา: Facebook ส่วนตัวของบุคคลหนึ่ง ยอดคนติดตาม 700 บัญชี สามารถเชื่อถือได้หรือไม่ อย่างไร
- ก. เชื่อถือได้ เนื่องจากเนื้อหามีการกล่าวถึงรัฐบาล และมีแหล่งที่มา
- ข. เชื่อถือได้ เนื่องจากเนื้อหาดูน่าเชื่อถือ และแหล่งที่มาียอดคนติดตามพอสมควร
- ค. เชื่อถือไม่ได้ เนื่องจากเนื้อหาเป็นการให้กรอกข้อมูลส่วนตัว และไม่มีแหล่งที่มาชัดเจน
- ง. เชื่อถือไม่ได้ เนื่องจากยอดติดตามน้อยเกินไป

peathailand

PEA

PEA บรรเทาความเดือดร้อน
ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19

ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย (1.1/1.1.2 และ 1.2)
 และประเภทกิจการขนาดเล็ก (2) ที่มีค่าไฟฟ้าค้างชำระ
 สามารถชำระค่าไฟฟ้าเป็นบางเดือนได้*

แอปพลิเคชัน
 ได้ที่ >>> PEA SMART PLUS <<<<
 เคาน์เตอร์เซอร์วิส <<<< 7-Eleven <<<<

ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป
 *ขอชำระค่าไฟฟ้าเงินคงค้างก่อน
 *เงื่อนไขอื่น ๆ ในการชำระไฟฟ้าของ PEA กำหนด

สอบถามเพิ่มเติม
1129 PEA

ส่วนองค์กร อีเมล: service@pea.co.th www.pea.co.th [ฟ](https://www.facebook.com/peathailand) [ยู](https://www.youtube.com/channel/UCP4h9nN1d1d1d1d1d1d1d1d1) [อิน](https://www.instagram.com/peathailand) PEA Channel Thailand

ถูกใจ 50 คน

peathailand PEA บรรเทาความเดือดร้อนผู้ใช้ไฟฟ้า

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (PEA) ช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อน
 ให้กับผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย (1.1/ 1.1.2 และ 1.2)
 และประเภทกิจการขนาดเล็ก (2) ที่ได้รับผลกระทบจาก
 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่
 มีค่าไฟฟ้าค้างชำระมากกว่า 1 เดือน สามารถชำระค่าไฟฟ้าเป็น
 บางเดือนได้ ผ่านแอปพลิเคชัน PEA Smart Plus หรือ Counter
 Service ในร้าน 7-Eleven ได้ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป

12. จากการวิเคราะห์เนื้อหาในภาพดังกล่าว มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ อย่างไร
- ก. เชื่อถือได้ เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่มีภาพประกอบสวยงาม
- ข. เชื่อถือได้ เนื่องจากเนื้อหามาจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และมีรายละเอียดชัดเจน
- ค. เชื่อถือไม่ได้ เนื่องจากเนื้อหาดูเกินจริง
- ง. เชื่อถือไม่ได้ เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวลงในแอปพลิเคชัน Instragram จึงดูไม่มีความน่าเชื่อถือ



13. จากภาพ ข้อใดคือคือแหล่งข่าวต้นฉบับ
- ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด (ศบค.)
 - MOREMOVE
 - ประชาชาติธุรกิจ
 - คณะกรรมการขับเคลื่อนการจัดหาวัคซีนโควิด-19
14. แฮชแท็ก (#) ที่มีการขึ้นเทรนด์ในหน้าแรกของ Twitter แสดงว่าเป็นสิ่งที่อยู่ในกระแสขณะนั้นจริงหรือไม่
- จริง เนื่องจากการขึ้นเทรนด์ในหน้าแรกแสดงให้เห็นว่าขณะนี้ไม่มีเรื่องอะไรที่กำลังได้รับความนิยมบน Twitter
 - จริง เนื่องจากมียอดคนทวีต และกดไลค์สูง
 - ไม่จริง เนื่องจากการขึ้นเทรนด์ในหน้าแรกของ Twitter มาจากการซื้อโฆษณา
 - ข้อ ก. และข้อ ข. ถูกต้อง

15. เอกสารที่เผยแพร่จากเว็บไซต์ หรือเพจ Facebook ที่สถาบันการศึกษาจัดทำขึ้นเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้หรือไม่ อย่างไร

- ก. เชื่อถือได้ เพราะเป็นหน่วยงานที่ออกโดยสถาบันการศึกษา และสามารถตรวจสอบได้อย่างชัดเจน
- ข. เชื่อถือได้ เพราะเป็นเอกสารที่ออกจกหน่วยงานใหญ่ มีบุคลากรที่เกี่ยวข้องหลายคน
- ค. เชื่อถือได้ เพราะผู้เผยแพร่เป็นครู อาจารย์
- ง. เชื่อถือไม่ได้ เพราะไม่ใช่หน่วยงานจากทางราชการ

16. กรณีมีกระแสข่าว ชุดตรวจเอชไอวีด้วยตนเอง เตรียมจำหน่ายที่ร้านขายยาทั่วประเทศ **สิ้นเดือนส.ค.** ที่บัญชีผู้ใช้ Twitter รู้ข่าว ก้าวทันโรค ซึ่งแชร์มาจากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ท่านคิดว่าข่าวดังกล่าวจริงหรือไม่

- ก. ไม่จริง เนื่องจากหัวข้อข่าวดูเกินจริง
- ข. ไม่จริง เนื่องจากชุดตรวจเอชไอวียังไม่สามารถตรวจได้ด้วยตัวเอง ต้องไปตรวจที่โรงพยาบาลเท่านั้น
- ค. จริง เนื่องจากมีการแชร์ข้อมูลดังกล่าวเป็นจำนวนมาก
- ง. จริง เนื่องจากแหล่งข้อมูลมาจากกรมควบคุมโรค ซึ่งสามารถเชื่อถือได้

ด้านการประเมิน ความสามารถของนักศึกษาที่จะสามารถประเมินได้ว่าเนื้อหาของสื่อ เป็นอย่างไร จำนวน 6 ข้อ



17. จากภาพดังกล่าวเป็นเนื้อหาประเภทใด

- ก. โพสต์แสดงความคิดเห็น
- ข. โพสต์แนะนำสิ่งที่น่าสนใจ แล้วนำมาเผยแพร่หรือบอกต่อ
- ค. รีวิวสินค้า
- ง. โฆษณาสินค้า

18. ท่านคิดว่าบุคคลสาธารณะ หรือศิลปิน ดาราที่มีชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หรือไม่ อย่างไร

- ก. มี เนื่องจากพบเห็นบ่อยครั้งในสื่อสังคมออนไลน์
- ข. มี เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลด้านความคิดและทัศนคติ รวมถึงการกระทำต่าง ๆ จนทำให้คนกลุ่มหนึ่งคล้อยตามได้
- ค. ไม่มี เนื่องจากไม่มีความเกี่ยวข้องกันทางสายเลือด
- ง. ไม่มี เนื่องจากเป็นบุคคลที่พบเจอในสื่อสังคมออนไลน์ แต่ไม่ได้มีอิทธิพลถึงขนาดชักจูงหรือให้คล้อยตามได้

19. บุคคลในข้อใดมีอิทธิพลต่อการใช้สังคมออนไลน์มากที่สุด
- ก. ปราณนท์ เพื่อนในห้องโพสต์ข้อความเกี่ยวกับอาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนักทาง Facebook
- ข. เขียวจ๋า นักร้องนักแสดงชื่อดังระดับประเทศ เผยแพร่ภาพผ่านทาง IG เชิญชวนให้นักศึกษาหันมาออกกำลังกาย
- ค. จูน แชรซ์ข่าว เรื่องการเรียนออนไลน์ให้ลูกผ่านทาง Line
- ง. จินยอง ยูทูบเบอร์ ลงคลิปรีวิวอาหารเกาหลีผ่านทาง YouTube ซึ่งมีคนเข้าไปรับชมเป็นจำนวนมาก

ข่าวที่ 1 เกาหลีเหนือยิงขีปนาวุธ 2 ลูกไปตกในทะเลญี่ปุ่น ทำคาบสมุทรตึงเครียดอีกครั้ง

คณะเสนาธิการทหารร่วมของเกาหลีใต้เผยว่า ขีปนาวุธสองลูกถูกปล่อยจากพื้นที่ตอนกลางของเกาหลีเหนือ และบินมุ่งหน้าไปทางตะวันออกเฉียงใต้ของทะเลญี่ปุ่น หรือที่รู้จักกันในชื่อทะเลตะวันออก โดยถือเป็นการทดสอบอาวุธนำวิถีครั้งที่ 2 ในรอบไม่กี่วัน หลังจากเพิ่งทดสอบจรวดร่อนพิสัยไกลรุ่นใหม่ที่เมื่อสุดสัปดาห์ที่ผ่านมา ทั้งนี้การทดสอบขีปนาวุธของเกาหลีเหนือถือเป็นการฝ่าฝืนมติของสหประชาชาติที่ต้องการจำกัดกิจกรรมนิวเคลียร์ของเกาหลีเหนือ ขณะที่ขีปนาวุธดังกล่าวสามารถติดหัวรบนิวเคลียร์ที่มีอำนาจทำลายล้างสูง โดยผู้เชี่ยวชาญเชื่อว่าเกาหลีเหนือพยายามพัฒนาขีปนาวุธพิสัยไกลที่สามารถเดินทางได้หลายพันหรือหลายหมื่นกิโลเมตร หรือที่เรียกว่าขีปนาวุธข้ามทวีป (ICBM)

ที่มา: <https://facebook.com/thestandardth/posts/2851121638514043>

ข่าวที่ 2 สรุปลงเสวนา 'เกาหลียุคปัจจุบัน' มองการเมืองและสังคมผ่านสื่อบันเทิงเกาหลีใต้

วันที่ 27 เม.ย. ศูนย์เกาหลีศึกษา สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดเสวนาผ่านสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กไลฟ์ในหัวข้อ 'เกาหลีปัจจุบัน' โดยมีผู้เขียนหนังสือ 'Korea Today' เป็นผู้เสวนาในประเด็นต่าง ๆ โดยหัวข้อเสวนาในงานนี้ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมผ่านกระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีใต้ (Hallyu), วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของชาวเกาหลี และเพลงป๊อปเกาหลีใต้กับโลกาภิวัตน์ รศ.จักรกริช สังขมณี อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวเปิดประเด็นแรกในการเสวนา เรื่อง 'การเปลี่ยนแปลงทางสังคมผ่านกระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีใต้ หรือ 'ฮันรยู' โดย จักกริช กล่าว ว่า 'ฮันรยู' มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และเชื่อมโยงเข้ากับมิติที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสังคม วัฒนธรรม การเมือง หรือว่ามิติต่าง ๆ ของประเทศเกาหลีใต้

ที่มา: <https://facebook.com/Prachatai/posts/10158603412411699>

20. เนื้อหาข่าวในข้อใดต่อไปนี้เป็นข้อเท็จจริง

- ก. ข่าวที่ 1
- ข. ข่าวที่ 2
- ค. ข่าวที่ 1 และข่าวที่ 2
- ง. ผิดทุกข้อ

21. ข้อมูลจากแหล่งใดที่เผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศญี่ปุ่น ได้ถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด

- ก. ข้อมูลจากวีวาท่องเที่ยวต่าง ๆ จากคนใน Pantip
- ข. ข้อมูลจากการบอกเล่าของคนติดตามใน Twitter ซึ่งเป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศญี่ปุ่น
- ค. ข้อมูลจากเพจ Facebook สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น
- ง. ข้อมูลจากเพจ Facebook การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)



22. จากกรณีอดีตพระมหาไพรวลัย และพระมหาสมปองไลฟ์สดใน Facebook ซึ่งมีผู้เข้าชมและคนเข้าไปแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีเพจแบรนด์ต่าง ๆ เข้าไปแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก ท่านคิดว่าแบรนด์ต่าง ๆ เหล่านี้มีภัยใดแอบแฝงหรือไม่

- ก. ไม่มี เนื่องจากเป็นการไลฟ์สดทั่วไป ทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้
- ข. ไม่มี เนื่องจากเป็นแค่การไลฟ์สดธรรมดาๆ แปรนต์ต่าง ๆ อาจมีการเข้ามาเพื่อแสดงความคิดเห็นร่วมกับคนที่เข้ามาชมเท่านั้น
- ค. มี เนื่องจากเพจดังกล่าวมียอดผู้เข้าชมสูง การแสดงความคิดเห็นจะทำให้แบรนต์เหล่านั้นเป็นที่รู้จักมากขึ้น
- ง. มี เนื่องจากการแสดงความคิดเห็นของแบรนต์ต่าง ๆ ทำให้ขายสินค้าได้มากขึ้น

ด้านการสร้างสรรค์ ความสามารถของนักศึกษาในการสร้างสรรค์ผลงาน จำนวน 6 ข้อ

23. หากท่านต้องการภาพจาก Pinterest (แหล่งรวมภาพที่แบ่งปันกันจากทั่วโลก) มาใช้ประกอบในรายงาน สามารถทำได้หรือไม่ อย่างไร

- ก. สามารถทำได้ แต่เนื่องจากภาพมีลิขสิทธิ์ จึงต้องขอสติธิ์ในการใช้รูปภาพจากเจ้าของผลงานก่อน
- ข. สามารถทำได้ เพราะเป็นการเผยแพร่ต่อสาธารณะ จึงนำมาใช้ได้เลย
- ค. ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากเว็บไซต์มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้เสมอ
- ง. ไม่สามารถทำได้ เนื่องจาก Pinterest เป็นเว็บไซต์ที่นำภาพของผู้อื่นมา Re-upload อีกที

24. บุคคลใดเป็นผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสร้างสรรค์ที่สุด

- ก. ดาหวัน ชอบโพสต์ความรู้สึกลงใน IG ส่วนตัว โดยไม่คำนึงถึงผู้อื่น
- ข. ปอย ชอบแสดงความคิดเห็นใน Twitter ถึงรสนิยมการฟังเพลงของเพื่อนสนิทเป็นประจำ
- ค. ปิ๊ก ไม่เห็นด้วยกับการแบ่งงานของเพื่อน จึงแสดงความคิดเห็นใน Facebook อย่างระมัดระวัง และไม่ใช้คำพูดที่แสดงถึงความขัดแย้ง
- ง. ผักบุ้ง ตำหนินักศึกษาที่ไม่ส่งงานลงในไลน์กลุ่ม

25. หากอาจารย์มอบหมายให้คุณนำเสนอผลงานลงในกลุ่ม Facebook เรื่องอิทธิพลของศิลปินเอเชีย วิธีในข้อใดเหมาะสมที่สุด

- ก. เต่า นำเสนอผ่านรูปภาพโดยการใส่ข้อความลงไปทั้งหมดเพื่อให้คนดูเข้าใจ
- ข. อาจู่ ทำเป็นภาพโปสเตอร์โดยใส่ข้อความสรุปเนื้อหา และใช้รูปภาพมาประกอบด้วย
- ค. สมอู้ด นำเสนอโดยการตัดต่อ VDO โดยการใช้โทนสีและเสียงเอฟเฟกต์ที่หลากหลาย
- ง. กุ้ง นำเสนอโดยการทำคลิปสั้นๆ พร้อมใส่รูปประกอบจำนวนมาก

26. ท่านผลิตคอนเทนต์เกี่ยวกับการทารุณกรรมสัตว์ หรือการตายของสัตว์ เพื่อประกอบการเขียนลงในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งในคลิปดังกล่าวนั้นอาจมีบางอย่างกระทบจิตใจคนที่ได้รับชม ท่านจะมีวิธีการอย่างไรเพื่อให้ผู้ที่ไม่ต้องการรับชมเห็นคอนเทนต์ดังกล่าว

- ก. ตัดต่อคลิปวิดีโอให้มีโทนสีขาว-ดำ ตลอดทั้งคลิป
- ข. ลงคอนเทนต์ในแอคเคาท์ส่วนตัวเท่านั้น
- ค. ใส่ข้อความและลูกเล่นเยาะๆ เพื่อเบนความสนใจ
- ง. ใส่ Trigger Warnings (คำเตือนเนื้อหา) ในโพสต์และในหน้าแรกก่อนเข้าคลิปวิดีโอ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลี่ยงที่จะดูคอนเทนต์เหล่านั้นได้

27. หากท่านต้องการตัดต่อรูปภาพเพื่อนำไปลงแอคเคาท์ส่วนตัวใน IG ข้อใดไม่เหมาะสมที่สุด

- ก. นำภาพจากบัญชีทางการมาใช้โดยไม่มีคำอธิบายแหล่งที่มา
- ข. นำรูปภาพจากเว็บไซต์แจกภาพฟรีมาใช้
- ค. ใช้ภาพหัวคนมาตัดแปะใส่ร่างกายของคนอื่น โดยไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของ
- ง. ชื้อภาพจากเว็บ Stock Photo มาใช้

28. หากท่านต้องการตัดต่อสื่อการสอนเกี่ยวกับเด็กลงใน YouTube โทนมืดที่ไม่ควรนำมาใช้ประกอบมากที่สุด

- ก. โทนมืดที่มีสีสันสดใส
- ข. โทนมืดอ่อน
- ค. โทนมืดขาว-ดำ
- ง. โทนมืดพาสเทล

เฉลยแบบทดสอบ

ข้อที่	คำตอบ	ข้อที่	คำตอบ
1	ง	15	ก
2	ก	16	ง
3	ข	17	ง
4	ค	18	ข
5	ก	19	ข
6	ข	20	ก
7	ค	21	ค
8	ข	22	ค
9	ข	23	ก
10	ง	24	ค
11	ค	25	ข
12	ข	26	ง
13	ค	27	ค
14	ก	28	ค



ภาคผนวก ค
ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อที่	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนนรวม	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)	การพิจารณา
	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3			
1	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
2	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
5	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
6	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
7	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
8	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
9	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
10	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
11	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
12	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
13	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
14	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
15	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
16	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
17	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
18	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
19	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
20	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
21	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
22	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
23	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
24	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
25	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
26	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

ข้อที่	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนนรวม	ค่าดัชนี ความ สอดคล้อง (IOC)	การ พิจารณา
	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3			
27	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
28	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้





ภาคผนวก ง
จดหมายเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

ที่ อว 8718/2027



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

22 กรกฎาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

เนื่องด้วย นางสาวศิริกาญจน์ จันทร์วิชนิ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปฏิญานิพนธ์ เรื่อง “ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” โดย อาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ และอาจารย์ ดร.ศุภรชศรา แสนวา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปฏิญานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ปิติธนบดี เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบทดสอบ ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศิริกาญจน์ จันทร์วิชนิ และขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ อว 8718/2027



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

22 กรกฎาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ
เรียน คณบดีคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เนื่องด้วย นางสาวศิริกาญจน์ จันทร์วิชโน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” โดย อาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ และอาจารย์ ดร.ศุภรชชตรา แสนวา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ ดร.ภาณุฤทธิ์ สารสมบัติ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบทดสอบ ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศิริกาญจน์ จันทร์วิชโน และขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน งานบริหารและธุรการ บัณฑิตวิทยาลัย โทร. 15644
 ที่ อว 8718.1/2039 วันที่ 22 กันยายน 2564
 เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ
 เรียน คณบดีคณะมนุษยศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวศิริกาญจน์ จันทร์วิชโน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปฏิญานินพนธ์ เรื่อง “ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” โดย อาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ และอาจารย์ ดร.ศุภรชตรา แสนวา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปฏิญานินพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพิมล ประพินพงศกร เป็น ผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบทดสอบ ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะ ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 087 347 7548

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศิริกาญจน์ จันทร์วิชโน และขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้

ศศิพิมล อ.

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
 รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ภาคผนวก จ
หนังสือรับรองจริยธรรม



หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย SWUEC-G-322/2564E

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจาก คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและ ข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อโครงการวิจัยเรื่อง: ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับ
ของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้วิจัยหลัก: นางสาว ศิริกาญจน์ จันทร์วิฑูโน

สังกัด: คณะมนุษยศาสตร์

เอกสารที่รับรอง:

1. แบบเสนอโครงการวิจัย
2. โครงการวิจัย
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย
4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

เอกสารที่พิจารณาทบทวน

1. แบบเสนอโครงการวิจัย	ฉบับที่ 2	วัน/เดือน/ปี 30 สิงหาคม 2564
2. โครงร่างการวิจัย	ฉบับที่ 2	วัน/เดือน/ปี 30 สิงหาคม 2564
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย	ฉบับที่ 2	วัน/เดือน/ปี 30 สิงหาคม 2564
4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย	ฉบับที่ 2	วัน/เดือน/ปี 30 สิงหาคม 2564

(ลงชื่อ).....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัศนแพทย์หญิงณปภา เอี่ยมจิตรกุล)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

(ลงชื่อ).....

(แพทย์หญิงสุรพร ภัทรสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/E/G-322/2564

วันที่ให้การรับรอง : 30/08/2564

วันหมดอายุใบรับรอง : 30/08/2565

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ศิริกาญจน์ จันทร์วิชโน
วัน เดือน ปี เกิด	10 มิถุนายน 2535
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2557 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) บัณฑิตศึกษาศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ จาก มหาวิทยาลัยทักษิณ พ.ศ. 2564 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สารสนเทศศึกษา จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	124 หมู่ 5 ตำบลทุ่งหวัง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

