



รายงานการวิจัย

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้เยาวชน



ชัชพงศ์ นามรักษ์ และคณะ

รายงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคเรียนที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2563



รายงานการวิจัย

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้เยาวชน

คณะผู้วิจัย

นายชัชพงศ์ นามรักษ์	รหัสสถิติ	61101010310
นางสาวฉัฐิวันต์ อุทยานานนท์	รหัสสถิติ	61101010312
นางสาวณัฐธิดา กล้าพิมาย	รหัสสถิติ	61101010313
นายณัฐชนน ถิ่นะบรรจง	รหัสสถิติ	61101010314
นางสาวธันยธรณ์ ศรีแก้ว	รหัสสถิติ	61101010320
นางสาวนุชนารถ ฤทธิรอด	รหัสสถิติ	61101010323
นางสาวสุรีย์พร ชาติมนตรี	รหัสสถิติ	61101010338
นายคามิน นามวิชา	รหัสสถิติ	61101010725
นางสาวณัฐธิดา แสงนุ่ม	รหัสสถิติ	61101010727
นางสาวภควดี ควรรสนอง	รหัสสถิติ	61101010732

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศิพิมล ประพินพงศกร

รายงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคเรียนที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้เยาวชน 2.) เพื่อวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้เยาวชน โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นเยาวชนช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 108 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถาม และแบบทดสอบที่ให้กลุ่มผู้ใช้งานเยาวชนตอบด้วยตนเอง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธี การคิดคะแนนออกมาเป็นค่าร้อยละจากจำนวนประชากรที่ทำแบบสอบถามและแบบทดสอบ

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้งานเยาวชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้ กลุ่มผู้ใช้เยาวชนใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟนในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าใช้มากที่สุดคือ Instagram โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแสวงหาความบันเทิงผ่อนคลายในช่วงเวลา 20.01-24.00 มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 3-5 ชั่วโมง และจากผลการศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้เยาวชน พบว่า กลุ่มผู้ใช้เยาวชนมีความรู้เท่าทันสื่อเป็นอย่างดี จำนวนมากที่สุด ทั้งหมด 78 คน ระดับปานกลาง 26 คน และระดับพอใช้ 5 คน

คำสำคัญ สื่อสังคมออนไลน์, ผู้ใช้เยาวชน, การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากบุคคลหลายฝ่าย ทางกลุ่มผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ.ศศิพิมล ประพินพงศกร อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ ติดตามความก้าวหน้า และคอยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัย ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ทำให้วิจัยมีความถูกต้องครบถ้วนและสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ร่วมทำแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดีทำให้วิจัยครั้งนี้ออกมาสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังขอขอบพระคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้คุณงามความดีที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัยครั้งนี้ กลุ่มผู้วิจัยขอมอบแต่บิดา มารดา และญาติพี่น้องในครอบครัวอันเป็นที่รักยิ่ง คณาจารย์ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่คอยสนับสนุน ช่วยเหลือจนประสบความสำเร็จ ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

คณะผู้จัดทำวิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1-2
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ความสำคัญของงานวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา	2-3
1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	3
1.4.3 ขอบเขตด้านตัวแปร	3
1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา	3
1.5 กรอบแนวคิดเชิงความสัมพันธ์ของตัวแปร	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ความเป็นมา ความหมาย แนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	6
2.2.1 ความเป็นมาของการรู้เท่าทันสื่อ	6-7
2.2.2 ความหมายและแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ	8-9
2.2.3 ความหมาย แนวคิด และประเภทของสื่อสังคมออนไลน์	9-12
2.2 องค์ประกอบของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	12

2.3 แนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	13-16
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน	16
2.3.1 ความหมายของเยาวชน	16
2.3.2 ความหมายของพฤติกรรม	16-18
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18-21
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	22
3.1 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย	22
3.2 ประเภทของข้อมูล	22
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	23-24
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	25
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
4.2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	26-27
4.3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้ทันสื่อสังคมออนไลน์	28-31
4.4 ผลของการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	32
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	33
5.1 สรุปผล	33-34
5.2 อภิปรายผล	34-35
5.3 ข้อเสนอแนะ	36
บรรณานุกรม	37-42
ภาคผนวก	43-58

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
4.2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	26-27
4.3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	
4.3.1 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	28
4.3.2 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระดับกำลังศึกษาปริญญาตรี/ ระดับปริญญาตรี	29-31
4.3.3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	31
4.5 ผลของการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยแบ่งตามระดับการศึกษา	32

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาคผนวก ก	
1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	46-47
3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	48-54
ภาคผนวก ข	58



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมของมนุษย์มีความต้องการในการติดต่อสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน โดยในสมัยก่อนนั้นการติดต่อสื่อสารยังมีความยากลำบาก เนื่องจาก ขาดเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารระยะไกล ซึ่งจะต้องใช้เวลาในการส่งต่อข่าวสารเป็นเวลานาน อาจทำให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับเกิดความคลาดเคลื่อน ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาเครื่องมือในรูปแบบคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เข้ามาเป็นสื่อที่ช่วยในการติดต่อสื่อสารที่ง่ายขึ้น จากรูปแบบเดิมที่ใช้จดหมายหรือโทรเลข ในการติดต่อสื่อสาร เปลี่ยนมาเป็นรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) เว็บบอร์ด (Web board) และโปรแกรมพูดคุย (Chat program) เป็นต้น

สื่อสังคมออนไลน์ คือ เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในรูปแบบเว็บไซต์ โปรแกรมประยุกต์หรือซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน ที่มีการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต ก่อให้เกิดการสร้างสรรคองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่หลากหลาย ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารให้มีความรวดเร็ว โดยสื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ เช่น 1.) บล็อก (Blog) เป็นประเภทการสื่อสารในรูปแบบการถ่ายทอดความคิดเห็นของผู้เขียนสู่ผู้อ่านผ่านบล็อก โดยผู้อ่านสามารถสื่อสารกับผู้เขียนได้จากการแสดงความคิดเห็น (Comment) 2.) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นรูปแบบบล็อกที่มีการจำกัดการพิมพ์หรือโพสต์ในแต่ละครั้งได้ไม่เกิน 280 ตัวอักษร ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจาก เป็นช่องทางที่สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว 3.) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) เป็นรูปแบบเว็บไซต์ที่มีผู้คนติดต่อสื่อสารผ่านทางออนไลน์ โดยมีการแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชีผู้ใช้งาน และการส่งข้อความผ่านแพลตฟอร์ม เช่น Facebook , Line , We chat , What app 4.) Media Sharing เป็นรูปแบบการอัปโหลดข้อมูลสู่เว็บไซต์ อาจเป็น วิดีโอ รูปภาพหรือสไลด์ เช่น Youtube เป็นต้น

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ คือ ทักษะการเข้าถึงสื่ออย่างมีความรอบคอบ ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวสารที่ไม่มีความถูกต้อง ซึ่งข้อมูลที่ปรากฏอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีความแตกต่างจากข้อมูลทั่วไป ที่จัดอยู่ในรูปแบบหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เนื่องจาก สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีการเผยแพร่กันอย่าง

รวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ส่งสาร และผู้รับสารขาดการคัดกรองข้อมูลที่ได้รับ โดยส่วนใหญ่แล้วข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์มักใช้ทัศนคติส่วนตัวในการนำเสนอข้อมูล จึงทำให้ข้อมูลการเกิดบิดเบือนจากข้อเท็จจริงไปบ้าง

ในชีวิตประจำวันการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการต่างๆ ตลอดจนความเชื่อ ค่านิยม อีกทั้งด้านการเมืองในปัจจุบันที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างของแต่ละฝ่าย จึงส่งผลให้ข้อมูลของแต่ละฝ่ายมีความแตกต่างกันจนนำไปสู่ความขัดแย้ง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่เราจะต้องมีสติปัญญาในการเลือกรับข้อมูลข่าวสาร ไตร่ตรอง วิเคราะห์ และใช้ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านั้นให้เกิดประโยชน์ ผู้ที่รู้เท่าทันสื่อ จะมีทางเลือกมากขึ้นในการบริโภคสื่อ เนื่องจาก เมื่อมีความรู้เท่าทันก็จะทำให้เราทราบว่า จะจัดการกับสื่อ และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แต่ละรูปแบบได้อย่างไร การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นการเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ตนเอง ในการควบคุมความเชื่อส่วนตัวของเราได้ เช่น ไม่เชื่อตามโฆษณา ที่ให้ข้อมูลเกินความเป็นจริง แต่ให้ดูคุณภาพ และประโยชน์ที่จำเป็นต้องใช้จากสินค้านั้น ๆ เป็นต้น การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ยังนำไปสู่การตระหนักถึงผลที่ตามมา และใช้วิจารณญาณในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง ทำให้เราสามารถสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์ จึงสามารถควบคุมการใช้สื่อได้มากกว่า

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้เยาวชน
- 2.2 เพื่อวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้เยาวชน

1.3 ความสำคัญของงานวิจัย

ผลที่ได้รับจากการทำวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงความรู้ไม่เท่าทันสื่อในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้เยาวชน ซึ่งสามารถเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคมในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการในการใช้งานสื่ออย่างมีวิจารณญาณและถูกวิธีไม่ตกเป็นเหยื่อจากสื่อสังคมออนไลน์ ตลอดจนเป็นประโยชน์แก่กลุ่มผู้วิจัยให้เป็นบุคคลผู้ที่มีทักษะ ความสามารถ และแสดงศักยภาพของตนเองในการทำงานได้อย่างเต็มที่

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้เยาวชน ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 108 คน ซึ่งใช้

วิธีการดำเนินการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยการศึกษาจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

ประเภทเครือข่ายสังคม (Social Networks) คือ เครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ตที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคลหรือ กลุ่มบุคคลเพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน เช่น Facebook, Instagram, Line

ประเภทบริการวิดีโอออนไลน์ (Online Video) คือ เครือข่ายสังคมที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น YouTube

ประเภทแหล่งข้อมูลความรู้ (Wikis) คือ เครือข่ายสังคมที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูล หรือความรู้ ซึ่งผู้เขียนส่วนใหญ่อาจเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่าง ๆ เช่น Wikipedia, Google

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจประชากร คือ เยาวชน ช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 108 คน

1.4.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ในการศึกษาค้นคว้าการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีขอบเขตด้านตัวแปร ดังนี้

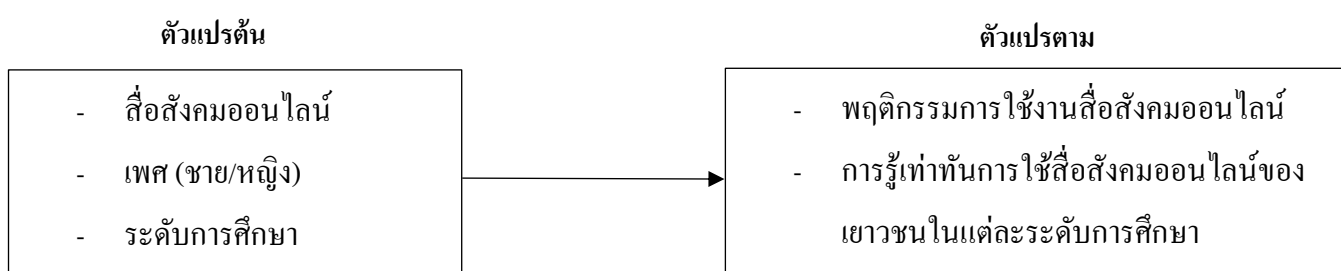
ตัวแปรต้น คือ สื่อสังคมออนไลน์, ระดับการศึกษา, เพศ

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทักษะการรู้เท่าทันการใช้สื่อสังคมออนไลน์

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ช่วงเดือนกันยายน - พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

1.5 กรอบแนวคิดเชิงความสัมพันธ์ของตัวแปร



1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้ทุกระดับ

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ผ่านการวิเคราะห์ ไตร่ตรอง ตรวจสอบ ก่อนจะหลงเชื่อ

เยาวชน หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในการทำวิจัย ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 18 ปีบริบูรณ์ถึง 25 ปีบริบูรณ์ (พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ.2550)



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้เยาวชน ” ได้มีการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความเป็นมา ความหมาย แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

- 1.ความเป็นมา ความหมาย แนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.1 ความเป็นมาของการรู้เท่าทันสื่อ
 - 1.2 ความหมายและแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ
 - 1.3 ความหมาย แนวคิด และประเภทของสื่อสังคมออนไลน์
- 2.องค์ประกอบของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ
- 3.แนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
- 4.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน
 - 4.1 ความหมายของเยาวชน
 - 4.2 ความหมายของพฤติกรรม
- 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความเป็นมาและความหมายของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

1.1 ความเป็นมาของการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทัน (Literacy) เป็นแนวคิดที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองกับรูปแบบของเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคมและการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป (UNESCO, 2013) Hobbs and Moore (2013) จึงได้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการเกี่ยวกับการรู้เท่าทันตามความก้าวหน้าของสื่อในแต่ละยุคสมัย โดยแบ่งเป็นยุคต่าง ๆ ดังนี้

ยุคที่ 1 : Rhetoric เป็นยุคที่การรู้เท่าทันหมายถึงความสามารถด้านการพูดและการฟัง

ยุคที่ 2 : Print Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทันหมายถึงความสามารถด้านการอ่านและการเขียน

ยุคที่ 3 : Visual Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทันหมายถึงการรู้เท่าทันการออกแบบภาพ การตีความ และการสร้างสรรค์งานลักษณะต่าง ๆ

ยุคที่ 4 : Information Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทันหมายถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การสืบค้น ข้อมูลข่าวสาร การประเมินข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร

ยุคที่ 5 : Media Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทันหมายถึง การรู้เท่าทันสื่อ ความสามารถในการ วิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อ และความสามารถในการสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

ยุคที่ 6 : Critical Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทันหมายถึงความสามารถในการเข้าใจในอำนาจของ เนื้อหาสาร และข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

ยุคที่ 7 : Computer Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทันหมายถึงความสามารถในการเข้าใจ และใช้ คอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุคที่ 8 : News Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทันหมายถึงความสามารถในการเข้าใจ และประเมิน ข่าวสาร และเหตุการณ์ต่าง ๆ

ยุคที่ 9 : Digital Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทันหมายถึงความสามารถ และความรับผิดชอบในการใช้อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ

เป็นแนวคิดที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 ที่เริ่มนำมาใช้ในปี ค.ศ. 1992 โดยสมาชิกของ Aspen Media Literacy Leadership Institute ซึ่งมองผู้รับสื่อเป็นผู้ที่มีพลังอำนาจและมีความกระตือรือร้น (Empower as Active) ไม่ตัดสินสื่อว่าเป็นภัยอันตรายแต่เป็นผู้ที่มีจุดยืนทางสังคม เข้าใจตนเอง เข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ

จะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าใจ ประเมินและสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อโดยไม่ถูกรอบงำจากสื่อได้ (บุปผา เมฆศรีทองคำ, 2554; อุษา บิกกินส์, 2555; เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540) และคำว่า การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) นักวิชาการหลายคนได้ให้คำนิยามไว้หลากหลายความหมาย เนื่องด้วยเป็นคำที่สื่อความหมายโดยกว้างและมีช่วงเวลาพัฒนาการที่แตกต่างกันตามยุคสมัย แต่ Renee Hobbs สามารถขยายคำนิยามไว้ดังนี้ (Renee Hobbs, 2013 อ้างถึงใน สุภาณี แก้วมณี, 2547)

1) ความสามารถในการเข้าถึงสาร (Ability to Access Message) หมายถึงความสามารถในการถอดรหัสสัญลักษณ์ และสะสมคำศัพท์ที่หลากหลาย รวมถึงทักษะเกี่ยวกับการแสวงหา จัดการ และการเรียกใช้ข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งทักษะนี้มักถูกเรียกว่า การรู้เท่าทันข่าวสาร (Information Literacy)

2) ความสามารถในการวิเคราะห์สาร (Ability to Analyze Message) หมายถึงทักษะ การเข้าใจแบบตีความ การจัดประเภท และแนวคิดของงาน ความสามารถในการลงความเห็นเกี่ยวกับเหตุและผล การพิจารณากลยุทธ์และเทคนิคที่ใช้ในการสร้างงาน ความสามารถการบอกถึงวัตถุประสงค์และมุมมองของผู้เขียน ซึ่งการวิเคราะห์สารในระดับที่สูงขึ้นรวมถึงการจำแนกบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ และสุนทรียะ

3) ความสามารถในการประเมินสาร (Ability to Evaluate Message) หมายถึงความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความเกี่ยวข้อง (Relevance) และคุณค่า (Value) ของความหมายที่มีต่อผู้อ่าน รวมทั้งการใช้ความรู้ที่มียู่ในการตีความงาน และทำนายผลลัพธ์ที่จะตามมาหรือบทสรุปในเชิงตรรกะ โดยทักษะในการประเมินนี้ต้องอาศัยความรู้ ทักษะคิด การมองโลก และค่านิยมของผู้รับสาร

4) ความสามารถในการใช้สารสื่อความหมาย (Ability to Communicate Message) หมายถึงทักษะในการสื่อสาร ซึ่งโดยทั่วไปได้แก่ ความสามารถเข้าใจผู้ที่เรากำลังสื่อสารด้วยความสามารถในการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนทักษะในการจับความสนใจผู้รับสารและทักษะในการผลิตสื่อ

สรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) มีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย และเป็นแนวทางป้องกันไม่ให้ผู้รับสื่อตกเป็นเหยื่อของสื่อ ซึ่งเนื้อหาสื่อที่น่าเสนอส่วนถูกประกอบสร้างขึ้น ด้วยเทคนิคการสร้างสื่อต่าง ๆ รวมไปถึงต้องผ่านการวิเคราะห์ (Analyze) และการตัดสินใจอย่างพินิจพิเคราะห์ (Critical judgment)

1.2 ความหมายและแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) นั้นได้มีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ซึ่งนักวิชาการส่วนมากได้พยายามให้ความหมายที่ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดของคำว่า การรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

การรู้เท่าทันสื่อ คือความสามารถในการวิเคราะห์ วิเคราะห์และประเมินค่าสื่อ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ นำเสนอสื่อในแบบฉบับของตนเอง และผลิตสื่อเพื่อสื่อสารได้หลายรูปแบบนอกจากนี้การรู้เท่าทันสื่อยังหมายรวมถึงกิจกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะการวิเคราะห์วิจารณ์และสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ (พรทิพย์ เย็นจะบก. 2552)

การรู้เท่าทันสื่อ คือการมีทักษะการรู้เท่าทันสื่ออย่างรู้ตัว ต้องมีความสามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ และสามารถตอบโต้กับสื่อได้อย่างมีสติและรู้ตัว ตลอดจนสามารถตั้งคำถามว่า สื่อถูกสร้างขึ้นอย่างไร (แพรวพรรณ อัครกะประสา. 2557)

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถของแต่ละบุคคลในการเข้าถึง เข้าใจ ตีความ ประเมินและสร้างเนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลายด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อโดยไม่ถูกรอบงำจากสื่อ และสามารถเสริมสร้างพลังอำนาจของตนเพื่อให้สามารถใช้สื่อเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของทั้งต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชนและสังคม (บุพผา เมฆศรีทองคำ. 2552)

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึงสถานะที่บุคคลเป็นผู้ที่มีความสามารถในการคิดพินิจพิจารณาในเรื่องกระบวนการสื่อสารมวลชน ที่ประกอบด้วยผู้ผลิตสื่อ สถาบันหรือองค์กรสื่อ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสื่อกับอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมืองในระบบสังคมที่มีผลต่อกระบวนการผลิตสื่อ เนื้อหา รูปแบบหรือเนื้อความสื่อ การถ่ายทอด เผยแพร่ ตลอดจนการสนับสนุนเนื้อหาหรือผลผลิตสื่อ (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. 2540)

นอกจากนี้ Potter (1998) ยังได้กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ เป็นมุมมองที่บุคคลเปิดรับสื่อและตีความหมายของเนื้อหาสื่อตามที่ได้เปิดรับ โดย Potter ได้แบ่งระดับการรู้เท่าทันสื่อ เป็น 8 ระดับ คือ

- 1) ขั้นรู้สิ่งพื้นฐาน (Acquiring fundamental) เป็นการเรียนรู้ความหมายของการแสดงสีหน้าและเสียง
- 2) ขั้นรู้ภาษา (Language acquisition) รู้จักจำแนกตัวละครหรือสิ่งที่นำเสนอในสื่อ ติดตามความเคลื่อนไหวของเนื้อหา
- 3) ขั้นรู้วิธีการเล่าเรื่อง (Narrative acquisition) เข้าใจวิธีเชื่อมโยงองค์ประกอบของเรื่อง

- 4) **ขั้นสงสัย (Developing skepticism)** รู้ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ ไม่เชื่อคำอวดอ้างสรรพคุณ
- 5) **ขั้นเข้มข้น (Intensive development)** มีเหตุจูงใจอย่างแรงกล้าในการแสวงหาข่าวสาร สะสมข่าวสารในบางหัวข้อ สามารถให้ข่าวสารให้เกิดประโยชน์
- 6) **ขั้นทดลอง (Experimental exploring)** มีการแสวงหาเนื้อหา ความแปลกใหม่และการตอบสนองทางสุนทรีย์ อารมณ์ จริยธรรมในรูปแบบใหม่
- 7) **ขั้นเล็งเห็นคุณค่า (Critical appreciation)** พัฒนาความสามารถในการพินิจวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และหาความแตกต่างในองค์ประกอบของเนื้อหาสารโดยทันที
- 8) **ขั้นรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility)** มองเห็นว่าเนื้อหาสารมีคุณค่าอย่างไรต่อผู้อื่น และสังคม พิจารณาการกระทำที่สร้างผลกระทบต่อสังคมได้ไม่ว่าจะเล็กน้อยเพียงใด

ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อ คือ ทักษะของผู้ใช้สื่อที่มีความตื่นตัวในการเปิดรับสื่อ โดยสามารถเข้าใจในสิ่งที่ถูกนำเสนอ ผ่านการวิเคราะห์ พิจารณา ตีความ ประเมินคุณค่าสารในสื่อได้ รวมถึงมีจุดยืนต่อตนเองและสังคมในการเปิดรับสื่อ และตระหนักถึงผลกระทบจากการกระทำดังกล่าว

1.3 ความหมาย แนวคิด และประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติคำว่า “ Social Media ” ไว้ว่า “ สื่อสังคม ” หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้คุณค่าทั่วไปมีส่วนร่วมสร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัทต่าง ๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน

Elizabeth, 2012; Jan 2011, อรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง, 2553 กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ หรือ Social Media หมายถึง สื่อดิจิทัลที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมที่มีผู้สื่อสารจัดทำขึ้น โดยที่ผู้เขียนจัดทำขึ้นเอง แล้วนำมาแบ่งปันเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร ประสบการณ์ และพูดคุยให้ผู้ใช้ในโลกออนไลน์ กับผู้ที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้ประโยชน์ร่วมกัน

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554 : 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บพื้นฐานในการบริการที่จะให้แต่ละบุคคลสามารถสร้างเครือข่ายอย่างเป็นระบบทั้งระดับเล็กหรือใหญ่ในสังคม มีการสร้างบัญชีรายชื่อผู้ติดต่อที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือสิ่งที่สนใจเหมือนกัน โดยผ่านการติดต่อกันเป็นเครือข่าย

พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์ (2554) กล่าวว่า สื่อสังคม คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือ ผู้รับสารด้วยกันเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์ และ ไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาโส (2556) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง สังคม หรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในรูปของกลุ่มคนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏขึ้น บนอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ ทำให้ผู้ค้นหาสามารถทำความรู้จักกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการเป็นเครือข่าย เช่น เว็บไซต์ Facebook YouTube Twitter เป็นต้น

ดิเทพ บุตรราช (2553) ได้ให้นิยามคำว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคม และมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อย ๆ โดยใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการสร้างเครือข่ายชุมชนเสมือนบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารและการทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ทางด้านการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง คนในสังคมปัจจุบันส่วนใหญ่มักจะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ รูปภาพ และวิดีโอที่ผู้ใช้จัดทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่อต่าง ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับเพื่อนและผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้ทราบผ่านทางเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2553) ได้ให้นิยามว่าสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อที่อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารสามารถแบ่งปันสารไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง สามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม เป็นการสนทนากันจนเกิดสภาพการณ์ขึ้น (Talk of the Town) เมื่อมีเรื่องที่น่าสนใจถูกหยิบมาเป็นประเด็นจนสามารถเผยแพร่ข่าวสารออกไปได้ง่าย ซึ่งอยู่ในรูปแบบของเนื้อหา รูปภาพ เสียง หรือวิดีโอ
2. เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงจากสื่อเดิมที่แพร่กระจายแบบทางเดียว (One to Many) มีรูปแบบการสนทนาที่สามารถมีผู้อื่นเข้าร่วมได้หลายๆ คน การสนทนาที่เกิดขึ้นจึงเป็นการรวมกลุ่ม พูดคุยในเรื่องที่

สนใจร่วมกัน โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของงานสนทนา แม้กระทั่งตัวผู้สร้างเนื้อหาเอง เนื่องจากผู้ที่ได้รับสารมีสิทธิ์เข้าร่วมในรูปแบบของการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม หรือการเข้าไปแก้ไขเนื้อหา นั้น ๆ

3. เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้สร้างเนื้อหา เมื่อใครผลิตเนื้อหาได้ ตรงใจคนหมู่มาก ก็จะเป็นผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ซึ่งสามารถโน้มน้าวให้ผู้ติดตามตัดสินใจซื้อ สินค้าหรือบริการได้ โดยง่าย

สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ 4 ประเภทดังนี้

1. บล็อก (Blog) การจัดระบบเนื้อหาในรูปแบบหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความที่เรียกว่า โพสต์ (Post) แล้วทำการเผยแพร่ เป็นการเรียงของเนื้อหา โดยจะเรียงจากเนื้อหาที่ใหม่สุดก่อนลดหลั่นลงมาตามลำดับเวลา เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความสามารถด้านต่าง ๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ด้วยการเขียนอย่างเสรีซึ่งจุดเด่นของบล็อกคือการสื่อสารถึงกันอย่างเป็นกันเอง ระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อกผ่านการแสดงความคิดเห็น (Comment)

2. ทวิตเตอร์ (Twitter) รูปแบบหนึ่งของบล็อกที่จำกัดตัวอักษรของการ โพสต์แต่ละครั้งไว้ที่ 140 ตัวอักษร โดยต้องการให้ผู้ใช้งานเขียนเรื่องราว (Tweet) ว่ากำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ ทวิตเตอร์ (Twitter) จึงถูกนำมาใช้ในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างการบอกต่อ สร้างแบรนด์ หรือเป็นเครื่องมือบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) และยังใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้อีกด้วย

3. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักมาก่อนหรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่งมีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกัน คือ โปรไฟล์ (Profiles) เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชี การเชื่อมต่อ (Connecting) เพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักทางออนไลน์ และการส่งข้อความ (Messaging) อาจเป็นข้อความส่วนตัวหรือข้อความสาธารณะ โดยมีเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน

4. การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) หมายถึง เว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้ สามารถนำรูปภาพหรือวิดีโอ มาแบ่งปันให้เพื่อนหรือเผยแพร่ต่อสาธารณะชน โดยสามารถถ่ายทอดความคิดเป็นรูปแบบวิดีโอหรือรูปภาพนำขึ้นเผยแพร่ เช่น YouTube Multiply และ Slideshare เป็นต้น ข้อมูลหรือวิดีโอที่เป็นที่ชื่นชอบ จะทำให้เกิดการบอกต่ออย่างแพร่หลาย

กล่าวโดยสรุป สื่อสังคมออนไลน์เป็นศูนย์รวมการสร้างสังคมในรูปแบบเสมือนจริง เป็นช่องทาง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งบล็อก (Blog) ทวิตเตอร์ (Twitter) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) ซึ่ง เนื้อหาที่มีทั้งด้านการใช้ชีวิต การศึกษา ธุรกิจ สังคม และความบันเทิง โดยแบ่งปันกันบอกเล่าเรื่องราว ข่าวสาร ประสบการณ์ผ่านการเผยแพร่รูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เป็นต้น

2.องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ

องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ คือ การระบุถึงสิ่งจำเป็นที่ผู้รับสื่อจะต้องมีไว้เพื่อสามารถรู้เท่าทัน สื่อได้ โดย อูฟเดอไฮ (Aufderheide, 1992: 1) กล่าวว่า องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ นั้นประกอบด้วย

- 1) การวิเคราะห์สื่ออย่างมีอิสระ
- 2) การมีความรู้และมีสำนึกในจริยธรรม
- 3) มีการเรียนรู้กฎหมายทางสังคม
- 4) มีความนับถือตนเอง

นอกจากนี้ริศา วิวัฒน์พานิชย์ (2558) สามารถกำหนดเป็นองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์ในการศึกษาได้ ประกอบด้วย

1. ความตระหนัก หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถรับรู้อย่างมีสติเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อ สังคมออนไลน์ของตนเองและผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์
2. เข้าใจ หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถเข้าใจธรรมชาติและสภาพของความเป็นสื่อสังคม ออนไลน์และเข้าใจว่าข้อมูลต่าง ๆ ถูกสร้างขึ้นและนำเสนอด้วยความเจตนาเสมอ
3. วิเคราะห์ หมายถึง การที่บุคคลสามารถแยกแยะองค์ประกอบของสื่อ ตีความนัยยะที่แฝงอยู่ใน สาร ทราบจุดประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของสารสื่อ นั้น
4. ประเมิน หมายถึง การที่บุคคลสามารถประเมินคุณค่าของสื่อสังคมออนไลน์ความน่าเชื่อถือ ของข้อมูล สามารถเชื่อมโยงเนื้อความในสื่อสังคมออนไลน์กับบริบทอื่น ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ค่านิยม ฯลฯ
5. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การที่บุคคลสามารถสร้างเนื้อหาหรือเผยแพร่เนื้อหาในสื่อ สังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

3. แนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) กำหนดระดับการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 4 ระดับประกอบด้วย

1) ระดับที่ 1 ความตระหนัก (Awareness) คือ ระดับแรกที่ผู้รับสื่อตระหนักว่าสื่อและเนื้อหาของสื่อ มีเพื่อตอบสนองต่อความชอบและความพอใจ

2) ระดับที่ 2 ความเข้าใจ (Comprehension) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อมีความรู้ความเข้าใจในสื่อ รู้จัก ลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ในระบบสังคม รู้ความหมายตรงตัวของสื่อ

3) ระดับที่ 3 วิเคราะห์และตีความ (Analyze and Interpret) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อสามารถวิเคราะห์การ คำนึงการของสถาบันองค์กรสื่อวิเคราะห์ตีความความหมายแฝงได้

4) ระดับที่ 4 การประเมินและการตัดสิน (Evaluate and Judgment) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อประเมินได้ว่า สถาบัน / องค์กรสื่อเกี่ยวข้องกับระบบอำนาจทุนนิยมบริ โภคนิยมตีความเนื้อหาสื่ออย่างเชื่อมโยงกับบริบท ทางสังคมวัฒนธรรมตั้งคำถามเกี่ยวกับการทำงานของสื่อตอบโต้ไปยังหน่วยงานที่ดูแลสื่อสนใจหรือมีส่วนร่วม ในกิจกรรมพัฒนาศักยภาพของผู้รับสื่อ

พรทิพย์ เย็นจะบก และน้ำทิพย์ วิภาวิน (2554) กล่าวว่า ผู้มีทักษะการรู้สื่อและสารสนเทศคือผู้ที่มีความสามารถในการรู้ว่าเขาต้องการสารสนเทศอะไรหรือประเภทใด สามารถที่จะหาหรือเข้าถึงสื่อ หรือ แหล่งของสารสนเทศนั้นได้ที่ไหนและอย่างไร อีกทั้งสามารถกำหนด ระบุ ประเมินผล จัดการ และใช้ทั้ง สื่อและสารสนเทศเพื่อการแก้ไขปัญหาหรือความต้องการต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญและมีผลต่อทักษะการรู้ทั้งสื่อและสารสนเทศคือ ทักษะในการสื่อสาร การคิด วิเคราะห์ และการแก้ปัญหา และรับรู้อย่างชัดเจนร่วมกันว่าทักษะการรู้สื่อและสารสนเทศเป็นพื้นฐานของ ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งถือว่าเป็นพื้นฐานสิทธิมนุษยชนของมนุษย์ โดยการเรียนรู้ตลอดชีวิตมีความสำคัญ เพราะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องนั้นมีความสำคัญต่อความอยู่รอดในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง ตามสูตร $L > C$ ซึ่ง L เป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นของการเรียนรู้ ส่วน C เป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งถ้า แต่ละคนไม่เรียนรู้ จะทำให้เสียโอกาสและเสียประโยชน์มากมายในการพัฒนาความก้าวหน้าในชีวิต ดัง ลักษณะหลักๆ ดังต่อไปนี้เช่น

1) รู้ว่าตนเองได้รับสื่อหรือสารสนเทศที่ถูกต้อง มีความสมบูรณ์หรือเพียงพอ หรือมีความสำคัญต่อการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ

2) รู้ว่าตนเองมีความต้องการสารสนเทศ และสื่อประเภทใด เพื่ออะไร

3) สามารถตั้งคำถามจากความต้องการจากสื่อ และสารสนเทศนั้น ๆ ได้

4) สามารถระบุแหล่งสื่อและสารสนเทศที่จะเป็นประโยชน์ หรือตรงกับความต้องการของตนเอง

ของงาน หรือของชุมชนตนเองได้

5) สามารถหรือมีทักษะในการค้นหาสื่อและสารสนเทศที่ตนต้องการ ตลอดจนสามารถพัฒนาต่อยอดทักษะและกลยุทธ์ต่าง ๆ การค้นหาและใช้ประโยชน์จากสื่อและสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6) สามารถหรือมีทักษะในการเข้าถึงแหล่งสื่อ และสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7) สามารถหรือมีทักษะในการประเมินสื่อและสารสนเทศที่ได้มา เช่น ความถูกต้อง ความชัดเจน ความเท่าทันสถานการณ์ และอื่น ๆ

8) สามารถหรือมีทักษะในการบริหารจัดการ การจัดเก็บ การจัดทำระบบสารสนเทศ และแม้แต่สื่อเอง เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือคุ้มค่า

9) สามารถหรือมีทักษะในการบูรณาการสารสนเทศใหม่เข้ากับฐานความรู้เดิมหรือองค์ความรู้เดิม

10) สามารถหรือมีทักษะในการใช้สารสนเทศที่ได้จากสื่อแหล่งต่าง ๆ เพื่อการคิดเชิงวิเคราะห์ วิจารณ์ การแก้ปัญหาและการใช้ประโยชน์ต่าง ๆ ได้

Nupairoj (2015) ได้ศึกษาเพื่อประเมินการรู้เท่าทันสื่อของ Gen Y ในประเทศไทยโดยนำเอากรอบการประเมินของ UNESCO มาใช้เป็นเครื่องมือวัดผลการศึกษาพบว่าในบริบทของประเทศไทยนั้น องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อควรมีการเพิ่มเติมจาก 3 องค์ประกอบของ UNESCO เป็น 4 องค์ประกอบได้แก่

1. ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ (Access)

2. เข้าใจ วิเคราะห์ ตีความและประเมินเนื้อหาของสื่อ (Evaluation)

3. การแสดงออกอย่างสร้างสรรค์และมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ (Creation)

4. การสะท้อนคิด (Reflection) หรือ การพินิจพิจารณาการกระทำของตนเองว่าอาจมีผลกระทบหรือผลลัพธ์ต่อผู้อื่นอย่างไร

ปกรณ ปรัจญฺยาน และอนุชา กอนพวง (2558) ได้พัฒนาแบบวัดทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา กล่าวว่าองค์ประกอบของทักษะการรู้เท่าทันสื่อมีทั้งสิ้น 5 องค์ประกอบ คือ

องค์ประกอบที่ 1 ทักษะการเข้าถึง (Access Skill) คือความสามารถของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการสร้างโอกาสให้ตนได้รับสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างเต็มที่ รวดเร็ว สามารถรับรู้เข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ได้ อย่างเต็มความสามารถ มีการแสวงหาข่าวสารได้จากสื่อหลายประเภทและไม่ถูกจำกัดอยู่กับสื่อ ประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป มีความสามารถในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ โดยอ่านเนื้อหาจากสื่ออื่น ๆ และทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ จดจำและเข้าใจความหมายของ คำศัพท์ สัญลักษณ์ และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสาร สามารถพัฒนากลยุทธ์เพื่อหาตำแหน่งที่มาของข้อมูลจาก แหล่งต่าง ๆ ที่หลากหลาย และสามารถ เลือกรองข้อมูลประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ที่ต้องการ

องค์ประกอบที่ 2 ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill) ความสามารถของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษา เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการบอกหรือ อธิบายเพื่อแยกแยะข้อเท็จจริง ข้อเสนอกินจริง ความคิดเห็น ข้อดี ข้อเสีย และการ โน้มน้าวใจ จากการนำเสนอของสื่อ รวมถึง สามารถทบทวนผลดี ผลเสีย และผลกระทบที่มีต่อตนเองและผู้อื่นจาก การเลือกรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ ต่าง ๆ และสามารถบอกหรืออธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลัก และ วัตถุประสงค์แฝงของสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ครอบคลุมครบถ้วน รวมถึงสามารถให้ เหตุผลสนับสนุนได้อย่างสมเหตุสมผล

องค์ประกอบที่ 3 ทักษะการประเมินสื่อ (Evaluate Skill) ความสามารถของ นักเรียนระดับ มัธยมศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการ ตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อ เลือกรับหรือปฏิเสธข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ที่บุคคลเปิดรับ และได้ผ่าน กระบวนการวิเคราะห์เพื่อ แยกแยะสารสนเทศที่สร้างสรรค์และมีประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นตาม จุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้ โดยสามารถ ตีความและแปลความหมายของข้อมูลข่าวสารที่สื่อต้องการนำเสนอ หรือแอบแฝงมาในลักษณะต่าง ๆ โดย สามารถตัดสินคุณค่า ความถูกต้องเหมาะสม และคุณภาพของ สารสนเทศที่ได้รับจากสื่อบนพื้นฐานของ ประสบการณ์เดิมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และหลักการ ประชาธิปไตย

องค์ประกอบที่ 4 ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill) ความสามารถของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษา เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการการออกแบบ เพื่อนำเสนอข้อมูล สารสนเทศ องค์ความรู้ และความคิดเห็นของตนผ่านสื่อที่ผ่านการเลือกอย่าง เหมาะสมและหลากหลาย รูปแบบได้อย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา และอยู่บนพื้นฐานของความ รับผิดชอบและจริยธรรมของตนเอง มี ความสามารถในการเป็นผู้ผลิตสื่อที่ผ่านการวางแผน เขียนบท และค้นคว้าข้อมูลเนื้อหาเพื่อนำมาประกอบ ตามเทคโนโลยีของสื่อหรือรูปแบบของสื่อแต่ละประเภทได้ อย่างเหมาะสม ทำให้ได้สื่อที่จะสามารถสื่อสาร ได้ตามวัตถุประสงค์ของตน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ของสื่อเพื่อแก้ไข และเผยแพร่สาร ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ รวมถึงการแสดงความเห็นและ เสนอแนะความคิดของตนอย่างสร้างสรรค์ในการ วิพากษ์วิจารณ์ต่อข้อมูลสารสนเทศ ค่านิยม ความเชื่อ ความคิดเห็น ข้อเท็จจริง การ โน้มน้าวใจ การ โฆษณาชวนเชื่อ และข้อเสนอกินจริงที่นำเสนอ หรือแฝงมากับสื่อที่ตนเองได้เปิดรับ

องค์ประกอบที่ 5 ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) ความสามารถของ นักเรียนระดับ มัธยมศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการเข้าไป มีส่วนร่วมในการ วิพากษ์ แสดงความคิดเห็น ทำงานร่วมกัน และใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้อื่นเพื่อนำไปสู่เผยแพร่ข้อมูล

ข่าวสารในลักษณะต่าง ๆ ที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในการวิพากษ์ และแสดงความคิดเห็นต่อสื่อต่าง ๆ อย่างเปิดเผยบนพื้นฐานของ ความรับผิดชอบและจริยธรรม รวมถึงการ เปิดโอกาสให้บุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวิพากษ์ แสดงความคิดเห็น ทำงานร่วมกัน และใช้ประโยชน์ จากสื่อของตนอย่างเหมาะสม

4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน

4.1 ความหมายของเยาวชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ (2550) ให้ความหมายของ “เยาวชน ” คือ บุคคลซึ่งมีอายุตั้งแต่สิบแปดปีบริบูรณ์ถึงยี่สิบห้าปีบริบูรณ์ (พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและ เยาวชนแห่งชาติ 2550)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ ให้ความหมายของ “เยาวชน” หมายถึง บุคคลที่มี อายุไม่ต่ำกว่า ๑๔ ปีบริบูรณ์ แต่ยังไม่ถึง ๑๘ ปีบริบูรณ์ และไม่ใช่นักเรียนที่ภาวะแล้วจากการจดทะเบียน สมรส ในทางกฎหมายก็ถือว่าบุคคลที่มีอายุระหว่างนี้เป็นเยาวชนและหากต้องระวางโทษก็จะพิจารณาโทษ แยกต่างจากผู้ใหญ่

ความหมายในระดับสากลโดยสหประชาชาติ ระบุว่า “เยาวชน” หมายถึง คนในวัยหนุ่มสาว คือ ผู้มี อายุระหว่าง ๑๕ - ๒๔ ปี หรือเป็นช่วงวัยหนุ่มสาว เป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างการเป็นเด็กและผู้ใหญ่ เป็นช่วงที่กังวลเกี่ยวกับรูปลักษณ์และสิ่งรอบตัวมากเป็นพิเศษ

4.2 ความหมายของพฤติกรรม

เลฟตัน และแบรนนอน (Lefton & Brannon, 2008: 3) ได้แบ่งคำว่า “พฤติกรรม” (Behavior) และ “กระบวนการทางจิต” (Mental processes) ออกจากกันอย่างชัดเจน โดยสรุปว่า พฤติกรรม คือ การ แสดงออกภายนอก เช่น การเคลื่อนไหว การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (การสนทนา) และการตอบสนองทาง อารมณ์หรือการแสดงออกทางอารมณ์ (การหัวเราะ หรือร้องไห้) นอกจากนี้ยังรวมถึงการทำงานของระบบ ต่าง ๆ ภายในร่างกาย เช่น การเต้นของหัวใจ หรือการทำงานของสมอง ซึ่งสามารถใช้เครื่องมือตรวจสอบได้ ในขณะที่กระบวนการทางจิต คือ กระบวนการคิดและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้เหตุและผล ทั้งนี้สามารถ ทำนายหรือพยากรณ์กระบวนการทางจิตผ่านการศึกษาพฤติกรรม

King (2011: 4) ได้แบ่งความหมายของ “พฤติกรรม” กับ “กระบวนการทางจิต” ออกจากกันอย่าง ชัดเจน โดยให้ความหมายของพฤติกรรมว่าหมายถึง การกระทำทุกอย่างของบุคคลที่สามารถสังเกตได้ โดยตรง เช่น การจูบ, การร้องไห้, การขับรถไปเรียน ขณะที่กระบวนการทางจิต หมายถึง ความคิด,

ความรู้สึก และแรงจูงใจที่บุคคลรับรู้แต่เพียงผู้เดียว โดยไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง เช่น ความคิดที่มีต่อการกระทำ , ความรู้สึกต่อสถานการณ์ และความทรงจำ

ธนัญญา ชีระกนิษฐ (2555: 5) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึงอาการที่แสดงออกของมนุษย์ ปฏิบัติการโต้ตอบต่อสิ่งเร้าที่อยู่รอบตัว โดยจากการสังเกตหรือการใช้เครื่องมือช่วยวัดพฤติกรรม ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการทางร่างกาย

กันยา สุวรรณแสง (2547) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง กิริยา อาการ บทบาท ลีลา ท่าที การประพฤติ ปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่งของประสาทสัมผัสทั้งห้าซึ่งสามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือ

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

1. พันธุกรรม คือ การถ่ายทอดบุคลิกลักษณะทางพันธุกรรม มีลักษณะทางกายและทางสติปัญญา
2. สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเป็นสิ่งแวดล้อมให้บุคคลแสดงออกโต้ตอบในลักษณะต่าง ๆ กัน ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่
 - 2.1 สิ่งแวดล้อมทางบ้าน เช่น การอบรมเลี้ยงดู ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมของครอบครัวบรรยากาศภายใน บ้าน สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเด็กมาก
 - 2.2 สิ่งแวดล้อมทางโรงเรียน อันได้แก่ ครู อาจารย์ เพื่อน สภาพบรรยากาศภายในโรงเรียน
 - 2.3 สิ่งแวดล้อมทางชุมชน ได้แก่ ขนบธรรมเนียม สื่อสารมวลชนต่าง ๆ ก็ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม
 - 2.4 วัฒนธรรม คนที่อยู่ในชั้นของสังคมที่ แตกต่างกันมีพื้นฐานทางสังคมที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม ต่างกัน เพศ อายุ ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ
 - 2.5 ภูมิประเทศ มีอิทธิพลโน้มน้าวให้ลักษณะนิสัยใจคอและพฤติกรรมต่างกัน

การจูงใจให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเป็นผลมาจากมนุษย์แสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือแรงจูงใจ พฤติกรรมบางอย่างมีแรงจูงใจหลายอย่างรวมกันซึ่งปัจจัยในการจูงใจให้เกิด ได้แก่

1. แรงจูงใจทางกาย เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย

2. แรงจูงใจทางสังคม เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายหลังการเรียนรู้ อาจแบ่งออกได้หลายอย่าง ดังนี้

2.1 แสดงความต้องการทางสังคมที่คล้อยตามขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมของชุมชน

2.2 ความต้องการอย่างเดียวกัน อาจทำให้คนเรามีพฤติกรรมไม่เหมือนกัน เช่น เมื่อต้องการศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติม บางคนเข้าห้องสมุดในขณะที่บางคนค้นคว้าจาก อินเทอร์เน็ต

2.3 พฤติกรรมอย่างเดียวกันอาจเนื่องมาจากความต้องการที่แตกต่างกันได้ เช่น บางคนชอบใช้อินเทอร์เน็ต เพราะต้องการหาความรู้ ในขณะที่บางคนต้องการความบันเทิง

2.4 พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง อาจสนองความต้องการได้มากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น นักเรียน ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพราะต้องการข่าวสารข้อมูล และความ เพลิดเพลิน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษนัท แสนทวี (2554) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 400 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามและแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ มีความสามารถในการรับรู้และเข้าใจเนื้อหาในเนื้อหาของละครซีทคอม ได้ตามที่ผู้ผลิตนำเสนอ แต่ไม่สามารถวิเคราะห์ถึงความหมายแฝง เช่น การโฆษณาแฝงในฉากละคร การปลุกฝังอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่จากพฤติกรรมตัวละครพระเอกและกลุ่มเพื่อนผู้ชายได้ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าละคร ได้ให้ข้อคิดและสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ ประเมินว่าอินเทอร์เน็ตมีความเสี่ยงในระดับสูง และมีพฤติกรรมการป้องกันตัวเองโดยรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสามพบว่าความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความเสี่ยงบนอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ในทางลบกับพฤติกรรมการป้องกัน กล่าวคือผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตสูงกว่า คือผู้ที่มีพฤติกรรมการป้องกันตัวต่ำกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตต่ำกว่า คือผู้ที่มีพฤติกรรมการป้องกันตัวสูงกว่า

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยทางด้านลักษณะทางสังคมและประชากรและลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต อันได้แก่ เกรดเฉลี่ย รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระยะเวลาและประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความเสี่ยงคือ เพศ ระยะเวลา และประสบการณ์ในการใช้ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตัวเอง คือ เพศ เกรดเฉลี่ย ระยะเวลา และประสบการณ์ในการใช้

ฉัตรเมือง ผ่านมานะเจริญ; จตุพล ขงสร; และ จักรกฤษณ์ โปณะทอง (2561) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง คือนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบด้วย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 463 คน โดยภาพรวมมีการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก พบว่านิสิตนักศึกษาเห็นว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้น ตัวของผู้ใช้งานเองจะต้องรู้ถึงมารยาทในการใช้งานและตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นแก่ตนเอง ครอบครัว ผู้อื่นและสังคมจากการโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการเปรียบเทียบข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์หลาย ๆ สื่อโดยไม่เชื่อข้อมูลจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ซึ่งการตระหนักถึงสิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมเพื่อนิสิตนักศึกษาในยุคดิจิทัลได้เกิดความรู้ความเข้าใจและความตระหนักเกี่ยวกับการใช้สื่อและเสฟสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์

ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน (2562) ศึกษาเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาดทางอารมณ์ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,467 คนมีทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยมีอาจารย์ผู้สอนที่มีความตระหนักและมีแนวทางในการจัดการเรียนการสอนที่มีการใช้สื่อช่องทางต่าง ๆ อาทิ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน มาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมต่อการส่งผ่านความรู้ให้แก่นิสิตมีการจัดกิจกรรมให้นักนิสิตร่วมกันระดมสมองวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อที่อาจารย์ผู้สอนนำมาเป็นกรณีศึกษา ตลอดจนมีการมอบหมายให้นักนิสิตแสวงหาตัวอย่างจากสื่อที่เชื่อมโยงเนื้อหาที่สอนมาทำการวิเคราะห์ เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ในเนื้อหาที่เรียนผ่านสื่อ และเกิดความเข้าใจและจดจำเนื้อหาได้ดีขึ้นอย่างรวดเร็วและทำให้นักนิสิตมีโอกาสเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ มากขึ้น สามารถติดตามข่าวสารได้ทันต่อเหตุการณ์ ทันสมัย และน่าเชื่อถือจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย

นอกจากนี้ ยังพบว่าความรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความฉลาดทางอารมณ์ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนิสิตที่มีการรู้เท่าทันสื่อจะเป็นผู้ที่มีความฉลาดในการเลือก

รับสื่อ มีการพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบทั้งในแง่ของข้อเท็จจริง นัยแฝง การบิดเบือน การหวังผลประโยชน์ทางด้านธุรกิจหรือทางการเมือง สามารถรับรู้ถึงประโยชน์ หรือผลเสียจากการเสฟสื่อชนิดต่าง ๆ จึงทำให้เกิดวิจารณญาณในการเลือกรับสื่อเพื่อมาใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิตเช่น เพิ่มความบันเทิง พัฒนาการเรียน การแสวงหา การแก้ปัญหาการทำงาน การส่งเสริมสุขภาพ การพัฒนาศักยภาพตนเองให้ดีขึ้น การเรียนรู้เข้าใจผู้อื่นเพื่อการปรับตัวเป็นต้น โดยไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ที่หวังผลประโยชน์จากการใช้สื่อ

นิธิดา วิวัฒน์พานิชย์ (2558) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เป็นเรื่องที่ช่วยให้ผู้ใช้มีความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์อย่างรอบด้าน สามารถเข้าใจถึงความหมายและรูปแบบของสื่อที่ให้เห็นหรือได้ยิน สามารถวิเคราะห์และแสวงหาข้อเท็จจริงก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อ หรือส่งต่อข้อมูลไปยังผู้อื่น ซึ่งอาจสร้างผลกระทบต่อผู้อื่นและสังคม รวมถึงความรอบคอบในการแสดงความคิดเห็น หรือเผยแพร่เนื้อหาของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วย การเรียนรู้เพื่อการเท่าทันสื่อจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ที่จะตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่ได้อ่านหรือพบเจอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ค้นหาข้อเท็จจริงวิเคราะห์ข้อมูลและตั้งคำถามกับตนเองก่อนที่จะนำเสนอข้อมูล หรือส่งต่อเนื้อหาใด ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างระมัดระวังและมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสม ด้วยวิธีการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ในการคิด วิเคราะห์ ไตร่ตรอง แสวงหาข้อมูลเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริง แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเปิดมุมมองในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารให้กว้างขึ้น และสรุปข้อมูลเหล่านั้นอย่างรอบคอบก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อ หรือมีปฏิกริยาต่อการสื่อสารนั้นในขั้นต่อไปการฝึกฝนให้บุคคลได้คิดผ่านประสบการณ์จะช่วยให้ความรู้ที่เกิดขึ้นฝังจิตในตัวและสามารถนำไปใช้ได้จริงในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันอย่างรู้เท่าทันต่อไป

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า แนวคิดและลักษณะของมีเดียลิตเตอเรซีจากการวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมแบ่งออกเป็น 9 องค์ประกอบ ได้แก่ สถาบันสื่อ องค์กรสื่อ เนื้อความสื่อ การมีส่วนร่วมและการตอบโต้สื่อของผู้รับสื่อ รูปแบบ รหัสและแบบแผนของสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ การตีความแนวเรื่องจริง บันเทิงคดี การโฆษณาในโทรทัศน์ ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่มีมีเดียลิตเตอเรซีในระดับ 2 คือ ยังไม่รู้เท่าทันสื่อหรือถูกรอกรงโดยสื่อ อย่างไรก็ตามนักศึกษามีมีเดียลิตเตอเรซีด้านการตีความแนวบันเทิงคดี และ โฆษณาในระดับ 4 คือ สามารถวิเคราะห์ได้ทั้งความหมายตรงและความหมายแฝง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จะชี้ให้เห็นได้ อย่างชัดเจนว่า เยาวชนบางกลุ่มที่มีช่วงอายุเดียวกัน มีความรู้ความสามารถในการเข้าใจ วิเคราะห์ ถิ่นกรอง ข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับมาแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ชีวิตความเป็นอยู่ และการอบรมสั่ง สอนของสถาบันครอบครัว ซึ่งจากบทความวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นมีความสอดคล้องกับบทความวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้เยาวชน” ในการศึกษาพฤติกรรมของ เยาวชน โดยใช้การระดับศึกษาเป็นตัวแบ่งระดับของเยาวชน และชี้วัดระดับความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของเยาวชน



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ เยาวชน ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 18 - 25 ปีบริบูรณ์ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 108 คน

3.2 ประเภทของข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมในการรวบรวม คือแบบทดสอบและแบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้และมีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ เอกสารการวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ และวารสารสื่อสิ่งพิมพ์ทางวิชาการออนไลน์

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยได้คิดค้นขึ้น โดยศึกษาจากเอกสารโครงการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการตรวจสอบ พร้อมทั้งเสนอแนะแก้ไขถึงข้อบกพร่อง ข้อมูลภายในแบบสอบถามและแบบทดสอบจะเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้เยาวชน โดยมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ ในแต่ละข้อสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบทดสอบเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อวัดระดับความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 20 ข้อ โดยมีลักษณะคำตอบเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) คิดเป็นคะแนนค่าเฉลี่ยร้อยละจากข้อที่ตอบถูก

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการทำแบบสอบถามออนไลน์ และทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนจะเริ่มเผยแพร่ จากนั้นเผยแพร่แบบสอบถามแก่กลุ่มเป้าหมายได้จำนวน 108 ฉบับ และนำมาประเมินคำตอบที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถาม

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถาม มาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel ในการคำนวณข้อมูล คือ หาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางที่ได้รับกลับคืนมาพิจารณาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำแบบสอบถามดังกล่าวมาจัดระเบียบข้อมูล แล้ววิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อคัดเลือกรายเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จัดหมวดหมู่ตามลักษณะตัวแปร

2. วิเคราะห์คำตอบจากแบบสอบถามที่ได้ แล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ยร้อยละในแต่ละส่วน

3. เสนอผลการให้คะแนน

3.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา โดยคิดเป็นร้อยละ

3.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น อุปกรณ์ที่ใช้ สื่อที่เข้าใช้ ระยะเวลาที่เข้าใช้ วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้ และช่วงเวลาที่ใช้ โดยคิดเป็นร้อยละ

3.3 แบบสอบถามตอนที่ 3 วิเคราะห์คำตอบที่ได้จากแบบทดสอบด้านความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยนำคะแนนหลังตรวจสอบความถูกต้อง มาคิดเป็นร้อยละและแบ่งระดับตามคะแนนที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนทำได้

4. นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์สรุปผล และหาวิจัยที่สอดคล้องสนับสนุน

การเปรียบเทียบเกณฑ์ แบบทดสอบพฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน โดยมีทั้งหมด 20 ข้อ 20 คะแนน โดยจะแบ่งระดับออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

เกณฑ์คะแนน	ระดับ
1-9 คะแนน	พอใช้
10-15 คะแนน	ปานกลาง
16-20 คะแนน	ดี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง ความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้เยาวชน ตั้งแต่อายุ 18 ถึง 25 ปีบริบูรณ์ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 108 คน โดยใช้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบทดสอบ เพื่อช่วยให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 4 ผลของการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าเยาวชนเป็นเพศหญิง จำนวน 68 คน (ร้อยละ 63.00) และเป็นเพศชาย จำนวน 40 คน (ร้อยละ 37.00) และอยู่ในระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน (ร้อยละ 25.00) กำลังศึกษาปริญญาตรี/ระดับปริญญาตรี จำนวน 75 คน (ร้อยละ 69.4) สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน (ร้อยละ 5.6) ดังปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	68	63
ชาย	40	37
รวม	108	100
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	27	25
กำลังศึกษาปริญญาตรี/ระดับปริญญาตรี	75	69.4
สูงกว่าปริญญาตรี	6	5.6
รวม	108	100

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์พบว่าเยาวชนใช้อุปกรณ์สื่อสารในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้มากกว่า 1 ข้อ คอมพิวเตอร์ (PC) จำนวน 37 เครื่อง (ร้อยละ 34.3) คอมพิวเตอร์ (Notebook) จำนวน 60 เครื่อง (ร้อยละ 55.6) โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน จำนวน 107 เครื่อง (ร้อยละ 99.1) แท็บเล็ต จำนวน 38 เครื่อง (ร้อยละ 35.2) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานบ่อยได้มากกว่า 1 ข้อ เฟสบุ๊ก (Facebook) จำนวน 79 คน (ร้อยละ 73.1) ไลน์ (Line) จำนวน 84 คน (ร้อยละ 77.8) ทวิตเตอร์ (Twitter) จำนวน 71 คน (ร้อยละ 65.7) อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน 88 คน (ร้อยละ 81.5) ยูทูบ (Youtube) จำนวน 77 คน (ร้อยละ 71.3) ดิกต็อก (Tiktok) จำนวน 23 คน (ร้อยละ 21.3) ทินเดอร์ (Tinder) จำนวน 5 คน (ร้อยละ 4.6) อื่น ๆ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.9) วัตถุประสงค์หลักที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้มากกว่า 1 ข้อ เพื่อแสวงหาข้อมูลความรู้ จำนวน 82 คน (ร้อยละ 75.9) เพื่อแสวงหาความบันเทิงผ่อนคลาย สนุกสนาน จำนวน 102 คน (ร้อยละ 94.4) เพื่อติดตามเหตุการณ์ ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว จำนวน 96 คน (ร้อยละ 88.9) เพื่อติดต่อสื่อสาร พูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ จำนวน 91 คน (ร้อยละ 84.3) อื่น ๆ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 3.6) ใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์ เฉลี่ยวันละกี่ ชั่วโมง ไม่เกิน 1 ชม. จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.9) 1-3 ชั่วโมง จำนวน 9 คน (ร้อยละ 8.3) 3-5 ชั่วโมง จำนวน 40 คน (ร้อยละ 37.00) 6-8 ชั่วโมง จำนวน 31 คน (ร้อยละ 28.7) มากกว่า 8 ชั่วโมง จำนวน 27 คน (ร้อยละ 25.00) และช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด 06.00-12.00 น. จำนวน 7 คน (ร้อยละ 6.5) 12.01-16.00 น. จำนวน 12 คน (ร้อยละ 11.1) 16.01-20.00 น. จำนวน 16 คน (ร้อยละ 14.8) 20.01-24.00 น. จำนวน 69 คน (ร้อยละ 63.9) 24.01-06.00 น. จำนวน 4 คน (ร้อยละ 3.7) ปรากฏตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้อุปกรณ์สื่อสารใดในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
คอมพิวเตอร์ (PC)	37	34.3
คอมพิวเตอร์ (Notebook)	60	55.6
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน	107	99.1
แท็บเล็ต	38	35.2
รวม	108	100
สื่อสังคมออนไลน์ใดที่ใช้งานบ่อย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เฟสบุ๊ก (Facebook)	79	73.1
ไลน์ (Line)	84	77.8
ทวิตเตอร์ (Twitter)	71	65.7
อินสตาแกรม (Instagram)	88	81.5

ยูทูป (Youtube)	77	71.3
ติ๊กต็อก(Tiktok)	23	21.3
ทินเดอร์ (Tinder)	5	4.6
อื่น ๆ	2	1.9
รวม	108	100
วัตถุประสงค์หลักที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เพื่อแสวงหาข้อมูลความรู้	82	75.9
เพื่อแสวงหาความบันเทิงผ่อนคลาย สนุกสนาน	102	94.4
เพื่อติดตามเหตุการณ์ ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว	96	88.9
เพื่อติดต่อสื่อสาร พுகคุยกับบุคคลอื่น ๆ	91	84.3
อื่น ๆ	4	3.6
รวม	108	100
ใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์ เฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง		
ไม่เกิน 1 ชม.	1	0.9
1-3 ชั่วโมง	9	8.3
3-5 ชั่วโมง	40	37
6-8 ชั่วโมง	31	28.7
มากกว่า 8 ชั่วโมง	27	25
รวม	108	100
ช่วงเวลาใดที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด		
06.00-12.00 น.	7	6.5
12.01-16.00 น.	12	11.1
16.01-20.00 น.	16	14.8
20.01-24.00 น.	69	63.9
24.01-06.00 น.	4	3.7
รวม	108	100

ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ตารางที่ 3.1 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

ลำดับ	ระดับการศึกษา	คะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน	ร้อยละ
1	ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	ดี	80
2		18	ดี	90
3		15	ปานกลาง	75
4		20	ดี	100
5		19	ดี	95
6		15	ปานกลาง	75
7		15	ปานกลาง	75
8		17	ดี	85
9		14	ปานกลาง	70
10		15	ปานกลาง	75
11		15	ปานกลาง	75
12		19	ดี	95
13		16	ดี	80
14		17	ดี	85
15		6	พอใช้	30
16		16	ดี	80
17		19	ดี	95
18		19	ดี	95
19		17	ดี	85
20		15	ปานกลาง	75
21		10	พอใช้	50
22		11	ปานกลาง	55
23		15	ปานกลาง	75
24		15	ปานกลาง	75
25		16	ดี	80
26		20	ดี	100
27		19	ดี	95

ผลจากตารางที่ 3.1 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

แสดงผลคะแนนจำแนกตามระดับต่ำกว่าปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละอย่างละเอียด

ตารางที่ 3.2 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระดับกำลังศึกษาปริญญาตรี/ระดับปริญญาตรี

ลำดับ	ระดับการศึกษา	คะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน	ร้อยละ
1	กำลังศึกษาปริญญาตรี/ระดับปริญญาตรี	20	ดี	100
2		9	พอใช้	45
3		19	ดี	95
4		18	ดี	90
5		16	ดี	80
6		18	ดี	90
7		14	ปานกลาง	70
8		16	ดี	80
9		19	ดี	95
10		18	ดี	90
11		20	ดี	100
12		17	ดี	85
13		18	ดี	90
14		16	ดี	80
15		5	พอใช้	25
16		18	ดี	90
17		15	ปานกลาง	75
18		18	ดี	90
19		17	ดี	85
20		16	ดี	80
21		16	ดี	80
22		18	ดี	90
23		17	ดี	85
24		20	ดี	100
25		13	ปานกลาง	65
26		12	ปานกลาง	60
27		19	ดี	95
28		19	ดี	95
29		16	ดี	80
30		16	ดี	80
31		15	ปานกลาง	75
32		18	ดี	90

33		17	ดี	85
34		19	ดี	95
35		13	ปานกลาง	65
36		16	ดี	80
37		16	ดี	80
38		19	ดี	95
39		18	ดี	90
40		17	ดี	85
41		15	ปานกลาง	75
42		17	ดี	85
43		19	ดี	95
44		14	ปานกลาง	70
45		16	ดี	80
46		17	ดี	85
47		18	ดี	90
48	กำลังศึกษาปริญญาตรี/	17	ดี	85
49	ระดับปริญญาตรี	17	ดี	85
50		18	ดี	90
51		17	ดี	85
52		18	ดี	90
53		15	ปานกลาง	75
54		16	ดี	80
55		14	ปานกลาง	70
56		13	ปานกลาง	65
57		17	ดี	85
58		17	ดี	85
59		19	ดี	95
60		20	ดี	100
61		17	ดี	85
62		14	ปานกลาง	70
63		16	ดี	80
64		15	ปานกลาง	75
65		16	ดี	80
66		18	ดี	90
67		18	ดี	90

68	กำลังศึกษาปริญญาตรี/ ระดับปริญญาตรี	19	ดี	95
69		16	ดี	80
70		9	พอใช้	45
71		19	ดี	95
72		16	ดี	80
73		13	ปานกลาง	65
74		14	ปานกลาง	70
75		18	ดี	90

ผลจากตารางที่ 3.2 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระดับกำลังศึกษาปริญญาตรี/ระดับปริญญาตรี

แสดงผลคะแนนจำแนกตามระดับกำลังศึกษาปริญญาตรี/ระดับปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละอย่างละเอียด

ตารางที่ 3.3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระดับกำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ลำดับ	ระดับการศึกษา	คะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน	ร้อยละ
1	สูงกว่าปริญญาตรี	20	ดี	100
2		16	ดี	80
3		16	ดี	80
4		17	ดี	85
5		17	ดี	85
6		15	ปานกลาง	75

ผลจากตารางที่ 3.3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระดับกำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

แสดงผลคะแนนจำแนกตามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละอย่างละเอียด

ตอนที่ 4 ผลของการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4 ผลของการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยแบ่งตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ระดับการรู้เท่าทันสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
1.ต่ำกว่าปริญญาตรี (27 คน)	พอใช้	2 คน	7.40
	ปานกลาง	10 คน	37.04
	ดี	15 คน	55.56
2.กำลังศึกษาปริญญาตรี/ระดับปริญญาตรี (75 คน)	พอใช้	3 คน	4
	ปานกลาง	15 คน	20
	ดี	57 คน	76
3.สูงกว่าปริญญาตรี (6 คน)	พอใช้	0 คน	0
	ปานกลาง	1 คน	16.67
	ดี	5 คน	83.33

ผลจากตารางที่ 4 ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

แสดงผลจำแนกตามระดับการศึกษา โดยคิดเป็นร้อยละอย่างละเอียด

พบว่าผู้ใช้เยาวชนมีระดับการรู้เท่าทันสื่อคิดเป็นค่าร้อยละ ดังนี้

ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รวมทั้งหมด 27 คน แบ่งเป็น ระดับดีจำนวน 15 คน (ร้อยละ 55.56) ระดับปานกลางจำนวน 10 คน (ร้อยละ 37.04) และระดับพอใช้จำนวน 2 คน (ร้อยละ 7.40)

ระดับกำลังศึกษาปริญญาตรี/ระดับปริญญาตรี รวมทั้งหมด 75 คน แบ่งเป็น ระดับดีจำนวน 57 คน (ร้อยละ 76) ระดับปานกลางจำนวน 15 คน (ร้อยละ 20) และระดับพอใช้จำนวน 3 คน (ร้อยละ 4)

ระดับสูงกว่าปริญญาตรี รวมทั้งหมด 6 คน แบ่งเป็น ระดับดีจำนวน 5 คน (ร้อยละ 83.33) ระดับปานกลางจำนวน 1 คน (ร้อยละ 16.67) และไม่มีผลในระดับพอใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน ช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี เพื่อให้ทราบถึงระดับการรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มตัวอย่างเยาวชน จากการศึกษาพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มเยาวชน ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชนช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี โดยใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสามารถเก็บรวบรวม ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมาได้ทั้งหมด 108 คน โดยเป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน และแบบทดสอบ 1 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ ได้แก่ เพศ และ ระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ อุปกรณ์ในการเข้าถึง สื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานบ่อย วัตถุประสงค์ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ และช่วงเวลาในการใช้งาน

ตอนที่ 3 เป็นแบบทดสอบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 20 ข้อ โดยคิดเป็น คะแนนค่าเฉลี่ยร้อยละจากการตอบข้อที่ถูกต้องผ่านทาง โปรแกรม Microsoft Excel ผลการวิจัย พบว่า

1.กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เยาวชนจำนวนทั้งหมด 108 คน แบ่งเป็น เพศหญิงจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 63 เพศชายจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ระดับกำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 ระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6

2.ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน พบว่า

2.1 ผู้ใช้โดยรวมส่วนมากใช้อุปกรณ์สื่อสารประเภท โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟนในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 99.1) รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์/Notebook (ร้อยละ 55.6) และ แท็บเล็ต (ร้อยละ 35.2) เป็น ลำดับที่ 3

2.2 สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าใช้งาน โดยสื่อสังคมที่เข้าใช้งานส่วนมาก คือ Instagram (ร้อยละ 81.5) รองลงมา คือ Line (ร้อยละ 77.8) ลำดับต่อมา คือ Facebook (ร้อยละ 73.1) ลำดับที่ 4 คือ Youtube (ร้อยละ 71.3) ลำดับที่ 5 คือ Twitter (ร้อยละ 65.7) ลำดับที่ 6 คือ Tiktok (ร้อยละ 21.3) ลำดับที่ 7 คือ Tinder (ร้อยละ 4.6) และลำดับสุดท้าย คือ Twicth (ร้อยละ 1.9)

2.3 วัตถุประสงค์หลักในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนมากใช้เพื่อแสวงหาความบันเทิงผ่อนคลาย (ร้อยละ 94.4) รองลงมา คือ เพื่อความสนุกสนาน (ร้อยละ 88.9) ลำดับที่ 3 คือ เพื่อติดต่อสื่อสาร พูดคุย กับบุคคลอื่น (ร้อยละ 84.3) ลำดับที่ 4 คือ เพื่อแสวงหาความรู้ (ร้อยละ 75.9) และลำดับสุดท้าย คือ ใช้เพื่อ วัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้แก่ เพื่อธุรกิจ เทส ชื่อ/ขายสินค้า เป็นต้น (ร้อยละ 0.9)

2.4 ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์/วัน ส่วนมากใช้เวลา 3-5 ชั่วโมง (ร้อยละ 37) รองลงมา คือ 6-8 ชั่วโมง (ร้อยละ 28.7) ลำดับที่ 3 คือ มากกว่า 8 ชั่วโมง (ร้อยละ 25) ลำดับที่ 4 คือ 1-3 ชั่วโมง (ร้อยละ 8.3) และลำดับสุดท้าย คือ ไม่เกิน 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 1)

2.5 ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ส่วนมากใช้เวลาตั้งแต่ 20.01-24.00 น. (ร้อยละ 63.9) รองลงมา คือ 16.01-20.00 น. (ร้อยละ 14.8) ลำดับที่ 3 คือ 12.01-16.00 น. (ร้อยละ 11.1) ลำดับที่ 4 คือ 06.01-12.00 น. (ร้อยละ 6.5) และลำดับสุดท้าย คือ 24.01-06.00 น. (ร้อยละ 3.7)

3. การทำแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อ ในระดับดี มีจำนวนทั้งหมด 77 คน (ร้อยละ 71.3) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนทั้งหมด 26 คน (ร้อยละ 24.07) และลำดับสุดท้ายอยู่ในระดับพอใช้ มีจำนวนทั้งหมด 5 คน (ร้อยละ 4.63)

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการศึกษาพฤติกรรมด้านการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเยาวชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในช่วงเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวนีย์ ขจรเทววงศ์ (2558) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สมาร์ทโฟนของนักศึกษา พบว่า สมาร์ทโฟนมีราคาที่หลากหลายให้เลือกซื้อ รวมไปถึงคุณสมบัติของสมาร์ทโฟนสามารถรองรับฟังก์ชันการทำงานได้อย่างหลากหลาย และพกพาสะดวกต่อการใช้งาน

จากผลการวิจัยด้านพฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการบริโภคข่าวสาร พบว่า เยาวชนมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบเดิมน้อยลง เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ที่เป็นกระดาษ การดูโทรทัศน์ เป็นต้น แต่หันมาเปิดรับข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น ทำให้มองเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของเยาวชนรุ่นใหม่ในการเปิดรับสื่อ ซึ่งสอดคล้องคล่องการสำรวจของ Global Digital 2019 ที่พบว่า ประชากรโลกมากกว่าร้อยละ 50 เข้าถึงอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ และเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตกับโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก ส่วนคนไทยร้อยละ 90 ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน ใช้เวลาบนโลกออนไลน์ 9 ชั่วโมงต่อวัน และสื่อสังคมออนไลน์ 3 ชั่วโมงต่อวัน นอกจากนี้การรับข้อมูลข่าวสารผ่านสังคมออนไลน์ที่มีความรวดเร็วมากขึ้น ส่งผลให้ลักษณะหรือพฤติกรรมในการรู้เท่าทันสื่อที่ขาดความรอบคอบ เนื่องจาก ไม่ค่อยนิยมอ่านเนื้อหาสื่ออย่างละเอียด รับเพียงข้อมูลสั้น ๆ ทำให้เกิดความเข้าใจผิด และเกิดความขัดแย้งจากการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่ผ่านการไตร่ตรอง ขาดการตรวจสอบจากแหล่งข้อมูลอื่นเพิ่มเติม รวมไปถึง

การส่งต่อข้อมูลเหล่านั้นโดยไม่ผ่านกลั่นกรองไปยังบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สกฤตศรี ศรีสารคม (2552)

จากผลการวิจัยด้านพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเยาวชน พบว่า กลุ่มเยาวชนมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิงมากที่สุด ในการค้นหาข้อมูลหรือดาวน์โหลดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง เช่น รูปภาพ เพลง ภาพยนต์ ข่าวบันเทิง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กมลลักษณ์ อินทร์เอก (2560) พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนลาดทิพรสพิทยาคม อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์ ว่าด้วยพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อความบันเทิง คือ นักเรียนทั้งสองระดับชั้นใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสนทนากับบุคคลอื่นเป็นส่วนมาก รวมไปถึงการดาวน์โหลด และแบ่งปันข้อมูลสู่สาธารณะ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัชนิกร บุญกลิ่น (2556) ทั้งนี้ ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเยาวชนส่วนมากใช้เวลามากกว่า 4 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อมรรัตน์ วงศ์โสภา; และคนอื่น ๆ (2563) พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตจากหอพัก โดยเชื่อมต่อพีซีผ่าน โน้ตบุ๊ก เน็ตบุ๊ก และไอแพด ใช้งานเฟซบุ๊กทุกวัน เฉลี่ย 1-3 ครั้ง/วัน แต่แต่ละครั้งใช้เวลามากกว่า 4 ชั่วโมง

จากผลการวิจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในระดับดี เนื่องจาก ผลวิจัยออกมาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเยาวชนสามารถวิเคราะห์ แยกแยะระหว่างข้อเท็จจริงกับข้อคิดเห็นของสื่อได้ รวมไปถึงการนำสื่อไปใช้ประโยชน์ในทางที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรพัฒน์ วงศ์คุ้มลิน (2562) พบว่า นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง เนื่องจาก อาจารย์ผู้สอนจัดการเรียนการสอนผ่านสื่ออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ เช่น แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน ที่ช่วยให้การเรียนรู้ และเข้าใจสื่อเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Strasburger, Wilson and Jordan (2009) พบว่า การใช้นวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้เป็นเครื่องมือในการสอนช่วยสร้างแรงจูงใจ ความน่าสนใจในการเรียนรู้ และมีความเหมาะสมกับนิสิตในระดับอุดมศึกษา

กลุ่มเยาวชนส่วนมากที่มีความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจาก มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ และการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัชฎา อัครศรีวร นากา โอคะ และกฤษณ์ท แสนทวิ (2562) พบว่า องค์ประกอบการรู้เท่าทันข้อมูล และสื่อดิจิทัล เรื่อง (1) ควรศึกษาวิธีป้องกันและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้า และการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ (2) ควรเข้าใจถึงสิทธิ์ของตนเองในการใช้สื่อออนไลน์ เช่น สื่อออนไลน์ไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัวแต่เป็นพื้นที่สาธารณะที่ผู้อื่นสามารถเข้ามาดูข้อมูลได้ตามขอบเขตที่ถูกกำหนด และ (3) ควรโพสต์ข้อความอย่างรับผิดชอบ เช่น ไม่ละเมิดสิทธิ์ผู้อื่น

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ มีดังนี้

5.3.1 จากพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ทราบว่าโทรศัพท์/สมาร์ทโฟน เป็นอุปกรณ์ที่กลุ่มเยาวชนใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด โดยใช้เพื่อแสวงหาความบันเทิง ผ่อนคลาย ในช่วงระยะเวลา 20.01-24.00 น. ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเป็นช่วงเวลาที่เหมาะแก่การพักผ่อน ดังนั้น การให้ความสำคัญเรื่องระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ควรจะปรับเวลาให้เหมาะสม เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ

5.3.2 จากการวัดความระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มเยาวชนมีระดับความรู้เท่าทันสื่อในระดับพอใช้ โดยขาดการวิเคราะห์สื่อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขาดความเข้าใจในการเลือกรับสื่อ อาจเชื่อโดยไม่ผ่านกระบวนการไตร่ตรอง รวมถึงการนำเสนอข่าวสารของสื่อที่มีคามบิดเบือนจากความจริง ส่งผลให้ผู้รับข่าวนั้น ได้รับข่าวสารที่ไม่เป็นเท็จ

5.3.1 จากผลทดสอบการรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มเยาวชนที่อยู่ในระดับดีกับระดับปานกลาง มีความรู้ความเข้าใจที่มากเพียงพอในการรับสื่อต่าง ๆ ผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ แยกแยะ อย่างเหมาะสม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดจากการศึกษา และประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนกลุ่มเยาวชนที่อยู่ในระดับพอใช้ สะท้อนให้เห็นว่ายังมีความรู้ความเข้าใจที่ไม่เพียงพอในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถใช้เวลาในการศึกษา รวมถึงสะสมประสบการณ์ในการใช้สื่อได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

กมลลักษณ์ อินทร์เอก. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของนักเรียนโรงเรียนลาดทิพรส

พิทยาคม อำเภอค้อ จังหวัดนครสวรรค์. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2563, จาก

http://www.edu.nu.ac.th/th/news/docs/download/2018_03_21_11_47_13.pdf

กฤษณ์ท แสันทวี. (2563). พฤติกรรมการเปิดรับและระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขต

กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2563, จาก

<https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/786/Media%20Exposure%20and%20Media%20Literacy%20of%20Youths%20in%20Bangkok.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ. (2561, 1 มกราคม-กุมภาพันธ์). การรู้ทันสื่อ การรู้ตนเองกับพฤติกรรมการเปิดรับ

ข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย Media Literacy, Self-Awareness and

Information Exposure Behavior on Social Media of University Students. วารสารมนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 37(1). สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก

http://research.msu.ac.th/msu_journal/upload/articles/article2103_52170.pdf

จินดารัตน์ บวรบริหาร. (2548). ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการ

ป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์

มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรุงเทพมหานคร

ฉัตรเมือง เป่ามานะเจริญ, จตุพล ยงสร, และจักรกฤษณ์ โปณะทอง. (2561, กรกฎาคม-ธันวาคม). การ

วิเคราะห์องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาใน

กำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 6(2). สืบค้นเมื่อ

17 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jcosci/article/view/11016>

ชนิษฐา กสิปยี่สุน. (2563). พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมความงามของ

ผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2563, จาก

http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_5823036156_9254_9457.pdf

ณัฐกานจน์ ศุภรัตน์เมธี และ นุชประภา โมกษ์ศาสตร์. (2562). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ

เยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2563, จาก

http://www.kpi.ac.th/media/pdf/research/update_0909_2c44399bf773ff15946887254b18b193.pdf

ธีรวัฒน์ วงศ์คุ้มสิน. (2562, กรกฎาคม-ธันวาคม). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาด

ทางอารมณ์ ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ Media Literacy Skills, Media Literacy and

Emotional Quotient of Students at Kasetsart University. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

45(2): 127-161. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก [https://so04.tci-](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socku/article/view/228468/155446)

[thaijo.org/index.php/socku/article/view/228468/155446](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socku/article/view/228468/155446)

นิธิตา วิวัฒน์พานิชย์. (2558, กันยายน-ธันวาคม). การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ A

DEVELOPMENT OF SOCIAL MEDIA LITERACY SKILLS. วารสารบัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. 9(3). สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563,

จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/45702>

นิลบล รูปหมอก. (2563). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัด

สุพรรณบุรี : การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2563,

จาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2289/1/57264302.pdf>

บุปผา เมฆศรีทองคำ. (2554). การรู้เท่าทันสื่อ: การก้าวหน้าบนโลกข่าวสาร. วารสารนักบริหาร. 31 (1):

117-123.

บทที่ 1 สังคมออนไลน์ (Social network). (2563). **บทที่ 1 สังคมออนไลน์ (Social network).** สืบค้นเมื่อ 4

ธันวาคม 2563, จาก

<https://ratnadolsite.wordpress.com/บทที่-1-สังคมออนไลน์-social-network/>

พีระ จิร โสภณ; และคนอื่นๆ. (2563). **ความรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัลกับบทบาทในการกำหนดแนว**

ทางการปฏิรูปการสื่อสารในสังคมไทย. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก

<http://libdoc.dpu.ac.th/research/159568.pdf>

พรทิพย์ เข็นจะบก. (2549). **เบญจทัศก์การรู้เท่าทันสื่อ: การสังเคราะห์องค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อในประเทศ**

ไทย. เอกสารประกอบการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 6

แพรวพรรณ อัครประสา. (2557) .**แนวคิดและทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ.** ใน **ฐานะวัฒน์ สุขวงศ์,ชมพูนุชนุตา**

คม,ขนิษฐาปาล โมกษ์และศศิพรต่ายคำ (บรรณาธิการ), รู้เท่าทันสื่อ. (น. 59-78). กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). **การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย**

กรณีศึกษา Facebook. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สร้อยญา จันทร์ชูสกุล, อัจฉรา ประเสริฐสิน, และพินดา วราสุนันท์. (2560, ธันวาคม). **การพัฒนามาตรวัด**

การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา. วารสารการวัดผลการศึกษา

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 23(2). สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemmsu/article/download/147461/108604/>

สายธาร สังข์ชาติ; และคนอื่นๆ. (2563). **พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้**

สมาร์ทโฟนของนักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก

http://www.fmsweb.nrru.ac.th/home/research/public_html/images/stories/Research-

[2560/Student-Research/student61-8.pdf](http://www.fmsweb.nrru.ac.th/home/research/public_html/images/stories/Research-2560/Student-Research/student61-8.pdf)

สาริศา จันทรอำพร และ มฤชฎ์ แก้วจินดา. (2559, มกราคม-เมษายน). ภาพการณ์ปัจจุบัน กับการเสริมสร้าง

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่น. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย

อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 10(1). สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก [https://so02.tci-](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/55944/47086)

[thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/55944/47086](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/55944/47086)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 30. (2550). พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและ

เยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. 2550. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2563, จาก

<https://www.sesao30.go.th/academic.php?page=law&id=14>

สินี กิตติชนมวรกุล. (2563). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนในจังหวัดสงขลา.

สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2563, จาก

[http://rd.hu.ac.th/Download%20File/Full%20Text%20Research/610870%20\(F\).pdf](http://rd.hu.ac.th/Download%20File/Full%20Text%20Research/610870%20(F).pdf)

สุภาณี แก้วมณี. (2547). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์: กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขต

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต(สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัย

ธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร

เสาวนีย์ ขจรเทววงศ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตราสินค้าเงินของ

ผู้บริโภคคนไทย. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก

http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702031898_2858_1757.pdf

อมรรัตน์ วงศ์โสภาก, เสกสรร สายสีสด, และเน่งน้อย ย่านาวรี. (2558, กรกฎาคม-กันยายน). พฤติกรรมการ

ใช้และผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กต่อการดำเนินชีวิตของนักศึกษา

กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 10(33).

สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/80107/0>

อัจฉรา อมระรักษ์ (2563). สื่อการสอนเรื่อง รู้เท่าทันสื่อ MIL. สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2563, จาก

<https://sites.google.com/a/rajsima.ac.th/techono4/2-3-ru-thea-than-sux-mil>

อุษา บิ๊กกินส์. (2555). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

เอื้อจิต วิโรจน์ไทรรัตน์. (2540). การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาใน

ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร

Aufderheide, P. (1992). **Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media**

Literacy. Retrived December 4, 2020, from <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>

Hobbs, Renee and Frost, Richard. (2003). **Measuring the acquisition of media literacy skills.** Babson

College, Wellesley, Massachusetts, USA

Hobbs, Renee and Moore, Davis Cooper. (2013). **Discovering Media Literacy.** Thousand Oaks, CA:

Sage Publications.

Nupairoj, Nudee. (2015). **Media Literacy Learning Scheme for Thai Generation Y.** Doctoral

dissertation, Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National

Institute of Development Administration

Potter, W.J. (2005). **Media Literacy.** (3rd ed.), Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Strasburger, V.C, Wilson, B.J., & Jordan, A.B. (2009). **Children, Adolescents, And The Media. (2nd**

ed.). CA : Sage.

UNESCO. (2013). **Global Media and Information Literacy Assessment Framework: country**

readiness and competencies. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural

Organization (UNESCO).

WP. (2562). สั้วง Insight การใช้งาน “ดิจิทัล” ทั่วโลก 2019 “คนไทย” ใช้เน็ต 9 ชั่วโมงต่อวัน-มือถือ มี 99

แอปฯ!! สืบค้นจาก

<https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>





แบบทดสอบ

เรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้เยาวชน

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน

*จำเป็น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน

1. เพศ *

- ชาย
- หญิง

2. ระดับการศึกษาสูงสุด *

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- กำลังศึกษาปริญญาตรี/ระดับปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน

*จำเป็น

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน □ หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน

1.คุณใช้อุปกรณ์สื่อสารใดในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *

- คอมพิวเตอร์ (PC)
- คอมพิวเตอร์ (Notebook)
- โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน
- แท็บเล็ต

2.สื่อสังคมออนไลน์ใดที่คุณใช้งานบ่อย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *

- เฟสบุ๊ค (Facebook)
- ไลน์ (Line)
- ทวิตเตอร์ (Twitter)
- อินสตาแกรม (Instagram)
- ยูทูบ (Youtube)
- ตี๊กต็อก(Tiktok)
- ทินเดอร์ (Tinder)
- อื่นๆ: _____

3.วัตถุประสงค์หลักที่คุณเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *

- เพื่อแสวงหาข้อมูลความรู้
- เพื่อแสวงหาความบันเทิงผ่อนคลาย สนุกสนาน
- เพื่อติดตามเหตุการณ์ ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว
- เพื่อติดต่อสื่อสาร พูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ
- อื่นๆ: _____

4.คุณใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์ เฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง *

- ไม่เกิน 1 ชม.
- 1-3 ชั่วโมง
- 3-5 ชั่วโมง
- 6-8 ชั่วโมง
- มากกว่า 8 ชั่วโมง

5.ช่วงเวลาใดที่คุณใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุด

- 06.00-12.00 น.
- 12.01-16.00 น.
- 16.01-20.00 น.
- 20.01-24.00 น.
- 24.01-06.00 น.

ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ทำแบบทดสอบ

พฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน

*จำเป็น

ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

คำชี้แจง เพื่อการศึกษาความเข้าใจ ความคิดเห็น และความรู้เท่าทันในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยให้ท่านอ่านข้อความข้างต้นที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

1. ในความคิดของท่าน "การรู้เท่าทันสื่อ" หมายความว่าอย่างไร *

- (1) ความสามารถในการตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ และการโต้ตอบได้อย่างมีสติและรู้ตัว
- (2) ความสามารถในการเลือกรับสื่อผ่านช่องทางที่รวดเร็ว
- (3) ความสามารถป้องกันตนเองจากการถูกจู่โจมจากเนื้อหาของสื่อ

2. ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ ท่านมักจะพิจารณาข้อมูลข่าวสารนั้นอย่างไร *

- (1) พิจารณาจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือหรือเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยม
- (2) พิจารณาจากแหล่งข้อมูลมากกว่า 2 แหล่งขึ้นไป เพื่อเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจเชื่อหรือนำมาใช้
- (3) มักจะตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อข้อมูลที่ได้รับมาในทันที

3. สื่อที่ถูกต้องควรมีการอ้างอิงแหล่งข่าวหรือแหล่งผู้ให้ข้อมูลอย่างไรจึงจะมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด *

- (1) มีการอ้างอิงชื่อและ/หรือตำแหน่งหน้าที่การงานของผู้แสดงความคิดเห็น หรือให้ข้อมูลในข่าวที่เกิดขึ้น
- (2) มีการอ้างอิงว่าในลักษณะกล่าวถึง "แหล่งข่าวระดับสูง" "แหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือได้" หรือ "แหล่งข่าวที่ใกล้ชิด" เป็นต้น
- (3) ไม่จำเป็นต้องมีการอ้างอิงแหล่งข่าวใด ๆ เพราะผู้สื่อข่าวเป็นผู้ให้ข้อมูลน่าเชื่อถือเพียงพอแล้ว

4. ท่านคิดว่าบุคคลใดมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ *

- (1) เบน นำข่าวสารที่ตนเองได้รับมาจากกลุ่มไลน์โดยไม่มีแหล่งอ้างอิงไปแชร์ต่อให้คนรอบตัวได้รับรู้
- (2) ก้อย เชื่อในข่าวสัมภาษณ์จากรายการทีวีของช่องข่าวที่ไม่มีความเป็นกลางและมีการบิดเบือนข้อมูลอย่างชัดเจน
- (3) น้อย ทำการวิเคราะห์ข้อแตกต่างของเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์หลายแหล่ง และทำความเข้าใจอย่างถี่ถ้วนก่อนที่จะเชื่อข้อมูลเหล่านั้น

5. โฟร์ ตั้งกระทู้หัวข้อพูดคุยเกี่ยวกับดาราดาราที่เขาชื่นชอบและได้พบเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นทางด้านลบของดาราดาราที่ตนชื่นชอบ ซึ่งเป็นข้อมูลเท็จและส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของตน การกระทำของโฟร์จัดว่าเป็นการรู้เท่าทันสื่ออย่างไร *

- (1) โฟร์ได้แสดงความคิดเห็นตอบโต้กลับไปด้วยอารมณ์และถ้อยคำที่รุนแรง
- (2) โฟร์ได้ทำการหาข้อมูลของคนที่ไม่แสดงความเห็นที่เขาไม่พอใจและนำไปประจานหรือรุกรานในพื้นที่ของคนอื่น
- (3) โฟร์แสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ ให้เหตุผลและแหล่งอ้างอิงแก่ผู้แสดงความคิดเห็น

6.ท่านมีวิธีสังเกตหรือตรวจสอบข่าวปลอม (Fake News) ก่อนที่จะเชื่อหรือแชร์ต่ออย่างไร *

- (1) ตั้งข้อสังเกตเบื้องต้นว่ามีแหล่งข่าวอื่นที่มีเนื้อหาที่ใกล้เคียงกัน
- (2) สังเกตจากวันเวลาที่เผยแพร่ ตรวจสอบแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหา
- (3) สังเกตจากที่อยู่เว็บไซต์ที่มียอดผู้เข้าชมเยอะและมีคนแชร์เป็นจำนวนมาก

7.ท่านคิดว่าผู้ใช้ที่มีความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ควรมีคุณสมบัติอย่างไร *

- (1) มีการตั้งคำถาม วิเคราะห์ประเด็นและเนื้อหาสิ่งที่สื่อมาเสนอ
- (2) ประเมินค่าความน่าเชื่อถือและหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจในสิ่งที่สื่อมาเสนอ
- (3) ถูกทุกข้อ

8.ท่านคิดว่าประโยชน์ของการรู้เท่าทันในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คืออะไร *

- (1) ผู้ใช้มีความสามารถในการแยกแยะคุณและโทษของสื่อสังคมออนไลน์ได้
- (2) เพิ่มการตกเป็นเหยื่อของสื่อสังคมออนไลน์
- (3) เป็นการเพิ่มความรวดเร็วในการแพร่กระจายข่าวสารให้เป็นวงกว้างมากยิ่งขึ้น

9.การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) อย่างสร้างสรรค์ ควรมีสักขณอย่างไรจึงจะเหมาะสม *

- (1) ควรแสดงความรับผิดชอบ ด้วยการขอโทษ แสดงความเสียใจทันที เมื่อรู้ว่ามีารเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดพลาดหรือกระทบต่อบุคคลอื่น
- (2) ส่งต่อข้อความเชิญชวนคนไปชุมนุม หรือกระทำกิจกรรมทางสังคมให้กับเพื่อนเฟซบุ๊ก
- (3) ใช้รูปการ์ตูนหรือบุคคลสาธารณะ มาแสดงเป็นรูปของตนเอง

10.ข้อใดไม่จัดว่าเป็นวิธีการในการป้องกันเยาวชนจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ *

- (1) สถาบันครอบครัวมีการปลูกฝังให้เยาวชนรู้ถึงประโยชน์และโทษของสื่อสังคมออนไลน์
- (2) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องมีนโยบายที่ชัดเจนในการจัดการและควบคุมสื่อข่าวสารบนโลกออนไลน์
- (3) สถาบันการศึกษาไม่มีการสอดแทรกการให้ความรู้ในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ลงในรายวิชาต่าง ๆ

11.สิ่งใดที่ท่านควรคำนึงถึงความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการเปิดเผยแพร่ประวัติส่วนตัว การโพสต์ข้อความหรือรูปภาพ *

- (1) การแสดงความคิดเห็นอย่างปักใจเชื่อในทันที โดยมีการกล่าวถึงแหล่งข่าวที่ได้รับมา
- (2) การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในการเข้าถึงข้อมูล หรือสิ่งที่เราทำเพื่อป้องกันการหลุดออกไปยังคนที่ไม่พึงประสงค์
- (3) การส่งข้อมูลส่วนตัวหรือธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ให้กับบุคคลรู้จักโดยทันที

12.จากการที่ผู้ใช้งานทวีตเตอร์รายหนึ่งออกมาโพสต์ข้อความและรูปภาพเกี่ยวกับการขอความช่วยเหลือคุณยายพิการวัย 80 ปีที่ถูกทอดทิ้งแต่สังคมไม่ได้ให้ความช่วยเหลือ สถานการณ์ข้างต้นท่านคิดว่าควรพิจารณาเนื้อหาอย่างไรจึงจะเป็นการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ *

- (1) การมองบริบทโดยรวมและอย่าด่วนตัดสินใจในการเข้าช่วยเหลือควรดูท่าทีสถานการณ์
- (2) ตัดสินใจเข้าช่วยเหลือทันที
- (3) เป็นโพสต์ที่มีผู้สนใจเป็นจำนวนมากจึงเลือกที่จะช่วยเหลือตาม (เช่น โอนเงินช่วยเหลือ)

13.คุณเข้าใจวิธีการแยกแยะสื่อทางบวก (นำไปใช้ในทางที่ดี) และทางลบ (นำไปใช้ในทางที่ไม่ดี) ได้อย่างไร *

- (1) สำนึกถึงเนื้อหาของข่าวสาร
- (2) สำนึกถึงความยากง่ายของข่าวสาร
- (3) สำนึกถึงความเป็นจริงในการรับสื่อและไม่หลงเชื่อง่าย

14.อมยิ้ม เห็นโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้าแล้วตัดสินใจซื้อ เนื่องจากดาราทิตนขึ้นชอบเป็นพรีเซนเตอร์ โดยไม่ได้ศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้น ท่านคิดว่ากรกระทำของอมยิ้มถือเป็นการรู้เท่าทันสื่อหรือไม่ *

- (1) เป็น
- (2) ไม่เป็น

15.ถ้า แจ็ค ต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับยาลดน้ำหนักเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อ แจ็ค ควรค้นหาอย่างไรจึงจะได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ปลอดภัยและเชื่อถือได้ *

- (1) ศึกษาจากข้อมูลโฆษณาชวนเชื่อ
- (2) ศึกษาจากเว็บไซต์ของสถาบันแพทย์ที่มีข้อมูลรองรับจากผู้เชี่ยวชาญด้านยาโดยตรง
- (3) ศึกษาจากผู้ที่เคยทดลองทานผลิตภัณฑ์ยาลดน้ำหนักของแต่ละยี่ห้อ นั้น ๆ

16.ขนมผิงได้รับมอบหมายให้ทำรายงานในการแสวงหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่หลากหลาย แต่ขนมผิงไม่เชื่อข้อมูลที่พบในทันที จึงทำการตรวจสอบก่อนว่าเว็บไซต์นั้นมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ท่านคิดว่าการกระทำของขนมผิงถือเป็นการรู้เท่าทันสื่อหรือไม่ *

- (1) เป็น
- (2) ไม่เป็น

17.ว่านเป็นคนชื่นชอบฟุตบอล และเมื่อว่านเข้าไปใช้เว็บไซต์ต่าง ๆ มักเจอโฆษณาเชิญชวนเล่นเกมสพนันฟุตบอล ทำให้ว่านเกิดความสนใจ จากสถานการณ์ดังกล่าวท่านคิดว่าว่านควรทำอย่างไร จึงถือเป็นการกระทำที่รู้เท่าทันสื่อ *

- (1) ว่าน เห็นว่าเพื่อน ๆ เล่นพนันฟุตบอลเช่นกัน จึงตัดสินใจเล่นตามเพื่อน
- (2) ว่าน ได้ศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเล่นพนันฟุตบอล ทำให้ทราบถึงความเสี่ยงที่จะตามมา จึงตัดสินใจไม่สมัครเล่นพนันฟุตบอล
- (3) ว่าน ได้เห็นโฆษณาเว็บดังกล่าวและเกิดความสนใจ เนื่องจากได้เงินง่าย จึงตัดสินใจเล่นพนันฟุตบอลทันที

18. บ็อบได้รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับดารานางงามในทางลบ แต่บ็อบคิดว่าตนไม่จำเป็นต้องเชื่อตามที่สื่อนำเสนอทั้งหมด จึงทำการวิเคราะห์ก่อนว่าข่าวนั้นเป็นข่าวจริงหรือไม่ ท่านคิดว่าการกระทำของบ็อบถือเป็นการรู้เท่าทันหรือไม่ *

- (1) เป็น
- (2) ไม่เป็น

19. หยก เห็นข้อความเกี่ยวกับ ส.ส ว่าได้ใช้เงินชื่อเสียงจากชาวบ้านด้วยการให้เงินคนละ 400 บาท โดยมีภาพบุคคล วัน เวลา และสถานที่ ซึ่งเป็นหลักฐานยืนยัน หยกจึงนำไปเผยแพร่ต่อ และแสดงความคิดเห็นว่า " การกระทำที่นักการเมืองใช้เงินชื่อเสียงของชาวบ้าน เป็นการดูถูกชาวบ้าน คนแบบนี้ควรถูกลงโทษ เพราะไม่มีความซื่อสัตย์และจริยธรรมของความเป็นนักการเมือง " การกระทำของหยกสอดคล้องกับการรู้เท่าทันสื่อในข้อใด *

- (1) ไม่บิดเบือนข้อมูลหรือเผยแพร่ข้อมูลเป็นเท็จ
- (2) การแสดงความคิดเห็นที่ตั้งอยู่บนศีลธรรมอันดีและเป็นไปในทางที่ดี
- (3) ถูกทุกข้อ

20. จี๊ดค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ ที่มีชื่อผู้เขียนบทความระบุไว้ชัดเจน จึงนำบทความดังกล่าวไปใช้ เพราะคิดว่าสามารถเชื่อถือได้ ทำคิดว่าการกระทำของจี๊ดเหมาะสมหรือไม่ เพราะเหตุใด *

- (1) สามารถเชื่อถือได้ เพราะมีการระบุชื่อผู้เขียนบทความไว้ชัดเจน
- (2) ไม่สามารถเชื่อถือได้ เพราะชื่อผู้เขียนบทความ ไม่สามารถนำมาเป็นหลักฐานยืนยันความน่าเชื่อถือได้
- (3) ไม่มีข้อถูกต้อง

เฉลยแบบทดสอบ

1. ตอบ (1) ความสามารถในการตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ และการโต้ตอบอย่างมีสติและรู้ตัว
2. ตอบ (2) พิจารณาจากแหล่งข้อมูลมากกว่า 2 แหล่งขึ้นไป เพื่อเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจเชื่อหรือนำมาใช้
3. ตอบ (1) มีการอ้างอิงชื่อและหรือตำแหน่งหน้าที่การงานของผู้แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลในข่าวที่เกิดขึ้น
4. ตอบ (3) น้อย ทำการวิเคราะห์ข้อแตกต่างของเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์หลายแหล่ง และทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อนที่จะเชื่อข้อมูลเหล่านั้น
5. ตอบ (3) โฟร์แสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ให้เหตุผล และแหล่งอ้างอิงแก่ผู้แสดงความคิดเห็น
6. ตอบ (2) สังเกตจากวันเวลาที่เผยแพร่ ตรวจสอบแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของเนื้อหา
7. ตอบ (3) ถูกทุกข้อ
8. ตอบ (1) ผู้ใช้มีความสามารถในการแยกแยะคุณ และโทษของสื่อสังคมออนไลน์ได้
9. ตอบ (1) ควรแสดงความรับผิดชอบด้วยการขอโทษ แสดงความเสียใจทันที เมื่อรู้ว่าการเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดพลาดหรือกระทบต่อบุคคลอื่น
10. ตอบ (3) สถานบันการศึกษาไม่มีการสอดแทรกการให้ความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ลงในรายวิชาต่าง ๆ
11. ตอบ (2) การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในการเข้าถึงข้อมูลหรือสิ่งที่เราทำเพื่อป้องกันการหลุดออกไปยังคนที่ไม่พึงประสงค์
12. ตอบ (1) การมองบริบทโดยรวมและอย่าด่วนตัดสินใจในการเข้าช่วยเหลือควรดูท่าทีสถานการณ์
13. ตอบ (3) คำนึงถึงความเป็นจริงในการรับสื่อ และไม่หลงเชื่อง่าย
14. ตอบ (2) ไม่เป็น
15. ตอบ (2) ศึกษาจากเว็บไซต์ของสถาบันแพทย์ที่มีข้อมูลรองรับจากผู้เชี่ยวชาญด้านยาโดยตรง
16. ตอบ (1) เป็น
17. ตอบ (2) ว่าน ได้ศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเล่นพนันฟุตบอล ทำให้ทราบถึงความเสี่ยงที่จะตามมา จึงตัดสินใจไม่สมัครเล่นพนันฟุตบอล
18. ตอบ (1) เป็น
19. ตอบ (3) ถูกทุกข้อ

20. ตอบ (2) ไม่สามารถเชื่อถือได้ เพราะชื่อผู้เขียนบทความไม่สามารถนำมาเป็นหลักฐานยืนยันความน่าเชื่อถือได้





ภาคผนวก ข

รูปภาพประกอบ

