วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ฉบับเทคโนโลยีการศึกษา ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2567
Ramkhamhaeng University Journal: The Graduate School (Educational Technology) Vol. 8 No. 1 January - June 2024
ISSN 2672-9822 (Online)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Factors Affecting Social Media Literacy Behavior among Undergraduate Students at Bangkokthonburi University

ขจรศักดิ์ กั้นใช้[1*] และชนาภรณ์ ปัญญาการผล[2]
[1]สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบสื่อและการผลิตสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ประเทศไทย
[2]สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ประเทศไทย
*ผู้รับผิดชอบบทความ

Khajonsak Khanchai[1*] and Chanaphorn Panyakanphon[2]
[1]Innovative Media Design and Media Production, Faculty of Communication Arts,
Bangkokthonburi University, Thailand
[2]Educational Technology and Communications Faculty of Education, Bangkokthonburi University, Thailand
*Corresponding author: Khajonsak.khan@gmail.com

Received: January 25, 2024 / Revised: April 11, 2024 / Accepted: April 23, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบสำรวจปริมาณ (quantitative survey research) ใช้รูปแบบการสำรวจแบ่งกลุ่ม โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน ทั้งด้านรวมและด้านย่อยของนักศึกษาปริญญาตรี (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมทั้งด้านรวมและด้านย่อยของนักศึกษาปริญญาตรี และ (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลทั้งระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมที่มีสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันทั้งด้านรวมและด้านย่อยของนักศึกษาปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่ได้จากวิธีการด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (proportional stratified random sampling) โดยกำหนดแบบสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขาอย่างละจำนวนเท่า ๆ กัน ดังนี้ สาขาวิทยาศาสตร์เพื่อสุขภาพ มีกลุ่มตัวอย่าง 130 คน สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีกลุ่มตัวอย่าง 130 คน และสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีกลุ่มตัวอย่าง 130 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสอบถามการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน 2) แบบสอบถามการมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก 3) แบบสอบถามการมีภูมิคุ้มกันทางจิต 4) แบบสอบถามทักษะการใช้เทคโนโลยี 5) แบบสอบถามการได้รับการสนับสนุนทางสังคม และ 6) แบบสอบถามการได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่ การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การหาพหุคูณถดถอย ผลการวิจัย พบว่า 1) นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม และพฤติกรรมการการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ที่ค่อนข้างสูง

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ; พฤติกรรม; สื่อสังคมออนไลน์

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

2) จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นทั้งปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมในภาพรวม มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกในระดับปานกลางได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) ตัวแปรต้นทั้งปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมในด้านรวมและด้านย่อยสามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Abstract

This research It is a quantitative survey research. Uses a group survey format. The objectives are (1) To study factors within the individual, social and environmental factors, and the behavior of knowingly using social media, both in aggregate and in subscales of undergraduate students, (2) To study the relationship between factors within the individual. , and social and environmental factors, both in aggregate and in subscales of undergraduate students, and (3) To study the influence of both intrapersonal factors and social and environmental factors that can predict the behavior of knowingly using social media, both in aggregate and in subscales of undergraduate students.

The sample group used in this research were undergraduate students. in Bangkokthonburi University obtained by using proportional stratified sampling. The sample size for each field was determined to be equal, as follows: the health sciences field had a sample group of 130 people, the science and technology field had a sample group of 130 people, and the humanities and social sciences field had a sample group of 130 people. The measurement tools used in the research include 1) Questionnaire on the use of social media knowingly, 2) Questionnaire on having a conscientious personality, 3) Questionnaire on mental immunity, 4) Questionnaire on skills in using technology, 5) Social Support Questionnaire, and 6) Influenced by Famous Models Questionnaire. Statistics used in data analysis include 1) Descriptive Statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation, and 2) Inferential Statistics including comparing relationships between variables, multiple regression. The research results found that 1) Bachelor's degree students Bangkokthonburi University has a relatively high level of individual factors, social and environmental factors, and overall social media literacy behavior, 2) From testing the relationship between the primary variables, both individual factors, and overall social and environmental factors are positively related at a moderate level with statistical significance at the .01 level, and 3) Variables, both individual factors, and social and environmental factors in total and subscales, can affect changes or predict behavior in knowingly using social media with statistical significance at the .05 level.

Keywords: Behavior; Media Literacy; Social Media

บทนำ

สังคมยุคปัจจุบันทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศ มีเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันมีการพัฒนาก้าวล้ำและทันสมัยอย่างรวดเร็ว ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของมนุษย์ได้หลากหลายจนถือได้ว่าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของสังคมในยุคปัจจุบันและยังมีผลเป็นสิ่งสำคัญที่มนุษย์ในยุคปัจจุบันขาดไม่ได้ เทคโนโลยีในยุคปัจจุบันที่ได้มีการพัฒนาเกิดขึ้น

ISSN 2672-9822 (Online)

เป็นระบบการสื่อสารแบบไร้พรมแดนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่ผู้ใช้สามารถใช้ผ่านคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์แบบพกพา โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายได้อีกมากมาย การสื่อสารอย่างไร้พรมแดนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในยุคปัจจุบันประกอบด้วยโปรแกรม (program) และแอพพลิเคชั่น (application) จำนวนมาก ส่วนมากของการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยนั่นก็คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ผ่านระบบเครือข่ายของอินเทอร์เน็ต (อุษณี กังวารจิตต์, 2559)

จากปัญหาการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมและไม่รู้เท่าทันของสังคมในปัจจุบัน พบว่า ส่งผลกระทบให้เกิดปัญหาโดยเฉพาะปัญหาพฤติกรรมทางเพศ ความรุนแรง และการบริโภคนิยมอย่างมาก ซึ่งพบได้จากเหตุการณ์ข่าวที่เกิดขึ้นจริง อาทิเช่น ข่าวการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการไลฟ์สดฆ่าตัวตาย (live) ข่าวการใช้ความรุนแรง ได้แก่ เหตุการณ์ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งประเภทการสนทนาแบบออนไลน์ (chat) และข้อมูลข่าวหรือคลิปวีดีโอที่มีผู้ใช้แบ่งปัน (share) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งยังพบปัญหาพฤติกรรมทางเพศ ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคสื่อในสังคมออนไลน์ที่ยั่วยุชักนำให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม ก่อให้เกิดปัญหาตามมาเช่น ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์รวมถึงการตั้งครรภ์โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ซึ่งอาจนำมาสู่ปัญหาอื่น ๆ ตามมาอีกมากมายที่ส่งผลกระทบต่ออนาคต และการบริโภคนิยมของวัยรุ่นที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าสิ่งเร้าและสิ่งยั่วยุต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการดำรงชีวิตของเยาวชนวัยรุ่นไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากว่าต้องคอยแสดงตัวตน กิจวัตรประจำวันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งการถ่ายรูปภาพ การพิมพ์เล่าเรื่องประสบการณ์สถานะ (status) ของตนเอง หรือการดูรูปภาพ และอ่านข้อความข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้คนอื่นในสื่อสังคมออนไลน์เดียวกัน ส่งผลให้เกิดปัญหาการมีพฤติกรรมการบริโภคนิยมเกิดขึ้นในเยาวชนไทยโดยเฉพาะวัยรุ่นนักศึกษา ซึ่งปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้จะพบได้จากแหล่งข่าวต่าง ๆ ที่ทางสื่อและนักวิชาการได้นำออกมาตีแผ่ผ่านสื่อต่าง ๆ และบทความอย่างต่อเนื่องและยังไม่มีทีท่าว่าจะลดลง ในอนาคตหากผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังขาดการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างไม่รู้เท่าทัน

สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีความเปิดกว้างเป็นอย่างมาก ประชาชนทุกช่วงวัยสามารถเข้ามาใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้ตลอดเวลาจึงทำให้ประชาชนใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแบบผิด ๆ ขาดการคิดและไตร่ตรองอย่างรอบคอบซึ่งอาจจะทำให้ผู้อื่นได้รับความเดือดร้อนเสียหายได้จากการกระทำของตนเอง เช่น การแสดงความคิดเห็นต่อข่าวต่าง ๆ บนหน้าเว็บไซต์ (website) ซึ่งอาจจะเป็นคำชม หรือคำต่อว่าด่าทอ แสดงความคิดเห็นไปทางที่กล่าวถึงในทางไม่ดี ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้อื่น รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ไม่ควร กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมจึงได้สร้างกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ระยะ พ.ศ. 2554-2563 ของประเทศไทย (ICT 2020) (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2554) ต่อเนื่องมาถึงแผนแม่บทการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2565-2570) (2565) มีนโยบายยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์และใช้สารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ มีวิจารณญาณและรู้เท่าทัน รวมถึงพัฒนาบุคลากร ICT ที่มีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญระดับมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นองค์กรหลักในการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ของประเทศ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน มาช่วยในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน อีกทั้งยังมีกฎหมายพระราชบัญญัติมาตรา 328 คดีหมิ่นประมาทควบคุมการใช้สื่อออนไลน์ของบุคคลว่าด้วยความผิดฐานหมิ่นประมาทได้กระทำโดยการโฆษณา ด้วยเอกสาร ภาพวาด ภาพระบายสี ภาพยนตร์ภาพหรือตัวอักษรที่ทำให้ปรากฏด้วยแผ่นเสียง หรือสิ่งบันทึกเสียง บันทึกภาพ หรือบันทึกตัวอักษรกระทำโดยการกระจายเสียง หรือการกระจายภาพ หรือโดนกระทำการป่าวประกาศด้วยวิธีอื่นผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีและปรับไม่เกินสองแสนบาทขึ้นมาเพื่อคุ้มครองและควบคุมผู้บริโภค

จากเหตุการณ์ที่เป็นปัญหาและพบการศึกษาการวิจัยที่ผ่านมาในข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อกล่าวนี้ โดยศึกษากับประชากรนักศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เพื่อให้นักศึกษาได้การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน อีกทั้งยังเป็นแนวทางการแก้ไขให้แก่ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สถาบันการศึกษา และสถาบันครอบครัวที่เป็นประโยชน์แก่ตัวนักศึกษาในปัจจุบันและยังเป็นการป้องกันข้อกำหนดเกี่ยวกับสื่อ ในระดับ

ISSN 2672-9822 (Online)

นโยบายกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของเยาวชนรุ่นหลังที่จะเติบโตมาในอนาคต ให้เกิดความเตรียมพร้อมและรับมือกับโลกยุคสมัยใหม่ที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีและกระแสความนิยมของสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันทั้งด้านรวมและด้านย่อยของนักศึกษาปริญญาตรี

2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมทั้งด้านรวมและด้านย่อยของนักศึกษาปริญญาตรี

3) เพื่อศึกษาอิทธิพลทั้งระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมที่มีสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันทั้งด้านรวมและด้านย่อยของนักศึกษาปริญญาตรี

ขอบเขตของการวิจัย

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาตรีเพศชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่มีการเรียนการสอนครบทุกสาขา ได้แก่ สาขาวิทยาศาสตร์เพื่อสุขภาพ สาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาตรีเพศชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1-4 ในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ได้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (proportional stratified random sampling) โดยกำหนดแบบสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขาอย่างละจำนวนเท่า ๆ กัน ดังนี้ สาขาวิทยาศาสตร์เพื่อสุขภาพ มีกลุ่มตัวอย่าง 130 คน สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีกลุ่มตัวอย่าง 130 คน และสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีกลุ่มตัวอย่าง 130 คน

2) ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ตัวแปรต้น คือ

2.2.1 ปัจจัยภายในบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก การมีภูมิคุ้มกันทางจิต และทักษะการใช้เทคโนโลยี

2.2.2 ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนทางสังคม การได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียง

2.2.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ กลุ่มสาขาวิชา ระดับชั้นปี การทำงาน และระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างตระหนักถึงผลกระทบต่อบุคคลและสังคม การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ

ทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ คือ สิ่งเกิดขึ้นจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งแต่เดิมมีการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแบบเว็บไซต์ (website) ยุค 1.0 ที่ผู้ใช้สามารถเป็นได้เพียงผู้รับข้อมูลข่าวสารบนเครืออินเทอร์เน็ตแต่เพียงทางเดียวเท่านั้น ต่อมาได้มีวิวัฒนาการการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อออนไลน์

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

ให้สามารถเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ใช้สื่อในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเวลาเดียวกัน จึงมีการพัฒนารูปแบบสื่อออนไลน์ขึ้นจากเดิมเป็นระบบเว็บไซต์ (website) ยุค 2.0 โดยผู้ใช้งานสามารถเป็นได้ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกันได้ กล่าวคือ ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารแบบแสดงความคิดเห็นตอบกลับ โต้ตอบหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่อกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ (มนลภัส รัตนพันธ์, 2558) โดยผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จะมีส่วนประกอบหลักเหมือนกันคือ โปรไฟล์ (profile) เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชี (ธนพัทธ์ จันท์พิพัฒน์พงศ์, 2559) และในด้านการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ใช้สามารถแบ่งปันหรือเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นได้ทั้งข้อความตัวอักษร รูปภาพและวีดีโอ ของตนเองและผู้อื่นไปยังกลุ่มที่อยู่ในสมาชิกเครือข่ายเดียวกันหรือนอกเครือข่ายก็ได้ (ดวงใจ จันทร์ดี, 2559) (เอมิกา เหมมินทร์, 2556) ทั้งนี้ การแพร่กระจายทางสังคมนี้สามารถทำให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นกระแสของสังคมได้อย่างมาก ตัวอย่างเช่น เพลงฮิต หรือข้อมูลข่าวและคลิปวีดีโอที่มีผู้ใช้แบ่งปัน (share) ข้อมูลกันมาก ๆ จนทำให้บุคคลที่อยู่ในข้อมูลข่าวหรือคลิปวีดีโอกลายเป็นบุคคลดังที่มีผู้คนรู้จักกันอย่างแพร่หลาย โดยมีการแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ไว้ดังนี้ (มนลภัส รัตนพันธ์, 2558)

แนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ

เป็นแนวคิดที่มีการแรกเริ่มเกิดขึ้นเมื่อศตวรรษที่ 17 ประเทศเยอรมนีต่อมามีการพัฒนาจนกลายมาเป็นสาขาวิชาที่มีความแข็งแกร่งทางวิชาการในประเทศอังกฤษหลังจากนั้นหลายประเทศในทวีปยุโรปและประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนนาดา และออสเตรเลียได้นำกระบวนทัศน์นี้ไปพัฒนาต่อเป็นหลักสูตรทางการศึกษา ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกาเนื่องจากมีการพัฒนาอย่างไม่ต่อเนื่องเหมือนดังประเทศอังกฤษหลังจากเกิดความตื่นตัวในช่วงทศวรรษที่ 1970 และความเคลื่อนไหวเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมาถึงจุดหยุดนิ่งในทศวรรษที่ 1980 จึงทำให้ประเทศสหรัฐอเมริกามีความเคลื่อนไหวเรื่องการรู้เท่าทันสื่อล้าหลังกว่าบางประเทศ เช่น ออสเตรเลีย และแคนนาดา (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2547, หน้า 56) แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อกลับมาเป็นที่ยอมรับของวงการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกาอีกครั้งในทศวรรษที่ 1990 ด้วยเหตุผลหลายประการ ดังนี้

1) การแพร่หลายของสื่อที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ความรู้เท่าทันสื่อกลายเป็นประเด็นระดับประเทศมากขึ้น
2) การสื่อสารกับนักวิชาการและนักเคลื่อนไหวด้านความรู้เท่าทันสื่อระหว่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้น
3) การพัฒนาของเครือข่ายนักการศึกษาและนักเคลื่อนไหวด้านความรู้เท่าทันสื่อในประเทศ และ
4) ทรัพยากรและหลักวิธีในการสอนเริ่มหาง่ายขึ้น

แต่ปัจจุบันแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อกลับมีการเติบโตอย่างมากในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศแคนนาดา สำหรับประเทศไทยแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อถือว่ายังเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่สำหรับบริบทในสังคมไทยยังคงมีข้อนำเสนอเรื่องแนวทางและรูปแบบการพัฒนาการเรียนการสอนของการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย โดยมีองค์กรขับเคลื่อนหลัก คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยอธิบายว่า แนวทางการเรียนการสอนเรื่องการรู้เท่าทันสื่อเพื่อจะให้เกิดประสิทธิผลจะต้องอาศัยการร่วมมือจากทุกระดับภาคส่วน เริ่มตั้งแต่ระดับนโยบายต้องเห็นความสำคัญทุกกระทรวงที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือกัน รวมทั้งในระดับโรงเรียนและระดับอุดมศึกษา ผู้บริหารและครูต้องทำความเข้าใจรวมทั้งเล็งเห็นถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ของวิชาการ จัดให้มีการเรียนการสอนวิชาการรู้เท่าทันสื่อภายในโรงเรียนและในระดับมหาวิทยาลัย อีกทั้งในระดับครอบครัว บิดามารดาและผู้ปกครองต้องใส่ใจกับบุตรหลานในเรื่องนี้มากขึ้นเนื่องจากปัจจุบันสื่อได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของคนทุกวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยเด็กและวัยรุ่นที่ยังขาดประสบการณ์และยังต้องการความช่วยเหลือและสนับสนุนจากทุกฝ่ายเพื่อการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบันการรู้เท่าทันสื่อเป็นแนวคิดที่ได้รับการศึกษามาเป็นระยะเวลานานและถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อโลกปัจจุบัน เนื่องจากประชาชนเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อในทุกรูปแบบ แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อนี้พัฒนามาจากกระบวนทัศน์เพื่อเสริมทักษะทางการศึกษาของบุคคล เนื่องจากการรู้เท่าทันสื่อเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสังคมประชาธิปไตย การรู้เท่าทันสื่อจึงไม่ได้จำกัดเฉพาะความสามารถในการอ่านออกและเขียนได้เท่านั้น

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

แต่หมายถึงทักษะขั้นสูงในการพินิจพิจารณาข่าวสารข้อมูล วิเคราะห์เป็น แยกแยะได้ ไม่หลงเชื่อโดยง่าย และมีเหตุผลในการยอมรับข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเป็นรวมทั้งสามารถสร้างประโยชน์ต่อตนเองได้ (ศรีรัช ลาภใหญ่ และคณะ, 2550, หน้า 30) ซึ่งแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อนี้ได้มีผู้คิดและอธิบายเกี่ยวกับความหมายและองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อไว้อย่างหลากหลาย ทั้งนักคิดในต่างประเทศและประเทศไทย มีทั้งส่วนที่มีความสอดคล้องคล้ายคลึงและแตกต่างกันออกไปตามแต่ละแนวคิดของแต่ละคนที่ได้กล่าวไว้ ดังนี้

1) เจมส์ ดับเบิ้ลยู พอตเตอร์ (James W. Potter, 2005) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ มุมมองของบุคคลต่อการเปิดรับสื่ออย่างมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง สามารถตีความความหมายของสารจากสื่อที่พบด้วยมุมมองโครงสร้างความรู้ที่มีอยู่ของส่วนบุคคล ซึ่งโครงสร้างของความรู้นี้จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ และวัตถุดิบเหล่านี้ คือ ทักษะในการบริโภคสารจากสื่อทุกประเภท และสารจากโลกที่แท้จริงเพื่อการสื่อความหมายจากสารด้วยความตระหนักรู้และรับสารจากสื่ออย่างมีสติ โดยแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) องค์ประกอบด้านการรู้คิด หมายถึง กระบวนการทางความคิดและจิตใจการรู้คิด คือความสามารถตระหนักรู้ในสัญลักษณ์เข้าใจความหมายของสารที่แท้จริงของผู้ผลิตที่ผลิตออกมาอย่างซับซ้อน หรือผลิตออกมาเพื่อให้ตรงกับกระแสในโลกปัจจุบัน องค์ประกอบนี้เป็นองค์ประกอบทางปัญญา ซึ่งต้องอาศัยโครงสร้างขององค์ความรู้อย่างมากของบุคคลที่จะเข้าใจความหมายที่แท้จริงของสื่อที่ต้องการนำเสนอ (2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ หมายถึง ความรู้สึกบางคนมีความสามารถของประสบการณ์และความสามารถของอารมณ์น้อยต่อการจัดการกับความรู้สึกของตนเองในขณะเปิดรับสื่อหรือใช้สื่อ ในขณะที่สื่อต่าง ๆ พยายามสร้างขึ้นมาเพื่อชี้นำให้เขาเหล่านั้นมีความรู้สึกคล้อยตามสื่อ (3) องค์ประกอบด้านสุนทรียะ หมายถึง ความสามารถเรื่องการมีความสนุกสนาน และเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับเนื้อหาที่เป็นมุมมองด้านศิลปะของสื่อ มีระดับความรู้ที่จะสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างความเป็นศิลปะแท้กับศิลปะเทียมของผู้ผลิตสื่อ (4) องค์ประกอบด้านศีลธรรม หมายถึง ความสามารถในการรับสื่อที่ไม่ก่อให้เกิดความเครียด

2) อาร์ต ซิลเวอร์แบลท (Art Silverblatt, 1995) ได้กำหนดนิยามและองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มเติมจากการประชุมผู้นำของชาติ เรื่องการรู้เท่าทันสื่อ สนับสนุนโดยสถาบันเอสเพน เดือนธันวาคม คริสต์ศักราช 1992 ซึ่งจากการประชุมได้มีบทสรุปนิยามพื้นฐานของการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถของพลเมืองที่จะเข้าถึง วิเคราะห์ และผลิตข้อมูล โดยให้ความสำคัญที่ผลลัพธ์ของบุคคลที่เกิดจากกระบวนการดังกล่าวนี้ ดังนี้ (1) ความตระหนักต่อผลกระทบของสื่อของบุคคลและสังคม (2) ความเข้าใจในขั้นตอนการสื่อสารของสื่อ (3) พัฒนาการของกลยุทธ์ที่มีต่อการวิเคราะห์และสารที่โต้ตอบในสื่อ (4) ความตระหนักในเนื้อหาของสื่อ และ (5) การปลูกฝังให้มีความรื่นรมย์สุนทรีย์ในเนื้อหาของสื่อ

3) สแตนลีย์ เจ. บารัน (Stanley J. Baran, 2004, pp. 30) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการทำความเข้าใจและใช้ประโยชน์จากสื่อและเนื้อหาจากสื่อได้อย่างมีประสิทธิผล และ มีประสิทธิภาพแล้วยังขยายองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อที่ซิลเวอร์แบลทให้ไว้ 5 องค์ประกอบ โดย บารันได้ขยายเพิ่มอีก 2 องค์ประกอบ คือ ความเข้าใจในข้อบังคับทางจริยธรรมของผู้ผลิตสื่อและความสามารถในการใช้สื่อได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

4) เรเน่ ฮอบส์ (Renée Hobbs, 1998) ได้ขยายความคำนิยามจากการประชุมผู้นำแห่งชาติเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ จะต้องประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ (1) ความสามารถในการเข้าถึงสาร หมายถึง ทักษะความสามารถในการถอดรหัสสัญลักษณ์ของข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ อีกทั้งยังรวมถึงความสามารถในการใช้เครื่องมือเทคโนโลยี หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าความรู้เท่าทันข่าวสาร (2) ความสามารถในการวิเคราะห์สาร หมายถึง ความสามารถที่จะเข้าใจและใช้ความรู้เชิงความคิดอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นทักษะการตีความ โดยสามารถพิจารณาแยกแยะประเภทของข้อมูล รวมทั้งมีเหตุผลต่อการแสดงความคิดเห็นและสามารถบอกจุดประสงค์มุมมองของผู้แต่งได้ (3) ความสามารถในการประเมินสาร หมายถึง การตัดสินข้อมูลโดยใช้ความรู้ที่มีอยู่เดิมเป็นตัวกำหนดทำนายผลลัพธ์ (4) ความสามารถในการสื่อสาร หมายถึง ความสามารถที่จะเข้าใจคู่สนทนาที่กำลังสื่อสารด้วยกันทั้งภาษา และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการสนทนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

5) เอลิซาเบธ ทอแมน (Thoman Elizabeth, 1993) ได้จำแนกการรู้เท่าทันสื่อที่ทำให้พลเมืองทุกกลุ่มอายุมีพลังอำนาจทางสื่อออกเป็น 3 องค์ประกอบ คือ (1) การเป็นผู้ตระหนักในความสำคัญของการเลือกและจัดสรรเวลาที่ใช้กับสื่อ (2) การเรียนรู้โดยใช้ทักษะเชิงคิดแบบวิพากษ์ เรียนรู้ที่จะวิเคราะห์และตั้งคำถามถึงสิ่งที่อยู่ภายในกรอบว่า สื่อถูกสร้างขึ้นอย่างไร สิ่งใดควรเชื่อหรือไม่ควรเชื่อ (3) ขั้นการวิเคราะห์สื่อมวลชนในสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เป็นการสำรวจประเด็นที่ลึกกว่าว่าใครเป็นผู้ผลิตสื่อ และผลิตสื่อด้วยวัตถุประสงค์อะไร

6) สำนักศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ (2558) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ การที่เราไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟัง แต่สามารถคิด วิเคราะห์ สงสัย และรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง ใครเป็นคนให้ข้อมูล เขาต้องการสื่ออะไร หรือมีจุดมุ่งหมายอื่นใดแอบแฝงหรือไม่ โดยองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อที่เราต้องมี ได้แก่ (1) การเปิดรับสื่อ หมายถึง การเปิดรับสื่อของประสาทสัมผัส หู ตา จมูก ลิ้น ซึ่งเมื่อเปิดรับแล้ว สมองจะสั่งการให้คิดและปรุงแต่งให้เกิดอารมณ์ต่าง ๆ ตามมา การรู้เท่าทันสื่อในขั้นของการรับรู้อารมณ์ตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องแยกความคิดและอารมณ์ (2) การวิเคราะห์สื่อ หมายถึง การแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอของสื่อว่ามีวัตถุประสงค์อะไร (3) การเข้าใจสื่อ หมายถึง การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลของแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากันมาก่อน (4) การประเมินค่า หมายถึง หลังการวิเคราะห์และทำความเข้าใจสื่อแล้วเราควรประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ทั้งด้านเนื้อหา วิธีนำเสนอ เทคนิคที่ใช้ เป็นต้น (5) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ หมายถึง แม้ว่าเราจะสามารถวิเคราะห์ เข้าใจ และประเมินค่าสื่อได้แต่เราไม่สามารถออกไปจากโลกของสื่อได้ ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องปฏิบัติดังนี้ คือ นำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น สามารถส่งสารต่อได้ และมีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อได้

7) เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช (2558) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ตนต้องการ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์ เข้าใจสามารถตีความเนื้อหาสาร ประเมินสารและสามารถสร้างสรรค์ผลิตสารในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้บริบทที่หลากหลาย ทั้งนี้การรู้เท่าทันสื่อจะสามารถเกิดขึ้นได้นั้นมาจากการก่อร่างขององค์ประกอบ 3 ส่วน ดังนี้ (1) โครงสร้างความรู้ หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ เนื้อหาสื่อ อุตสาหกรรมสื่อ โลกแห่งความเป็นจริง และรู้จักตนเอง (2) การใช้เครื่องมือ หมายถึง เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการสร้างความรู้ของผู้รู้เท่าทันสื่อประกอบด้วย การวิเคราะห์ (analysis) การประเมิน (evaluation) การจำแนกกลุ่ม (grouping) การใช้เหตุผลแบบอุปนัย (induction) การใช้เหตุผลแบบนิรนัย (deduction) การสังเคราะห์ (synthesis) และการสรุปสาระสำคัญ (abstracting) (3) ความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ

8) กฤษณา ชาวไชย (2556) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ เป็นผลจากกระบวนการทางความสามารถของบุคคลและบริบทของการรู้เท่าทันสื่อที่ดำเนินไปอย่างพลวัต ซึ่งความสามารถดังกล่าวนี้ แบ่งออกเป็น (1) การเข้าถึงสื่อ (2) การตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ (3) ความรู้เกี่ยวกับสื่อ สารจากสื่อ และสภาพแวดล้อมรอบตัว (4) ความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของสื่อกระบวนการสื่อสาร ผลกระทบของสื่อ (5) การวิเคราะห์สื่อและสารจากสื่อ (6) การประเมินคุณค่าสื่อและสารจากสื่อ (7) การสร้างสารใหม่ในรูปแบบของตนเอง (8) การสื่อสารเพื่อการโต้ตอบหรือวิจารณ์ไปยังสื่อหรือผู้รับสารอื่น

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

ตารางที่ 1

องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อของนักคิดนักทฤษฎีทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อ	พอตเตอร์ (1995)	ซิลเวอร์แบลท (1995)	บารัน (2004)	ฮอบส์ (1998)	ทอแมน (1993)	สำนักศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ (2558)	มาริษา สุจิตวนิช (2558)	กฤษณา ชาวไชย (2556)	รวม
ด้านการพูด	✓								1
ด้านอารมณ์	✓								1
ด้านสุนทรียะ	✓	✓	✓						3
ด้านศีลธรรม	✓		✓						2
ตระหนักถึงผลกระทบของบุคคลและสังคม		✓	✓				✓	✓	4
ความสามารถในการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ			✓			✓			2
ความสามารถในการเข้าใจสื่อ		✓	✓	✓		✓		✓	5
ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
ความสามารถในการประเมินสื่อ				✓		✓	✓	✓	4
ความสามารถในการสื่อสาร				✓					1
ตระหนักความสำคัญ ของการเลือกและจัดสรรเวลาที่ใช้กับสื่อ					✓				1
ใช้สื่ออย่างชาญฉลาด									1
การเปิดรับสื่อ						✓	✓		2
ทักษะการคิดวิจารณญาณ									1
ความรู้							✓	✓	2
การสร้างสารใหม่ในรูปแบบของตนเอง								✓	1
การสื่อสารเพื่อการโต้ตอบ								✓	1

จากแนวคิดของนักคิดนักทฤษฎีทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศดังตารางที่ 1 ข้างต้น จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบที่นักคิดและนักทฤษฎีมีความคิดเห็นตรงกันเป็นจำนวนมากที่สุดมี 5 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1) องค์ประกอบการวิเคราะห์สื่อ

2) องค์ประกอบการเข้าใจสื่อ

3) องค์ประกอบการประเมินสื่อ

4) องค์ประกอบความตระหนักถึงผลกระทบของบุคคลและสังคม

5) องค์ประกอบความสามารถในการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ซึ่งในองค์ประกอบความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ องค์ประกอบความสามารถในการเข้าใจสื่อ และองค์ประกอบความสามารถในการประเมินสื่อนี้ มีงานวิจัยของประเทศไทยได้รวมองค์ประกอบดังกล่าวทั้ง 3 องค์ประกอบไว้ในองค์ประกอบการมีทักษะการคิดวิจารณญาณ (จินตนา ตันสุวรรณนนท์, 2550) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้รวมองค์ประกอบดังกล่าวนี้มาไว้ในด้านเดียวกัน คือ ด้านการมีทักษะการคิดวิจารณญาณ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามบริบททิศทางของการศึกษา ผู้วิจัยจึงได้ปรับชื่อขององค์ประกอบให้เป็นไปทางบริบทของการศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในครั้งนี้ ดังนี้

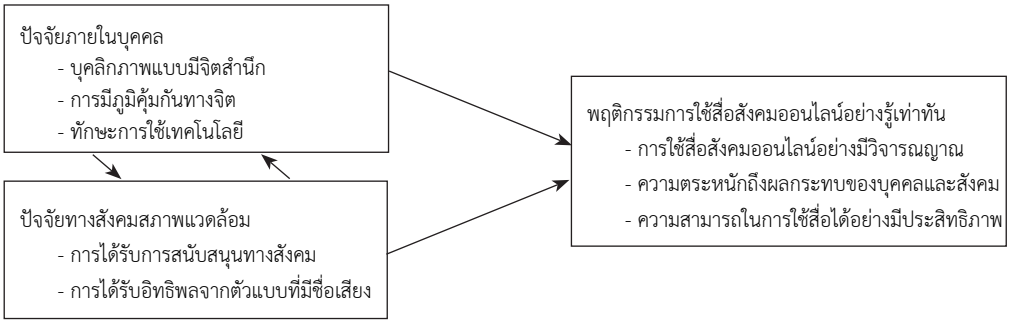
องค์ประกอบที่ 1 การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

องค์ประกอบที่ 2 การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างตระหนักถึงผลกระทบของบุคคลและสังคม

องค์ประกอบที่ 3 การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ

ISSN 2672-9822 (Online)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การออกแบบเครื่องมือ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจซึ่งประกอบไปด้วยชุดแบบสอบถามทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันมีจำนวน 22 ข้อ แบ่งเป็นคำถามเชิงบวก 20 ข้อ และคำถามเชิงลบ 2 ข้อ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่

1.1 การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ จำนวน 8 ข้อ

1.2 ความตระหนักถึงผลกระทบของบุคคลและสังคม จำนวน 8 ข้อ

1.3 การใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ปรับปรุงและเพิ่มเติมจากแบบวัดบุคลิกภาพ 6 องค์ประกอบของคอสตาและแมคเคร (Costa and McCrae, 1992) มีจำนวน 13 ข้อ แบ่งเป็นคำถามเชิงบวก 10 ข้อ และคำถามเชิงลบ 3 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามการมีภูมิคุ้มกันทางจิต ปรับปรุงและเพิ่มเติมจากแบบวัดการมีภูมิคุ้มกันทางจิตของ อรพินทร์ ชูชม และคณะ (2554) มีจำนวน 13 ข้อ โดยเป็นข้อคำถามเชิงบวกทั้งหมด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามทักษะการใช้เทคโนโลยี ปรับปรุงและเพิ่มเติมจากแบบวัดทักษะการใช้เทคโนโลยีของ อัญญปารย์ ศิลปนิลมาลย์ (2558) มีจำนวน 12 ข้อ โดยเป็นข้อคำถามเชิงบวกทั้งหมด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามการได้รับการสนับสนุนทางสังคม ปรับปรุงและเพิ่มเติมจากแนวคิดการสนับสนุนทางสังคมของเฮ้าส์ (House. 1981) มีจำนวน 13 ข้อ โดยเป็นข้อคำถามเชิงบวกทั้งหมด

ตอนที่ 6 แบบสอบถามการได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียง ปรับปรุงและเพิ่มเติมแบบวัดการได้รับอิทธิพลจากตัวแบบของ (ธัญชนก สุขแสง, 2558) มีจำนวน 7 ข้อ แบ่งเป็นคำถามเชิงบวก 3 ข้อ และคำถามเชิงลบ 4 ข้อ

ซึ่งเครื่องมือวัดในตอนที่ 2 ถึง 7 จะมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า มี 6 ระดับ ตั้งแต่ “ปฏิบัติมากที่สุด” จนถึง “ไม่ปฏิบัติเลย” โดยเกณฑ์ดังต่อไปนี้

โดยทั้งข้อคำถามจะใช้แบบวัด 6 ระดับ ดังนี้ (Chang, 1993, p. 9) (Sower et. al., 2004, p. 249)

1 หมายถึง ไม่ปฏิบัติเลย
2 หมายถึง ปฏิบัติน้อย
3 หมายถึง ปฏิบัติค่อนข้างน้อย
4 หมายถึง ปฏิบัติค่อนข้างมาก
5 หมายถึง ปฏิบัติมาก
6 หมายถึง ปฏิบัติมากที่สุด

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

และแปลผลทางสถิติได้ดังต่อไปนี้ (Wright & Masters, 1982) (Wright & Stone, 1979)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	มีความหมายว่า	ปัจจัยในข้อนั้นต่ำมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	มีความหมายว่า	ปัจจัยในข้อนั้นต่ำ
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 349	มีความหมายว่า	ปัจจัยในข้อนั้นค่อนข้างต่ำ
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	มีความหมายว่า	ปัจจัยในข้อนั้นค่อนข้างสูง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.49	มีความหมายว่า	ปัจจัยในข้อนั้นสูง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	5.50 – 6.00	มีความหมายว่า	ปัจจัยในข้อนั้นสูงมาก

การหาคุณภาพเครื่องมือ

1) หาค่าความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัด (content validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเข้าใจในด้านที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ต้องการจะวัดเป็นอย่างดี จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบวัดแต่ละฉบับว่าสามารถวัดได้ถูกต้องตรงตามจุดประสงค์ของเนื้อหาที่จะวัด โดยมีเนื้อหาครอบคลุมตามนิยามปฏิบัติการหรือไม่ ภาษาและสำนวนถ้อยคำของข้อความมีความหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างหรือไม่ และพิจารณาความคิดเห็นตรงกันของผู้เชี่ยวชาญที่มีค่าคะแนน IOC ของแต่ละข้อมากกว่า 0.5 คะแนนขึ้นไป เป็นเกณฑ์การคัดเลือก จากนั้นนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมก่อนนำไปทดลองใช้

2) การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (item discrimination) ของแบบวัด โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดแต่ละฉบับที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 100 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ และเลือกเฉพาะข้อที่มีค่าคะแนนความสัมพันธ์สูงตั้งแต่ .20 ขึ้นไป และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ไว้ใช้เป็นข้อคำถามในเครื่องมือ

3) การหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดที่ใช้ในการวิจัยนี้ จะหาหลังจากที่ได้วิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อแล้ว โดยเลือกเฉพาะข้อที่มีนัยสำคัญนำมาหาค่าเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha coefficient) โดยจะนำค่าความเชื่อมั่นที่ได้มาพิจารณาแปลผลความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .80 ถึง .91 บุคคลได้รับรู้หรือเห็นพฤติกรรมของบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลที่ยึดเป็นต้นแบบในทางที่ดีและทำให้มีการปฏิบัติที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือสอบถามของผู้วิจัยในครั้งนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบสำรวจปริมาณ (quantitative survey research) ใช้รูปแบบการสำรวจแบ่งกลุ่มโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่ได้จากวิธีการด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (proportional stratified random sampling) โดยกำหนดแบบสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขาอย่างละจำนวนเท่า ๆ กัน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนึงถึงเรื่องจริยธรรมสิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลโดยผ่านจริยธรรมเลขที่ KMUTT-RI-2024-027 และจริยธรรมในมนุษย์เลขที่ KMUTT-IRB-66-119 แล้วจึงทำหนังสือขอการรับรองคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

การดำเนินการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอความร่วมมือ ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนและเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการทำการวิจัยในครั้งนี้ และขอความยินยอมในการให้ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) ติดต่อแต่ละคณะในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความร่วมมือในการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยนำหนังสือจากคณะนิเทศศาสตร์ ถึงคณบดีแต่ละคณะที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้

ISSN 2672-9822 (Online)

2) จัดเตรียมแบบประเมินและแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3) นำแบบประเมินและแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองพร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดของการเก็บข้อมูลให้ทราบและนัดหมายระยะเวลาให้ส่งคืน

4) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบประมินและแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง ในเวลาที่นัดหมายไว้ และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์อีกครั้ง

5) นำข้อมูลจัดเก็บในป้อนเข้าสู่ระบบเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติสำหรับใช้ดำเนินการต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติ การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งมีแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีการทางสถิติ ดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและลักษณะตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สำหรับการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 1

2) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (pearson correlation coefficient) สำหรับการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 2

3) การวิเคราะห์ค่าพหุคูณถดถอย (regression analysis) สำหรับการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 3

ผลการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถ สรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 วัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันทั้งด้านรวมและด้านย่อยของนักศึกษาปริญญาตรี ดังนี้

ตารางที่ 1

ตารางผลประเมินโดยรวมของปัจจัยภายในบุคคล

ปัจจัยภายในบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
การมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	4.23	.85	เป็นปัจจัยค่อนข้างสูง
การมีภูมิคุ้มกันทางจิต	4.59	1.01	เป็นปัจจัยสูง
ทักษะทางเทคโนโลยี	4.37	1.08	เป็นปัจจัยค่อนข้างสูง
เฉลี่ยรวม	**4.39**	**.85**	**เป็นปัจจัยค่อนข้างสูง**

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยภายในบุคคลในภาพรวมเป็นปัจจัยที่มีในกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างสูง ด้วยคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.39 (.85) โดยปัจจัยย่อยการมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก และทักษะทางเทคโนโลยีเป็นปัจจัยค่อนข้างสูง ด้วยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 (.85) และ 4.37 (1.08) ตามลำดับ และปัจจัยย่อยการมีภูมิคุ้มกันทางจิตเป็นปัจจัยสูง ด้วยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 (1.01)

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

ตารางที่ 2

ตารางผลประเมินโดยรวมของปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม

ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
การได้รับการสนับสนุนทางสังคม	4.49	.96	เป็นปัจจัยค่อนข้างสูง
การได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียง	3.76	1.27	เป็นปัจจัยค่อนข้างสูง
เฉลี่ยรวม	**4.12**	**.93**	**เป็นปัจจัยค่อนข้างสูง**

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมในภาพรวมเป็นปัจจัยที่มีในกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างสูง ด้วยคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.12 (.93) โดยปัจจัยย่อยได้รับการสนับสนุนทางสังคม และการได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียงเป็นปัจจัยค่อนข้างสูง ด้วยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49 (.96) และ 3.76 (1.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 3

ตารางผลประเมินโดยรวมของพฤติกรรมการการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ	4.37	1.16	ค่อนข้างสูง
ความตระหนักถึงผลกระทบของบุคคลและสังคม	4.19	1.21	ค่อนข้างสูง
ความสามารถในการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.24	1.21	ค่อนข้างสูง
เฉลี่ยรวม	**4.26**	**1.13**	**ค่อนข้างสูง**

จากตารางที่ 3 พบว่า พฤติกรรมการการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมเป็นพฤติกรรมที่มีในกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างสูง ด้วยคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.26 (1.13) โดยองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ความตระหนักถึงผลกระทบของบุคคล และความสามารถในการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมีพฤติกรรมค่อนข้างสูง ด้วยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 (1.16) 4.19 (1.21) และ 4.24 (1.21) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมทั้งด้านรวมและด้านย่อยของนักศึกษาปริญญาตรี ดังนี้

ตารางที่ 4

ตารางแสดงความสัมพันธ์ภายในปัจจัยย่อยภายในบุคคล

		การมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	การมีภูมิคุ้มกันทางจิต	ทักษะทางเทคโนโลยี
การมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	Pearson Correlation	1	.689**	.502**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000
การมีภูมิคุ้มกันทางจิต	Pearson Correlation		1	.672**
	Sig. (1-tailed)			.000
ทักษะทางเทคโนโลยี	Pearson Correlation			1
	Sig. (1-tailed)			

**P <=.01

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

จากตารางที่ 4 พบว่า ความสัมพันธ์ภายในปัจจัยย่อยภายในบุคคลมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทั้ง “การมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก” กับ “การมีภูมิคุ้มกันทางจิต” โดยมีค่า .689 “การมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก” กับ “ทักษะทางเทคโนโลยี” โดยมีค่า .502 และ “การมีภูมิคุ้มกันทางจิต” กับ “ทักษะทางเทคโนโลยี” โดยมีค่า .672

ตารางที่ 5

ตารางแสดงความสัมพันธ์ภายในปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม

		การได้รับการสนับสนุนทางสังคม	การได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียง
การได้รับการสนับสนุนทางสังคม	Pearson Correlation	1	.378**
	Sig. (1-tailed)		.000
การได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียง	Pearson Correlation		1
	Sig. (1-tailed)		

**P <=.01

จากตารางที่ 5 พบว่า ความสัมพันธ์ภายในปัจจัยย่อยทางสังคมสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่า .378

ตารางที่ 6

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมในภาพรวม

		ปัจจัยภายในบุคคล	ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม
ปัจจัยภายในบุคคล	Pearson Correlation	1	.573**
	Sig. (1-tailed)		.000
ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม	Pearson Correlation		1
	Sig. (1-tailed)		

**P <=.01

จากตารางที่ 6 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่า .573

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลทั้งระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมที่มีสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันทั้งด้านรวมและด้านย่อยของนักศึกษาปริญญาตรี

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

ตารางที่ 7

ผลการการวิเคราะห์การถดถอยปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมที่มีสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันทั้งด้านรวมและด้านย่อย

โมเดล	ตัวแปรต้น	ค่าคงที่, t_{value}, t_{prob}	b_0	β_0	t_{value}	t_{prob}	F_{Value}	F_{Prob}	R	R^2	R_{adj}	Std. Error
1	การมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	.990, 4.226*, .000	.775	.586	14.263*	.000	203.427*	.000	.586	.334	.342	.916
2	การมีภูมิคุ้มกันทางจิต	1.339, 6.149*, .000	.638	.573	13.758*	.000	189.295*	.000	.573	.328	.326	.927
3	ทักษะทางเทคโนโลยี	1.838, 9.136*, .000	.556	.534	12.433*	.000	154.587*	.000	.534	.285	.283	.956
1,2,3	ปัจจัยภายในบุคคล	.484, 2.114*, .035	.861	.650	16.286*	.000	283.113*	.000	.650	.422	.420	.860
4	การได้รับการสนับสนุนทางสังคม	1.745, 7.259*, .000	.561	.478	10.720*	.000	114.911*	.000	.478	.228	.227	.993
5	การได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียง	3.504, 20.062*, .000	.202	.227	4.599*	.000	21.154*	.000	.227	.052	.049	1.101
4,5	ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม	2.249, 9.418*, .000	.489	.056	8.658*	.000	74.965*	.000	.402	.162	.160	1.035

*P <=.05

จากตารางที่ 7 พบว่า ตัวแปรต้นที่เป็นปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมทั้งด้านรวมและด้านย่อยสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้ดีที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 2 โมเดลหลักตามวัตถุประสงค์ และ 5 โมเดลย่อยตามปัจจัยย่อย และสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณในรูปแบบคะแนนได้ดังนี้

ISSN 2672-9822 (Online)

สมการโมเดลย่อยที่ 1 $\hat{y}$ = .990 +.586*(การมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก) (R^2=.334)

สมการโมเดลย่อยที่ 2 $\hat{y}$ = 1.339 +.573*(การมีภูมิคุ้มกันทางจิต) (R^2=.328)

สมการโมเดลย่อยที่ 3 $\hat{y}$ = 1.838 +.534*(ทักษะทางเทคโนโลยี) (R^2=.285)

สมการโมเดลย่อยที่ 4 $\hat{y}$ = 1.745 +.478*(การได้รับการสนับสนุนทางสังคม) (R^2=.228)

สมการโมเดลย่อยที่ 5 $\hat{y}$ = 3.504 +.227*(การได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียง) (R^2=.052)

สมการโมเดลหลักตามวัตถุประสงค์ที่ 1 $\hat{y}$ = .484 +.650*(ปัจจัยภายในบุคคล) (R^2=.422)

สมการโมเดลหลักตามวัตถุประสงค์ที่ 2 $\hat{y}$ = 2.249 +.402*(ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม) (R^2=.16)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ผู้วิจัยมีข้ออภิปรายผลในประเด็นตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) ปัจจัยภายในบุคคลในภาพรวมเป็นปัจจัยที่มีในนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีค่อนข้างสูง โดยปัจจัยย่อยการมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก และทักษะทางเทคโนโลยีเป็นปัจจัยค่อนข้างสูงเช่นเดียวกัน และปัจจัยย่อยการมีภูมิคุ้มกันทางจิตเป็นปัจจัยสูง

2) ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมในภาพรวมเป็นปัจจัยที่มีในนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีค่อนข้างสูง โดยปัจจัยย่อยได้รับการสนับสนุนทางสังคม และการได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียงเป็นปัจจัยค่อนข้างสูงเช่นเดียวกัน

3) พฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมเป็นพฤติกรรมที่มีในนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีค่อนข้างสูง โดยองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ความตระหนักถึงผลกระทบของบุคคล และความสามารถในการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมีพฤติกรรมค่อนข้างสูงเช่นเดียวกัน

4) ความสัมพันธ์ภายในปัจจัยย่อยภายในบุคคลมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกทุกความสัมพันธ์ย่อยในปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

5) ความสัมพันธ์ภายในปัจจัยย่อยทางสังคมสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกความสัมพันธ์ย่อยในปัจจัยอยู่ในระดับต่ำ

6) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก โดยความสัมพันธ์ระหว่างกันอยู่ในระดับปานกลาง

7) ตัวแปรต้นที่เป็นปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมทั้งด้านรวมและด้านย่อยสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้ดีที่สุดโดยแบ่งออกเป็น 2 โมเดลหลักตามวัตถุประสงค์และ 5 โมเดลย่อยตามปัจจัยย่อย และสามารถอธิบายสมการทั้ง 7 สมการได้ดังนี้

จากสมการโมเดลย่อยที่ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกอยู่ที่ .990 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในระดับปานกลาง (R = .586) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้ร้อยละ 33.40 โดยระดับการมีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันเพิ่มขึ้น .586 หน่วย

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

จากสมการโมเดลย่อยที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีภูมิคุ้มกันทางจิตอยู่ที่ 1.339 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในระดับปานกลาง (R = .573) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้ร้อยละ 32.80 โดยระดับการมีภูมิคุ้มกันทางจิตเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันเพิ่มขึ้น .573 หน่วย

จากสมการโมเดลย่อยที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะทางเทคโนโลยีอยู่ที่ 1.838 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในระดับปานกลาง (R = .534) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้ร้อยละ 28.50 โดยระดับทักษะทางเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันเพิ่มขึ้น .534 หน่วย

จากสมการโมเดลย่อยที่ 4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับการสนับสนุนทางสังคมอยู่ที่ 1.745 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในระดับปานกลาง (R = .478) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้ร้อยละ 22.80 โดยระดับการได้รับการสนับสนุนทางสังคมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันเพิ่มขึ้น .478 หน่วย

จากสมการโมเดลย่อยที่ 5 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียงอยู่ที่ 3.504 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในระดับต่ำ (R = .227) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้ร้อยละ 5.20 โดยระดับการได้รับอิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันเพิ่มขึ้น .227 หน่วย

จากสมการโมเดลหลักตามวัตถุประสงค์ที่ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยภายในบุคคลอยู่ที่ .484 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในระดับปานกลาง (R = .650) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้ร้อยละ 42.20 โดยระดับปัจจัยภายในบุคคลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันเพิ่มขึ้น .650 หน่วย

จากสมการโมเดลหลักตามวัตถุประสงค์ที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมอยู่ที่ 2.249 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในระดับปานกลาง (R = .402) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้ร้อยละ 16.20 โดยระดับปัจจัยภายในบุคคลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันเพิ่มขึ้น .402 หน่วย

กล่าวโดยสรุปว่านักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม และพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ที่ค่อนข้างสูง อีกทั้งได้มีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นทั้งปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกในระดับปานกลางได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ท้ายที่สุดตัวแปรต้นทั้งปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมในด้านรวมและด้านย่อยสามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจที่มีการแบ่งกลุ่มตามกลุ่มสาขาวิชา และจากผลการทดสอบสถิติเชิงอนุมานพบความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่ยังคงอยู่ในระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ในการนำผลจากงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้อาจจะจำเป็นต้องตั้งสมมุติฐานเพื่อแยกการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เป็นรายกลุ่มสาขาวิชา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มประชากรในดับการศึกษาที่สูงขึ้นไปหรือต่ำกว่า เช่น มัธยมต้น

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9822 (Online)

มัธยมปลาย ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) อนุปริญญา ปริญญาโท และปริญญาเอก อีกทั้งควรมีการวิเคราะห์การเปรียบเทียบหรือความแปรปรวนระหว่างตัวแปรต้นที่เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์กับตัวแปรต้นที่เป็นปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม และตัวแปรตามที่เป็นพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554). *กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ระยะ พ.ศ. 2554-2563 ของประเทศไทย.* ค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2566, จาก https://www.mdes.go.th/content/download-detail/2965

กฤษณา ชาวไชย. (2556). *พัฒนาการและการขับเคลื่อนแนวคิดการรู้ เท่าทันสื่อในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2566, จาก http://203.131.210.100/ejournal/?page_id=570

จินตนา ตันสุวรรณนนท์. (2550). *ผลการฝึกอบรมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.* ปริญญานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีนิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ดวงใจ จันทร์ดี. (2559). *ทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการแสวงหาข้อมูลการทองเที่ยวของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธนพัทธ์ จันท์พิพัฒน์พงศ์. (2559). *ปัจจัยภายในบุคคลและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธัญชนก สุขแสง. (2558). *ค่านิยมและอิทธิพลจากบุคคลที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศัลยกรรมความงาม*. ปริญญานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มนลภัส รัตนพันธ์. (2558). การตลาดออนไลน์การรับรู้ต่อเว็บเครือข่ายสังคม Facebook ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้านำเข้าจากเกาหลีโดยวิธีการสั่งซื้อล่วงหน้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 1*, 88-104.

เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช. (2558). *รายงานการวิจัย การรู้เท่าทันสื่อ: ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ศรีรัช ลาภใหญ่ และคณะ. (2550). *การศึกษาการเปิดรับสื่อโฆษณาและสื่อในการสื่อสารตลาดสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลกระทบของสื่อต่อการรับรู้และความภักดีในตราสินค้า และการสำรวจระดับความรู้เท่าทันสื่อในผู้บริโภคกลุ่มเยาวชนระดับประถมปลายและมัธยมต้นในประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2547). *ความรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพภูมิคุ้มกันที่ดีสำหรับเด็กและเยาวชนในการพัฒนาองค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพสู่หลักสูตรในระบบและนอกระบบการศึกษาของไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. (2565). *แผนแม่บทการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2565-2570*. ค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2566, จาก https://www.rdpb.go.th/MediaUploader/File/13061แผนแม่บทฯฉบับที่5%20 (2565-2570).pdf

สำนักศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ. (2558). *รู้เท่าทันสื่อ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักห้องสร้างปัญญา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

อรพินทร์ ชูชม และคณะ. (2549). การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 12*(1), 15-35.

ISSN 2672-9822 (Online)

อัญญปารย์ ศิลปนิลมาลย์. (2558). ผลการจัดกิจกรรมส่งเสริมสมรรถนะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธ์. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 6*(2), 61-69.

อุษณี กังวารจิตต์. (2559). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเด็กและเยาวชน. *The National Defence College of Thailand Journa, 58*(3), 79-92.

เอมิกา เหมมินทร์. (2556). *พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่าย Media ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Baran, S. J. (2004). *Introduction to Mass Communication* (3rd ed.). Boston: McGraw Hill.

Chang, L. (1993). *Using Confirmatory Factor Analysis of Multitrait - Multimethod Data to Assess the Psycho metrical Equivalence of 4-Point and 6-Point Likert Type Scales*. Paper presented at the Annual Meeting of the National Council on Measurement in Education. Retrieved December 16, 2023, from https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED358119.pdf

Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Neo personality inventory-revised (NEO PI-R)*. Odessa. FL: Psychological Assessment Resources.

Elizabeth, T. (1993). Media, Technology and Culture: Re-Imagining the American Dream Bull. *Sci. Tech. Soc. USA, 13*(1), 20-27.

Hobbs, R. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Debates in Media Literacy. Journal of Communication, 48*(1), 16-32.

House, J. S. (1981). *Work Stress and Social Support*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.

Potter, J. W. (2005). *Media Literacy* (3rd ed.). Thounsand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Silverblatt, A. (1995). *Media Literacy* (1st ed.). Westport: Praeger Publishers.

Sowers, J. A., et. al. (2004). Evaluation of the Effects of an Inservice Training Program on Nursing Faculty Members' Perceptions, Knowledge, and Concerns About Students with Disabilities. *Journal of Nursing Education, 43*(6), 248-52.

Wright, B. D. & Masters, G. N. (1982). *Rating scale analysis*. Chicago: MESA Press.

Wright, B. D. & Stone, M. H. (1979). *Best test design*. Chicago: MESA Press.