



พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

Information Exposure Behavior and Online Social Media Literacy of Senior High School Students in Muang District, Nakhonsawan Province

จารุวรรณ กมลสินธุ์¹ และ จารุวรรณ นิธิไพบูลย์²

¹ คณะบริหารและการจัดการ และ ² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

Charuwan Kamolsin¹ and Jaruwan Nitipai boon²

¹ Faculty of Administration and Management, ² Faculty of Humanities and Social Sciences,
Chaopraya University

(Received: February 16, 2018; Revised: December 18, 2018; Accepted: January 28, 2019)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 69.5 เรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 38.8 2) กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อดั้งเดิม ค่าเฉลี่ย 2.61 มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 3.91 3) กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีระดับชั้นที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อดั้งเดิม ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความสามารถในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อสัปดาห์) และด้านระยะเวลาในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อวัน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีสถานภาพสมรสของบิดามารดาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อดั้งเดิม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีที่พักอาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านความสามารถในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อสัปดาห์) และด้านระยะเวลาในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อวัน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักเรียนที่สถานภาพสมรสของบิดามารดาแตกต่างกันมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: 1) การรู้เท่าทันสื่อ 2) สื่อสังคมออนไลน์ 3) เยาวชน 4) จังหวัดนครสวรรค์

Abstract

The present research is quantitative research and the sample was 400 senior high school students in Muang district, Nakhon Sawan province. The results of the present research were as follows 1) Most of the samples were female (69.5%), in the fourth grade (38.8%); 2) The sample had information exposure behavior from traditional media (mean = 2.61) and online social media exposure behavior (mean = 3.91); 3) The sample had the ability of online social media literacy at a high level (mean = 4.03); and 4) The results of the hypothesis test showed that senior high school students in Muang district, Nakhon Sawan province from various grades, had different levels of exposure to traditional media, and that the online social media, frequency of online social media exposure (per week) and duration of online social media exposure (per day) were statistically significant at the level of 0.05. Senior high school students in Muang district, Nakhon Sawan province, with different marital status of their parents, had significantly different traditional media exposure behavior at the 0.05 level of statistical significance. Senior high school students in Muang district, Nakhon Sawan province, who lived in different types of accommodations had different information exposure behavior, frequency of exposure to online social media (per week) and the duration of online social media exposure (per day) at 0.05 level of statistical significance. 5) The result of the hypothesis test showed that students with different marital status of their parents had significantly different levels of online social media literacy at 0.05 level of statistical significance.

Keywords: 1) Media Literacy 2) Online Social Media 3) Youth 4) Nakhonsawan Province

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ (Lecturer, Department of Management)

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (Lecturer, Department of Advertising and Public Relations)



บทนำ (Introduction)

การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับคนในยุคปัจจุบัน การส่งเสริมให้การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศขยายศักยภาพของคนในด้านสิทธิมนุษยชนตาม Article 19 ของ The Universal Declaration of Human Rights ซึ่งกล่าวว่า “ทุกคนมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นและการแสดงออกอย่างเสรี สิทธินี้รวมทั้งเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นโดยปราศจากการแทรกแซงและการค้นหา การรับข้อมูลข่าวสารและความคิดผ่านทางสื่อมวลชนอย่างไร้พรมแดน” (Biggins, 2012, p. 147) การรู้เท่าทันสื่อ คือ ทักษะหรือความสามารถในการ “ใช้สื่ออย่างรู้ตัว” และ “ใช้สื่ออย่างตื่นตัว” คำว่า “การใช้สื่ออย่างรู้ตัว” สามารถอธิบายหรือขยายความได้ว่า สามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ สามารถโต้ตอบได้อย่างมีสติและรู้ตัว สามารถตั้งคำถามว่าสื่อถูกสร้างขึ้นได้อย่างไร เช่น ใครเป็นเจ้าของสื่อ ใครผลิต และผลิตภายใต้ข้อจำกัดใด ควรเชื่อหรือไม่ หรือมีค่านิยมความเชื่ออะไรที่แฝงมากับสื่อ นั้น พวกที่ผลิตสื่อหวังผลอะไรจากผู้รับสื่อ คำว่า “การใช้สื่ออย่างตื่นตัว” สามารถอธิบายหรือขยายความได้ว่า แทนที่ผู้รับสื่อจะเป็นฝ่ายตั้งรับอย่างเดียว ผู้รับสื่อจะต้องเปลี่ยนมาเป็นฝ่ายรุกบ้าง โดยการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ สามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ มีส่วนร่วมที่พัฒนาสื่อต่าง ๆ ให้ดีขึ้น (Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission, 2013)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือปฏิบัติการทางสังคม เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันบนเครือข่ายทางสังคม ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (The National Press Council of Thailand, 2010) โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง ในรูปแบบของข้อมูล ภาพ และเสียง (Treerayapiwat, 2010) การพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างสื่อกระแสหลัก (Traditional Media) และสื่อสังคมออนไลน์ นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากสื่อดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ล้วนแต่มีบุคลากรที่เป็นมืออาชีพในการทำหน้าที่

คัดกรองข่าวสาร (Gate Keeper) มีการกำหนดวาระประเด็นข่าวสาร (Agenda Setting) มีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนทั้งด้านการบริหารจัดการ กฎหมาย คุณธรรม และจริยธรรม ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่เป็นสื่อที่ผลิตได้ง่ายโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่สร้าง ข้อมูลผ่านเครือข่ายทางสังคมได้อย่างรวดเร็วและส่งผลในวงกว้างได้เหมือน ๆ กับสื่อกระแสหลัก เนื่องจากสื่อใหม่นั้นมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ผลิตง่ายกว่า ต้นทุนต่ำกว่า และกระจายข่าวสารได้รวดเร็วกว่า แต่หากผู้รับสารขาดการรู้เท่าทันสื่อใหม่ แล้วทำให้ไม่สามารถเข้าใจได้ว่า สื่อใหม่นี้อาจจะไม่มีความน่าเชื่อถือเท่ากับสื่อกระแสหลัก เพราะไม่มีกระบวนการกลั่นกรองและควบคุมความถูกต้องและสามารถยืนยันความเป็นเจ้าของสื่อซึ่งทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ (Yenjabok, 2009, p. 26)

จากผลการสำรวจของ National Statistical Office Thailand (2016) พบว่า กลุ่มอายุ 15-24 ปี มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด คือ ร้อยละ 85.9 จากงานวิจัยของ Kongrath (2011) พบว่า การที่กลุ่มวัยรุ่นมีความเพลิดเพลินในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้เกิดความรู้สึกชื่นชอบและสนุกสนานรวมถึงเป็นการทำตามกระแสนิยมจึงทำให้อัตราในการใช้เพิ่มมากขึ้นจนเกิดเป็นการติดการใช้งาน นอกจากนี้จากผลงานวิจัยของ Somjing (2014) พบว่า ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมเบี่ยงเบนของเยาวชนที่เป็นกลุ่มเสี่ยงในจังหวัดตรัง คือ เมื่อมีระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในระดับต่ำ จะส่งผลให้มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนในระดับมาก และผลการวิจัยของ Kawesuti (2010, p. 53) พบว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีพฤติกรรมป้องกันตนเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลน้อยกว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า จากงานวิจัยต่าง ๆ ข้างต้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มเยาวชนเป็นกลุ่มที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดและยังเป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบทางด้านลบจากอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้เยาวชนเกิดทักษะและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง



จังหวัดนครสวรรค์ ว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างไรและมีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับใด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)

- 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
- 3) เพื่อศึกษาความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
- 4) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
- 5) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรและระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

- 1) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน
- 2) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย (Scope of Study)

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 8,298 คน จากทั้งหมด 11 โรงเรียน (Office of Secondary Educational Service Area 42, Nakhon Sawan

and Uthai Thani, 2015) และมีขอบเขตเนื้อหาการรู้เท่าทันสื่อเฉพาะด้านความสามารถในการเข้าถึงสื่อ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related Literature)

1. ประเภทของสื่อ

Kaewthep (1999, p. 92) ได้กล่าวถึงประเภทของสื่อ (Media) ไว้ดังนี้

1) สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึงช่องทางที่สามารถสื่อสารให้เข้าถึงคนจำนวนมากที่มีความหลากหลายได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

2) สื่อเฉพาะกิจ (Specific Media) หมายถึงสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มสำหรับสื่อโฆษณา (Advertising Media) แบ่งเป็น 4 ประเภทใหญ่ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) สื่อกระจายเสียง (Broadcast Media) สื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media) และสื่อเสริมอื่น ๆ (Support Media)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีที่เรียกว่า เว็บ 2.0 (Web 2.0) คือเครื่องมือต่าง ๆ ที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อนุญาตให้แต่ละบุคคลเข้าถึง แลกเปลี่ยน สร้างเนื้อหา และสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ และการเข้าร่วมเครือข่ายออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการนำมาใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจหรือการสื่อสารของหน่วยงานราชการ ตลอดจนองค์กรต่าง ๆ (Williamson, 2013) สื่อสังคมออนไลน์มีหลายรูปแบบ ทั้งประเภท เครื่องมือ และการประยุกต์ใช้งานที่หลากหลาย ซึ่ง อาจแบ่งได้ดังนี้

1) เครือข่ายสังคม (Social Networking Site) เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงานสามารถสร้างข้อมูลและเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความชอบหรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือแสดงความเห็น ได้ตอบการสนทนาหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ อาทิ Facebook, Badoo, Google+, Linkdin เป็นต้น



2) ไมโครบล็อก (Micro-blog) เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลหรือข้อความสั้น ในเรื่องที่สนใจเฉพาะด้าน รวมทั้งสามารถใช้เครื่องหมาย # (Hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ อาทิ Twitter, Blauk, Weibo, Tout, Tumblr เป็นต้น

3) เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and Photo Sharing Website) เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถฝากหรือนำสื่อข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ ขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปันแก่ผู้อื่น อาทิ Flickr, Vimero, Youtube, Instagram, Pinterest เป็นต้น

4) บล็อก ส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and Corporate Blogs) เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เสมือนเป็นบันทึกไดอารี่ออนไลน์ อาทิ Blogger, Wordpress, Bloggang เป็นต้น

5) บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by Media Outlet) เช่น Theguardian.com เจ้าของคือหนังสือพิมพ์ The Guardian

6) วิกี และพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and Online Collaborative Space) ได้แก่ Wikipedia, Wikia

7) กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, Discussion Board and Group) อาทิ Google Groups, Yahoo Groups, Pantip เป็นต้น

8) เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online Multiplayer Gaming Platform) อาทิ Second Life, World of Warcraft เป็นต้น

9) ข้อความสั้น (Instant messaging) การรับส่งข้อความสั้นจากมือถือ ได้แก่ SMS (Text Messaging)

10) การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-Spatial Tagging) เป็นการแสดงตำแหน่งที่อยู่พร้อมความเห็นและรูปภาพในสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook, Foursquare เป็นต้น

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

Benjarongkij (1991, p. 137) ได้กล่าวสรุปและแยกประเด็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1) เพศกับการเปิดรับสื่อ เพศชายกับเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน เพศหญิงใช้เวลาในการ

ดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า

2) อายุกับการเปิดรับสื่อ จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของเด็กอเมริกันพบว่า เด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงมากกว่าดูโทรทัศน์ แต่ให้เวลากับการดูโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ และเป็นวัยที่ให้ความสนใจในสื่อนิตยสารและภาพยนตร์มากกว่าวัยอื่น ๆ

3) การศึกษากับการเปิดรับสื่อ การศึกษามีความสัมพันธ์สูงกับการเปิดรับสื่อโดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดรับข่าวสารและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านความบันเทิง ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้รับสารที่มีการศึกษาน้อย โดยผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า

4) รายได้กับการเปิดรับสื่อ รายได้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา คือมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉลี่ยผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนผู้ที่มีการศึกษาน้อยนั้นมักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ผู้ที่รายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยมข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง ผู้ที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

นอกจากนี้ McLeod (1972, p. 71 as cited in Rattanapornnukul, 2007, p. 142) กล่าวว่า ตัวชี้วัดที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ วัดจากเวลาที่ใช้สื่อและวัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

3. การรู้เท่าทันสื่อ

Potter (2011, p. 190) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่าเป็นชุดของมุมมองที่เราใช้เพื่อเปิดเผยแสดงตัวตนกับสื่อมวลชน เพื่อตีความข้อความที่พบเห็น ผ่านการสร้างมุมมองจากโครงสร้างความรู้ของตัวเองด้วยการรู้เท่าทันสื่อในหลายมิติอย่างต่อเนื่องรอบด้าน

Yenjabok (2009, p. 74) ได้ระบุว่า การรู้เท่าทันสื่อยังหมายถึงกิจกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะการวิเคราะห์วิจารณ์และสร้างโอกาส

ในการเข้าถึงสื่อ ดังนั้นผู้รับสารจึงต้องมีการพัฒนาทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ใน 4 ด้าน ดังนี้

1) การเข้าถึง (Access) คือการได้รับสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่และรวดเร็ว สามารถรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มความสามารถ มีการแสวงหาข่าวสารได้จากสื่อหลายประเภท และไม่ถูกจำกัดอยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป ความสามารถในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายอย่างมีประสิทธิภาพโดยอ่านเนื้อหาจากสื่ออื่น ๆ และทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้จดจำและเข้าใจความหมายของคำศัพท์ สัญลักษณ์ และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสาร พัฒนากลยุทธ์เพื่อหาตำแหน่งที่มาของข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่หลากหลาย และเลือกกรองข้อมูลประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2) การวิเคราะห์ (Analyze) คือการตีความเนื้อหาสื่อตามองค์ประกอบและรูปแบบที่สื่อแต่ละประเภทนำเสนอว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอส่งผลกระทบอะไรบ้างต่อสังคม การเมือง หรือเศรษฐกิจ โดยใช้พื้นความรู้เดิมและประสบการณ์ในการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้นที่อาจมาจากการวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสื่อ (กลุ่มผู้เปิดรับสื่อ) จุดยืนของสื่อ บริบทต่าง ๆ ของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อการนำเสนอของสื่อ โดยอาจใช้วิธีการของการวิเคราะห์เปรียบเทียบ การแตกองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ หรือการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเหตุและผล ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตรวจสอบรูปแบบการใช้สื่อ โครงสร้างและลำดับการเรียงเนื้อหาสื่อ ซึ่งสามารถใช้แนวคิดจากศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ ศิลปะ วรรณกรรม สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาบริบทที่ต้องการสื่อ

3) การประเมินค่าสื่อ (Evaluate) คือ หลังจากการที่ผู้รับสารผ่านการวิเคราะห์และการทำความเข้าใจสื่อแล้ว ผู้รับสารควรที่จะทำการประเมินค่าสิ่งที่สื่อเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงไร ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาที่สื่อเสนอ หรือวิธีการนำเสนอในรูปแบบใดก็ตาม สื่อได้ใช้เทคนิคอะไรก่อให้เกิดความสนใจความพอใจขึ้น หรือทำให้หลงเชื่อไปโดยขาดการวิเคราะห์อย่างถ่องแท้

4) การสร้างสรรค์ (Create) การรู้เท่าทันสื่อรวมถึงการพัฒนาทักษะการสร้างสื่อในแบบฉบับของตนเองขึ้นมา เมื่อมีความรู้ความเข้าใจสามารถวิเคราะห์วิจารณ์ประเมินค่าสื่อได้อย่างถ่องแท้แล้วทุกคนจะต้องเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ผลิตที่จะต้องวางแผนเขียนบทค้นคว้าข้อมูลเนื้อหาประกอบตามเทคโนโลยีของสื่อหรือรูปแบบองค์ประกอบของสื่อแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถสื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์การสื่อสารที่ตนได้วางไว้

4. จริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

Kawesuti (2010, p. 53) กล่าวว่า โดยทั่วไปเมื่อพิจารณาเกี่ยวกับจริยธรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศแล้ว จะมี 4 ประเด็น ตัวย่อว่า PAPA ที่ควรพิจารณา ได้แก่ ความเป็นส่วนตัว (Information Privacy) ความถูกต้อง (Information Accuracy) ความเป็นเจ้าของ (Information Property) และการเข้าถึงข้อมูล (Data Accessibility)

ในขณะที่สื่อต่างประเทศ Reid (2014) ก็มีการสรุปประเด็นทางจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์ และสื่อสังคมในการรายงานข่าวไว้ 5 ประเด็น คือ ความถูกต้องที่ต้องมาก่อนความรวดเร็ว (Accuracy VS Speed) ความโปร่งใส (Transparency) การเพิ่มคุณค่าให้ข่าวที่นำเสนอ (Adding Value) การแก้ไขข้อผิดพลาดให้ถูกต้อง (Correction) และการจัดการความขัดแย้งและข้อถกเถียงที่เกิดจากข้อเขียนหรือข่าวที่นำเสนอ (Dealing with Trolls)

5. สิทธิส่วนบุคคล

Michael and O'Neil (1976, p. 142) กล่าวว่า สิทธิส่วนบุคคลเป็นคำที่มีความหมายกว้างยากต่อการบัญญัติความหมาย ครอบคลุมถึงสิทธิต่าง ๆ หลายประการ อาทิ

1) ความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับข้อมูล (Information Privacy) เป็นการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยการวางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเก็บรวบรวมและการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล

2) ความเป็นส่วนตัวในชีวิตร่างกาย (Bodily Privacy) เป็นการให้ความคุ้มครองในชีวิตร่างกายของบุคคลในทางกายภาพที่จะไม่ถูกดำเนินการใด ๆ อันละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว อาทิ การทดลองทางพันธุกรรม การทดลองยา เป็นต้น



3) ความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy) เป็นการให้ความคุ้มครองในความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสารทางจดหมาย โทรศัพท์ ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ หรือวิธีการติดต่อสื่อสารอื่นใดที่ผู้อื่นจะล่วงรู้มิได้

4) ความเป็นส่วนตัวในเคสสถาน (Territorial Privacy) เป็นการกำหนดขอบเขตหรือข้อจำกัดที่บุคคลอื่นจะบุกรุกเข้าไปในสถานที่ส่วนตัวมิได้ ทั้งนี้รวมทั้งการติดกล้องวิดีโอและการตรวจสอบรหัสประจำตัวบุคคล (ID Checks)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Jitsang (2014, pp. 46-60) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น” ผลการวิจัยพบว่า การให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเพื่อนและโรงเรียน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของครอบครัวและโรงเรียน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำ ความเข้าใจเนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Somjin (2014) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศกับพฤติกรรมเบี่ยงเบนของเยาวชนที่เป็นกลุ่มเสี่ยงในจังหวัดตรัง” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับ 1 จาก 4 ระดับ และมีทักษะการรู้สารสนเทศในระดับต่ำ และพบว่าระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ

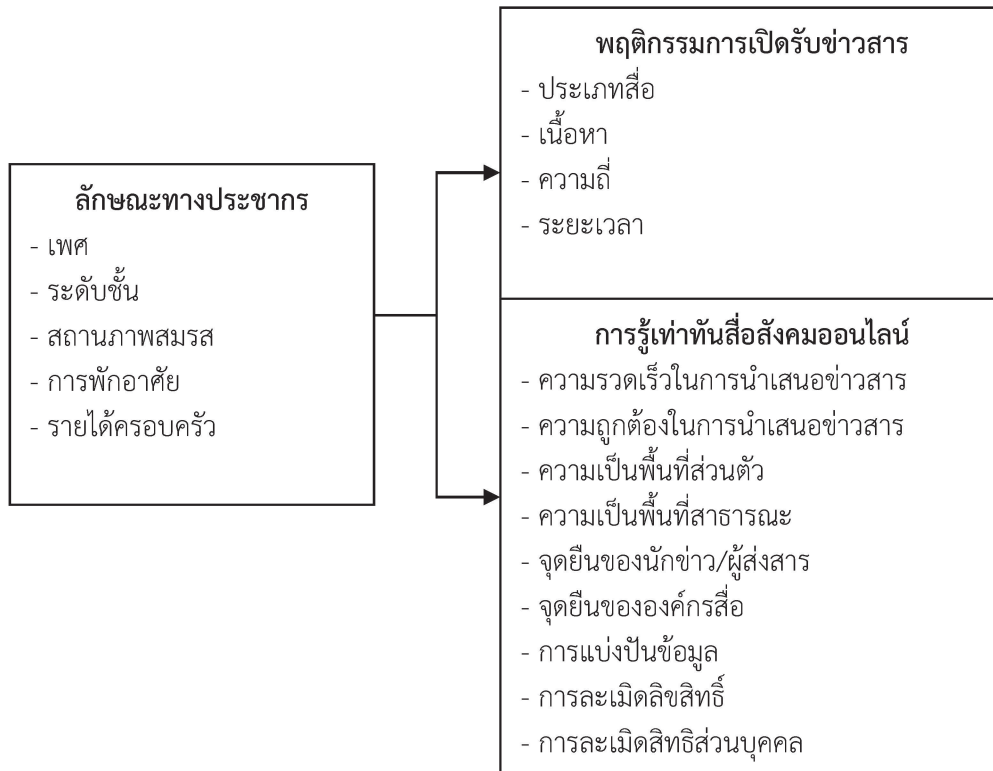
มีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมเบี่ยงเบนของเยาวชนที่เป็นกลุ่มเสี่ยงในจังหวัดตรัง คือ เมื่อมีระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในระดับต่ำ จะส่งผลให้มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนในระดับมาก

Suna (2012) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อในการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการศึกษาสารคดีดิจิทัล” ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาไม่ทราบว่าสื่อออนไลน์ที่ส่งมาเป็นของใคร หรือหน่วยงานใดเพราะถูกส่งต่อ ๆ กันมาไม่ทราบแหล่งที่มาที่แน่ชัด

Kongrath (2011) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย กรณีศึกษา Facebook” ผลการวิจัย สมมติฐานงานวิจัย พบว่า พฤติกรรมความหลงใหลจนติดปกติ (System Addiction) และการติดการใช้งาน (System Stickiness) เป็นผลมาจากการรับรู้ถึงความเพลิดเพลิน (Perceived Enjoyment) และอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

Promvongsa (2010) ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การใช้และการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดหนองบัวลำภู” ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีพฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ตในภาพรวมระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักเรียนมีพฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ตด้านการแสวงหาความรู้บนอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมากเพียงด้านเดียว นอกนั้น อยู่ในระดับปานกลาง

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้นำไปสู่กรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการ (Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการสำรวจ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 8,298 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน อ้างอิงตารางสำเร็จรูปของยามาเน (Yamane, 1973, p. 286) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน $\pm 5\%$ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยวิธีจับฉลากรายชื่อโรงเรียนในการเป็นตัวแทน สถานศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 5 โรงเรียน ขั้นที่ 2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า หลังจากที่ได้จำนวนนักเรียนทั้งหมดของ 5 โรงเรียนแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาหาสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4-6 ขั้นที่ 3 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา หลังจาก

ที่ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4-6 แล้วผู้วิจัยได้นำมาหาสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างของทั้ง 5 โรงเรียน ขั้นที่ 4 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยวิธีจับฉลากรายชื่อนักเรียนในแต่ละระดับชั้นของโรงเรียนในแต่ละแห่ง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 5 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questions) ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ ส่วนที่ 3 ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) หลังจากที่ได้จัดทำแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน



3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องตรงตามเนื้อหา ความเหมาะสมในการใช้ภาษา และความชัดเจนของ คำถาม หลังจากแบบสอบถามได้ผ่านการพิจารณา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทำการทดลองใช้ กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยคำนวณตามสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1951, p. 331) ค่าความเชื่อมั่นของคำถามที่ได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงจะยอมรับได้ว่ามีความเชื่อมั่น (Nunnally, 1978, p. 316) ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้มีค่าแอลฟา (α) 0.892

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีทีมงานเก็บข้อมูล โดยเจ้าหน้าที่แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างและ

รอเก็บคืนรวบรวมจนครบตามจำนวน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติอ้างอิง ได้แก่ T-test, One-Way ANOVA และ LSD

ผลการศึกษา (Results)

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรียงตาม วัตถุประสงค์ การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	278	69.50
ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	137	34.30
บิดา มารดา มีสถานภาพสมรส	292	73.10
ปัจจุบันพักอาศัยกับบิดาหรือมารดา	253	63.20
รายได้รวมของครอบครัว 30,001 บาทขึ้นไป	149	37.30

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 เรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 137 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.30 บิดามารดามีสถานภาพสมรส จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.10 ปัจจุบันพักอาศัยกับ บิดาหรือมารดา จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ

63.20 และรายได้รวมของครอบครัว 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.30

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายใน อำเภอมือง จังหวัดนครสวรรค์

ตาราง 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอมือง จังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวม

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับพฤติกรรม การเปิดรับ
สื่อดั้งเดิม	2.61	0.80	ปานกลาง
สื่อสังคมออนไลน์	3.91	0.61	มาก
เนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์	3.86	0.73	มาก
ความถี่ในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (จำนวนวันต่อสัปดาห์)	2.52	1.20	ปานกลาง
ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (จำนวนชั่วโมงต่อวัน)	2.48	1.08	น้อย



จากตาราง 2 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อดั้งเดิมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.61 มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 มีการเปิดรับเนื้อหาของสื่อสังคม

ออนไลน์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 มีความถี่ในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อสัปดาห์) อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.52 มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อวัน) อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.48

ตาราง 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อดั้งเดิม ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

ประเภทของสื่อดั้งเดิม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับพฤติกรรม การเปิดรับ
โทรทัศน์	3.81	1.11	มาก
วิทยุ	2.04	0.95	น้อย
หนังสือพิมพ์	2.08	1.07	น้อย
นิตยสาร	2.50	1.10	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.61	0.80	ปานกลาง

จากตาราง 3 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อดั้งเดิมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.61 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง

เปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ นิตยสาร อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.50 และหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.08 ตามลำดับ

ตาราง 4 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อสังคมออนไลน์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับพฤติกรรม การเปิดรับ
เครือข่ายสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook, Line, Google+, LinkedIn	4.69	0.62	มากที่สุด
บล็อก อาทิ BlogGang, Oknation	2.86	1.14	ปานกลาง
แพลตฟอร์มสำหรับแลกเปลี่ยนเนื้อหา อาทิ Youtube, Instagram	4.51	0.77	มากที่สุด
เว็บบอร์ด อาทิ Pantip.com, Manager.co.th	3.60	1.14	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	0.61	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ใน

ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.69 รองลงมาเป็นแพลตฟอร์มสำหรับแลกเปลี่ยนเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ค่าเฉลี่ย 4.51 และบล็อก อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ



ตาราง 5 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

เนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับพฤติกรรม การเปิดรับ
ข่าวสาร	4.11	0.82	มาก
ความรู้	4.23	0.76	มาก
บันเทิง	4.46	0.77	มาก
การแสดงความคิดเห็น	3.74	1.12	มาก
การโฆษณา	3.19	1.15	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์	3.44	2.19	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86	0.73	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 และเมื่อพิจารณา ในรายละเอียดของแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง

เปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิงอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา คือ ความรู้ ค่าเฉลี่ย 4.23 และ ข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

ตาราง 6 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านความถี่ในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (จำนวนวันต่อสัปดาห์) ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

ความถี่ในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (จำนวนวัน/สัปดาห์)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับพฤติกรรม การเปิดรับ
1-3 วันต่อสัปดาห์	1.61	1.94	น้อย
4-6 วันต่อสัปดาห์	1.83	2.05	น้อย
ทุกวัน	4.12	1.64	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	2.52	1.20	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ในด้านความถี่ในการ เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อสัปดาห์) อยู่ในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.52 และเมื่อพิจารณาใน รายละเอียดของแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ

สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาเป็น 4-6 วันต่อสัปดาห์ ค่าเฉลี่ย 1.83 และ 1-3 วันต่อสัปดาห์ ค่าเฉลี่ย 1.61 ซึ่งอยู่ในระดับ น้อย ตามลำดับ



ตาราง 7 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านระยะเวลาในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (จำนวนชั่วโมงต่อวัน)
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (จำนวนชั่วโมงต่อวัน)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับพฤติกรรม การเปิดรับ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1.45	1.80	น้อยที่สุด
1-3 ชั่วโมง	2.01	2.01	น้อย
มากกว่า 3 ชั่วโมง	3.98	1.63	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	2.48	1.08	น้อย

จากตาราง 7 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ในด้านระยะเวลาในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อวัน) อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.48 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อวัน) มากกว่า 3 ชั่วโมง

ซึ่งอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือ 1-3 ชั่วโมง อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.01 และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.45 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

ตาราง 8 ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	การแปล ความหมาย
สื่อสังคมออนไลน์มีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสาร	4.46	0.66	มาก
สื่อสังคมออนไลน์มีความถูกต้องในการนำเสนอข่าวสาร	3.54	0.98	มาก
สื่อสังคมออนไลน์มีความเป็นพื้นที่ส่วนตัว	3.34	1.14	ปานกลาง
สื่อสังคมออนไลน์มีความเป็นพื้นที่สาธารณะ	4.24	0.82	มาก
ผู้ส่งสารมีจุดยืนที่ชัดเจนในสื่อสังคมออนไลน์	3.85	0.90	มาก
องค์กรสื่อมีจุดยืนที่ชัดเจนในสื่อสังคมออนไลน์	3.99	2.70	มาก
สื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งปันข้อมูลได้	4.31	0.82	มาก
มีการละเมิดลิขสิทธิ์ในสื่อสังคมออนไลน์	4.26	0.92	มาก
มีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในสื่อสังคมออนไลน์	4.30	0.88	มาก
รวม	4.03	0.58	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน 3 อันดับแรก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความรวดเร็วในการนำเสนอ

ข่าวสาร ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งปันข้อมูลได้ ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.31 และมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในสื่อ



สังคมออนไลน์ ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.30 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลางในประเด็นสื่อสังคมออนไลน์มีความเป็นพื้นที่ส่วนตัว ค่าเฉลี่ย 3.34

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ตาราง 9 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากร

พฤติกรรมกา รเปิดรับข่าวสาร	เพศ		ระดับชั้น การศึกษา		สถานภาพสมรส ของบิดามารดา		ที่พักอาศัย		รายได้รวมของ ครอบครัว	
	t	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
สื่อดั้งเดิม	.027	.447	4.29	.014*	5.20	.000*	1.70	.149	4.26	.026*
สื่อสังคม ออนไลน์	.692	.089	3.66	.026*	1.75	.121	1.70	.888	2.04	.108
เนื้อหาของสื่อ สังคมออนไลน์	.255	.977	.931	.395	.926	.464	2.03	.089	4.63	.708
ความถี่ในการ เปิดรับสื่อสังคม ออนไลน์	-1.73	.119	17.2	.000*	.472	.797	3.08	.016*	4.63	.053
ระยะเวลาใน การเปิดรับสื่อ สังคมออนไลน์	-1.49	.714	17.2	.000*	.637	.671	4.26	.002*	1.89	.130

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่มีระดับชั้นการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อดั้งเดิมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD พบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในภาพรวมประเภทสื่อดั้งเดิมสูงกว่านักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 และ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ที่มีสถานภาพสมรสของบิดามารดาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อดั้งเดิมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD

พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ที่บิดามารดามีสถานภาพสมรสมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านประเภทของสื่อดั้งเดิมสูงกว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่บิดามารดามีสถานภาพหย่าร้างแต่ไม่ได้แต่งงานใหม่ และสถานภาพหย่าร้างฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดแต่งงานใหม่

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ที่มีรายได้รวมของครอบครัวแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อดั้งเดิมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD พบว่า นักเรียนที่มีรายได้รวมของครอบครัวน้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านประเภทของสื่อดั้งเดิมสูงกว่านักเรียนที่มีรายได้รวม

162



ตาราง 10 เปรียบเทียบความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง
จังหวัดนครสวรรค์ โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากร

ความสามารถ ในการ รู้เท่าทันสื่อ	เพศ		ระดับชั้น การศึกษา		สถานภาพสมรส ของบิดามารดา		ที่พักอาศัย		รายได้รวมของ ครอบครัว	
	t	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
สื่อสังคม ออนไลน์มีความ รวดเร็วในการ นำเสนอข่าวสาร	.410	.569	1.91	.148	2.60	.025*	2.60	.597	1.25	.228
สื่อสังคม ออนไลน์มีความ ถูกต้องในการ นำเสนอข่าวสาร	-.098	.638	2.87	.058	1.08	.369	1.08	.018*	1.09	.352
สื่อสังคม ออนไลน์มีความ เป็นพื้นที่ส่วนตัว	.151	.759	.719	.488	1.18	.318	1.18	.002*	1.76	.153
สื่อสังคม ออนไลน์มีความ เป็นพื้นที่ สาธารณะ	2.05	.974	1.49	.225	1.15	.334	1.15	.224	.086	.968
ผู้ส่งสารมีจุดยืน ที่ชัดเจนในสื่อ สังคมออนไลน์	2.89	.171	.347	.707	1.13	.340	1.13	.222	3.72	.012*
องค์กรสื่อมี จุดยืนที่ชัดเจน ในสื่อสังคม ออนไลน์	-.434	.592	1.31	.269	2.38	.308	2.38	.471	.194	.900
สื่อสังคม ออนไลน์ สามารถแบ่งปัน ข้อมูลได้	2.52	.631	1.51	.221	1.49	.191	1.49	.008*	.368	.776
มีการละเมิด ลิขสิทธิ์ในสื่อ สังคมออนไลน์	1.23	.183	2.37	.095	1.72	.129	1.72	.350	1.63	.181
มีการละเมิด สิทธิส่วนบุคคล ในสื่อสังคม ออนไลน์	1.37	.290	2.51	.082	1.45	.203	1.45	.077	1.18	.315
รวม	1.67	.697	1.51	.222	2.79	.017*	2.79	.495	.315	.814

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตาราง 10 พบว่า นักเรียนที่มีสถานภาพสมรสของบิดามารดาแตกต่างกันมีระดับความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ที่บิดามารดามีสถานภาพหย่าร้าง ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดแต่งงานใหม่ มีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์สูงกว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่บิดามารดามีสถานภาพสมรส และสมรสแต่แยกกันอยู่

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หนึ่งด้านคือ สื่อสังคมออนไลน์มีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสาร เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่บิดามารดามีสถานภาพสมรส สมรสแต่แยกกันอยู่ หย่าร้างแต่ไม่ได้แต่งงานใหม่ และหย่าร้างฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดแต่งงานใหม่มีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในประเด็นสื่อสังคมออนไลน์มีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารสูงกว่านักเรียนที่บิดาหรือมารดาที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเสียชีวิต

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ที่มีที่พำนักอาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในประเด็นสื่อสังคมออนไลน์มีความถูกต้องในการนำเสนอข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD พบว่า นักเรียนที่ปัจจุบันพำนักอาศัยกับบิดาหรือมารดามีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ประเด็นสื่อสังคมออนไลน์มีความถูกต้องในการนำเสนอข่าวสารสูงกว่านักเรียนที่พำนักกับผู้ปกครองหรือญาติ และนักเรียนที่พำนักอยู่กับเพื่อน

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ที่มีที่พำนักอาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในประเด็นสื่อสังคมออนไลน์มีความเป็นพื้นที่ส่วนตัว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

ด้วยวิธีการทดสอบ LSD พบว่า นักเรียนที่ปัจจุบันพำนักอาศัยกับบิดาหรือมารดามีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ประเด็นสื่อสังคมออนไลน์มีความเป็นพื้นที่ส่วนตัวสูงกว่านักเรียนที่พำนักอยู่กับเพื่อน นักเรียนที่ปัจจุบันพำนักอาศัยกับผู้ปกครองหรือญาติมีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ประเด็นสื่อสังคมออนไลน์มีความเป็นพื้นที่ส่วนตัวสูงกว่านักเรียนที่พำนักอยู่กับเพื่อน

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่มีที่พำนักอาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในประเด็นสื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งปันข้อมูลได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD พบว่า นักเรียนที่ปัจจุบันพำนักกับผู้ปกครองหรือญาติมีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ประเด็นสื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งปันข้อมูลได้สูงกว่านักเรียนที่พำนักกับบิดาหรือมารดา นักเรียนที่ปัจจุบันพำนักกับเพื่อนมีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ประเด็นสื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งปันข้อมูลได้สูงกว่านักเรียนที่พำนักกับบิดาหรือมารดา

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ที่มีรายได้รวมของครอบครัวแตกต่างกันมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในประเด็นผู้ส่งสารมีจุดยืนที่ชัดเจนในสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD พบว่า นักเรียนที่มีรายได้รวมของครอบครัว 10,001 - 20,000 บาท และนักเรียนที่มีรายได้รวมของครอบครัว 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ประเด็นผู้ส่งสารมีจุดยืนที่ชัดเจนในสื่อสังคมออนไลน์สูงกว่านักเรียนที่มีรายได้รวมของครอบครัวน้อยกว่า 10,000 บาท และนักเรียนที่มีรายได้รวมของครอบครัว 30,001 บาทขึ้นไป

สรุปผลการศึกษา (Conclusion)

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook



เป็นจำนวนมาก เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวเป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงานสามารถสร้างข้อมูลและเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความชอบ หรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือแสดงความคิดเห็น ได้ต่อการสนทนาหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ (Williamson, 2013) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารกลุ่มนี้เป็นผู้รับสารที่มีลักษณะ Active Audience หรือเป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข้อมูลและเป็นการสื่อสารสองทาง นอกจากนี้ การที่นักเรียนมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กันมาก อาจเป็นเพราะกลุ่มวัยรุ่นจะมีความเพลิดเพลินในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้เกิดความรู้สึกชื่นชอบและสนุกสนาน รวมถึงเป็นการทำตามกระแสนิยม จึงทำให้อัตราในการใช้เพิ่มมากขึ้น จนเกิดเป็นการติดการใช้งาน และอาจทำให้เกิดความรู้สึกกังวลหรือหมกมุ่นว่าจะต้องเข้าไปใช้งานอีก จนกลายเป็นความหลงใหลจนผิดปกติ (Kongrath (2011) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิงอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ความรู้ และข่าวสาร ตามลำดับ ซึ่งขัดแย้งกับผลการวิจัยของ Promvongsa (2010, abstract)

ที่พบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในภาพรวมระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตด้านการแสวงหาความรู้บนอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมากเพียงด้านเดียว นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ในภาพรวมนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความเป็นพื้นที่ส่วนตัว ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 หมายความว่านักเรียนมีความคิดว่าสื่อสังคมออนไลน์มีการให้ความคุ้มครองในความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสารที่ผู้อื่นจะล่วงรู้ไม่ได้ (Michael and O'Neil, 1976, p. 145) แต่ทั้งนี้เรื่อง

ความเป็นพื้นที่ส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งถือว่าเป็นสิทธิส่วนบุคคลอย่างหนึ่งก็มีข้อจำกัดบางประการ (Warren and Brandeis, 1890, p. 161) นั่น คือ 1) สิทธิในชีวิตส่วนตัวต้องไม่ขัดขวางต่อการเผยแพร่เรื่องราวอันเกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะ 2) สิทธิในชีวิตส่วนตัวไม่คุ้มครองบุคคลซึ่งได้แสดงเจตนาสาธารณะ สิทธิที่จะมีความเป็นอยู่โดยรอดพ้นจากการรับรู้ของสาธารณะ หมายถึง การยอมให้สาธารณะรับรู้ความเป็นอยู่ในชีวิตของตน 3) สิทธิในชีวิตส่วนตัวต้องไม่ขัดขวางต่อการสื่อสาร เรื่องราวใด ๆ ซึ่งได้รับเอกสิทธิภายใต้กฎหมายเกี่ยวกับการหมิ่นประมาท แม้เรื่องราวนั้นจะเป็นเรื่องส่วนตัวก็ตาม และ 4) สิทธิในชีวิตส่วนตัวย่อมระงับไปเมื่อมีการเผยแพร่ข้อเท็จจริงโดยตัวผู้นั้นเองหรือโดยความยินยอมของผู้นั้น

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักเรียนที่ปัจจุบันพักอาศัยกับบิดาหรือมารดามีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ประเด็นสื่อสังคมออนไลน์มีความถูกต้องในการนำเสนอข่าวสารสูงกว่านักเรียนที่พักกับผู้ปกครองหรือญาติ และนักเรียนที่พักอยู่กับเพื่อน สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องประเด็นทางจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์ของ Reid (2014) ที่ระบุว่าสื่อสังคม (Social Media) มีทั้งเรื่องที่เป็นข่าวด่วน (Breaking News) และข่าวหลอก ข่าวลือที่อาจแฝงมาได้ง่าย ซึ่งอาจทำให้เกิดรายงานข่าวเกิดความผิดพลาด และส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง ดังนั้นจริยธรรมในเรื่องของการตรวจสอบความถูกต้อง ตรวจสอบข้อเท็จจริงเป็นสิ่งที่ยังจำเป็นในการทำข่าว และต้องเข้าถึงประเด็นและข้อมูลให้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการในเรื่องความเร็วไปพร้อม ๆ กันด้วย อย่างไรก็ตาม ความถูกต้องต้องมาก่อนความเร็วเสมอ และสอดคล้องกับ Promvongsa (2010) ที่ระบุว่าสื่อต้องมีความรับผิดชอบต่อการสื่อสารที่รวดเร็วและสื่อสารสองทางกับการรักษาความถูกต้องในการรายงานข่าว

นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า นักเรียนที่ปัจจุบันพักอาศัยกับบิดาหรือมารดามีค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ประเด็นสื่อสังคมออนไลน์มีความเป็นพื้นที่ส่วนตัวสูงกว่านักเรียนที่พักอยู่กับเพื่อน จากแนวคิดของ Warren and Brandeis (1890) ซึ่งให้เห็นว่าความเป็นพื้นที่ส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งถือว่าเป็นสิทธิส่วนบุคคล



อย่างหนึ่งก็มีข้อจำกัดบางประการ ดังนั้นพ่อแม่ผู้ปกครองควรสร้างความเข้าใจอย่างถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์จากกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ อาทิ ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ เจ้าหน้าที่รัฐ องค์กรไม่แสวงกำไร ผู้นำความคิด (บล็อกเกอร์ ดารา นักร้อง นักแสดงที่วัยรุ่นชื่นชอบ) เป็นต้น

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ในกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีระดับการเปิดรับสื่อออนไลน์สูง

3. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องของทักษะในการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 4 ด้าน และแนวทางการพัฒนาทักษะดังกล่าว

4. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อ และผลกระทบของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งในด้านพฤติกรรมจริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และสิทธิส่วนบุคคล

บรรณานุกรม (Bibliography)

- Benjarongkij, Y. (1991). **Media receiver analysis**. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Biggins, O. (2012). Media and information literacy. **Suthiparithat Journal**, 26(80), 147-161.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika Journal**, 16(3), 297-334.
- Jitsang, K. (2014). Relationship between personal and group factors with internet literacy skills of youth in Khon Kaen municipality. **Information Journal**, 21(1), 46-60.
- Kaewthep, K. (1999). **Communication for development**. Bangkok: The Thailand Research Fund Research Report.
- Kawesuti, S. (2010). **Internet usage behavior, media literacy and self-protection form internet privacy violations**. Master Thesis, M.A. (Communication Arts), Chulalongkorn University, Bangkok.
- Kongrath, P. (2011). **Study of social networking behavior of teenagers in Thailand: Facebook case study**. Master Thesis, M.S. (Technology Management), Thammasat University, Bangkok.
- Michael, A. Z. and O'Neil, K. (1976). **How to implement privacy and security**. New York: S.I. Theorem.
- National Statistical Office Thailand. (2016). **Explore the use of information and communication technology in the household, 2019**. Retrieved March 8, 2017, from <http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surtec5-1-3.html>
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory** (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Office of Secondary Educational Service Area 42, Nakhon Sawan and Uthai Thani. (2015). **High school student statistics in Nakhon Sawan province**. Retrieved March 6, 2017, from <http://www.secondary42.obec.go.th/>
- Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission. (2013). **What is media literacy?**. Retrieved March 8, 2017, from <http://bcp.nbtc.go.th/th/detail/2017-01-24-23-12-51>
- Potter, W. J. (2011). **Media Literacy** (6th ed.). California: SAGE.
- Promvongsa, S. (2010). **Internet behavior and media literacy according to the perception of upper secondary school students in Nong Bua Lam Phu province**. Master Thesis, M.A. (Communication Technology), Udon Thani Rajabhat University, Udon Thani.



- Rattanaornnukul, J. (2007). **Media exposure behavior of generation M in Mueang district Chiang Mai province**. Independent Study, M.B.A., Chiang Mai University, Chiang Mai.
- Reid, A. (2014). **Five online standards and ethics pointers for journalists**. Retrieved March 10, 2017, from <http://www.journalism.co.uk/news/five-online-standards-and-ethics-pointers-forjournalists/s2/a552745/>
- Somjing, J. (2014). **Media and information literacy and deviant behavior of youth who are at risk in Trang province**. Master Thesis, M.A. (Communication Arts and Information), Kasetsart University, Bangkok.
- Suna, N. (2012). **Media literacy in using online media of undergraduate students in department of Digital Communication**. Master Thesis, M.A., Maejo University, Chiang Mai.
- The National Press Council of Thailand. (2010). **The National Press Council of Thailand and the News Broadcasting Council of Thailand Guideline topic the use of social media in the mass media 2010**. Retrieved March 6, 2017, from http://www.presscouncil.or.th/?page_id=64
- Treerayapiwat, M. (2010). **Journalist and social media**. Retrieved March 6, 2017, from http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=1683%3A-social-media-&catid=46%3AAcademic&Itemid=7
- Warren, S. D. and Brandeis, L. D. (1890). **The right to privacy**. Retrieved March 6, 2017, from <https://www.cs.cornell.edu/~shmat/courses/cs5436/warren-brandeis.pdf>
- Williamson, A. (2013). **Social media guidelines for parliaments**. Retrieved March 15, 2017, from <http://www.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf>
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis** (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- Yenjabok, P. (2009). **Decrypt the idea for media literacy**. Bangkok: Offset Creation.