

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร<sup>1</sup>  
**Online Social Media Literacy Skills of Undergraduates  
in Autonomous Universities in Bangkok**

ศิริกาญจน์ จันทร์วิชนี (Sirikarn Janwitthano)<sup>2</sup>

วิภากร วัฒนสินธุ์ (Vipakorn Vadhanasin)<sup>3</sup>

ศุภรชชตรา แสนวา (Sumattra Sanwa)<sup>4</sup>

Received: June 07, 2022

Revised: June 20, 2022

Accepted: June 23, 2022

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ (3) เปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ ชั้นปี คณะแผนกเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร 8 แห่ง จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ T-Test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า (1) นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน YouTube เป็นประจำ และนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 6-10 ชั่วโมงต่อวัน (2) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3) ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อของ

<sup>1</sup> บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต เรื่อง “ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2564 Article from master’s thesis in Information Studies. Srinakharinwirot University in academic year 2021

<sup>2</sup> นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ: M.A. student in Information Studies. Srinakharinwirot University. E-mail: sirikarn.jan@g.swu.ac.th

<sup>3</sup> วท.ด. อาจารย์ สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ: Ph.D., Lecturer. Information Studies Program. Faculty of Humanities. Srinakharinwirot University. E-mail: vipakorn@g.swu.ac.th

<sup>4</sup> ปร.ด. อาจารย์ สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ: Ph.D., Lecturer. Information Studies Program. Faculty of Humanities. Srinakharinwirot University. E-mail: sumattra@g.swu.ac.th

นักศึกษาจำแนกตามตัวแปรเพศ ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ผู้ปกครองต่อเดือน พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่ชั้นปีต่างกัน คะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน และรายได้รวมของผู้ปกครองต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาระดับปริญญาตรี

### Abstract

The purposes of this research are as follows: (1) to study the behavior of using social media of undergraduates in autonomous universities in Bangkok; (2) to assess the social media literacy skills of undergraduates in autonomous universities in Bangkok; and (3) to compare social media literacy skills of undergraduates in autonomous universities in Bangkok classified by gender, education year level, GPA and parental income. By using quantitative research methods, the sample group in this research consisted of 400 undergraduates in autonomous universities in Bangkok. The data collection tools included quota sampling and social media literacy skill quizzes. The statistics used for data analysis were frequency, mean, percentage standard deviation and the testing of the hypothesis with a t-test and an f-test at a 0.05 level of statistical significance. The results revealed the following: (1) most of the students frequently used YouTube application and most used social media from six to ten hours per day; (2) the overall media literacy skills of the students were at a medium level; (3) the analysis of the hypothesis testing revealed that gender did not significantly affect social media literacy skills, while factors such as education year level, GPA, and parental income significantly impacted social media literacy skills at a 0.05 level of significance.

**Keyword:** Media literacy skill, Social media, Undergraduates.

### บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นช่องทางการสื่อสารดิจิทัลรูปแบบหนึ่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้งานสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์หรือโต้ตอบระหว่างกันได้ด้วยการสร้างชุมชนออนไลน์ขึ้นมา ทำให้สามารถแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้คนได้อย่างรวดเร็ว การเชื่อมต่อระหว่างบุคคลหรือกลุ่มต่าง ๆ สามารถกระทำได้ง่าย ผ่านรูปแบบข้อมูลทั้งข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ ที่สำคัญสิ่งที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์เป็นที่แพร่หลายคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งาน มีวิธีการใช้งานที่ง่าย เพียงแค่มีการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้งานสามารถสร้างเนื้อหาได้ด้วยตนเอง และมีหลากหลายรูปแบบ โดยในยุคปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อผู้คนเป็นอย่างมากในการเรียน การทำงาน และการใช้ชีวิตประจำวัน พฤติกรรมการเสพสื่อเปลี่ยนรูปแบบจากสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมเป็นสื่อออนไลน์ที่ใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว จึงเกิดการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลสำรวจจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ใน พ.ศ. 2564 แสดงให้เห็นว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 36 นาที โดยกิจกรรมที่อยู่บนระบบออนไลน์มากขึ้นเมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2563 ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร การอ่านโพสต์/ข่าว/บทความ/หนังสือ และการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยกลุ่มคนที่มีชั่วโมงออนไลน์สูงสุดต่อวันคือเจนเอเรชั่นแซดซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยเรียน มีการใช้อินเทอร์เน็ตวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที ส่วนใหญ่เป็นการใช้เพื่อการศึกษา รองลงมาคือการดูหนังฟังเพลงและการติดต่อสื่อสารออนไลน์ ทั้งนี้แพลตฟอร์มสื่อ

สังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) ตามลำดับ (Electronic Transactions Development Agency, 2021)

การรู้เท่าทันสื่อ มาจากภาษาอังกฤษว่า “Media Literacy” ยูเนสโก (UNESCO, 2013) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ เป็นความสามารถ ทักษะในด้านต่าง ๆ ของตัวบุคคลนั้น ๆ เพื่อใช้ในการตีความ การตัดสินใจ เป็นความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญด้านใดด้านหนึ่งในการตัดสินใจหรือประเมินว่าสิ่งที่ได้รับจากสื่อเป็นความจริงหรือไม่ โดยสังมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา จากเดิมที่สถานศึกษามีการส่งเสริมให้นักเรียน นักศึกษา มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ จึงต้องปรับตัวตามเทคโนโลยีให้มุ่งเน้นการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (Social media literacy) ในยุคที่แวดล้อมไปด้วยข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) บนสังคมดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงได้อย่างเสรี เพื่อสร้างวิจักษณ์ญาณของนักศึกษาในการแยกแยะข้อมูลที่เป็นข่าวจริงและข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์ ไม่แชร์ข่าวสารต่อทันทีเพียงเพราะเนื้อหาตรงกับความรู้สึกหรือความคิดเห็นของตนเอง พิจารณาที่มาของข่าว ตรวจสอบข้อเท็จจริงรวมทั้งความเกี่ยวข้องกับข่าวอื่น ๆ ที่นำเสนอโดยสื่อที่เชื่อถือได้ (Syam & Nurrahmi, 2020, pp. 92-105) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เป็นทักษะที่จำเป็นในยุคศตวรรษที่ 21 เพราะการเรียนรู้ไม่ได้เกิดขึ้นจากในห้องเรียนหรือตำราเท่านั้น ในยุคความปรกติใหม่ที่ข้อมูลข่าวสารที่การเพิ่มในอัตราที่รวดเร็วมากกว่าในอดีต ผู้เรียนต้องการความยืดหยุ่น สถานบันการศึกษามีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือหลักในการจัดการเรียนการสอน (Lekhakula, 2021, pp. 111-125) จึงต้องพัฒนาทักษะของผู้เรียนให้มีทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ทักษะการสืบค้น การวิเคราะห์ การประเมินค่า และสร้างสรรค์ผลงานจากสื่อ (Huguet et al., 2021, pp. 1-2) ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอมที่ผู้ผลิตสารมุ่งนำเสนอข้อมูลอย่างบิดเบือนจากความเป็นจริง (Sairattanain, 2021, pp. 180-193)

สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน เพราะสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว การมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์จะทำให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีสติ สามารถเข้าใจบริบททั้งฝั่งของผู้รับสารและผู้ส่งสารว่าข้อมูลที่กำลังใช้งานอยู่นั้นกำลังจะสื่อถึงสิ่งใด มีจุดประสงค์ใดแอบแฝงหรือไม่ และต้องการเผยแพร่ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายใดบ้าง ในปัจจุบัน กลุ่มนิสิต นักศึกษา มีค่านิยมและพฤติกรรมในการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งเสมือนปัจจัยที่ 5 ในการดำเนินชีวิต (Duangkajee et al., 2020, pp. 10-21) ผู้เสพสื่อกลุ่มนักศึกษาเป็นผู้ที่กำลังก้าวเข้าสู่วันผู้ใหญ่จึงมีความคิดเป็นของตนเอง มีความเชื่อแตกต่างออกไปจากวัยเด็กและยังสามารถถูกชักนำความคิดได้ง่ายขึ้นเนื่องจากสื่อในปัจจุบันไม่มีการควบคุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงออกทางความคิดเห็นหรือการสนับสนุนข้อความของบุคคลอื่นบนสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทุกคนสามารถสร้างข้อมูลและแชร์ออกไปได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงมีการใช้นามแฝง ทำให้ไม่สามารถทราบถึงแหล่งที่มาของสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ค่อนข้างมีปัญหา เนื่องจากนักศึกษามีอิสระและการเปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ นอกจากนี้ ในด้านการเรียนการสอนยังพบว่าครูผู้สอนยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงหลักสูตรการสอนในประเทศไทยยังมุ่งเน้นให้ผู้เรียนท่องจำ แต่ขาดการฝึกฝนให้ผู้เรียนรู้จักตั้งคำถาม หรือมีการคิด วิเคราะห์ที่มากพอ จึงทำให้นักศึกษาขาดทักษะการคิดไตร่ตรองว่าข้อเท็จจริงหรือที่มาของข้อมูลนั้นเป็นอย่างไร ทำให้มีการส่งต่อข้อมูลที่บิดเบือนไปยังสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งหากนักศึกษามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ อาจส่งผลกระทบต่อตัวบุคคลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าจะเป็นการถูกชักจูงทางความคิด การแสดงออกต่าง ๆ การหลงเชื่อข้อมูลที่ผิด ๆ แล้วทำไปเผยแพร่ต่อ ทำให้เกิดผลกระทบในวงกว้างได้ (Changkwanyun, 2018, pp.188-197; TNN ONLINE, 2021; Wiwatpanitch, 2015, pp. 209-219)

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่าปัจจุบันเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นประเด็นที่สังคมกำลังให้ความสนใจ การศึกษาเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจะทำให้เห็นว่านักศึกษามีความสามารถทำความเข้าใจ

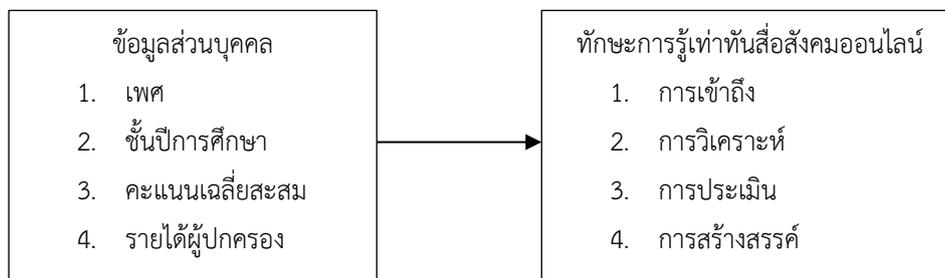
แยกแยะ กลั่นกรอง และประเมินเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ในระดับใด โดยวิธีการที่จะทำให้ทราบถึงทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจะต้องมีการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center for Media Literacy, 2008) ได้กล่าวถึงคำถามสำคัญ 5 ข้อ ของการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ 1) ใครเป็นเจ้าของผลงาน 2) รูปแบบของผลงาน 3) ผู้รับสาร 4) เนื้อหา และ 5) วัตถุประสงค์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดสำคัญที่สามารถนำไปใช้วิเคราะห์เนื้อหาที่สื่อนำเสนอได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อต้องการทราบว่านักศึกษามีความรู้ด้านทักษะการเท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างไร นอกจากนี้กลุ่มนักศึกษายังเป็นกลุ่มที่มีสถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ จึงทำให้มีความน่าสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ การวิจัยเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้บุคคลที่สนใจเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีหรือผู้ที่ทำธุรกิจที่มุ่งเน้นนักศึกษาที่ส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์เป็นหลัก สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสำหรับเยาวชน สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา รวมถึงหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งช่วยปลูกฝังให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญในการรู้เท่าทันสื่อ มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สามารถแยกแยะเข้าใจสิ่งที่สื่อต่าง ๆ นำเสนอได้เป็นอย่างดี และไม่ตกเป็นเหยื่อจากสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งเพื่อเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้นต่อผู้ที่ต้องการจะศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

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

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลผ่านแบบทดสอบออนไลน์ โดยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## สมมติฐานในการวิจัย

1. นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน
2. นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน
3. นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน
4. นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่กำลังศึกษาอยู่ใน 8 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยสวนดุสิต จำนวน 140,214 คน (Office of the Ministry of Higher Education Science Research and Innovation, 2021) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซีและมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Krejcie & Morgan, 1970, pp. 607-610) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบโควตา เลือกนักศึกษาแบบเฉพาะเจาะจงมหาวิทยาลัยละ 50 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบทดสอบ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะคำถามให้เลือกตอบ ลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นลักษณะคำถามให้เลือกตอบ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เป็นลักษณะแบบทดสอบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก โดยเป็นข้อคำถามจากสถานการณ์ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึง ด้านการวิเคราะห์ ด้านการประเมินค่า และด้านการสร้างสรรค์ แบบทดสอบผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมและความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) มากกว่า 0.50 โดยผลที่ได้อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ นำแบบทดสอบที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิมาทดลองใช้ (Try-out) กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความยากง่ายเป็นรายข้อพบว่า มีข้อสอบไม่อยู่ในเกณฑ์ความยากง่ายที่เหมาะสมจำนวน 2 ข้อ (p ไม่อยู่ระหว่าง 0.20-0.80) จึงตัดข้อที่ไม่ผ่านเกณฑ์ออก (Pattanasombutsook, 2021, pp. 329-343) เหลือข้อสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่มีค่าความยากง่ายผ่านเกณฑ์ระหว่าง 0.20-0.80 จำนวน 28 ข้อ ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบทดสอบโดยใช้ค่าความเชื่อมั่นของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (KR-20) ได้ค่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.810 ซึ่งถือว่าแบบทดสอบมีคุณภาพและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้จริง (Prasithrathsint, 2003, pp. 259-262)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยนี้ได้รับพิจารณาว่าข้อเสนอการวิจัยมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล กฎหมาย ข้อบังคับ และข้อกำหนดภายในประเทศ หมายเลขการรับรอง SWUEC/E/G-322/2564 เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2564 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบทดสอบออนไลน์ ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน พ.ศ. 2565 โดยส่งลิงค์แบบทดสอบไปยังอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัย และนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ได้ข้อมูลจำนวน 400 ชุด

4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบทดสอบออนไลน์มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้บรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบทำแบบทดสอบ

4.2 สถิติพื้นฐานโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับคะแนน เพื่อวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้าน โดยมีเกณฑ์แปลผลคะแนน ดังนี้ (Kajornsinsin, 2000, pp. 75-84)

ร้อยละ 80-100	หมายถึง	ดีมาก
ร้อยละ 70-79	หมายถึง	ดี
ร้อยละ 60-69	หมายถึง	ปานกลาง
ร้อยละ 50-59	หมายถึง	น้อย
ร้อยละ 0-49	หมายถึง	น้อยมาก

4.3 สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานทางสถิติโดยใช้ค่า T-test และ F-test เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา คะแนนเฉลี่ยสะสม และรายได้รวมของผู้ปกครอง

### สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบดังแสดงในตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบทดสอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 316 คน (ร้อยละ 79.0) ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 293 คน (ร้อยละ 73.3) ได้รับคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 จำนวน 250 คน (ร้อยละ 62.5) และมีรายได้รวมของผู้ปกครองอยู่ในช่วงมากกว่า 60,000 บาท จำนวน 206 คน (ร้อยละ 51.5)

**ตาราง 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบทดสอบ

สถานภาพ	จำนวน (n)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	84	21.0
หญิง	316	79.0
รวม	400	100.0
ชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	9	2.3
ชั้นปีที่ 2	57	14.3
ชั้นปีที่ 3	293	73.3
ชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่า	41	10.3
รวม	400	100.0
คะแนนเฉลี่ยสะสม		
2.00-2.50	4	1.0
2.51-3.00	111	27.8
3.01-3.50	250	62.5

สถานภาพ	จำนวน (n)	ร้อยละ
3.51-4.00	35	8.8
รวม	400	100.0
รายได้รวมของผู้ปกครอง		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	25	6.3
20,000 - 40,000 บาท	38	9.5
40,001 – 60,000 บาท	131	32.8
มากกว่า 60,000 บาท	206	51.5
รวม	400	100.0

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบทดสอบ สรุปได้ดังนี้

เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำดังแสดงในตาราง 2 พบว่า เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ ที่มีการเลือกตอบมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ YouTube จำนวน 274 คน (ร้อยละ 68.5) รองลงมาคือ Line จำนวน 258 คน (ร้อยละ 64.5) และ มีการเลือกตอบ Facebook และ Instagram จำนวนตัวเลือกละ 241 คน (ร้อยละ 60.3)

ตาราง 2 เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ

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

ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันดังแสดงในตาราง 3 พบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลา 6-10 ชั่วโมงต่อวันมากที่สุด จำนวน 332 คน (ร้อยละ 83.0)

ตาราง 3 ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน

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

3. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบทดสอบ สรุปได้ดังนี้

คะแนนจากการทำแบบทดสอบเพื่อวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแสดงในตาราง 4 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 69.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่อยู่ในระดับดีมาก คือ ด้านการวิเคราะห์ (ร้อยละ 82.5) ระดับดี คือ ด้านการสร้างสรรค์ (ร้อยละ 74.7) ระดับปานกลาง คือ ด้านการประเมินค่า (ร้อยละ 65.5) และระดับน้อย คือ ด้านการเข้าถึง (ร้อยละ 54.0)

ตาราง 4 คะแนนทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

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

4. การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบทดสอบ สรุปได้ดังนี้

การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามตัวแปรเพศดังแสดงในตาราง 5 ค่า Sig. เท่ากับ 0.16 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ( $0.16 > 0.05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

ตาราง 5 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามตัวแปรเพศ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านการเข้าถึง (access)	4.18	1.03	4.36	1.06	-1.38	0.17
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	5.25	1.54	5.36	1.28	-0.66	0.51
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	3.85	0.77	3.95	0.90	-0.97	0.33
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	4.37	1.12	4.51	1.13	-1.04	0.30
รวม	17.64	3.20	18.18	3.06	-1.41	0.16

\*  $p < .05$

การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามตัวแปรชั้นปีดังแสดงในตาราง 6 ค่า Sig. โดยรวมเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ( $0.00 < 0.05$ ) ค่า Sig. รายด้านทุก ๆ ด้านเท่ากับ 0.00 ( $0.00 < 0.05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

ตาราง 6 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามตัวแปรชั้นปี

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	f	Sig.
ด้านการเข้าถึง (access)	ระหว่างกลุ่ม	69.03	3	23.01	24.10	0.00*
	ภายในกลุ่ม	378.01	396	0.96		
	รวม	447.04	399			
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	ระหว่างกลุ่ม	446.50	3	148.83	17.07	0.00*
	ภายในกลุ่ม	3451.89	396	8.72		
	รวม	3898.39	399			
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	ระหว่างกลุ่ม	13.94	3	4.65	6.37	0.00*
	ภายในกลุ่ม	288.96	396	0.73		
	รวม	302.90	399			
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	ระหว่างกลุ่ม	46.71	3	15.57	13.43	0.00*
	ภายในกลุ่ม	459.17	396	1.16		
	รวม	505.88	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	624.48	3	208.16	10.15	0.00*
	ภายในกลุ่ม	8123.27	396	20.51		
	รวม	8747.75	399			

\*  $p < .05$

การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม แสดงในตาราง 7 ค่า Sig. โดยรวมเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 ( $0.00 < 0.05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. รายด้าน ด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินค่า และการสร้างสรรค์ มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินค่า และการสร้างสรรค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

ตาราง 7 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	f	Sig.
ด้านการเข้าถึง (access)	ระหว่างกลุ่ม	71.58	3	23.86	25.16	0.00*
	ภายในกลุ่ม	375.46	396	0.95		
	รวม	447.04	399			
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	ระหว่างกลุ่ม	277.46	3	92.49	10.11	0.00*
	ภายในกลุ่ม	3620.94	396	9.14		
	รวม	3898.39	399			
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	ระหว่างกลุ่ม	7.88	3	2.63	3.53	0.02*
	ภายในกลุ่ม	295.02	396	0.74		
	รวม	302.90	399			
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	ระหว่างกลุ่ม	22.46	3	7.49	6.13	0.00*
	ภายในกลุ่ม	483.42	396	1.22		
	รวม	505.88	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	624.20	3	208.07	10.14	0.00*
	ภายในกลุ่ม	8123.55	396	20.51		
	รวม	8747.75	399			

\*  $p < .05$

การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง ดังแสดงในตาราง 8 ค่า Sig. โดยรวมเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 ( $0.00 < 0.05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครอง ต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. รายด้าน ด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ และการสร้างสรรค์ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ส่วนด้านการประเมินค่า มีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ และการสร้างสรรค์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4

ตาราง 8 การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	f	Sig.
ด้านการเข้าถึง (access)	ระหว่างกลุ่ม	77.03	3	25.68	27.48	0.00*
	ภายในกลุ่ม	370.01	396	0.93		
	รวม	447.04	399			
ด้านการวิเคราะห์ (analyze)	ระหว่างกลุ่ม	781.834	3	260.61	33.11	0.00*
	ภายในกลุ่ม	3116.56	396	7.87		
	รวม	3898.39	399			
ด้านการประเมินค่า (evaluate)	ระหว่างกลุ่ม	5.05	3	1.68	2.24	0.08
	ภายในกลุ่ม	297.84	396	0.75		
	รวม	302.90	399			
ด้านการสร้างสรรค์ (create)	ระหว่างกลุ่ม	53.49	3	17.83	15.61	0.00*
	ภายในกลุ่ม	452.38	396	1.14		
	รวม	505.88	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1065.25	3	355.09	18.30	0.00*
	ภายในกลุ่ม	7682.50	396	19.40		
	รวม	8747.75	399			

\* p < .05

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่อยู่ในระดับดีมาก คือ ด้านการวิเคราะห์ (analyze) ระดับดี คือ ด้านการสร้างสรรค์ (create) ระดับปานกลาง คือ ด้านการประเมินค่า (evaluate) ส่วนทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่อยู่ในระดับ ระดับน้อย คือ ด้านการเข้าถึง (access) ตามลำดับ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ Yimprasert et al. (2016) ที่พบว่า นักศึกษามีความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง แต่ก็สามารถตระหนักถึงสื่อที่น่าเสนอเกินจริงได้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า (1) ทักษะการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์อยู่ระดับดีมาก สอดคล้องกับ Sansomedang (2014) พบว่า วัยรุ่นระดับมัธยมปลายมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูลที่ได้รับจากสื่อในระดับมากแม้ว่าจะยังตีความได้ไม่ถี่นัก โดยจะตีความข้อมูลตามความสนใจของตนเองเป็นส่วนใหญ่ สอดคล้องกับ Maitaouthong (2014) ที่กล่าวว่า การวิเคราะห์สื่อเป็นทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 สถาบันการศึกษามีบทบาทสำคัญในการสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ให้ผู้เรียนมีความเข้าใจจุดมุ่งหมายและเนื้อหาข่าวสารที่น่าเสนอผ่านสื่อ เลือกรับสื่อที่มีคุณภาพและสามารถผลิตสื่อได้อย่างสร้างสรรค์ (2) ทักษะการสร้างสรรค์อยู่ในระดับดี สอดคล้องกับ Yimprasert et al. (2016) พบว่า นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาสื่อโดยใช้เทคนิคด้านภาพและเสียงได้

อย่างสร้างสรรค์ (3) ทักษะการประเมินค่าสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ Sawatdiruk et al. (2016) พบว่า นักเรียนมีทักษะการประเมินค่าสื่ออยู่ในระดับปานกลาง การเรียนการสอนจึงควรสอดแทรกกิจกรรมที่ส่งเสริมสมรรถนะในการสื่อสาร ทักษะการคิด ความสามารถในการแก้ปัญหา ทักษะการใช้เทคโนโลยี และทักษะชีวิต (4) ทักษะการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับ Rodyoo (2011) ที่พบว่า เยาวชนเปิดรับสื่อตามความต้องการส่วนตัวมากกว่าเปิดรับสื่อตามคำแนะนำ และสอดคล้องกับ Swart (2021) ที่กล่าวว่า “สื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงเยาวชนได้มากกว่าเยาวชนเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์” ผู้ปกครองจึงควรต้องให้ความรู้ในการเข้าถึงสื่อที่มีคุณภาพ เพื่อให้คำแนะนำหรือวางแผนทางในการเข้าถึงสื่อและแพร่กระจายข้อมูลผ่านสื่อที่เหมาะสมแก่บุตรหลานของตน (Suttisima et al., 2019)

2. ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรเพศ พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aonta (2017) Ata & Yildirim (2020) และ Sukphiromkasem (2018) ที่พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะความเท่าเทียมทางเพศที่เปิดโอกาสให้เพศชายและเพศหญิงเข้าถึงการศึกษาและระบบสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างเสรี ความเป็นเพศหญิงหรือเพศชายจึงมิใช่ลักษณะที่จะแตกต่างกันได้ในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ขณะที่ผลการวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับ Chaitep & Chanvichai (2021) ที่ศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในภาคเหนือ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเข้าใจสื่อและด้านการประเมินค่าสื่อแตกต่างกัน และไม่สอดคล้องกับ Klangburam et al. (2020) ซึ่งศึกษารู้เท่าทันสื่อในกลุ่มนักเรียนมัธยมต้นในจังหวัดชลบุรี พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งเพศหญิงมีการรู้เท่าทันสื่อที่ดีกว่าเพศชาย ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมาจากสถานศึกษาในพื้นที่ที่มีสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน

3. ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรชั้นปี พบว่า นักศึกษาที่อยู่ในชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกัน โดยชั้นปีที่ 4 หรือสูงกว่ามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าชั้นปีอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาในชั้นปีสูงผ่านการเรียนในจำนวนรายวิชาที่มากกว่า จึงมีทักษะการสืบค้นเพื่อเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการ ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการประเมินสื่อ และการสร้างสรรค์สื่อเพื่อนำเสนอผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม นักศึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 4 ขึ้นไปเป็นช่วงเวลาที่ได้สำเร็จการศึกษาและกำลังจะก้าวออกสู่โลกการทำงานที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะในสายวิชาชีพของตนเอง เพื่อสมัครเข้าทำงานในโลกการทำงานที่มีการแข่งขันสูง จึงมีความตั้งใจเรียนเพื่อเสริมสร้างทักษะให้มีความพร้อมในการประกอบอาชีพ (Sae-tee, 2019) ดังนั้น นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ขึ้นไปจึงมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสูงกว่านักศึกษาระดับชั้นปีอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Sukphiromkasem (2018) พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่ออินโฟกราฟิกที่ต่างกัน เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นเดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน

4. ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามตัวแปรคะแนนเฉลี่ยสะสม พบว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับสูงมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคะแนนเฉลี่ยสะสมเป็นค่าคะแนนที่สะท้อนถึงความสามารถของนักศึกษาที่ได้มาจากการวัดผลทางด้านความรู้ ความเข้าใจ การประยุกต์ใช้ความรู้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมิน (Huitt, 2011) ซึ่งทำการวัดผลผ่านข้อสอบ ชิ้นงาน หรือรายงาน และนำคะแนนทั้งหมดแปลงเป็นเกรดเฉลี่ยสะสมต่อไป สอดคล้องกับ Chaitep & Chanvichai (2021) และ Klangburam et al. (2020) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีระดับผลการเรียนแตกต่างกันจะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าใจสื่อออนไลน์และการใช้ประโยชน์ของสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน

5. ผลเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำแนกตามตัวแปรรายได้รวมของผู้ปกครอง พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้รวมของผู้ปกครองต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกัน โดยนักศึกษามีรายได้รวมผู้ปกครองต่ำกว่ามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษามีรายได้รวมผู้ปกครองสูงกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่มีผลทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมากทำให้รายได้ของครอบครัวไม่พอใช้ นักศึกษาต้องตั้งใจเรียนและชวนขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาในครอบครัวที่มีรายได้พอใช้และเหลือเก็บ (Sae-tee, 2019) นักศึกษาที่รายได้ผู้ปกครองน้อยต้องมีความรู้รอบเท่าทันสื่อเพื่อเตรียมความพร้อมกับการประกอบอาชีพในอนาคต สอดคล้องกับ Arsenijević and Andevski (2016) ที่พบว่า บุคลากรทางการศึกษาที่รายได้น้อยมีความเข้าใจในเหตุการณ์ รู้เท่าทันสถานการณ์ที่เกิดขึ้นบนโลกโซเชียล แต่ผลการวิจัยดังกล่าวสวนทางกับ Buckingham et al. (2005) Livingstone (2004) และ Sukphiomkasem (2018) ซึ่งพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรู้เท่าทันสื่อ และ Boonyapitruksagoon (2019) ที่พบว่า กลุ่มนักศึกษามีระดับเศรษฐกิจของครอบครัวสูง จะมีภูมิคุ้มกันทางจิตซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นสถานศึกษาจึงควรส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เช่น การอบรมพัฒนาทักษะทางด้าน การเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินค่า และการสร้างสรรค์ ให้นักศึกษาสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น การใช้เครื่องมือสืบหาต้นตอของข้อเท็จจริง วิเคราะห์ที่มา ตรวจสอบเนื้อหาและเวลาโพสต์ ให้มั่นใจในข่าวสารก่อนแชร์ข้อมูลต่อในสื่อสังคมออนไลน์

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

1.3 จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับสูงมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับต่ำกว่า ดังนั้น สถานศึกษาควรให้ความสนใจในการเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับนักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับต่ำ เช่น การพิจารณาไตร่ตรองแหล่งที่มาของข้อมูล การคัดกรองข่าวสาร วิเคราะห์และเข้าใจสื่อ ประเมินคุณภาพและคุณค่าของข้อมูลที่สื่อแนะนำเสนอ เพื่อนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ได้อย่างเกิดประโยชน์

#### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ในมิติอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้เทคโนโลยี ความพร้อมทางด้านสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก หรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

2.2 ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา เพื่อให้เกิดความหลากหลายในมุมมองของทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เช่น กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของเอกชน หรือศึกษากับนักศึกษาในระดับปริญญาตรีถึงปริญญาเอก

### เอกสารอ้างอิง

- Aonta, M. (2017). *The social media exposure and the ability for social media literacy of vocational students in Kamphaeng phet province*. Master's thesis, Rungsit University, Pathum Thani, Thailand. (In Thai)
- Arsenijević, J., & Andevski, M. (2016). New media literacy within the context of socio-demographic characteristics. *Procedia Technology*, 22, 1142-1151.
- Ata, R., & Yildirim, K. (2020). Analysis of the Relation Between Computational Thinking and New Media Literacy Skills of First-Year Engineering Students. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 29(1), 5-20.
- Boonyapitruksagoon, K. (2019). Factors Related to Using Social Media Behavior and Media Literacy in Universities in Bangkokmetropolitan area. *Warasan Phuettikammasat*, 25(2), 39-59. Retrieved from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/BSRI/article/view/184439> (In Thai)
- Buckingham, D., Banaji, S., Carr, D., Cranmer, S., & Willett, R. (2005). *The media literacy of children and young people: A review of the research literature on behalf of Ofcom*. Retrieved from <https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/10000145/1/Buckinghammedialiteracy.pdf>
- Center for Media Literacy. (2008). *Literacy for the 21st Century*. Retrieved from [http://www.medialit.org/sites/default/files/01a\\_mlkorientation\\_rev2\\_0.pdf](http://www.medialit.org/sites/default/files/01a_mlkorientation_rev2_0.pdf)
- Chaitap, T., & Chanvichai, K. (2021). A Study of Media Literacy in University Student in Northern. *Journal of Business, Economics and Communications*, 16(2), 97-106. (In Thai)
- Changkwaneyun, A. (2018). Behavior use Social Media and Social Media Literacy Skills of Undergraduate Students Naresuan University. *Silpakorn Educational Research Journal*, 16(1), 188-197. (In Thai)
- Duangkajee, N., Aujirapongpan, S., & Kamlangdee, N. (2020). Online Social Media Usage Behavior and Entrepreneurship Competencies of Students. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 9(1), 10-21. (In Thai)
- Electronic Transactions Development Agency. (2021). *Thailand Internet User Behavior 2021*. Retrieved from [https://www.eta.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2021\\_Slides.aspx](https://www.eta.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2021_Slides.aspx) (In Thai)
- Huguet, A., Baker, G., Hamilton, L. S., & Pane, J. F. (2021). *Media Literacy Standards to Counter Truth Decay*. Retrieved from [https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research\\_reports/RRA100/RRA112-12/RAND\\_RRA112-12.pdf](https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RRA100/RRA112-12/RAND_RRA112-12.pdf)
- Huitt, W. (2011). *Bloom et al.'s taxonomy of the cognitive domain*. Educational psychology interactive, Valdosta, Valdosta State University.
- Kajornsin, B. (2000). Rubric Assesment. *Kasetsart Educational Review (Thailand)*, 15(2), 75-84. (In Thai)
- Klangburam, N., Suwannasaen, P., & Ruengetip, P. (2020). Media Literacy in Lower Secondary School

- Students in Chonburi Province. *Journal of Educational Studies*, 14(2), 129-140 (In Thai)
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Lekhakula, A. (2021). Next Normal Higher Education: Challenges. *Journal of Education and Innovative Learning*, 1(2), 111–125. (In Thai)
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy?. *Intermedia*, 32(3), 18-20.
- Maitaouthong, T. (2014). Media Literacy: Skill for 21th Century Learning. *Journal of Information Science*, 32(3), 75-91. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jiskku/article/view/29552>
- Office of the Ministry of Higher Education Science Research and Innovation. (2021). *Statistics of the Classified by group of institutions, name of institute, name of faculty, name of major, level of education and gender, Academic year 2021*. Retrieved from [https://data.mhesi.go.th/dataset/univ\\_std\\_12\\_01](https://data.mhesi.go.th/dataset/univ_std_12_01) (In Thai)
- Pattanasombutsook, M. (2021). Validation of Nursing Research Reports and Proper Use of Social Science Research Instruments in Publishing. *The Southern College Network Journal of Nursing and Public Health*, 8(2), 329-343. (In Thai)
- Prasithratsint, S. (2003). *Social science research methedology*. (4th ed.). Bangkok: Fueang Fa Printing. (In Thai)
- Rodyoo, C. (2011). Monitoring Academic Service about Media Literacy of Children in the Phrommalok Municipal, PhromKhiri District, Nakhon Si Thammarat Province. *Wichcha Journal Nakhon Si Thammarat Rajabhat University*, 30(2), 55-62. Retrieved from <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/wichcha/article/view/101433/78630> (In Thai)
- Sae-iee, N. (2019). *Behavior of studying online in the situation of COVID-19 of students in Silpakorn University Sanam Chandra Palace Campus*. Individual Research, Silpakorn University, Nakhon Pathom, Thailand. (In Thai)
- Sairattanain, J. (2021). Language and Society through Media and Information Literacy. *Payap University Journal*, 31(2), 180-193. (In Thai)
- Sansomedang, P. (2014). Teenagers' Skill of Knowing What's What and as Much as the Mass and Modern Media's Knowing in SakonNakhon Province. *Sakon Nakhon Rajabhat University Journal*, 6(12), 47-58. (In Thai)
- Sawatdiruk, A., Chaisanit, P., & Rattanachuwong, S. (2016). Development of Learning Package Promoting Media Literacy of Students in Educational Opportunity Schools under Chiang Mai Primary Educational Service Area Office 3. *Journal of Social Academic*, 9(3), 122-138. (In Thai)
- Sukphiomkasem, N. (2018). *Cognizance and Response to Infographic Media of Y Generation*. Master's thesis, National Institute of Development Administration. Bangkok, Thailand. (In Thai)
- Suttisima, V., Chainan, P., & Yuwkosol, S. (2019). Indicators of Media Information and Digital Literacy in Working Age for Democratic Citizen. *The Journal of Social Communication Innovation*, 7(7),

194-202. (In Thai)

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

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

TNN ONLINE. (2021). *Decode 3 a problem why is "media literacy" in Thai children therefore has not progressed*. Retrieved from <https://www.tnnthailand.com/news/tnnexclusive/86532/> (In Thai)

UNESCO. (2013). *Media and information literacy: policy and strategy guidelines*. Retrieved from [https://unesdoc.unesco.org/notice?id=p::usmarcdef\\_0000225606](https://unesdoc.unesco.org/notice?id=p::usmarcdef_0000225606)

Wiwatpanitch, N. (2015). A Development of Social Media Literacy Skills. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*, 9(3), 209-219. (In Thai)

Yimprasert, U., Paladkong, N., & Sirumpankul, A. (2016). Benefits and Application of Media Literacy: Case of a Private Higher Education Institution. *Panyapiwat Journal*, 8(2), 183–195.

Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/65659> (In Thai)