

การรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี Facebook literacy of residents of Pattaya, Chonburi Province

ภัทร มณีวงศ์^{1*} ปิยฉัตร ล้อมชวการ² และ กมลรัฐ อินทรทัศน์³
Pattara. Maneewong^{1*}, Piyachat Lomchavakarn² and Kamolrat. Intaratat³
*Corresponding author, e-mail: Pattara.mw@gmail.com

Received: June 7th, 2024; Revised: October 10th, 2024.; Accepted: April 28th, 2025.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้สื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2) การรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกเฟซบุ๊กของกลุ่มต่างๆ ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการส่งลิงก์แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการใช้สื่อเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างคือมีการใช้ทุกวัน การใช้งานแต่ละครั้งเฉลี่ยประมาณ 30 นาที ช่องทางการใช้สื่อเฟซบุ๊กส่วนใหญ่ใช้ผ่านสมาร์ทโฟน มีช่วงเวลาการใช้สื่อเฟซบุ๊กส่วนใหญ่ในช่วงเวลาก่อนเข้านอน ช่วงเช้าหรงน้ำ และช่วงรับประทานอาหาร ตามลำดับ มีความพึงพอใจในการใช้สื่อเฟซบุ๊กในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ง่ายและรวดเร็ว ได้รับข้อมูลทันสมัย สามารถสร้างสรรค์ความเป็นตัวตนได้ เป็นกิจกรรมยามว่าง ได้รับความเพลิดเพลิน สามารถสื่อสารแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่นได้รวดเร็วและสามารถสร้างรายได้ ส่วนการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กพบว่า ใช้เพื่อหาข้อมูลข่าวสารในระดับมากที่สุด 2) กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ทักษะการวิเคราะห์สื่อ ทักษะการเข้าถึงสื่อ ทักษะการประเมินสื่อ และทักษะการใช้ประโยชน์ และ 3) การรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ, เฟซบุ๊ก, พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก, ความพึงพอใจ

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Student in Master of Communication Arts, Faculty of C Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

²⁻³ รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Associate Professor, School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the Facebook usage behavior of residents of Pattaya municipality, Chonburi Province; 2) the Facebook literacy of residents of Pattaya municipality, Chonburi Province; and 3) the relationship between level of Facebook literacy and level of satisfaction with Facebook usage of residents of Pattaya municipality, Chonburi Province. This was quantitative research. The sample population was 400 members of various Facebook groups who lived in Pattaya Municipality, Chonburi Province. They were chosen by multi-level random sampling. The data collection tool was an online questionnaire. A link to the questionnaire was sent to the samples digitally. Data were analyzed using the descriptive statistics of reliability, frequency, percentage, mean, standard deviation and Pearson's correlated coefficient.

The results showed that 1) The samples used Facebook every day, for an average of 30 minutes per time, most often via their smart phones. The majority of samples used Facebook most often just before going to sleep at night, followed by in the morning, while using the bathroom, and during meals, in that order. They had a high level of satisfaction with using Facebook. The things they liked, were, in order of importance, that it is easy and fast; that they can get up-to-date information; that they can use it to creatively express their individual identity; that it is a fun way to use free time; that it is a very fast way to communicate their ideas with others; and that it can be used to generate income. As for their utilization of Facebook, the majority of samples used it to find news and information the most. 2) The samples had a high level of Facebook literacy overall, including media analysis skills, media access skills, media evaluation skills and media utilization skills. 3) Level of Facebook literacy was correlated with level of satisfaction with Facebook to a statistically significant degree at 0.01.

Keywords: Media literacy, Facebook, Facebook usage behavior, Satisfaction

บทนำ

การพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้โลกปัจจุบันเป็นยุคข้อมูลข่าวสาร มีการเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เด็กและเยาวชนมีทางเลือกมากมายในการรับข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่า สื่อมีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิด พฤติกรรม และวิถีชีวิตของมนุษย์ ดังนั้น เด็กและเยาวชนจึงจำเป็นต้องมีทักษะชีวิตหลายด้าน และความสามารถในการเลือกสรร คัดกรอง และเข้าถึงข้อมูลที่เป็นจริง สามารถ วิเคราะห์ เลือกรับข้อมูลและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ (Nilubon Roopmook, 2018) การสื่อสารที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีผลให้เราซึ่งเป็นผู้บริโภคและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกันอย่างใดการควบคุม เราจะรู้เท่าทันความคิด เจตนา นัยยะและผลที่เกิดขึ้นตามมาจากการเสพใช้สื่อเหล่านั้นได้อย่างไร ด้วยเหตุนี้ การสร้างทักษะที่จำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตอย่างรู้เท่าทันสื่อและข่าวสาร ตัวบุคคลหรือประชาชนเองต้องมีทักษะในการวิเคราะห์ คัดแยก ความถูกต้องและเหมาะสม (Suchada Sarabun, et al, 2018)

แนวคิดหลักของการรู้เท่าทันสื่อ ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง สามารถสรุปได้ว่า เนื้อหาสื่อล้วนถูกประกอบสร้างขึ้นโดยมนุษย์เป็นผู้ออกแบบเนื้อหาด้วยเทคนิคการสร้างสื่อ ฉะนั้นวิธีการทำให้รู้เท่าทันสื่อก็คือการ

ถอดองค์ประกอบของสื่อนั้นออกมาดูว่า แต่ละส่วนประกอบนั้นส่งผลอย่างไรต่อผู้รับสารบ้างเพื่อทราบจุดประสงค์ที่แท้จริงของสื่อ และสื่อแต่ละประเภทมีวิธีการเฉพาะตัวในการสร้างเนื้อหาสื่อโดยภาษา ภาพ สี มุกตลก ฯลฯ เพื่อสื่อสารและสื่อความหมายตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ซึ่งแต่ละบุคคลรับรู้เนื้อหาของสื่อได้แตกต่างกัน ตามวุฒิภาวะ ประสบการณ์เดิม ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ เนื้อหาสื่อจึงมักแฝงหรือปลูกฝังความคิดค่านิยมบางอย่างของผู้ส่งสารไว้โดยหวังประโยชน์บางอย่างจากผู้รับสาร (Tomorn Aphiwanthanakorn., 2009) จากการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน 2022 (National Statistical Office., 2022) พบว่าในปี 2022 มีประชาชนประมาณ 69.8 ล้านคน กรุงเทพมหานครมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุด คือ ร้อยละ 94.5 ส่วนภาคเหนือมีการใช้ต่ำที่สุด ร้อยละ 78.1 การใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ชาย ใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้หญิง โดยผู้ชายใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 86.6 ส่วนผู้หญิงใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 83.6 เมื่อพิจารณาการใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละกลุ่มอายุ พบว่า ประชาชนอายุ 15 - 24 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดคือ ร้อยละ 98.8 รองลงมาคือ ประชาชนอายุ 25 - 39 ปี ร้อยละ 97.7 ส่วนประชาชนอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการใช้อินเทอร์เน็ตต่ำที่สุด ร้อยละ 47.8 และจากการสอบถามประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไป มีผู้ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 15.0 โดยผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ใช้ไม่เป็น/ไม่มีความรู้หรือทักษะในการใช้ ร้อยละ 7.5 รองลงมาคือ ไม่มีความจำเป็น/ไม่สนใจ ร้อยละ 7.2 และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตสูงเกินไป เช่น ค่าบริการ เป็นต้น ร้อยละ 0.2 (National Statistical Office., 2022)

สื่อสังคมออนไลน์มีความแตกต่างจากสื่อหลัก อย่างสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งมีองค์กรและจรรยาบรรณวิชาชีพผู้ผลิตสื่อควบคุมอยู่บ้าง แต่การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้น เกิดขึ้นได้อย่างอิสระจากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือแม้จะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถจัดทำเนื้อหาและเผยแพร่ข้อมูลได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา สามารถดัดแปลงแก้ไข ปรับปรุงเนื้อหาได้ตามความเชื่อ ทักษะคิดและค่านิยมของตนเอง หรือแม้แต่บิดเบือนข้อมูลไปจากความเป็นจริง ข้อมูลต่างๆ จึงสามารถถูกนำเสนอสู่สาธารณะได้โดยไม่ผ่านการพิจารณาลั่นกรองข้อมูล ไม่มีผู้รับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากข้อมูลที่เผยแพร่ออกไป และแม้ว่าการนำเสนอข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์จะส่งผลกระทบร้ายแรงหรือมีผลทางกฎหมาย แต่การจัดการต่อปัญหาโดยใช้วิธีการระงับการเผยแพร่ก็นั้นยังสามารถทำได้ยาก เพราะผู้ใช้งานสามารถสร้างชื่อผู้ใช้ใหม่ได้อย่างไม่จำกัดด้วยชื่อและข้อมูลเท็จ ฉะนั้นการแก้ปัญหาจึงควรปรับที่ตัวบุคคลผู้ใช้งานให้ตระหนักรู้ ในผลกระทบที่จะเกิดต่อตนเองและสังคม เข้าใจสภาพความเป็นสื่อสังคมออนไลน์ สามารถวิเคราะห์สิ่งที่ผู้อื่นนำเสนอ และสิ่งที่ตนเองกำลังนำเสนอได้อย่างรอบคอบและถ่วงแท้ มีสติและวิจารณญาณในการเปิดรับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์โดยไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ที่เต็มไปด้วยผู้สร้างเนื้อหาสาร ตามแบบฉบับของตนเองอย่างอิสระเสรี (Nitida Wiwatpanitch, 2015)

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่ง เป็นการเชื่อมต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต โดยเป็นการสร้างชุมชนออนไลน์ ทำให้ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน โดยเฟซบุ๊ก ได้ริเริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2004 โดย มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) และเพื่อนร่วมห้องในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด กว่า 3 คน ทั้ง เอ็ดวาร์โด ซาเวริน (Eduardo Saverin), ดัสติน มอสโควิทซ์ (Dustin Moskovitz) และคริสฮิวส์ (Christ Hughes) ด้วยการใช้งานในช่วงแรกเฉพาะผู้ก่อตั้งและนักเรียนของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ต่อจากนั้นเริ่มเปิดใช้งานภายในมหาวิทยาลัยอื่นๆ ตามลำดับ จนกระทั่งเปิดให้บริการกับบุคคลผู้ใช้งานทั่วไปในปี 2006 เรื่อยมา และในปี 2021 เฟซบุ๊กมีผู้ใช้งานไม่ต่ำกว่า 2.91 พันล้านบัญชีต่อเดือน และกลายเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม (th.wikipedia.facebook, 2024)

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นเสมือนการทำความเข้าใจต่อการใช้งานในสภาพจริงอย่างมีสติ ไม่ว่าผู้ใช้งานอยู่ในสถานภาพของผู้รับสารที่กำลังรับเนื้อหาต่าง ๆ ทั้งข้อความภาพ เสียง วิดีทัศน์นั้นต้องมีสติระลึกรู้กำลัง

รับสารจากใคร เนื้อหาสารมีความหมายอย่างไร เนื้อหาและผู้ส่งสารนั้นมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ผู้ส่งสารมีจุดประสงค์ใดในการสื่อสารนั้นต้องการให้ใครได้รับสารบ้าง และมุ่งหวังสิ่งใดจากผู้ที่ได้รับสารเหล่านั้น ขณะเดียวกันต้องรู้เท่าทันตนเองด้วยว่า เราจะมีปฏิกิริยาอย่างไรต่อข้อมูลที่ได้รับ รู้สึกอะไร คิดอย่างไร และจะอย่างไรกับข้อมูลเหล่านั้นอย่างมีสติ เมื่อเราได้วิเคราะห์และประเมินข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์อย่างรอบคอบ เราจะมีคำตอบที่ดีต่อการกระทำของตนเอง ว่าเราเข้าใจที่ไปที่มาของข้อมูลเหล่านั้นอย่างถูกต้องหรือไม่ เราจะแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร จะแชร์ต่อข้อมูลเหล่านั้นให้ผู้อื่นต่อไปหรือไม่ และเรารับรู้ผลกระทบที่อาจตามมา และพร้อมจะรับผิดชอบต่อผลกระทบเหล่านั้นแล้วใช่ไหม และถ้าทุกคนรู้เท่าทันการใช้งานและรู้เท่าทันตนเอง ปัญหาที่เกิดจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ก็ย่อมจะลดลง (Nitida Wiwatpanitch, 2015) การรู้เท่าทันสื่อ คือการมีทักษะการรู้เท่าทันสื่ออย่างรู้ตัว การที่บุคคลจะรับสื่ออย่างรู้ตัวหรือตื่นตัวนั้นต้องมีความสามารถในการตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ และสามารถตอบโต้กับสื่อที่ได้รับมาอย่างมีสติและรู้ตัว ผู้รับสารจะต้องแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ และสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากสื่อ โดยมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาสื่อต่างๆ ให้ดีขึ้น เช่น การท้วงติงหรือร้องเรียนเมื่อพบสื่อที่ไม่เหมาะสม เรียกร้องสิทธิในฐานะผู้บริโภคสื่อ ฯลฯ (National Broadcasting and Commission Office., 2013) การปลูกฝังและเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้กับเยาวชนจึงไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากการมีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อการเสริมสร้างทักษะทั้งทางตรงและทางอ้อม

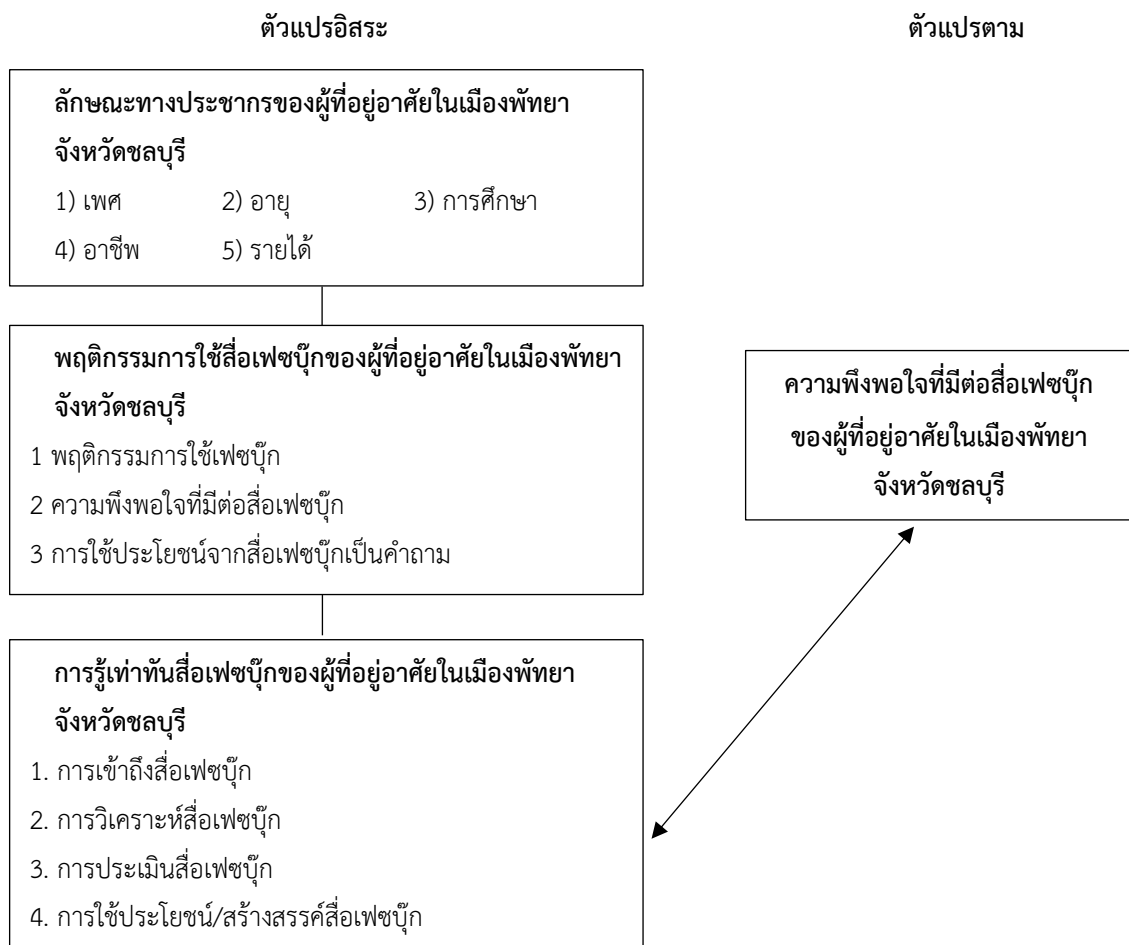
สำหรับด้านพื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พื้นที่ “เมืองพัทยา” เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ เนื่องจากพัทยาเป็นพื้นที่ในเขตปกครองพิเศษที่ตั้งอยู่จังหวัดชลบุรี ภาคตะวันออกของประเทศไทย เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ที่มีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับระดับโลก ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก สำหรับปัญหาด้านสื่อสังคมออนไลน์ในเมืองพัทยานั้น เนื่องจากเมืองพัทยานั้นเป็นเมืองที่มีประชากรหลากหลายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวและมาพำนักอยู่เป็นจำนวนมาก มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี ผับ บาร์ และแหล่งอบายมุขต่าง ๆ ความหลากหลายของประชากรจึงทำให้เกิดปัญหาที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อออนไลน์เพื่อหาผลประโยชน์ในทางที่ผิด อาทิ การโฆษณาชวนเชื่อของผู้ไม่หวังดีที่ชักชวนการเล่นการพนันออนไลน์ ซึ่งกลุ่มคนพวกนี้จะมาในคราบนักท่องเที่ยวต่างชาติ เปิดห้องพักเพื่อชักชวนเล่นการพนันซึ่งแหล่งอบายมุขนั้น ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา เพื่อหลอกลวงให้เข้าไปเล่นการพนัน ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ต่อการท่องเที่ยวและทรัพย์สิน สำหรับในประเทศไทย หากมองในภาพรวมจากสถานการณ์ ประชาชนยังมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อไม่มาก โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ที่จะต้องได้รับการสร้างความเข้าใจและพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบจากการใช้สื่อ รวมถึงสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อโซเชียลมีเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันผลกระทบจากการใช้สื่อเฟกบุ๊ก เช่น การถูกโจรกรรมข้อมูลส่วนตัว การหลอกลวงจากบุคคลผู้ไม่หวังดีหรือมิจฉาชีพ เป็นต้น การพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นทักษะที่มีความสำคัญและมีความจำเป็น เพื่อให้รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันกลโกง ป้องกันการถูกหลอกลวง ความสามารถวิเคราะห์สื่อ และตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบจากการใช้เฟกบุ๊ก

จากข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อเฟกบุ๊ก และทักษะการรู้เท่าทันสื่อเฟกบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะสามารถนำไปประกอบการวางแผนและพัฒนากระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในเขตพื้นที่เมืองพัทยาให้เหมาะสม และป้องกันการเกิดภัยจากสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อเฟซบุ๊กกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวน 116,454 คน (Office of the Pattaya city, 2022) ที่มีการใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1976) ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการคัดกรองกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่มีทะเบียนบ้านพักอาศัยอยู่ในเมืองพัทยาและมีการใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (online questionnaire) เป็นแบบสอบถามปลายปิด (closed-ended response question) โดยแบ่ง แบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมการใช้สื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ 1) พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก 2) ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊ก และ 3) การใช้ประโยชน์จากสื่อเฟซบุ๊กเป็นคำถาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 4 หัวข้อ ได้แก่ 1). การเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก 2) การวิเคราะห์สื่อเฟซบุ๊ก 3) การประเมินสื่อเฟซบุ๊ก และ 4) การใช้ประโยชน์/การสร้างสรรค์สื่อเฟซบุ๊ก

โดยส่วนที่ 2 และ 3 ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ ลิเคิร์ท (Likert) กำหนดเกณฑ์การประเมินมี ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับมาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย (validity) ผู้วิจัยนำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ความสอดคล้องและความครอบคลุมของคำถามกับกรอบแนวคิดการวิจัยและตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขก่อนเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมือนกับกลุ่มที่ศึกษาวิจัย จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งจากเครื่องมือในการวิจัยนี้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.92 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ (Kanlaya Vanichbuncha, 2007)

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (online questionnaire) ไปยังเฟซบุ๊กกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่เมืองพัทยา ได้แก่ กลุ่มเฟซบุ๊กพัทยาทอล์ค กลุ่มเฟซบุ๊กเรารักพัทยา และกลุ่มเฟซบุ๊ก we love pattaya เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีการสื่อสาร แลกเปลี่ยนข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในเมืองพัทยา ทำให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กกลุ่มดังกล่าว เป็นผู้ที่ต้องการข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในเมืองพัทยา รวมถึงอาศัยอยู่ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จากนั้นจึงส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่าง โดยส่งลิงค์จาก google form ให้ทางช่องข้อความ inbox และรอเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุด ระยะเวลาระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2564

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบทั้งสิ้น 400 ชุด และตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ แล้วทำการแปลงผลข้อมูลวิจัยเพื่อทำการลงรหัส (coding) และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ผลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ตัวแปร ได้แก่ ข้อมูลลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และ การรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอ้างอิง วิเคราะห์หา

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยนี้ ด้วยการนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person's product moment correlation coefficient) ได้แก่ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อกับความพึงพอใจสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน และเพศชาย จำนวน 172 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 207 คน รองลงมา คือ อายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 110 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 296 คน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 227 คน และส่วนใหญ่มียาได้เฉลี่ย 10,000 - 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต/ไอแพดเป็นช่องทางการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก มากที่สุด ร้อยละ 97.3

ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงเวลาในการใช้สื่อเฟซบุ๊กส่วนใหญ่มีการใช้สื่อเฟซบุ๊กในช่วงเวลาก่อนนอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 62.5

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกประเภทข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กที่สนใจโดยใช้สื่อเฟซบุ๊กในการหาข้อมูลมากที่สุด คือ ข่าวการศึกษา โดยคิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาคือ ใช้สื่อเฟซบุ๊กในการหาข้อมูลข่าวบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 76 ข่าวสังคม คิดเป็นร้อยละ 73.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก

การใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก	$\bar{x}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
เพื่อประโยชน์การนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ	3.96	0.61	มาก
เพื่อประโยชน์ในด้านการหาข้อมูลข่าวสาร	4.16	0.61	มาก
เพื่อประโยชน์ในการแสดงออกด้านความคิดเห็น	4.00	0.67	มาก
เพื่อประโยชน์โพสต์รูปและเรื่องราวของตนเอง	4.03	0.70	มาก
เพื่อประโยชน์ด้านความบันเทิง	4.04	0.62	มาก
เพื่อประโยชน์ด้านความรู้	4.03	0.64	มาก
เพื่อประโยชน์ในการใช้เวลาว่าง	4.04	0.65	มาก
เพื่อประโยชน์ในด้านการสร้างรายได้	4.00	0.72	มาก
รวม	4.02	0.65	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้ประโยชน์จากสื่อเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยให้ความสำคัญต่อการใช้ประโยชน์ในด้านการหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา คือ เพื่อประโยชน์ในการใช้เวลาว่าง และเพื่อประโยชน์ด้านความบันเทิง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.04 ลำดับต่อมา เพื่อประโยชน์ด้านความรู้ เพื่อประโยชน์โพสต์รูปและเรื่องราวของตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.03 ลำดับต่อมาเพื่อประโยชน์ในการแสดงออกด้านความคิดเห็น และเพื่อประโยชน์ในด้านการสร้างรายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.00 และสำหรับการใช้ประโยชน์จากสื่อเฟซบุ๊กน้อยที่สุด คือ เพื่อประโยชน์การนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (ดังตารางที่ 1)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การรับรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ประกอบด้วย 4 หัวข้อ ได้แก่ 1.การเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก 2.การวิเคราะห์สื่อเฟซบุ๊ก 3.การประเมินสื่อเฟซบุ๊ก 4.การใช้ประโยชน์/ การสร้างสรรค์สื่อเฟซบุ๊ก

โดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทักษะการรับรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีทักษะการวิเคราะห์สื่อเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาคือ การเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ทักษะการประเมินสื่อเฟซบุ๊กและทักษะการใช้ประโยชน์ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 โดยสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรับรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านการเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก

การรับรู้เท่าทันสื่อ ด้านการเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก	$\bar{x}$	SD.	ระดับ
ความสามารถในการเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก	4.09	0.70	มาก
ความชำนาญในการใช้สื่อเฟซบุ๊ก	4.12	0.60	มาก
สามารถค้นหาข้อมูลในสื่อเฟซบุ๊กตามที่ต้องการ	4.09	0.64	มาก
สามารถแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปยังผู้อื่นได้	4.05	0.61	มาก
รวม	4.08	0.63	มาก

การเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชำนาญในการใช้สื่อเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก และสามารถค้นหาข้อมูลในสื่อเฟซบุ๊กตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และสามารถแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปยังผู้อื่นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรับรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านการวิเคราะห์สื่อเฟซบุ๊ก

การรับรู้เท่าทันสื่อ ด้านการวิเคราะห์สื่อเฟซบุ๊ก	$\bar{x}$	SD.	ระดับ
มีอิทธิพลต่อการสร้างกระแส ในสังคม	4.04	0.62	มาก
มีอิทธิพลต่อการนำเสนอข่าวในสังคม	4.26	0.60	มาก
มีอิทธิพลต่อสังคม วัฒนธรรม	4.12	0.65	มาก
สามารถสร้างความแตกแยกในสังคม	4.22	0.63	มาก
มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ	4.18	0.64	มาก
รวม	4.16	0.62	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการวิเคราะห์สื่อเฟซบุ๊ก ในระดับมากที่สุดคือ สื่อเฟซบุ๊กมีอิทธิพลต่อการนำเสนอข่าวในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ สื่อเฟซบุ๊กสามารถสร้างความแตกแยกในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 สื่อเฟซบุ๊กมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เฟซบุ๊กมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และสื่อเฟซบุ๊กมีอิทธิพลต่อการสร้างกระแสในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรับรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านการประเมินสื่อเฟซบุ๊ก

การรู้เท่าทันสื่อ ด้านการประเมินสื่อเฟซบุ๊ก	$\bar{x}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
สามารถคัดกรองข่าวสารที่ได้รับ	3.62	0.68	มาก
ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล	3.70	0.76	มาก
พิจารณาข้อมูลก่อนส่งต่อ	3.54	0.74	มาก
แยกแยะข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.58	0.77	มาก
หลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นประโยชน์	3.56	0.80	มาก
มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการกระทำผิดคอมพิวเตอร์	3.42	0.79	มาก
มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์	3.37	0.80	มาก
รวม	3.54	0.76	มาก

การประเมินสื่อเฟซบุ๊ก ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มีความสามารถในการคัดกรองข่าวสารที่ได้รับ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีการแยกแยะข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีการหลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นประโยชน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีการพิจารณาข้อมูลที่ได้รับก่อนกดถูกใจหรือส่งต่อให้ผู้อื่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรับรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อเฟซบุ๊ก

ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อเฟซบุ๊ก	$\bar{x}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
สร้างผลงานหรือชื่อเสียงให้กับตนเอง	3.42	0.72	มาก
เขียนบอกเล่าข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น	3.63	0.78	มาก
แชร์ข้อมูลที่มีประโยชน์และน่าเชื่อถือให้ผู้อื่น	3.57	0.79	มาก
รวม	3.54	0.76	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้ประโยชน์จากสื่อเฟซบุ๊ก ในระดับที่มากที่สุด คือ เขียนบอกเล่าข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมา คือ แชร์ข้อมูลที่มีประโยชน์และน่าเชื่อถือให้ผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และสร้างผลงานหรือชื่อเสียงให้กับตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 5)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามตามความพึงพอใจในการใช้งานเฟซบุ๊ก

ความพึงพอใจในการใช้งานเฟซบุ๊ก	$\bar{x}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
ได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว	4.30	0.60	มาก
ได้รับข้อมูลที่มีความทันสมัย	4.30	0.61	มาก
สามารถสื่อสารและแสดงความคิดเห็นต่างๆ ของตนเอง	4.08	0.69	มาก
สร้างสรรค์ความเป็นตัวตนได้	4.12	0.71	มาก
ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและคนอื่นได้รวดเร็ว	4.05	0.68	มาก
ใช้เป็นกิจกรรมยามว่าง	4.09	0.66	มาก
ได้รับความเพลิดเพลินสนุกสนาน	4.09	0.64	มาก
สามารถสร้างรายได้	3.98	0.77	มาก
รวม	4.12	0.67	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้งานเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 โดยความพึงพอใจในการใช้งานเฟซบุ๊กที่ได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว และได้รับข้อมูลที่มีความทันสมัยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา คือ สามารถสร้างสรรค์ความเป็นตัวตนได้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 6)

ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

H_0 : ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊ก ไม่มีความสัมพันธ์ กับ การรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

H_1 : ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์ กับ การรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 7 แสดงความสัมพันธ์ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตัวแปร	R	P-Value
ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊ก	0.426*	0.000

P-Value คือ Sig. (2-tailed)

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.426 และ P-Value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับความมีนัยยะสำคัญ 0.01 (ค่า Sig = .000) ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์ กับ การรู้เท่าทันสื่อของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ดังตารางที่ 7

สรุปและอภิปรายผล

1. ลักษณะประชากรของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่ใช้สื่อเพชบุ๊กในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนมากเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุ 26 – 35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท วุฒิมัธยมศึกษาส่วนใหญ่จบปริญญาตรี

2. พฤติกรรมการใช้สื่อเพชบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่ใช้สื่อเพชบุ๊กทุกวัน โดยใช้งานแต่ละครั้งน้อยกว่า 30 นาที มีช่องทางในการใช้สื่อเพชบุ๊กส่วนใหญ่ด้วยโทรศัพท์มือถือ มีช่วงเวลาในการใช้สื่อเพชบุ๊กส่วนใหญ่ใช้ในเวลาก่อนเข้านอน ช่วงเช้าห้องน้ำ และช่วงรับประทานอาหารประเภทข้อมูลข่าวสารที่สนใจส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษา ข่าวสารเกี่ยวกับสังคม ข่าวบันเทิง

3. การรู้เท่าทันสื่อเพชบุ๊กของผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพชบุ๊ก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยประกอบด้วยทักษะการวิเคราะห์สื่อเพชบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ทักษะการเข้าถึงสื่อเพชบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ในส่วนทักษะการประเมินสื่อเพชบุ๊กและทักษะการใช้ประโยชน์ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 โดยสรุปได้ดังนี้ 1) การเข้าถึงสื่อเพชบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างมีความชำนาญในการใช้สื่อเพชบุ๊กอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อเพชบุ๊ก และสามารถค้นหาข้อมูลในสื่อเพชบุ๊กตามที่ต้องการ และสามารถแชร์ข้อมูลที่ได้รับไปยังผู้อื่นได้ ตามลำดับ 2) กลุ่มตัวอย่างมีการวิเคราะห์สื่อเพชบุ๊ก ในระดับมากที่สุดคือ สื่อเพชบุ๊กมีอิทธิพลต่อการนำเสนอข่าวในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ถัดมาคือ สื่อเพชบุ๊กสามารถสร้างความแตกแยกในสังคม สื่อเพชบุ๊กมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพชบุ๊กมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม และสื่อเพชบุ๊กมีอิทธิพลต่อการสร้างกระแสในสังคม ตามลำดับ 3) การประเมินสื่อเพชบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมาคือ มีความสามารถในการคัดกรองข่าวสารที่ได้รับ มีการแยกแยะข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่เป็นประโยชน์ มีการพิจารณาข้อมูลที่ได้รับก่อนส่งต่อให้ผู้อื่น มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ ตามลำดับ 4) กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อเพชบุ๊ก ในระดับที่มากที่สุด คือ เขียนบอกเล่าข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมา คือ แชร์ข้อมูลที่มีประโยชน์และน่าเชื่อถือให้ผู้อื่น และสร้างผลงานหรือชื่อเสียงให้กับตนเอง ตามลำดับ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Amika Sritad, (2016) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้และการรับรู้อิทธิพลของสื่อดิจิทัลต่อเจนเนอเรชันและเจนเนอเรชันแซดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการรู้สื่อดิจิทัลด้านทักษะในการเข้าถึงสื่อดิจิทัลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.185 รองลงมาเป็นทักษะการวิเคราะห์สื่อดิจิทัล และทักษะในการประเมินเนื้อหาสาร ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เยาวชนมีการรู้สื่อดิจิทัลอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ทักษะ ได้แก่ ทักษะในการเข้าถึง ทักษะการวิเคราะห์ ทักษะการประเมินเนื้อหาสาร และทักษะการมีส่วนร่วม ยกเว้นด้านทักษะการสร้างสรรคการสร้างผลงานหรือชื่อเสียง อยู่ในระดับปาน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Jaruwat Sriwangsya and Taweesak Kasiphon, (2014) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงต่อการมีเพศสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่าการเข้าถึงสื่อกระตุ้นอารมณ์ทางเพศโดยการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงต่อการมีเพศสัมพันธ์ ในส่วนของการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น โดยกลุ่มที่วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศได้ในระดับดีมีสัดส่วนคะแนนพฤติกรรมทางเพศในระดับที่เหมาะสมมากกว่ากลุ่มที่วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศในระดับต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มที่มีการวิเคราะห์สื่อในระดับดีสามารถตีความเนื้อหาสื่อ โดยใช้พื้นฐานความรู้เดิมและการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้น วิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสื่อ ส่งผลต่อการเลือกปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสม ส่วนของการประเมินค่าสื่อสังคมออนไลน์ไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศ แต่พบว่ากลุ่มที่มีการประเมินค่าสื่อสังคมออนไลน์ในระดับดี มีสัดส่วนคะแนนพฤติกรรมทางเพศในระดับที่เหมาะสมมากกว่ากลุ่มที่มีการประเมินค่าสื่อสังคมออนไลน์ในระดับต่ำ และสำหรับการสร้างสรรค์สื่อสังคมออนไลน์สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น โดยกลุ่มที่มีการสร้างสรรค์สื่อสังคม

ออนไลน์เรื่องเพศได้ในระดับที่มีสัดส่วนคะแนนพฤติกรรมทางเพศ ในระดับที่เหมาะสมมากกว่ากลุ่มที่มีการสร้างสรรค์สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศในระดับต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาทักษะการสร้างสื่อในแบบฉบับของตนเองขึ้นมาเมื่อมีความรู้ ความเข้าใจดี สามารถวิเคราะห์ วิเคราะห์ ประเมินค่าสื่อได้ดีแล้ว ทำให้สามารถสร้างสรรค์สื่อได้ในทางที่ดีด้วย สร้างสรรค์สื่อได้อย่างเหมาะสม

จากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก สามารถเข้าถึงสื่อและใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ แสดงให้เห็นว่า ทักษะและความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อนั้น มีความเชื่อมโยงกับประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ของแต่ละบุคคลโดยสะสมทักษะด้านต่างๆ จากการใช้งานสื่อออนไลน์ โดยมีทักษะการวิเคราะห์สื่อเฟซบุ๊ก การเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก การประเมินสื่อเฟซบุ๊กและทักษะการใช้ประโยชน์มีความเชื่อมโยงกับประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ของแต่ละบุคคลโดยสะสมทักษะด้านต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการรู้สื่อของ Potter J., (2012) ที่กำหนดความรู้พื้นฐานของการรู้สื่อ 4 ประการ คือ 1) การรู้สื่อเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง 2) การรู้สื่อจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาฝึกฝน 3) การรู้สื่อมีหลายมิติ คือ มิติด้านปัญญา การรับรู้และความเข้าใจ อารมณ์ สนุกหรือเครียด และศีลธรรมหรือค่านิยม ในมิตินี้เป็นเรื่องของ การรับรู้และความเข้าใจ คือความสามารถในการตระหนักในสาระต่างๆ ตั้งแต่เรื่องที่ง่ายที่สุด ไปถึงซับซ้อน 4) จุดประสงค์ของการรู้สื่อ

อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อของ UNESCO คือ ความสามารถในการวิเคราะห์ วิเคราะห์ และประเมินค่าสื่อ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ นำเสนอสื่อในแบบฉบับของตนเอง และผลิตสื่อเพื่อสื่อสาร โดยการพัฒนาทักษะการเรียนรู้เพื่อการที่จะเท่าทันสื่อ (Pornthip Yenjabok, 2009) มีองค์ประกอบสำคัญดังนี้ 1) การเข้าถึง (access) คือ การได้รับสื่ออย่างเต็มที่และรวดเร็ว รับรู้และเข้าใจเนื้อหาของสื่อ การแสวงหาข่าวสารได้จากสื่อหลายประเภท การเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เข้าใจความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ 2) การวิเคราะห์ (analyze) คือ การตีความเนื้อหาสื่อตามองค์ประกอบและรูปแบบที่สื่อนำเสนอ วิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร 3) การประเมินค่าสื่อ (evaluate) คือ ความสามารถที่จะประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาสารว่ามีคุณค่าต่อผู้รับมากน้อยเพียงใด นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับในด้านใดได้บ้าง 4) การสร้างสรรค์ (create) คือการพัฒนาทักษะการสร้างสื่อในแบบฉบับของตนเองขึ้นมาเมื่อผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ วิเคราะห์ ประเมินค่าสื่อได้อย่างถ่องแท้แล้ว

4. พฤติกรรมการใช้สื่อเฟซบุ๊กเกี่ยวกับประเด็นความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจมากกับการได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ สร้างสรรค์ความเป็นตัวตนได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ใช้เป็นกิจกรรมยามว่าง และได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.09 สามารถสื่อสารกับเพื่อนและคนอื่นได้ และสามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองตามลำดับ ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wilmonpan Arpavate, Savitree Chewasan and Chan Dejasvanong, (2011) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและคนอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็วมีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาได้แก่ สามารถสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและบุคคลอื่นได้ ได้รับข้อมูลที่ทันสมัย ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้สื่อเฟซบุ๊กเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยให้ความสำคัญต่อการใช้ประโยชน์ในด้านการหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาคือเพื่อประโยชน์ในการใช้เวลาว่าง เพื่อประโยชน์ด้านความบันเทิง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.04 เพื่อประโยชน์ด้านความรู้ เพื่อประโยชน์โพสต์รูปและเรื่องราวของตนเอง เพื่อประโยชน์ในการแสดงออกด้านความคิดเห็น เพื่อประโยชน์ในด้านการสร้างรายได้ ตามลำดับ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Chathamom Tangkijthavorn, (2014) ที่ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (shared) ผ่านเฟซบุ๊ก ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์ผ่านเฟซบุ๊กเท่ากับ 3.62 อยู่

ในระดับมาก โดยการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ถูกแชร์ผ่านเฟซบุ๊ก คือ ข้อมูลที่ได้จากเฟซบุ๊กทำให้ทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ยคือ 4.24 รองลงมาคือ อ่านข้อมูลที่ได้จากเฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิงสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย 4.08 ข้อมูลที่ได้จากเฟซบุ๊กนำไปใช้สนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.79 และนำข้อมูลที่ได้จากเฟซบุ๊กไปช่วยในการตัดสินใจในการศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.23 อีกทั้งยังสอดคล้องกับ McQuail, (1987) ได้กล่าวถึงการสื่อสารว่า เป็นการให้และการรับความหมาย การถ่ายทอดและรับสาร ที่รวมถึงแนวคิดการโต้ตอบ แบ่งปัน และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วย สื่อจึงถือว่ามามีบทบาทในการผลิตและเผยแพร่กระจายสารให้ตรงตามความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งสื่อนั้นสามารถตอบสนองความต้องการปัจเจกบุคคลได้ 4 ลักษณะ คือ 1.เพื่อสร้างความบันเทิง 2.เพื่อใช้เป็นแหล่งที่รวบรวมข้อมูลข่าวสาร 3. สร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคล 4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม

ดังนั้นจึงทำให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก โดยใช้ประโยชน์ในด้านการหาข้อมูลข่าวสาร เป็นเครื่องมือสร้างความบันเทิงให้กับตนเองในเวลาว่าง ใช้แสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ใช้ในการแสดงตัวตน ใช้เพื่อการแสดงออกด้านความคิดเห็น และยังใช้ประโยชน์ในด้านการสร้างรายได้

5. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กนั้น มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ที่อาศัยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัย Pattamaporn Suksomsot, (2021) ที่ศึกษาผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมวัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยา โดยพบว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้ต่างกัน และมีความเชื่อว่าทำให้ชีวิตง่ายขึ้น สะดวกสบายขึ้นมีค่านิยมในการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อการเรียนรู้ เพื่อการศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ตนสนใจ ศึกษาภาษาต่างประเทศได้ง่ายขึ้นและเข้าใจมากขึ้น จากการดูสื่อออนไลน์ ทำให้ผลการเรียนดีขึ้น ส่งผลต่อค่านิยมเรื่องความกตัญญูต่อเวทีโดยกลุ่มตัวอย่างใช้ช่องทางสื่อออนไลน์แสดงออกถึงความ กตัญญูต่อเวทีต่อผู้มีพระคุณ เช่น ใช้เป็นช่องทางในการบอกรักผ่านเทศกาลต่าง ๆ ทำให้มีการปฏิสัมพันธ์กับครอบครัวมากขึ้น ใช้สื่อออนไลน์ในการรวมกลุ่มกันในการทำควมดี มีช่วยให้คลายความเครียด ช่วยให้ผลิตเพลินและช่วยฆ่าเวลา ส่งผลต่อค่านิยมการพึ่งพาตนเองและความขยันหมั่นเพียร โดยเลือกใช้สื่อออนไลน์มาเป็นเครื่องมือและช่องทางในการจำหน่ายสินค้า เป็นการพึ่งพาตนเองสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Nattapong Klongchuengsan, (2019) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก แสดงให้เห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีบทบาทและความจำเป็นต่อวิถีชีวิตประจำวัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร ระหว่างเพื่อน ๆ หรือบุคคลที่รู้จัก โดยเฉพาะเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเฟซบุ๊ก ที่ใช้เป็นพื้นที่สาธารณะในการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ก่อให้เกิดความสะดวกสบายและรวดเร็ว

จากการวิจัยในครั้งนี้ จึงทำให้เห็นว่าความรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก หรือสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกเพศทุกวัยที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ทุกคนสามารถเลือกเปิดรับข่าวสารจากช่องทางสื่อออนไลน์ได้อย่างเสรี สามารถเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร สามารถผลิตสื่อ และสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อได้อย่างอิสระ แต่ข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ผ่านสังคมออนไลน์นั้น บางครั้งข่าวสารขาดการตรวจสอบความถูกต้อง ส่งผลให้มีทั้งความจริง และข่าวเท็จแพร่กระจายอยู่ในสังคมออนไลน์ ดังนั้นผู้รับสารจำเป็นต้องมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อจะสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม โดยทักษะการรู้เท่าทันสื่อ นั้น ผู้ใช้งานสื่อจึงต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอด เนื่องจากรูปแบบเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ นั้น มีความหลากหลาย ส่งผลให้ผู้รับสารต้องมีการคิด วิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรอบคอบ ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวเท็จ โดยการสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้คนในสังคมนั้น จำเป็นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน สื่อมวลชน รวมถึงตัวผู้รับสารเองที่จะต้องใช้ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งด้านการเปิดรับข้อมูล การผลิตข้อมูล และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการรู้เท่าทันสื่อ และไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสารเท็จในสื่อสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาการรู้สื่อกับสื่อโซเชียลมีเดียของผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่าประชากรที่อาศัยในเมืองพัทยาส่งผลต่อการรู้สื่อกับสื่อโซเชียลมีเดียและการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในระดับสูง แต่ด้านการประเมินสื่อที่ให้ความรู้ในเรื่องของกฎหมายคอมพิวเตอร์ ประชากรที่อาศัยในเมืองพัทยาที่ใช้สื่อโซเชียลมีเดียยังขาดความรู้ความเข้าใจ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเมืองพัทยา เช่น สำนักงานการศึกษาเมืองพัทยา ควรส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการรู้สื่อกับสื่อโซเชียลมีเดียคอมพิวเตอร์ให้กับเยาวชนและประชาชนในพื้นที่เมืองพัทยา เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ สามารถใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลมีเดียและการรู้สื่อกับสื่อโซเชียลมีเดียเพียงอย่างเดียว หากมีการศึกษาวิจัยต่อยอดในหัวข้อต่อไป ควรศึกษาประเด็นอิทธิพลของสื่อโซเชียลมีเดียในด้านลบ เพื่อศึกษาความรู้สื่อกับสื่อออนไลน์ในอนาคตต่อไป

2) การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ข้อมูลบางอย่างที่ได้มาอาจไม่เข้าถึงในสิ่งที่ต้องการทราบ การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มการวิจัยแบบเชิงคุณภาพในด้านการประเมินสื่อโซเชียลมีเดีย โดยการเจาะสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อทดสอบการรู้สื่อกับสื่อโซเชียลมีเดียความสามารถในการประเมินสื่อ รวมถึงควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น เพื่อนำผลวิจัยมาเปรียบเทียบ และนำผลการวิจัยไปพัฒนาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Amika Sritad, "Using behaviors and perceptions influence of digital media to generation y and generation z in bangkok and metropolitan region." Master's thesis, National Institute of Development Administration, 2016. <https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/6808> (accessed on February 6, 2021). (In Thai)
- Chathamong Tangkijthavorn, "The uses and gratification of receiving shared information on Facebook." Master's thesis, Bangkok University, 2014. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/1635> (accessed on June 8, 2021). (In Thai)
- Jaruwan Sriwangya and Taweesak Kasiphol, "Factors Related to Sexual Risk Behaviors of Mattayomsuksa 2 Students, the Secondary Educational Service Area Office 2, Bangkok" Master's thesis,, Huachiew Chalermprakiet University, 2014 <https://has.hcu.ac.th/jspui/handle/123456789/312> (accessed on September 24, 2021). (In Thai)
- Kanlaya Vanichbuncha, *Statistics for research work*, (3rd ed.) Bangkok : Chulalongkorn University Printing House, 2007. (In Thai)
- McQuail, D. *Mass communication theory*. London: Sage, 1987.
- National Broadcasting and Telecommunications Commission Office. "100 things to know about radio and television media consumers." Bangkok:NBTC, 2013
- National Statistical Office. "The 2022 household survey on the use of information and communication technology quarter 2" August 26,2022 https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2023/20230430130946_84978.pdf (accessed December 23, 2022). (In Thai)

- Nattapong Klongchuengsan, “A study behavior using social network of burapha university student: case study of facebook.” Master’s thesis, Burapha University, 2019. http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/59920035.pdf. (accessed on April 21, 2021). (In Thai)
- Nilubon Roopmok, “Media and information literacy of the secondary school students in Suphanburi : the test of the invariance of the measurement model” Master’s thesis, Silpakorn University, 2018. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/2289> (accessed on April 14, 2021). (In Thai)
- Nitida Wiwatpanitch, “A development of social media literacy skills” *Journal of graduate studies* Vol.9 no.3 (2015) : September-December. <https://so02.tcithaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/45702> (accessed on Retrieved May 24, 2021). (In Thai)
- Office of the Pattaya city, *Pattaya City Summary Book 2022*, 2002. <https://www.pattaya.go.th> (accessed on November 25, 2022). (In Thai)
- Pattamaporn Suksomsot, “The impact of using social media to change the thai values of teenages in Phranakhon Si Ayutthaya province.” *Journal of Ayutthaya studies*. Vol.13 No.1 (2021). <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jas/article/view/248540> (accessed on June 2, 2021). (In Thai)
- Pornthip Yenjabok, *Decoding secret thoughts for media literacy*. Bangkok:Pinto publishing, 2009 https://kukr.lib.ku.ac.th/kukr_es/kukr/search_detail/result/395285 (accessed on February 20, 2021). (In Thai)
- Potter, W. J. *Organizing individual-level media effect*. USA: Sage, 2012.
- Suchada Sarabun, et al., “Study of media literacy and information in the digital age of people in the northeast,”*Research Report*. The Department of Health, Ministry of Public Health, 2018. https://borc.anamai.moph.go.th/th/research-academic/download?id=37164&mid=31664&mkey=m_document&lang=th&did=12936 (accessed on July 19, 2022). (In Thai)
- Tomorn Aphiwanthanakorn, “Process learning toward media literac” Bangkok:Pinto publishing, 2009. (In Thai)
- Wikepedia, “Facebook” 2024. <https://th.wikipedia.org/wiki/facebook> (accessed on 8 January 2024). (InThai)
- Wilmonpan Arpavate, Savitree Chewasan, and Chan Dejasvanong, “Communication behavior in facebook of students at Rajamangala university of technology Phra Nakhon.” Master’s thesis, Rajamangala university, 2011. https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/986/MCT_54_06.pdf?sequence=1&isAllowed=y (accessed on February 11, 2021). (In Thai)