



รายงานการวิจัย

พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

กรรณิกา ไวโสภา และคณะ

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก
สถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ประจำปีงบประมาณ 2563

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย



รายงานการวิจัย

พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

SOCIAL MEDIA BEHAVIOR AND LITERACY OF STUDENTS FROM
MAHAMAKUT BUDDHIST UNIVERSITY, SRILANCHANG CAMPUS

กรรณิกา ไวโสภา

มาโนช นันทพรม

พรพิมล เพ็งประภา

ประณิตา จันทระประพันธ์

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก
สถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ประจำปีงบประมาณ 2563

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษา 2. ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา 3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาและ 4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง จำนวน 148 รูป/คน ใช้วิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาในรูปของจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ การทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 21 ปี ศึกษาอยู่สาขาวิชาการปกครอง ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่1 มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00-3.50 และพักอาศัยอยู่กับ บิดา มารดา
2. นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางประเภท เฟสบุ๊ก ใช้อุปกรณ์สมาร์ตโฟน ใน 1 สัปดาห์เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า6วัน เนื้อหาที่สืบค้นส่วนใหญ่เป็น การศึกษา ช่วงวันธรรมดาและวันหยุด ใช้เวลาเฉลี่ยวันละ 5-10 ชั่วโมง ช่วงเวลาในเข้าใช้ส่วนใหญ่เป็น ช่วงเย็น (16.00น. –19.00น.) สถานที่เข้าถึงส่วนใหญ่เป็นบ้านตนเอง และวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้ ส่วนใหญ่เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา
3. นักศึกษามีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ และ ด้านเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์
4. ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดา เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด และสถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ อายุมีความสัมพันธ์กับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดา สาขาวิชา มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เกรดเฉลี่ยและที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์กับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และระดับชั้นปีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

5. ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ อายุมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ สาขาวิชามีความสัมพันธ์กับชีวิเคราะห้สื่อสังคมออนไลน์ ระดับชั้นปีมีความสัมพันธ์กับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ส่วนเกรดเฉลี่ยและที่พักอาศัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: 1.พฤติกรรม 2. การรู้เท่าทันสื่อ 3. สื่อสังคมออนไลน์

ABSTRACT

The purposes of the research article were 1. to study the students' social media behavior, 2. to study the students' social media literacy, 3. to study individuals influenced on the students' social media behavior, and 4. to study personal influences of the students at Mahamakut Buddhist University, Srilanchang Campus amid social media literacy. The participants are randomly designated with a total of 148 students from Mahamakut Buddhist University, Srilanchang Campus conducting research questionnaires. The research was analyzed through the use of descriptive statistics; percentage, average, standard deviation, and Chi-squared test.

The results of the research were as follows:

1. The majority of the participants were females, 50.7 percent, and 62.2 percent are below the age of 21. Correspondingly, 46.6 percent were majoring in Government, 44.6 percent were in their first year, and GPA of 3.00-3.50 were 35.8 percent. Besides, 33.1 percent lived with parents.

2. The study showed that Facebook were the most used social media platform, and smartphones were used 6 days per week to access the social networking sites. On weekdays' screen time were from 5 to 10 hours covering from 4.00 p.m. to 7.00 p.m. In addition, the researcher found that the participants commonly used social media at their accommodations and the purpose of social media use was for education.

3. The students' social media literacy was found to be overall at an excellent level. Investigating factors, all factors were at good level. The factor with the highest average score was 3, following with factor no.4 and 2 accordingly, and factor no.1 attained the lowest average score which reflecting on the lack of samples' social media awareness.

4. The relationship between the students' personal factors and behaviours of social media usage was found that the gender was related to the average daily time spent during weekdays and weekends, and the locations for social media usage; the age was related to the average daily time spent on the weekdays; the fields of study were pointedly associated with the social media time of day; the Grade Point Average (GPA) and the dwelling places were related to the average daily time spent on the

weekends; and the social media usage objectives and the classes were not related to the behaviours of social media usage.

5. The relationship between the students' personal factors and social media literacy was found that the gender was related to the social media awareness; the age was related to the social media literacy; the fields of study were related to the social media analysis; and the classes were related to the social media understanding. However, the GPA and dwelling places were not found any influence on the behaviours of social media usage.

Keyword: 1. Behavior 2. Media Literacy 3. social media

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก พระมหามหาวินทร์ ปุริสุตตโม, ผศ.ดร. และ รองศาสตราจารย์ ดร. ศรีศักดิ์ สุนทรไชย ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณพระมหาวัฒนา สूरจิตโต, ดร. พระมหาจักรพล สิริธโร, ดร. รองศาสตราจารย์ ดร. บุญช่วย ศิริเกษ รองศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์อร สดเอี่ยม และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัชณพงศ์ ศรีจันทร์ ที่ได้กรุณาให้คำชี้แนะในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอกราบขอบคุณสถาบันวิจัยญาณสังวรที่ได้มอบทุนสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณหน่วยงานต้นสังกัดผู้บริหารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ที่ให้โอกาสและสนับสนุนช่วยเหลือ ขอขอบคุณญาติพี่น้องทุกคนที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยมาโดยตลอด

กรรณิกา ไวโสภา
หัวหน้าโครงการวิจัย
วันที่ 24 พฤศจิกายน 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
1. บทนำ	
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	7
2. แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์	9
ความหมายของพฤติกรรม	9
ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์	11
ความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์	13
ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์	13
องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์	15
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ	17
ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์	17
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ	18
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
2.4 ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง	36
2.5 สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย	38
3. วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
3.3 การสร้างและการหาคุณภาพในการวิจัย	41
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	42
3.5 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	43
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	43
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	45
สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	48
การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	51
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษา	59
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษา	88
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	103
สรุปผล	103
อภิปรายผล	107
ข้อเสนอแนะ	119
บรรณานุกรม	120
ภาคผนวก	126
ผู้เชี่ยวชาญ	127
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	133
หนังสือรับรองจริยธรรม	141
ประวัติผู้วิจัย	142

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 ตารางแสดงสัดส่วนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	40
4.1 จำนวนและร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม พักอาศัย	46
4.2 จำนวน และร้อยละของนักศึกษาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทาง	48
4.3 จำนวน และร้อยละของนักศึกษาที่ใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์	48
4.4 จำนวน และร้อยละของนักศึกษาเข้าใช้เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์	49
4.5 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาใน 1 สัปดาห์ที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	49
4.6 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในวันธรรมดา (จันทร์- ศุกร์)	49
4.7 จำนวนและร้อยละ ของนักศึกษาในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในวันหยุด (เสาร์- อาทิตย์)	50
4.8 จำนวนและร้อยละ ของนักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา	50
4.9 จำนวนและร้อยละ สถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	51
4.10 จำนวนและร้อยละ วัตถุประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	51
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน	52
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมและรายข้อ	52
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมและรายข้อ	54
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษา ด้านวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมและรายข้อ	55
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมและรายข้อ	57
4.16 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	59
4.17 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	59

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.18 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	60
4.19 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	60
4.20 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์.	61
4.21 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	61
4.22 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	62
4.23 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับสถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	62
4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	63
4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	63
4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	64
4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	64
4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	65
4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	65
4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	66
4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์.	66
4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับสถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	67
4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	67
4.34 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	68
4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคม	68
4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	69
4.37 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	69
4.38 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	70
4.39 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในหยุด	70

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.40 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	71
4.41 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับสถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	72
4.42 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์.	72
4.43 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	73
4.44 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	73
4.45 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	74
4.46 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	74
4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	74
4.48 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด	75
4.49 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	75
4.50 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด	76
4.51 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	76
4.52 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับสถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	77
4.53 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	77
4.54 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	77
4.55 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์	78
4.56 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	79
4.57 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	79
4.58 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	80
4.59 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด	80
4.60 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	81
4.61 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับสถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	81
4.62 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคม..	82
4.63 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์.	82

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.64 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	83
4.65 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	83
4.66 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	84
4.67 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	84
4.68 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด	85
4.69 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	85
4.70 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับสถานที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	86
4.71 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์	86
4.72 สรุปการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่พบความสัมพันธ์	87
4.73 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์	88
4.74 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์	88
4.75 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	89
4.76 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์	89
4.77 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม	89
4.78 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์	90
4.79 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์	90
4.80 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	91
4.81 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์	91
4.82 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม	91
4.83 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์	92
4.84 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์	92
4.85 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	93
4.86 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับประเมินสื่อสังคมออนไลน์	93
4.87 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม	94
4.88 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์	94

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.89 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์	95
4.90 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	95
4.91 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์	96
4.92 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม	96
4.93 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับความตระหนักรู้สื่อสังคม ออนไลน์	97
4.94 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์	97
4.95 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	98
4.96 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์	98
4.97 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม	99
4.98 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์	99
4.99 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์	100
4.100 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	100
4.101 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์	101
4.102 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม	101
4.103 สรุปการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์ที่พบความสัมพันธ์	102

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

38

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงส่งผลต่อประเทศไทยที่จะต้องพัฒนาให้ทันกับสถานการณ์โลก ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กล่าวถึงการเตรียมพร้อมด้านกำลังคนและการเสริมสร้างศักยภาพของประชากรในทุกช่วงวัย ภายใต้เงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยในด้านหนึ่งที่สำคัญได้กล่าวถึงการเตรียมความพร้อมของกำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนแปลงโลกในอนาคตอย่างสำคัญ ฉะนั้นในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของคน ต้องเน้นการพัฒนาทักษะที่เหมาะสมในแต่ละช่วงของวัยเพื่อวางรากฐานให้เป็นคนมีคุณภาพในอนาคต การพัฒนาทักษะสอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงานและทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ของคนไทยในแต่ละช่วงวัยตามความเหมาะสม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กำหนดความมุ่งหมายไว้ในมาตรา 6 การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตสามารถอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข คนที่มีความสมบูรณ์ดังกล่าว คือคนดีที่ชาติต้องการ ดังพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช ตอนหนึ่งว่า “...การศึกษาเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการพัฒนาความรู้ ความคิด ความประพฤติ ทศนครี ค่านิยม และคุณธรรมของบุคคลเพื่อให้เป็นพลเมืองดี มีคุณภาพและประสิทธิภาพ การพัฒนาประเทศชาติก็ย่อมทำได้โดยสะดวกราบรื่น ได้ผลที่แน่นอนและรวดเร็ว ...” (พระบรมราโชวาท พระราชทานแก่ครูใหญ่โรงเรียนและนักเรียนที่ได้รับพระราชทานรางวัลตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการประจำปีการศึกษา 2519 ณ ศาลาดุสิดาลัย วันที่ 22 กรกฎาคม 2520) (สำนักคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2549)

จากคำกล่าวข้างต้นเห็นว่าการจัดการศึกษามีความสำคัญในการพัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ แต่ความเป็นจริงในสถานการณ์ปัจจุบัน มีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทางด้านวัตถุ แต่เกิดความเสื่อมทางด้านจิตใจ ค่านิยมและสังคมคนไทยประพฤติปฏิบัติที่แสดงถึงความเสื่อมทางจิตใจอย่างเห็นได้ชัดจนหลายประการ เช่น นิยมวัตถุ นิยมความหรูหราฟุ่มเฟือย ยกย่องคนรวย โดยไม่คำนึงถึงว่าจะร่ำรวยมาได้โดยวิธีใด เกิดการแข่งขัน ไม่คำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม การเบียดเบียนเอารัดเอาเปรียบนี้ และในยุคนี้มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านการวิทยาการและเทคโนโลยีต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมเป็นอย่างมาก สะท้อนถึงค่านิยม วัฒนธรรม ทศนครีความเชื่อ

และการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคมจากสื่อที่ปรากฏขึ้นภายในชุมชน ข้อมูลข่าวสาร และการเรียนรู้จากสื่อครอบคลุมทุกคนในสังคมไทย มีหลายครั้งบุคคลไม่ทันได้ตระหนักและระวังตัว ประสพการณ์ที่ผ่านสื่อถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมของประชาชน ทำให้มีความชัดเจนว่าสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นสื่อหลักของผู้บริโภคในปัจจุบันแต่สังคมไทยยังขาด ภูมิคุ้มกันจากการบริโภคผ่านสื่อ โดยการรับเอาสิ่งที่สื่อเสนอเอาไว้ทั้งหมด และคิดว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง เหมาะสม ไม่มีข้อโต้แย้งสงสัย หรือตั้งข้อคำถามต่อการนำเสนอที่เกิดขึ้น การรับสื่อในลักษณะดังกล่าว จึงมีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึก ความคิดและพฤติกรรมของผู้รับสื่อ ทำให้เกิดพฤติกรรมสะท้อนการใช้ สื่อนั้นอย่างขาดสติ (นภินทร ศิริไทย, 2547) เช่น การถูกยั่วยุ ส่งเสริมพฤติกรรมรุนแรง มั่วสุม และ หมกมุ่นอยู่กับสิ่งที่เป็อันตราย บั่นทอนสุขภาวะทางจิตใจ เป็นต้น จากการสำรวจของกระทรวง ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้สำรวจอินเทอร์เน็ตกับ Lifestyle ของคนไทยที่เปลี่ยนไปพบว่า สัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นกว่า ร้อยละ 70 ซึ่งยังพบว่าการใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2562 คนไทยใช้ อินเทอร์เน็ต เฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 22 นาที พบว่า ชั่วโมงการใช้เน็ตที่มากที่สุดในรอบ 5 ปี คือ Gen Y ที่มีอายุ ระหว่าง 19-38 ปี อาชีพที่ใช้เน็ตมากที่สุดเป็นอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา เฉลี่ยต่อวัน 10 ชั่วโมง 50 นาที ส่วนพื้นที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือภาคเหนือ เฉลี่ย 10 ชั่วโมง 31 นาที รองมา เป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 10 ชั่วโมง 28 นาที และกิจกรรมใช้ Social Media ครองอันดับหนึ่ง 7 ปีซ้อน ในกิจกรรมออนไลน์ยอดฮิตมากถึง ร้อยละ 91.2 ดูหนังฟังเพลงเป็นอันดับ 2 ร้อยละ 71.2 ส่วนการอ่านหนังสือออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 57.1 ใกล้เคียงกับการซื้อสินค้าและบริการ ร้อยละ 57.0 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ,2562)

จากการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีการใช้เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมและป้องกัน ถือเป็นกุญแจที่สำคัญในการลดปัญหาที่เกิดขึ้น และส่งเสริมศักยภาพของบุคคลให้มีภูมิคุ้มกันในการรับรู้ข่าวสารที่อยู่รอบตัว การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ถือเป็นเกราะป้องกันที่สำคัญของ ผู้รับสารในการเลือกเข้าถึง รวมถึงการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อย่างชาญฉลาด และ ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวลือ ข่าวหลอก ในสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์มีความ แตกต่างจากข่าวสารในสื่อหลักอย่างหนังสือพิมพ์ หรือวิทยุ โทรทัศน์ โดยข่าวสารจากสื่อสังคม ออนไลน์เกิดขึ้นได้จากบุคคลที่มีสื่อสังคมออนไลน์ในมือและนำเสนอ ตามความสนใจ ทักษะคติของ ตนเอง โดยข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์บางข่าวขาดกระบวนการกลั่นกรอง ความถูกต้องของ ข้อมูลข่าวสาร จึงทำให้บ่อยครั้งที่ผู้รับสารสามารถพบเจอข่าวสาร มากมายในสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ได้ เป็นข่าวที่มีความถูกต้องของข้อมูลเสมอไป (ภัชราภา เอื้ออมรวิช, 2561) ฉะนั้น การรู้เท่าทันสื่อ โซเชียลมีเดียมีความสำคัญ เพราะทำให้ไม่ตกเป็นทาสหรือเครื่องมือของโซเชียลมีเดียหรือไม่ถูก ครอบงำทางความคิด ส่วนแนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียมี 3 แนวทาง คือ 1) ครอบครัว โดยทำหน้าที่ให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้โซเชียลมีเดียอย่างลึกซึ้งหรือให้คำแนะนำ

หรือความรู้การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างใกล้ชิด 2) สถาบันการศึกษา โดยทำหน้าที่สอนแทรกเนื้อหา การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียเข้าไปในการเรียนการสอนหรือบทเรียน และ 3) สื่อมวลชน โดยทำหน้าที่ รมรงค์การใช้สื่อโซเชียลมีเดียในทางที่ถูกต้องอย่างมีสติ (บุปผา เมฆศรีทองคำ, 2555) ซึ่งแนวทาง เหล่านี้จะกลายมาเป็นภูมิคุ้มกันให้บุคคลที่กำลังเผชิญอยู่ในยุคที่สื่อปรากฏและมีอิทธิพลอยู่ราย ล้อมรอบตัวมีความพร้อมที่จะรับข้อมูลข่าวสารอย่างสร้างสรรค์ ไม่ตกเป็นเหยื่อจากอิทธิพลของสื่อที่ ส่งผลกระทบต่อตนเอง ทั้งทางด้านอารมณ์ จิตใจ และพฤติกรรมกระทั่งสามารถนำสื่อที่รับชมไปใช้ให้ เกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ และคณะ (2552) เรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพ ผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า สาเหตุสำคัญของปัญหาพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่ เหมาะสมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การไม่รู้เท่าทันสื่อ การขาดความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ การขาด การรับรู้ การขาดความสามารถในการควบคุมตนเอง 2) ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ในการชักจูงให้เปิดรับสื่อที่ไม่เหมาะสมการถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวที่ไม่เหมาะสม สถาบันการศึกษาไม่ส่งเสริมการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและระบบการคิดของผู้เรียน การขาด จรรยาบรรณของสื่อ และการขาดความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาการบริโภคนิยมในสังคมไทย โดยเฉพาะในกลุ่มของนักเรียน/ นักศึกษา เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีบริการหลากหลาย จึงทำให้เกิด การเลียนแบบ อยากได้ อยากมี อยากเป็น ต้องการมีหน้ามีตา ชอบความสะดวกสบาย ปัจจัยเหล่านี้ กระตุ้นให้นักเรียน/นักศึกษาเกิดความต้องการ คล้อยตามกระแสสังคม ตกเป็นเหยื่อของการบริโภค ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีการโฆษณาผ่านสื่อที่มุ่งหวังกำไรจากผู้บริโภคเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญการ รับรู้สื่อที่เข้ามาทางประสาทสัมผัสส่งผลให้ผู้บริโภคหรือผู้ที่รับรู้สื่อ มีปฏิกิริยาโต้ตอบ ทั้งที่อาจจะ ตอบสนองหรือ ขัดแย้งก็ได้แต่ถ้าสื่อ่นั้นเป็นสื่อที่กระตุ้นความอยากในการบริโภคของบุคคล จึงควรใช้ ปัญญาระดับความเข้าใจว่า กามสุขคือความทุกข์ การบริโภคในระดับกามสุขหรือที่เรียกว่า ความ ต้องการ (want) หรือจะเรียกให้ตรงความหมายแบบพุทธ คือ การบริโภคอันเกิดจากตัณหา การบริโภคในลักษณะเป็นการตอบสนองตัณหาจึงไม่มีความจำเป็นการบริโภคเป็นไปเพื่อบำบัดความ จำเป็นทางเสรีภาพเป็นหลักก็ถือว่าเป็นการบริโภคที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเป็นการบริโภค เพื่อแก้ปัญหาให้ตรงประเด็น ทั้งนี้เป้าหมายสูงสุดของมนุษย์คือความสุขโดยปราศจากความทุกข์ หรือบรรลुสภาวะนิพพาน และหนทางสายตรงที่จะนำไปสู่การบรรลุคือทางสายกลาง โดยสายทางนี้ ต้องนำไปสู่การพัฒนาทางปัญญาซึ่งจะนำไปสู่เส้นทางที่พึงปรารถนาสองประการ คือ จะต้องไม่ใช่ หนทางแห่งกิเลส และไม่ใช่หนทางแห่งความทรมานและทุกข์ยาก การขาดแคลนปัจจัยสี่ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค เป็นการขาดแคลนที่ทุกข์ทรมาน จากสาเหตุดังกล่าวจึงต้อง

ได้รับการบำบัดด้วยการบริโภค หรือมีหลักประกันว่าจะมีการบริโภคเมื่อมีความจำเป็นเกิดขึ้น ในขณะเดียวกันการบริโภคเพื่อสนองต่อนหาเป็นการบริโภคที่ไม่นำไปสู่การยกระดับสมาธิและปัญญา เพราะเป็นการระงับกิเลสเพียงชั่วคราว แต่ก็กระตุ้นกิเลสให้สูงยิ่งขึ้นไปในรอบต่อไป

จากสาเหตุข้างต้นจะเห็นได้ว่านักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยวิทยาเขต ศรีล้านช้าง เป็นกลุ่มที่ อยู่ในช่วงอายุ และ ภูมิภาคที่มีการใช้อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ ที่มี สัดส่วนมากและเป็นมหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนามนุษย์ให้เป็นผู้ที่มีคุณธรรมและ จริยธรรม จึงทำให้ผู้วิจัย เล็งเห็นความสำคัญในการศึกษา พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง เพื่อเป็นแนวทางใน การส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์ที่ถูกต้องและเป็นเพื่อหาแนวทางในการป้องกันการการใช้สื่อที่ไม่เหมาะสม รวมถึงได้รับผลกระทบจากสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราช วิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง
2. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

1.3 สมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้น เกรดเฉลี่ย พักอาศัย มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
2. ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้น เกรดเฉลี่ย พักอาศัย มีความสัมพันธ์ กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง จำนวน 220 รูป/คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง จำนวน 148 รูป/คน โดยเปิด ตารางเครซีเมอร์แกน (Krejcie; & Morgan. อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545) โดยกลุ่มตัวอย่างได้รับการสุ่มดังนี้

1. สุ่มแบบกลุ่ม (cluster sampling) จำนวน 5 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาพุทธศาสตร์ศึกษา สาขาการสอนภาษาไทย สาขาการสอนสังคม สาขาการสอนภาษาอังกฤษ และการปกครอง
2. สุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) เทียบสัดส่วนและทำการสุ่มอย่างง่ายเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสาขาวิชา จำนวน 148 รูป/คน

ด้านเนื้อหา

ตัวแปรด้านพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

- ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์
- อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง
- เนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์
- จำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์
- เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา
- เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด
- ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์
- สถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์
- วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ตัวแปรด้านความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

1. ความตระหนักรู้
2. เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์
3. วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์
4. ประเมินสื่อสังคมออนไลน์

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติที่แสดงออกมาโดยมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้น ทั้งที่รู้สึกตัวและไม่รู้สึกตัวอาจเป็นได้ทั้งพฤติกรรมที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยวิทยาเขตศรีล้านช้าง เมื่อสัมผัสกับสื่อออนไลน์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ในสื่อออนไลน์ อาการแสดงออกต่าง ๆ เหล่านั้น ส่วนสิ่งเร้าที่มากกระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมก็อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) และสิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus)

สิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) หมายถึง สื่อออนไลน์ที่มากกระตุ้นให้มีความรู้สึกต่อไปนี้ เช่น ความต้องการ ความอยากได้ ความเครียด ความดีใจ เสียใจ ฯลฯ

สิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus) หมายถึง สื่อออนไลน์ที่มากกระตุ้น สิ่งแวดล้อมทางสังคมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง ๕

2. สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอหรือสิ่งที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันที่มีการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ตสำหรับติดต่อสื่อสาร ส่งต่อถึงกัน ทั้งระหว่างบุคคล กลุ่มคน หรือส่วนรวม ได้แก่ เฟซบุ๊กไลน์ ยูทูบ ทวิตเตอร์ อินตราแกรม หรืออื่น ๆ

3. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมที่นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ ประกอบด้วย ชนิดของเครือข่าย อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง จุดประสงค์ผู้ชนหรือชักจูงให้คุณเข้าใช้ ความถี่ในการเข้าใช้ ระยะเวลาที่ใช้ ช่วงเวลาที่เข้าใช้ สถานที่ที่มักใช้

4. การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถหรือทักษะของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ความสามารถในการใช้สื่อออนไลน์อย่างรู้ตัวและใช้สื่ออย่างตื่นตัว มีความสำคัญต่อการบริโภคในชีวิตประจำวัน ในการเสพสื่อออนไลน์ต้องใช้ปัญญาในการพิจารณาวิเคราะห์สื่อที่เข้ามากระทบอย่างมีสติและปัญญา ในการเลือกรับข่าวสาร ไตร่ตรองและใช้ข้อมูลเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์ ซึ่งเกิดจากฐานความรู้ความคิด และ พฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับคุณประโยชน์ และโทษของสื่อมีเกิดความระมัดระวังในการป้องกันและแก้ปัญหาจากการรับสื่อที่เข้ามากระทบซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 4 ด้าน คือ 1. ความตระหนักรู้ในสื่อสังคมออนไลน์ 2. เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ 3. วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ 4. ประเมินสื่อสังคมออนไลน์

ความตระหนักรู้ในสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การที่นักศึกษารู้วิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูล สามารถแยกแยะและเลือกรับข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้ งานสื่อสังคมออนไลน์ การเลือกเว็บไซต์หรือโปรแกรมค้นหาข้อมูลที่เหมาะสม กับที่ตนต้องการ สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เลือกใช้ข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการใช้

เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การที่นักศึกษา เข้าใจ แยกแยะข้อเท็จจริงและข้อดี ข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ ธรรมชาติและสภาพของความเป็นสื่อสังคม ออนไลน์และเข้าใจว่า ข้อมูลต่าง ๆ ถูกสร้างขึ้นและนำเสนอด้วยความเจตนา

วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การที่นักศึกษาสามารถแสดงออกถึง การบอก หรืออธิบาย แยกแยะข้อเท็จจริง ข้อเสนอเกินจริง ความคิดเห็น ข้อดี ข้อเสีย และการโน้มน้าวใจ ของการนำเสนอของสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงผลดี ผลเสียและผลกระทบที่มีต่อตนเองและผู้อื่นจาก การเลือกรับสื่อสังคมออนไลน์ และสามารถอธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักและวัตถุประสงค์แฝง ของสื่อในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างถึงต้องพร้อมทั้งสามารถให้เหตุผลสนับสนุนได้อย่างเหมาะสม

ประเมินสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึงการที่นักศึกษาสามารถแสดงถึงการตัดสินใจเชื่อ หรือไม่เชื่อ เลือกรับหรือปฏิเสธข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ ต่างๆ ที่นักศึกษาเปิดรับและผ่าน กระบวนการวิเคราะห์ เพื่อแยกแยะสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อตนเองและผู้อื่นตามวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ เพื่อนำไปสู่การตีความและการแปลความหมายของข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ หรือ แอบแฝง มาในสื่อสังคมออนไลน์ ประเมินคุณค่าของสื่อสังคมออนไลน์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล สามารถ เชื่อมโยงเนื้อความในสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ โดยสามารถตัดสินคุณค่า ความถูกต้อง เหมาะสม และคุณภาพของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับ บนพื้นฐานของประสบการณ์เดิม

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากผลการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ทราบระดับพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง เพื่อใช้ในการวางแผนการจัดการเรียนรู้ ช่วยให้นักศึกษาทราบ ประโยชน์และโทษของการใช้สื่อสังคมออนไลน์และสามารถปรับเปลี่ยนการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่าง มีคุณค่าพัฒนาองค์การเรียนรู้
2. ทราบคุณลักษณะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง เพื่อช่วยให้ผู้บริหาร คณาจารย์และผู้รับผิดชอบทางการเรียนรู้นำไปเป็นข้อมูลใน การวางแผนพัฒนาคุณลักษณะของนักศึกษาสู่การมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์และรูปแบบการเรียนรู้ที่ ดีแก่นักศึกษา
3. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้างเพื่อช่วยให้ผู้บริหาร คณาจารย์และ ผู้รับผิดชอบทางการเรียนรู้นำไปเป็นข้อมูลในการวางแผนเพื่อเป็นประโยชน์แก่การปรับเปลี่ยนการใช้ สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีคุณค่าพัฒนาองค์การเรียนรู้และสังคมการเรียนรู้

4. เป็นแนวทางในการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์ที่เหมาะสมและเป็นเพื่อหาแนวทางในการป้องกันการใช้สื่อที่ไม่เหมาะสม รวมถึงได้รับผลกระทบจากสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง” ได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นกรอบในการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรม

2.1.2 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์

2.1.3 ความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.1.4 ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

2.1.5 องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

2.2.1 ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

2.5 สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรม

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรม” ไว้ดังนี้

ลิขิต กาญจนารักษ์ (2525) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ก็ตามของอินทรีย์ที่สังเกตได้โดยคนอื่น หรือโดยเครื่องมือของผู้ทดลอง เช่น เด็กรับประทานอาหาร ชี้อวัยวะานพูด หัวเราะ และร้องไห้ กิจกรรมเหล่านี้กล่าวถึงพฤติกรรมทั้งสิ้น ทั้งนี้การสังเกตพฤติกรรมอาจทำได้โดยใช้เครื่องมือเข้าช่วยได้

ปรีชา วิหคโต (2532) ได้นิยามความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า หมายถึงการกระทำทุกอย่างของมนุษย์ ไม่ว่าจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่ รวมไปถึงคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นหรือไม่ก็ตาม อาทิ การเดิน การนั่ง การปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ล้วนเป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น สอดคล้องกับ ลักษณะ

สรีวัฒน์ (2544) ที่กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจสังเกตเห็นได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม บางลักษณะอาจสังเกตได้โดยใช้เครื่องมือเข้ามาช่วย

ฮิลฮาร์ด (1996; อ้างถึงใน อรุษา จันทรวีรุจ, 2544) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า หมายถึง ปฏิกริยาหรือกิจกรรมทุกชนิดของสิ่งมีชีวิต โดยจะสามารถสังเกตได้หรือไม่ก็ตาม ซึ่งหมายรวมถึงทั้งพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน กล่าวคือ พฤติกรรมภายใน หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิกริยาที่เกิดขึ้นทั้งความคิด ความรู้สึก ทศนคติ ความเชื่อ ส่วน พฤติกรรมภายนอก หมายถึง ปฏิกริยาหรือการกระทำของบุคคลที่แสดงออกให้เห็นได้ทั้งการพูด การกระทำและกิริยาท่าทางของบุคคล

สุรพล พยอมแย้ม (2545) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำอันเกิดจากการกระตุ้นหรือถูกจูงใจจากสิ่งเร้าต่าง ๆ การกระทำหรือพฤติกรรมเหล่านี้เกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้ใช้กระบวนการกลั่นกรองตกแต่งและตั้งใจที่จะทำให้เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้อื่นได้สัมผัสและรับรู้ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า มีพฤติกรรมจำนวนมากแม้จะกระทำด้วยสาเหตุหรือวัตถุประสงค์เดียวกันแต่ลักษณะท่าทางอาจแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของบุคคล เวลา สถานที่ที่แตกต่างกัน

เลฟตัน และแบรนนอน (Lefton & Brannon, 2008 อ้างถึงใน หัสติน แก้ววิชิต, 2559) ได้แบ่งคำว่า “พฤติกรรม” (Behavior) และ “กระบวนการทางจิต” (Mental processes) ออกจากกันอย่างชัดเจน โดยสรุปว่า พฤติกรรม คือ การแสดงออกภายนอก เช่น การเคลื่อนไหว การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(การสนทนา) และการตอบสนองทางอารมณ์หรือการแสดงออกทางอารมณ์ (การหัวเราะ หรือร้องไห้) นอกจากนี้ยังรวมถึงการทำงานของระบบต่าง ๆ ภายในร่างกาย เช่น การเต้นของหัวใจ หรือการทำงานของสมองซึ่งสามารถใช้เครื่องมือตรวจสอบได้ ในขณะที่กระบวนการทางจิต คือ กระบวนการคิดและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้เหตุและผล ทั้งนี้ สามารถทำนายหรือพยากรณ์กระบวนการทางจิตผ่านการศึกษาพฤติกรรม

เนวิด (Nevid, 2013) ได้อธิบายว่า พฤติกรรม คือ การกระทำของบุคคลซึ่งจะครอบคลุมเฉพาะสิ่งที่แสดงออก เช่น การพูด การนั่ง การยิ้ม หรือการเคลื่อนไหว เป็นต้น หากแต่กระบวนการทางจิตเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นส่วนบุคคลซึ่งผู้อื่นไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง เช่น ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก การรับรู้ การรับสัมผัส หรือแม้กระทั่งความฝัน เป็นต้น

คิง (King, 2011) ได้แบ่งความหมายของ “พฤติกรรม” กับ “กระบวนการทางจิต” ออกจากกันอย่างชัดเจน โดยให้ความหมายของพฤติกรรมว่าหมายถึง การกระทำทุกอย่างของบุคคลที่สามารถสังเกตได้โดยตรง เช่น การจูบ, การร้องไห้, การขับรถไปเรียน ขณะที่กระบวนการทางจิต

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติที่แสดงออกมาโดยมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้น ทั้งที่รู้สึกตัวและไม่รู้ตัว อาจเป็นได้ทั้งพฤติกรรมที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมเพื่อ

ตอบสนองความต้องการของมนุษย์เมื่อสัมผัสกับสื่อออนไลน์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ในสื่อออนไลน์ อาการแสดงออกต่าง ๆ เหล่านั้น ส่วนสิ่งเร้าที่มากกระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมก็อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) และสิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus)

สิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) หมายถึง สื่อออนไลน์ที่มากกระตุ้นให้มีความรู้สึกต่อไปนี้ เช่น ความต้องการ ความอยากได้ ความเครียด ความดีใจ เสียใจ ฯลฯ

สิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus) หมายถึง สื่อออนไลน์ที่มากกระตุ้น สิ่งแวดล้อมทางสังคมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5

2.1.2 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์

ในสังคมปัจจุบันมีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์กันอย่างแพร่หลาย มีนักวิจัยหลายท่านได้ให้ คำนิยามเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บไซต์พื้นฐานในการบริการที่จะให้แต่ละบุคคลสามารถสร้างเครือข่ายอย่างเป็นระบบทั้งระดับ เล็กหรือใหญ่ ในสังคม มีการสร้างบัญชีรายชื่อผู้ติดต่อที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือสิ่งที่สนใจเหมือนกันได้ โดยผ่านการติดต่อกันเป็นเครือข่าย

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ที่กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง รูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารเรื่องราว รูปภาพ และวิดีโอ เชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น แบ่งปันให้ผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายได้รับรู้ ในบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่งข้อความ ส่งอีเมล วิดีโอ เพลง อัปโหลดรูป บล็อก บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยม ได้แก่ Facebook Line Twitter Instagram Google+ YouTube เป็นต้น

Wertime & Fenwick (2008, อ้างถึงใน สิตา โพธิพิพิธ, 2556) ได้อธิบายว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเว็บไซต์ประเภทชุมชนออนไลน์ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่ชุมนุมของกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือความต้องการคล้าย ๆ กัน ผู้ใช้บริการให้ข้อมูลประวัติส่วนตัว (Profile) ของตนเองหรือจะร่วมกับผู้ให้บริการคนอื่นสร้าง “กลุ่ม” ของตนเองได้ ชุมชนออนไลน์ลักษณะนี้มีนโยบายความเป็นส่วนตัวที่เคร่งครัดที่ชัดเจน ผู้ใช้บริการสามารถกำหนดได้ว่าจะให้สมาชิกคนใดเข้ามาดูประวัติส่วนตัวหรือติดต่อตนได้ เช่นเดียวกับ Hoffman (2005; อ้างถึงใน สิตา โพธิพิพิธ, 2556) ผู้ก่อตั้งลิงค์อิน (Linkedin) กล่าวว่า มิตรภาพในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เปรียบเสมือนตลาดในการแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เขากล่าวว่าเขาสามารถสร้างโอกาสให้กับใครสักคนเพียงเวลาไม่เกิน 30 วินาที และส่งการแนะนำตัวไปยังเพื่อนอีกคนหนึ่ง เป็นการลงทุนเวลาเพียงเล็กน้อยแต่มีโอกาสได้ผลตอบแทนที่ยิ่งใหญ่

ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาลอ (2556) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์หมายถึง สังคม หรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในรูปของกลุ่ม คนรูปแบบหนึ่ง ที่ปรากฏเกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ ทำให้ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันและเชื่อมโยงกันในทิศทางใด ทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นเครือข่าย เช่น เว็บไซต์ Facebook YouTube Twitter เป็นต้น

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2559) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อข้อมูล สารสนเทศ ภาพ มัลติมีเดีย หรือสื่อดิจิทัล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ช่องทางการติดต่อแบบสามารถโต้ตอบหรือแบ่งปันสื่อร่วมกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ บุคคลทั่วไปสามารถสื่อสาร นำเสนอ แบ่งปันและเผยแพร่ข้อมูลออกสู่สาธารณะ โดยใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟน ทำให้เกิดเครือข่ายสังคมขึ้นจากการติดต่อร่วมกันของบุคคลทั่วโลก

ขวัญชนก กมลศุภจินดา (2557) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นสังคมบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผ่านรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถเผยแพร่ ออกไปเรื่อย ๆ ผ่านการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดเป็นสังคมใหม่ขึ้นมา

นนทรัฐ ไม้เจริญ (2557) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เว็บไซต์ในการสร้างสังคมบนระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น นัดหมาย หรือพบปะสังสรรค์

น้ำทิพย์ วิภาวิน (2558) ได้ให้ความหมายของ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Services: SNS) ว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการ ออนไลน์ที่เน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นความสนใจร่วมกันเกี่ยวกับกิจกรรม เหตุการณ์ เรื่องราว ภาพ เพื่อสร้างเครือข่ายสังคม (Social Networks) หรือความสัมพันธ์ในสังคม (Social Relation) ระหว่างกลุ่มบุคคล แหล่งบริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นบริการสารสนเทศบนเว็บที่อนุญาตให้แต่ละคนสร้างโปรไฟล์ของตนเอง สร้างรายชื่อของสมาชิกในกลุ่มเพื่อสร้างชุมชนออนไลน์ที่เชื่อมโยงกันแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันภายในระบบตัวอย่างบริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตเช่น email, Google, Facebook, Weblog, Twitter, LinkedIn, Instagram และอื่น ๆ ดังนั้นสังคมปัจจุบันจึงมีเครือข่ายสังคมที่เชื่อมโยงข้อมูล

จากคำนิยามของนักวิชาการข้างต้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ ที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์เสมือนที่โยงใยให้บุคคลที่มีเรื่องที่น่าสนใจเหมือนกันมาพูดคุยกันสามารถเชื่อมโยงระหว่างบุคคลอีกบุคคลหนึ่งได้ เป็นการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจ กิจกรรมที่ได้ทำ และ

เชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น ในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่งข้อความ ส่งอีเมลล์ วิดีโอ เพลง อัฟโหลดรูป บล็อก โดยแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมได้แก่ Facebook, Line, Twitter และ Instagram และยังสามารถเชื่อมโยงการสื่อสารภายในองค์กร และภายนอกองค์กรเข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ต้องประสบปัญหาการบิดเบือนข้อความและยังรวดเร็ว วิดีโอ เพลง อัฟโหลดรูปบล็อก โดยแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมได้แก่ Facebook, Line, Twitter และ Instagram

2.1.3 ความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จากคำนิยามความหมายของคำว่า”พฤติกรรม”ในข้างต้นแล้วนั้น นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายหรือนิยามความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ได้อธิบายความหมายของคำว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไว้ว่า หมายถึง ประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้อย่างที่สุด ของทางที่ใช้อย่างดีที่สุดความถี่ในการใช้ต่อวัน ช่วงเวลาที่ใช้อย่างต่อเนื่องเวลาที่ใช้ต่อวัน ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด คุณสมบัติที่ชอบมากที่สุด และแหล่งหรือสื่อที่ทำให้สนใจใช้

เกอร์รินทร์ ละเอียดดินันท์ (2557) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ (Online Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการระบบออนไลน์

กันตพล บรรทัดทอง (2557) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมการใช้ หมายถึง ลักษณะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

จากคำนิยามข้างต้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมใด ๆ ก็ตามมีการตอบสนองหรือตอบโต้ที่สามารถสังเกตได้ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น ชนิดของเครือข่าย อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง จุดประสงค์ ผู้ชวนหรือชักจูงให้คุณเข้าใช้ ความถี่ในการเข้าใช้ ระยะเวลาที่ใช้ ช่วงเวลาที่เข้าใช้ สถานที่ที่มักใช้

2.1.4 ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาโล (2556) ได้แบ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์เป้าหมายการใช้งาน คุณลักษณะของการให้บริการตามเว็บไซต์ ได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. สร้างและประกาศตัวตน (Identity Network) เป็นการที่ให้ผู้ใช้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์ เป็นการเผยแพร่เรื่องราวของผู้ใช้งานผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของการเผยแพร่มีทั้ง รูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก และยังสามารถที่จะหาเพื่อนใหม่ หรือหาเพื่อนเก่า คนรู้จักที่ห่างหายไป มีการเขียนบทความได้อิสระ โดยมี 2 รูปแบบ ได้แก่

1.1 Blog บล็อก เป็นชื่อเรียกสั้น ๆ ของ Weblog ซึ่งมาจากคำว่า “Web” รวมกับคำว่า “Log” ที่เป็นเสมือนบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูลที่เก็บไว้ ดังนั้นบล็อกจึงเป็นโปรแกรมประยุกต์บนเว็บที่ใช้เก็บบันทึกเรื่องราว หรือเนื้อหาที่เขียนไว้โดยเจ้าของเขียนแสดงความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ โดยทั่วไปจะมีผู้ที่ทำหน้าที่หลักที่เรียกว่า “Blogger” เขียนบันทึกหรือเล่าเหตุการณ์ที่อยากให้คนอื่นได้รับรู้ หรือเป็นการเสนอมุมมองและแนวความคิดของตนเองใส่เข้าไปในบล็อกนั้น

1.2 ไมโครบล็อก (Micro Blog) มีลักษณะเด่นโดยการให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความจำนวนสั้น ๆ ผ่านเว็บผู้ให้บริการ และสามารถกำหนดให้ส่งข้อความนั้น ๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เช่น Twitter, Facebook เป็นต้น

2. สร้างและประกาศผลงาน (Creative Network) เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเองได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) ที่ใช้จัดโชว์ผลงานของตัวเองไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ เพลง อีกทั้งยังมีจุดประสงค์หลักเพื่อแชร์เนื้อหาระหว่างผู้ใช้เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ ได้แก่ YouTube, Flickr, Multiply, Photobucket, Imeem และ SlideShare เป็นต้น

3. ความสนใจตรงกัน (Passion Network) ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่ายเป็นการสร้างที่คั่นหนังสือออนไลน์ (Online Bookmarking) มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่คั่นไว้ในเครื่องคนเดียวก็นำมาเก็บไว้บนเว็บไซต์ได้เพื่อที่จะได้เป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้ และนอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่นหนังสือออนไลน์ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Digg, Zickr, Ning, del.icio.us, Catchh และ Reddit เป็นต้น

4. เวิร์กงานร่วมกัน (Collaboration Network) เป็นที่ที่ต้องการความคิด ความรู้และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเกิดการพัฒนาในที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเพื่อรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ในลักษณะเนื้อหา ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในลักษณะเวิร์กงานร่วมกัน ในลักษณะเวิร์กงานร่วมกัน เช่น Wikipedia, Google earth และ Google Map

5. ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ (Online Games) ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมส์ไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมส์ที่ผู้ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกมส์ 3 มิติที่ผู้ใช้นำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกมส์ ผู้เล่นสามารถติดต่อกับผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่ง

ความเป็นจริงสร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีกราฟิกที่สวยงามดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง เช่น Second Life, Audition, Ragnarök, Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

6. เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ (Professional Network) เพื่อการทำงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ LinkedIn เป็นต้น

7. เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (Peer to Peer: P2P) เป็นการเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องผู้ใช้ด้วยกันโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ทันที ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ได้แก่ Skype และ BitTorrent เป็นต้น

ทั้งนี้ทั้งนั้นการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ว่าใช้ด้วยจุดประสงค์ใด ทั้ง 7 ประเภทที่กล่าวถึงนี้ เป็นการแบ่งตามลักษณะของการให้บริการของเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยปัจจุบันมีความสะดวกในการใช้งานทั้งใช้งานบนคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถืออย่างสมาร์ทโฟน มีการสร้างเว็บไซต์และแอปพลิเคชันขึ้นมามากมายให้เลือกใช้งาน ทั้งการติดต่อสื่อสาร การเดินทาง แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ฟังเพลง ดูหนัง แชรข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

2.1.5 องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์

องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบไปด้วยพื้นฐาน 5 ชนิด (เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตร, 2559) ดังนี้

1. ข้อความ เป็นส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่นำเสนอ ถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่นำเสนอผ่านจอภาพของ เครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยัง สามารถกำหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ (โต้ตอบ) ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมี หลายรูปแบบ ได้แก่

1.1 ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป ได้จากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผลงาน (Word Processor) เช่น NotePad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษร แต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

1.2 ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะ

ได้ผล ออกมาเป็นภาพ 1 ภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพเป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผลได้

1.3 ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) เป็นรูปแบบของข้อความที่ได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิค การลิงค์ หรือเชื่อมข้อความไปยังข้อความหรือจุดอื่นๆ ได้

2. เสียง ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับการทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เข้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอจะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียง มีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความหรือภาพนิ่ง ดังนั้นเสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดีย ซึ่งสามารถนำเข้าเสียงผ่านทางไมโครโฟน, แผ่นซีดีดีวีดี, เทป และวิทยุ

3. ภาพนิ่ง เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น ภาพนิ่ง นับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่า ข้อความหรือตัวอักษรซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

4. ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้อง ใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาคิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

5. วิดีโอ เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบ ดิจิทัล สามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์ มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการนำเสนอวิดีโอด้วยเวลาที่ เกิดขึ้นจริง (Real-Time) จะต้องประกอบด้วยจำนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30 ภาพ ต่อวินาที (Frame/Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าวไม่ได้ผ่านกระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การ นำเสนอภาพเพียง 1 นาทีอาจต้องใช้หน่วยความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกิน ขนาดและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ลดลงนั่นเอง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ

ปัจจุบันกระบวนการสื่อสารภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนเป็นอย่างมาก และในฐานะที่ “สื่อ” เป็นตัวกลางสำคัญของกระบวนการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นในกระแสของสังคมบริโภคนิยมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ใช้สื่อจะต้องตระหนักถึงการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อ และไม่ตกเป็นเหยื่อของกระบวนการสื่อสาร

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า มีนักวิชาการทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งนี้ยังได้ให้นิยามเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และให้ความหมายของ “การรู้เท่าทันสื่อ” เอาไว้ดังนี้

2.2.1 ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อในทัศนะของนักวิชาการหลายท่านดังต่อไปนี้

นันทพร หทัย อุบล (2552) ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับสื่อหนังสือพิมพ์ เอาไว้ว่า การรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าใจสื่อหนังสือพิมพ์ สามารถตีความวิเคราะห์เนื้อหาของสิ่งที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ เข้าใจถึงสิ่งที่สื่อหนังสือพิมพ์นำเสนอ สามารถแยกข้อเท็จจริงและความคิดเห็น นอกจากนี้ยังรวมถึงการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่สื่อหนังสือพิมพ์นำเสนอด้วย

พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อหมายถึง การอ่านสื่อให้ออกเพื่อพัฒนาทักษะในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่าและเข้าใจผลกระทบของสื่อ รวมถึงความสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นกระบวนการในการพัฒนาศักยภาพทางความคิด เพื่อป้องกันตัวเองจากผลกระทบในด้านลบจากสื่อ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2556) ได้ให้ความหมายของ การรู้เท่าทันสื่อ คือ การมีทักษะ “การรู้เท่าทันสื่ออย่างรู้ตัว” การที่บุคคลจะรับสื่ออย่างตื่นตัวนั้น ต้องมีความสามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ และสามารถตอบโต้กับมันได้อย่างมีสติและรู้ตัว ตลอดจนสามารถตั้งคำถามว่าสื่อถูกสร้างขึ้นอย่างไร เช่น ใครเป็นเจ้าของสื่อ ใครผลิต และผลิตภายใต้ข้อจำกัดใด ควรเชื่อหรือไม่ หรือมีค่านิยมอะไรแฝงมากับสื่อนั้น พวกที่ผลิตหวังผลอะไรจากเรา ทักษะ “การใช้สื่ออย่างตื่นตัว” การใช้สื่ออย่างตื่นตัวนั้น ผู้รับสารจะต้องแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ และสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากสื่อ โดยมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาสื่อต่าง ๆ ให้ดีขึ้น เช่น การท้วงติงหรือร้องเรียนเมื่อพบสื่อที่ไม่เหมาะสม เรียกร้องสิทธิในฐานะผู้บริโภคสื่อ ฯลฯ

สุกฤษา มีนิล (2558) ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสื่อสารข้อมูลได้ในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งมีความเป็นสหวิทยาการโดยธรรมชาติ การรู้เท่าทันสื่อมีความจำเป็นและไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ในสภาพแวดล้อมในอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการสื่อสารอย่างไม่มีที่สิ้นสุดที่รายล้อมอยู่รอบตัวเรา

ปรกรณ์ ประจันบาน และ อนุชา กอนพวง (2558) การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความรู้ความเข้าใจ ต่อ สื่อ สามารถตีความเนื้อหาที่สื่อนำเสนออย่างชัดเจนตรงไปตรงมาและตีความจากความหมาย แอบแฝงได้พร้อมทั้งเข้าใจถึงกระบวนการผลิตสื่อ ผลผลิต อิทธิพลและผลกระทบของสื่อ มีความสามารถในการวิเคราะห์และโต้ตอบสื่อ รวมไปถึงความสามารถในการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อ จุดมุ่งหมาย เฉพาะ รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดการเปิดรับสื่อ ตลอดจนสามารถเลือก เปิดรับเนื้อหา สื่อที่มีประโยชน์และหลีกเลี่ยงเนื้อหาไม่พึงประสงค์จากสื่อที่นำเสนอได้

Potter, 2005 (อ้างถึงใน บุพผา เมฆศรีทองคา), 2552 คำนิยามของ “การรู้เท่าทันสื่อ” มีนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมทั้งองค์กรต่าง ๆ ได้ให้ความหมายเอาไว้ อาทิ การรู้เท่าทันสื่อ เป็นมุมมองจากการที่บุคคลเปิดรับสื่อและตีความหมายของเนื้อหาสื่อตามที่ได้เปิดรับด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อและมีสติในการเปิดรับ โดยวัตถุประสงค์ของการรู้เท่าทันสื่อ คือ การเสริมสร้างพลังอำนาจของบุคคลเพื่อให้บุคคลควบคุมสื่อ ไม่ตกอยู่ภายใต้การครอบงำของสื่อ

Tallim, 2005 อ้างถึงใน บุพผา เมฆศรีทองคา, 2552 การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และผลิตสื่อได้ในหลากหลายรูปแบบ (Center for Media Literacy, 2008) เป็นความสามารถที่จะเลือกและวิเคราะห์สารจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งเป็นความสามารถในการตั้งคำถามได้อย่างเหมาะสมว่ามีอะไรอยู่ในสารนั้น และอะไรอยู่เบื้องหลังในการผลิตสื่อ อันได้แก่ วัตถุประสงค์ เงินทุน ค่านิยม และเจ้าของ เพื่อให้รู้ว่าปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อเนื้อหาอย่างไร

Monica E. Bulger (2012) การรู้เท่าทันสื่อ คือความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์และ ประเมินสื่อในหลายรูปแบบ และสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

จากคำนิยามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อ คือ การที่บุคคลมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อ วิเคราะห์ และ สามารถประเมินค่า ตีความนัยยะแฝงในสื่อ และสามารถสรุปเป็น แนวคิดของตนเองได้

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ เป็นเครื่องมือสำหรับผู้รับสารในการ ป้องกันตนจากการตกเป็น “เหยื่อ” ในกระบวนการสื่อสาร (Potter, 2004 อ้างถึงใน แพรพรรณ อัคระประสา, 2557) เสนอหลักการเบื้องต้นของการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งสามารถสรุปใจความสำคัญ ได้ ดังนี้

1. ทุกคนมีหน้าที่ในการเพิ่มพูนความรู้เท่าทันสื่อของตน (responsibility axiom)
2. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวข้องกับการให้ความสนใจถึงผลกระทบที่สื่อมวลชนมีต่อผู้รับสาร (effect axiom)
3. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลของผู้รับสารในการตีความและสร้างความหมายสารในแบบฉบับของตน (interpretation axiom)
4. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อให้ความสำคัญต่อการสร้างความหมายร่วม (share meaning) ของสังคม ภายใต้ความแตกต่างของแต่ละบุคคล
5. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเชื่อว่าความรู้ (knowledge) ของผู้รับสาร ทั้งความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ตรงและความรู้จากสื่อมีส่วนในการเสริมสร้างอำนาจ (power) ของผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคข่าวสารมากขึ้น

จากการศึกษาของ นิธิดา วิวัฒน์พาณิชย์ (2558) ได้สรุปแนวคิดหลักของการรู้เท่าทันสื่อเอาไว้ว่า แนวคิดหลักของการรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง สามารถสรุปได้ว่า เนื้อหาสื่อล้วนถูกประกอบสร้างขึ้น โดยมนุษย์เป็นผู้ออกแบบเนื้อหาด้วยเทคนิคการสร้างสื่อ ฉะนั้นวิธีการทำให้รู้เท่าทันสื่อก็คือการถอดองค์ประกอบของสื่อที่ออกมาดูว่า แต่ละส่วนประกอบนั้นส่งผลอย่างไรต่อผู้รับสารบ้าง เพื่อทราบจุดประสงค์ที่แท้จริงของสื่อ และสื่อแต่ละประเภทมีวิธีการเฉพาะตัวในการสร้างเนื้อหาสื่อโดยภาษา ภาพ สี มุมกล้อง ฯลฯ เพื่อสื่อสารและสื่อความหมายตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ซึ่งแต่ละบุคคลรับรู้เนื้อหาของสื่อได้แตกต่างกัน ตามวุฒิภาวะประสบการณ์เดิม ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรม ฯลฯ เนื้อหาสื่อจึงมักแฝงหรือปลูกฝังความคิดค่านิยมบางอย่างของผู้ส่งสารไว้โดยหวังประโยชน์บางอย่างจากผู้รับสาร (Center of Media Literacy, 2005; โทมัส อภิวันทนการ, 2552, เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540 ,อ้างถึงใน วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551) ได้กำหนดองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ที่คล้ายกันซึ่งได้กำหนดระดับการรู้เท่าทันสื่อ เป็น 4 ระดับ ดังนี้

1. ความตระหนัก (awareness) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อตระหนักว่า สื่อและเนื้อหาสื่อมีเพื่อตอบสนองต่อความชอบ ความพอใจ ในระดับนี้ผู้รับสื่อจะรู้จักเพียงสถาบัน/องค์กรสื่อจากเนื้อหาที่ได้รับจากสื่อ แต่จะไม่รู้สถานภาพ บทบาทของสถาบัน/องค์กรสื่อ ไม่รู้/ไม่สนใจต่อกระบวนการผลิตสื่อ และเชื่อว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอสะท้อนความจริง ความถูกต้อง และสื่อความตรงตามลักษณะที่นำเสนอ สามารถเข้าใจได้เฉพาะสิ่งที่สื่อเสนออย่างชัดเจน ตีความการเล่าเรื่องอย่างตรงไปตรงมาในลักษณะที่รู้จักและเคยชิน ขึ้นชมโอกาสที่สื่อให้มีส่วนร่วม สนองตอบ ตอบโต้ ร่วมมือตามที่สื่อคาดหวังและต้องการ

2. เข้าใจ (comprehension) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อมีความรู้ ความเข้าใจในสื่อ รู้ลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ของสื่อในระบบสังคม รู้ เข้าใจ ยอมรับแบบแผนการผลิตตามลักษณะทาง

วิชาชีพของสื่อ รู้ความหมายตรง (denotation) ที่แสดงให้เห็นชัดเจนในรูปแบบ รหัส แบบแผนของสื่อ รู้เทคนิคที่สื่อใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ ตีความได้ตามจุดมุ่งหมายของสื่อ วิเคราะห์เทคนิคการเล่าเรื่อง ความหมาย ความคิดของเรื่องที่เสนอได้ตามเนื้อความที่สื่อเสนอ ยอมรับการสร้างควมมีส่วนร่วมของสื่อ พุดคุย วิจารณ์ การทำงานหรือการผลิตสื่อในกลุ่มคนใกล้ชิด

3. วิเคราะห์ (analyze) หมายถึง ตีความ (interpret) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อสามารถวิเคราะห์การดำเนินการของสถาบัน/องค์กรสื่อ ตามสภาพและจุดยืนหรือเป้าหมายการดำเนินการ สภาพการเป็นเจ้าของและการควบคุม รู้และวิเคราะห์ได้ว่าสื่อ นำเรื่องภายในสังคมมาเสนอด้วย การสร้าง (construction) การกำหนดแบบฉบับ (stereotype) สามารถวิเคราะห์จุดมุ่งหมาย วิธีการผลิต การนำเสนอและการสร้างควมมีส่วนร่วมของสื่อ รับรู้สื่อ อย่างเข้าใจในสื่อและตนเอง วิเคราะห์ตีความ ความหมายแฝง (connotation) ในเนื้อความสื่อได้ทั้งในภาษาภาพ ภาษาพูด ภาษาเสียงและภาษาเขียน วิเคราะห์ความหมาย ความคิด และเทคนิคที่สื่อใช้ในการเล่าเรื่องได้อย่างลึกซึ้ง กว้างขึ้น ตอบโต้สื่อไปยังผู้ผลิตหรือสื่อมวลชนอื่น

4. ประเมิน (evaluate) การตัดสิน (judgment) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อประเมินได้ว่าสถาบัน/องค์กรสื่อเกี่ยวข้องกับระบบอำนาจ ทุนนิยม บริโภคนิยม ประเมินได้ว่าการดำเนินการทั้งแบบแผนความคิดและการผลิตในระบบอุตสาหกรรม และความคิดกระแสหลักที่สนับสนุนอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมือง สามารถตีความเนื้อความสื่ออย่างเชื่อมโยงกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม แนวคิดหรืออุดมการณ์ของสื่อ แนวคิดเรื่องการแบ่งแยกทางเพศ ชนชั้น รู้แก่นความคิดหลักของเรื่องที่สื่อเล่า ตัดสินจุดมุ่งหมายของการเล่าอย่างเชื่อมโยงได้ กับบริบททางสังคมวัฒนธรรม เป็นผู้รับสื่อที่มีพลังอำนาจเท่าเทียมกับสื่อ สามารถตั้งคำถามในเรื่องเกี่ยวกับการทำงานของสื่อ มีส่วนร่วมกับสื่อตามที่ตนกำหนด ตอบโต้สื่อไปยังหน่วยงานดูแลสื่อ สนใจหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของผู้รับสื่อ

ปิยนุช สาทิ (2556) ที่ได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาเขต 26 มีองค์ประกอบจำนวน 5 องค์ประกอบได้แก่ การรับสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การเข้าใจสื่อ การประเมินค่าสื่อ และการใช้สื่อให้เป็นประโยชน์

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2557) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (media and information literacy) โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ 3 ด้าน ได้แก่ 1. Access/Retrieval คือการกำหนดสารสนเทศ การกำหนดแหล่งสารสนเทศ การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ การกำหนดกลยุทธ์การแสวงหาสารสนเทศ การจำแนกสารสนเทศ 2. Understanding/Assessment /Evaluation คือ การตระหนักถึงผลกระทบของ สื่อ การรับรู้และเข้าใจกระบวนการของสื่อเข้าใจผู้ผลิตสื่อการเข้าใจเนื้อหาสารสนเทศในแต่ละ วัฒนธรรม การวิเคราะห์การสังเคราะห์การอภิปรายและการประเมินคุณค่าเนื้อหาสารสนเทศ

3. Use/Communicate การใช้ประโยชน์จากสื่อและสารสนเทศที่ต้องการอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การมีสุนทรียศาสตร์และค่านิยม การเข้าใจกระบวนการผลิตและการสร้างสรรค์การมีส่วนร่วม

ณพล ผลากรกุล (2559) กล่าวถึงแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อว่า แก่นความคิดที่เกี่ยวกับการศึกษาเพื่อการรู้เท่าทันสื่อที่ควรปฏิบัติโดยศูนย์กลางเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ (The Center for Media Literacy) ณ ประเทศแคนาดา โดยได้อธิบาย 5 คำถามหลักเพื่อเป็นแกนในการสร้างการตระหนักรู้สำหรับศาสตร์ในการรู้เท่าทันสื่อ โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะเผยแพร่แนวความคิดที่สร้างคุณประโยชน์เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ของผู้รับสารจากพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการจากสื่อสารในปัจจุบัน โดยได้กำหนดแกนความคิดหลักของการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 5 ข้อดังนี้ (Center for Media Literacy, ออนไลน์ อ้างถึงใน ณพล ผลากรกุล, 2559) 1. เนื้อหาสื่อทั้งหลายที่ถูกสร้าง 2. เนื้อหาสื่อถูกสร้างขึ้นโดยใช้กลวิธีต่าง ๆ ทำให้จดจำและเข้าใจตามที่สื่อต้องการ 3. การเลือกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ต่างกันทำให้บุคคลอ่านเนื้อหาสื่อและรู้เท่าทันมากยิ่งขึ้น 4. มีค่านิยมและทัศนคติแฝงมากับสื่อด้วย 5. เจตนาของเนื้อหาสื่อ คือ ผลประโยชน์ และอำนาจ

ณัฐกาญจน์ ศุกลรัตน์เมธี และสาวนุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2562) กล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อว่า การรู้เท่าทันสื่อมีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ คือ

1. การเข้าถึง (Access) ความสามารถในการเข้าถึงเป็นขั้นตอนแรกของการรู้เท่าทันสื่อ ทักษะนี้ประกอบด้วยความสามารถในการใช้สื่อ ค้นหาและทำความเข้าใจเนื้อหาสาระ สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะต่างกันซึ่งต้องใช้ทักษะในการสื่อสารแตกต่างกันไป เช่น ในการใช้คอมพิวเตอร์ ค้นหาข้อมูลจากแหล่งออนไลน์ต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ใช้จำเป็นต้องรู้วิธีการป้อนคำค้นหา (keywords) และการเลือกเว็บไซต์หรือโปรแกรมค้นหาข้อมูล (search engines) ที่เหมาะสมกับข้อมูลที่ต้องการ

2. การวิเคราะห์ (Analyze) ความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์ (วิเคราะห์และประเมิน) เป็นทักษะสำคัญสำหรับการรู้เท่าทันสื่อ ทักษะนี้ประกอบด้วยการพิจารณาองค์ประกอบในการผลิตสาร ได้แก่ ผู้ผลิตสาร วัตถุประสงค์ของผู้ผลิต กลุ่มเป้าหมาย คุณภาพ ข้อเท็จจริง ความน่าเชื่อถือ มุมมอง และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น รวมถึงการประเมินคุณค่าของสารโดยพิจารณาจากบริบทด้านสังคม การเมือง ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

3. การผลิตสาร/การสื่อสาร (Create/Communicate) ทักษะนี้ ประกอบด้วยความสามารถในการผลิตหรือสร้างเนื้อหาโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และความเชื่อมั่นในการถ่ายทอดความคิดและตัวตน ความสามารถในการเลือกใช้กลวิธีสร้างสรรค์เนื้อหาที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ เช่น กลวิธีการเล่าเรื่อง การโน้มน้าว การชี้แจงแถลงไข การใช้ภาพ ตัวหนังสือ เสียง กราฟิกดีไซน์ การ

แสดง และการสนทนาโต้ตอบ เพื่อช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของสาร และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

4. การสะท้อน (Reflect) ทักษะนี้มีความเกี่ยวข้องกับคุณธรรมจริยธรรมและค่านิยมทางสังคมคือความสามารถในการตระหนักถึงผลกระทบของเนื้อหาสารและอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสาร ทุกวันนี้สื่ออินเทอร์เน็ตได้สร้างวิถีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ซับซ้อนมากขึ้น คุณลักษณะบางประการของสื่อดิจิทัล เช่น ความรวดเร็วฉับไวในการส่งสารอาจทำให้ผู้ส่งสารเกิดพฤติกรรมหุนหันพลันแล่น เช่น นักเรียนคนหนึ่งอาจถ่ายภาพเพื่อนที่กำลังแสดงท่าทางแปลก ๆ แล้วนำไปแชร์บนเฟซบุ๊กทันที โดยที่ไม่ทันได้ไตร่ตรองถึงผลกระทบจากการกระทำดังกล่าว และไม่ได้ตระหนักว่าภาพหนึ่งภาพสามารถตีความหมายได้อย่างหลากหลายและอาจกระทบต่อความรู้สึกเพื่อนของตน ดังนั้นการแสดงความคิดเห็นและสื่อสารผ่านสื่อจึงควรกระทำอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมบนพื้นฐานของหลักคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งรวมถึงการเคารพในสิทธิส่วนบุคคล (privacy) และลิขสิทธิ์ (copyright) ของผลงานของผู้อื่นด้วย

5. การลงมือทำ (Act) การลงมือปฏิบัติเป็นขั้นตอนที่จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงได้จริงในสังคม โดยนาทักษะทั้งหมดมาใช้ในการแลกเปลี่ยนความรู้และการแก้ปัญหาในระดับครอบครัว ที่ทำงาน สังคม ในฐานะที่ทุกคนเป็นสมาชิกของสังคมทั้งในระดับชุมชน ภูมิภาค และประเทศ

Hobbs, Renee (2011 อ้างถึงใน ญัตติกฎาญจน์ ศุภรัตน์เมธิ, 2562) กล่าวถึงการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ว่าต้องมีทักษะ 5 ประการดังนี้

1. ทักษะการเข้าถึง (Access Skill) ทักษะนี้ช่วยให้บุคคลสามารถรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีประโยชน์ และสามารถทำความเข้าใจเนื้อหาสารได้อย่างถูกต้อง

2. ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill) ทักษะนี้ช่วยให้บุคคลสามารถวิเคราะห์รูปแบบของสาร โครงสร้าง และลำดับการเรียบเรียงเนื้อหาสาร รวมถึงสามารถใช้แนวคิดด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองในการทำความเข้าใจบริบทของเนื้อหาสารที่นำเสนอ

3. ทักษะการประเมิน (Evaluate Skill) ทักษะนี้ช่วยให้บุคคลสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาสารเข้ากับประสบการณ์ส่วนบุคคลและทำการตัดสินใจเกี่ยวกับข้อเท็จจริงและคุณภาพของเนื้อหาสาร

4. ทักษะการผลิตสาร (Create Skill) ทักษะนี้ช่วยให้บุคคลสามารถถ่ายทอดความคิดของตนผ่านตัวหนังสือ ข้อความเสียง และ/หรือภาพตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีอยู่อย่างหลากหลายในการผลิต ตัดต่อ และนำเสนอสารของตน

5. ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมหรือปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ทักษะนี้ประกอบด้วยความสามารถในการรับสารและส่งสารในขณะเดียวกัน ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากผลงานหรือแนวคิดของผู้อื่นในการผลิตผลงานของ

ต้นขึ้นในรูปแบบหรือวิธีการใหม่ เช่น การรีมิคซ์ (สื่อที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมโดยการเพิ่มเข้า เอาออก หรือการเปลี่ยนชิ้นส่วนของสื่อ ไม่ว่าจะเป็นเพลง งานศิลปะ หนังสือ วิดีโอ หรือภาพถ่ายล้วนทั้ง สามารถเรียกรวมรีมิคซ์ได้ทั้งนั้น ลักษณะที่สำคัญของรีมิคซ์คือการเปลี่ยนแปลงส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างสิ่งใหม่)

จากการกล่าวถึงแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า สรุปได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อมีความสำคัญต่อการบริโภคในชีวิตประจำวัน เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคข้อมูลข่าวสาร มีเนื้อหา ข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ดังนั้นในการเสพสื่อต้องใช้ปัญญาในการพิจารณา วิเคราะห์สื่อที่เข้ามากระทบอย่างมีสติซึ่งเกิดจากฐานความรู้ความคิด และ พฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับคุณประโยชน์ และโทษของสื่อทำให้เกิดความระมัดระวังในการป้องกันและแก้ปัญหาจากการรับสื่อที่เข้ามากระทบซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 4 ส่วน คือ 1. ความตระหนักรู้ในสื่อสังคมออนไลน์ 2. เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ 3. วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ 4. ประเมินสื่อสังคมออนไลน์

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่ามีการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้คนในสังคมปัจจุบันอย่างหลากหลาย ดังนี้

ทิวา โฆษิตธีรชาติและชิตพล ชัยมะดัน (2558) ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ตลอดจนรวมไปถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว ทั้งหมดจำนวน 306 คน ผลการศึกษาพบว่า โปรแกรมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้และใช้งานบ่อยที่สุดเป็น Facebook ในแต่ละวันมีการใช้งานเฉลี่ยมากกว่า 2 ชั่วโมงขึ้นไปในช่วงเวลาก่อนเข้านอน ส่วนใหญ่จะเป็นใช้สำหรับการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ และใช้งานจากที่พัก มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อเดือน พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในมีพฤติกรรมการใช้งานเป็นบางครั้ง เมื่อจำแนกพฤติกรรมการใช้งานเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการติดต่อสื่อสาร เป็นอันดับ หนึ่ง รองลงมา คือ ด้านวิชาการและสื่อสารมวลชน และด้านความบันเทิง ตามลำดับ และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ระดับชั้น การศึกษามีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประวิตร จันทร์อับ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลก ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลกระทบของการใช้และแนวทางการแก้ปัญหาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์มีทั้งในมิติเชิงบวกและเชิงลบ ในด้านผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่งผลกระทบทั้งในด้านอารมณ์ ด้านการเรียน ด้านสังคม และด้านสุขภาพ ส่วนแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากผลกระทบดังกล่าวต้องอาศัยองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ค่านิยมและวัฒนธรรม นวัตกรรมและเทคโนโลยี และ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม

อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ (2554) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาสาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้และการเปิดรับข้อมูลรวมไปถึงเพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาสาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาสาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ อยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารพบว่า มีความแตกต่างกัน

จุฑารัตน์ ศรารณวงศ์และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม การใช้ ประยุกต์ใช้ทัศนคติและความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการประยุกต์ใช้และทัศนคติต่อการใช้อสื่อสังคมออนไลน์และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้อสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 7 ปี ขึ้นไปประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุดคือ Line, YouTube, Facebook และไม่เคยใช้ LinkedIn นิสิตส่วนใหญ่ใช้อสื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนโดยใช้งานทั้งวันและใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 6 โมงเย็นถึง 3 ทุ่ม วัตถุประสงค์การใช้เพื่อการเรียนรู้มากกว่าเพื่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งได้แก่ เพื่อทำงานกลุ่ม ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/อาจารย์ ดาวน์โหลดสื่อการสอนและส่งการบ้าน รวมทั้งใช้เพื่อการบันเทิงด้วยการดูหนังและฟังเพลง ทัศนคติและความคิดเห็นต่อผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์เป็นเชิงบวก โดยเฉพาะด้านการสื่อสาร ในด้านผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ตัวแปรเพศและคณะที่สังกัดต่างกันมีการใช้อสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนนิสิตที่เรียนในชั้นปีที่ต่างกันมีการใช้เพื่อการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตไม่แตกต่างกันนอกจากนี้ตัวแปรเพศ

คณะและชั้นปีที่ต่างกันมีทัศนคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันตัวแปรทัศนคติกับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

พรรณิการ์ พุ่มจันทร์และคณะ (2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์ระดับปรีคลินิกของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล การศึกษาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล รวมไปถึงเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับ เพศ ชั้นปี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและค่าใช้จ่ายต่อเดือน โดยผู้วิจัยศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาแพทย์ระดับปรีคลินิกคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จำนวน 280 คน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาแพทย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.3 และเพศชาย ร้อยละ 47.7 มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษาแพทย์มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในด้านการติดต่อสื่อสารมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านความบันเทิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์และเครื่องมือที่ใช้ในการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ชั้นปีต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทางการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์และเครื่องมือที่ใช้ในการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์และเครื่องมือที่ใช้ในการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าใช้จ่ายต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บุหงา ชัยสุวรรณ และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร (2558) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่นอายุระหว่าง 10-19 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การเปิดรับ แรงจูงใจ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่และพฤติกรรมแนบของวัยรุ่น อายุ ระหว่าง 10-19 ปี ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่น ที่ศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาเปิดรับสื่อใหม่ประเภทไลน์และเฟซบุ๊กผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) มากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงการมีพฤติกรรมแนบจากการใช้สื่อใหม่พบว่านักเรียนใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) อินเทอร์เน็ต และเฟซบุ๊ก ติดต่อกันโดยเฉลี่ยเกือบชั่วโมงครึ่งและใช้ต่อเนื่องโดยไม่ทำอย่างอื่นนานสุดถึงเกือบสองชั่วโมง งานวิจัยให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายว่าภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงควรมีกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) และความคล่องในสื่อ (Digital Fluency) เพื่อจะช่วยเหลือกระตุ้นให้กลุ่มเด็กและเยาวชนมีความสามารถที่จะ กำหนดความรู้ ทักษะและทัศนคติที่จำเป็นในการที่จะสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างปลอดภัย

กายกาญจน์ เสนแก้ว (2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ การเรียนรู้ และการยอมรับต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมไปถึงเพื่อศึกษาทัศนคติต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานสื่อออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 38-42 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท การคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก การรับรู้ การเรียนรู้ และการยอมรับต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทัศนคติต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่า การคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ การเรียนรู้ และการยอมรับต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กันตพล บรรทัดทอง (2557) ที่ศึกษา พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการใช้ แรงจูงใจ และความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุโดยผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับแรงจูงใจมาก ในด้านผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 รวมไปถึง พบว่าผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความบ่อยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ปรัชญา หินศรีสุวรรณ (2555) ได้ศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่

ในช่วงอายุ 18-24 ปี เป็นนักศึกษาหญิงที่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาชาย เป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในช่วง Generation M การใช้จ่ายส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 4,000-5,000 บาท ต่อเดือน แหล่งที่มาของค่าใช้จ่ายจากบิดา-มารดา เป็นส่วนใหญ่ จากการศึกษาพบว่าอุปกรณ์สื่อสารที่นักศึกษาใช้ไว้มากที่สุด คือโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ต โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในการครอบครองอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีที่สามารถเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการบันเทิง อัปเดตสถานะส่วนตัว ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ ใช้ในการพักผ่อนเป็นงานอดิเรก ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดและสะดวกที่สุดผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต การเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าช่วงเวลาที่เข้าใช้มากที่สุด คือ ช่วงดึก (19.00 - 24.00 น.) ใช้เวลาในการเข้าใช้ประมาณ 30 นาที และเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกๆ วัน

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ปีขึ้นไปมากที่สุด ประชาชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook บ่อยที่สุด ช่องทางที่ประชาชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดคือ Smartphone ประชาชนส่วนใหญ่เปิดบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ตลอดทั้งวัน ช่วงเวลาที่ประชาชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ 18.00-06.00 น. ประชาชนมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมงต่อวันมากที่สุด ประชาชนส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด และคุณสมบัติของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ประชาชนชอบมากที่สุดคือ ทำให้ทราบข่าวสารรวดเร็ว โดยเว็บไซต์เป็นแหล่งหรือสื่อที่ทำให้ประชาชนสนใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แอนนา ปิติวงการ (2557) ได้ศึกษา การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนตามความคิดเห็นของนักศึกษาปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาการใช้ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1. ด้านพฤติกรรมของนักศึกษาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียน นักศึกษาใช้สมาร์ทโฟน ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ใช้เวลา 1 ชั่วโมง ช่วงเวลา 18.01-22.00 น. และใช้ที่บ้าน 2. ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อศึกษาข้อมูลการเรียน ใช้เพื่อรับข้อมูลเกี่ยวกับตารางสอน โดยใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการศึกษาข้อมูลการเรียน

ประโยชน์ที่ได้ คือ การเรียนของนักศึกษามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ปัญหาที่พบ คือ ต้องได้รับการอนุญาตก่อนการเข้าถึงข้อมูลการเรียนทำให้เกิดความล่าช้าในการใช้งาน 3. ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา นักศึกษาปฏิสัมพันธ์กับอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวกับการเขียนคำร้องต่างๆ กับอาจารย์ผู้สอนเกี่ยวกับการให้คำแนะนำการจัดทำโครงงาน โดยใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการปฏิสัมพันธ์ ประโยชน์ที่ได้ คือ ช่วยลดช่องว่างระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา ปัญหาที่พบ คือ ช่วงเวลาการปฏิสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาไม่ตรงกัน (4) ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา เป็นการแบ่งปันความรู้หรือข้อมูลการเรียนกับนักศึกษาด้วยกัน ช่องทางการปฏิสัมพันธ์ คือ เฟซบุ๊ก ประโยชน์ที่ได้ คือ นักศึกษาได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านการเรียน ปัญหาที่พบ คือ ช่วงเวลาการปฏิสัมพันธ์ไม่ตรงกัน และ (5) ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ ใช้เพื่อสืบค้นข้อมูลประกอบกิจกรรมในการทำรายงาน และใช้ ยูทูบ เป็นช่องทาง ประโยชน์ที่ได้ คือ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งเรียนรู้ด้วยตนเอง ปัญหาที่พบ คือ การเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้บางครั้งมีความล่าช้า

สินี กิตติชนมวรกุล (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุด โดยผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้านหรือหอพักและนิยมเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงกลางคืนมากที่สุด 19.00-24.00 น. มีการเปิดใช้งาน 4-5 ครั้งต่อวัน เฉลี่ยครั้งละ 1 ชั่วโมง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีวัตถุประสงค์เพื่อหาข้อมูล มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 รองลงมา ใช้เพื่อกิจกรรมทางสังคมและเพื่อนานอดิเรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และ 3.48 ตามลำดับ ทั้งสามด้านมีระดับการใช้อยู่ในระดับสูง

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ

ขจรจิต บุณนาค (2555) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของวัยรุ่นตอนต้นต่อการรู้เท่าทันสื่อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ระดับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นตอนต้น และความคิดเห็นของวัยรุ่นตอนต้นต่อการรู้เท่าทันสื่อ จำแนกตามลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากวัยรุ่นตอนต้น จำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ร้อยละ การทดสอบค่าที(t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่าวัยรุ่นตอนต้นมีระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก วัยรุ่นที่มีเพศ อายุ ลักษณะการอยู่อาศัย ความบ่อยครั้งของการเปิดรับสื่อ และช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อของวัยรุ่นตอนต้นที่ต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นต่อการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกัน ดังนั้น ในการจะส่งเสริมให้วัยรุ่นตอนต้น มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ จึงควรพิจารณาถึงเพศ อายุ ลักษณะการอยู่อาศัย ความบ่อยครั้งของการเปิดรับสื่อ และช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อ

นอกจากนี้ผู้ที่อยู่อาศัยร่วมกับวัยรุ่นตอนต้นไม่ว่าจะเป็นพ่อ แม่ ญาติ มิตร สามารถช่วยส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อให้กับวัยรุ่นตอนต้นได้ด้วย

ชัชฎา อัครศรีวร นากาโอคะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล ศึกษาการตระหนักในทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จากการสุ่มแบบแบ่งกลุ่มทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพรรณนา ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน มีจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ 1. การคิดวิจารณ์ญาณ (Critical thinking) เป็นปัจจัยภายในที่มีความสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการรู้ทันสื่อของแกนนำเยาวชน 2. ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ (Media effect awareness) การที่แกนนำเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจถึงผลกระทบของสื่อทำให้สามารถตัดสินใจได้ว่าผลแบบใดที่ต้องการและผลแบบใดที่ควรหลีกเลี่ยง และการตระหนักในผลกระทบของสื่อจะช่วยให้ผู้รับสื่อปกป้องตนเองได้ 3. การรู้เท่าทันตนเอง(Self-awareness) คือ การคิดวิเคราะห์เพื่อพัฒนาตนเองโดยใช้หลักการเชิงพุทธเข้ามาผสมผสาน

อุลิษา ครุฑะเสน (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน และ ปัจจัยส่งเสริม ทั้งนี้ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน มี 3 ปัจจัย ได้แก่ 1. การคิดวิจารณ์ญาณ 2. ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ และ 3. การรู้เท่าทันตนเอง ส่วนปัจจัยส่งเสริมที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชนพบว่ามี 4 ปัจจัย ได้แก่ 1. กลุ่มเพื่อนและกลุ่มครู 2. การเปิดรับสื่อสร้างสรรค์และการใช้สื่อและเทคโนโลยีสื่ออย่างสร้างสรรค์ 3. การอ่านและ 4. สุนทรียภาพ สำหรับองค์ประกอบกระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน พบว่ามี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. กระบวนทัศน์การเรียนรู้ 2. ผู้จัดการกระบวนการเรียนรู้ 3. การออกแบบกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย การเรียนรู้เชิงรุก กระบวนการกลุ่ม และการวิเคราะห์ข้อถกเถียงแลกเปลี่ยน การมีส่วนร่วม การใช้สื่อที่เหมาะสมในกิจกรรมการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย เนื้อหาการเรียนรู้ที่หลากหลายและบูรณาการเข้ากับวิถีชีวิต บรรยากาศการเรียนรู้แบบผ่อนคลาย 4. ความต่อเนื่องในกระบวนการเรียนรู้แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน จากผลการศึกษา พบว่ามี 4 แนวทาง ดังนี้ 1. แนวทางการฝึกคิดวิจารณ์ญาณ 2. แนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันอิทธิพลของสื่อ 3. แนวทางการเรียนรู้จากกระบวนการผลิตสื่อ และ 4. แนวทางการรู้เท่าทันตนเอง

อดิสรณ์ อันสงคราม (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 19 – 24 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้านเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กมากที่สุด และเป็นสมาชิกโซเชียลมีเดียมากกว่า 1 เว็บไซต์ จะใช้บริการครั้งละมากกว่า 3 ชั่วโมง สถานที่ที่จะใช้เข้าโซเชียลมีเดียบ่อยที่สุดคือที่บ้าน/หอพัก กิจกรรม ที่ทำเป็นประจำเมื่อเข้าโซเชียลมีเดียคือ สนทนากับเพื่อน (chat), การอัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/ รูปภาพ และแลกเปลี่ยน/ค้นหาข้อมูล ตามลำดับ ด้านผลกระทบการใช้โซเชียลมีเดียทำการศึกษาผ่านระดับความสนใจต่อเรื่องราวต่างๆ รอบตัว ผลการศึกษาพบว่า เรื่องที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในครอบครัวในระดับสูง ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกในครอบครัวความใส่ใจต่อปัญหาต่างๆ ของสมาชิกในครอบครัวภาพลักษณ์ของตนเองในทุกด้าน เช่น เสื้อผ้า ของใช้ เป็นต้นการออมเงิน การสร้างฐานะทางการเงินการพัฒนาเพื่อความก้าวหน้าทางอาชีพข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร หรือสถานบันเทิงใหม่ๆ ข่าวสารด้านบันเทิง เช่น ละคร ภาพยนตร์ คอนเสิร์ตข่าวเกี่ยวกับศิลปินดารา และข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าไฮเทค เรื่องที่ให้ความสนใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ภาพลักษณ์ของเพื่อนร่วมงานในทุกๆ ด้าน เช่น เสื้อผ้า ของใช้ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์วางแผนเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะทำกับครอบครัวในวันหยุดข่าวสารด้านเศรษฐกิจการเงิน และการลงทุนต่างๆ ปัญหาสิ่งแวดล้อม หรือปัญหาสังคมต่างๆ ข่าวสารนิทรรศการทางศิลปะ หรือข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ข้อมูลการท่องเที่ยวต่างประเทศ และข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลสำคัญของโลก หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง และเรื่องที่ทำให้สนใจในระดับต่างๆ ได้แก่ การศึกษา ธรรมะ การปฏิบัติธรรม และการให้ความช่วยเหลือองค์กรการกุศลต่างๆ จากการศึกษายังพบว่า กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสนใจกับบุคคลใกล้เคียงตัวเช่นเดิม หากแต่เปลี่ยนการสื่อสารระหว่างกันเป็นการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย เปลี่ยนจากการพูดคุยเป็นการสื่อสารด้วยการส่ง ข้อความแทน กล่าว พูดคุยกันน้อยลง แต่พิมพ์ข้อความหากันแทนนั่นเอง กลุ่มตัวอย่างได้เสนอแนะว่า คนเราควรคุยกันให้มากขึ้น ลดการพิมพ์ข้อความผ่านโซเชียลมีเดีย

ชนิษฐา จิตแสง (2557) ในบทความเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จากการศึกษาพบว่า การให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเพื่อนและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของครอบครัวและ

โรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

สายนำผึ้ง รัตนงาม (2557) ได้ศึกษาเรื่อง พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือเพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อกรณีสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กในสังคมไทย (Facebook) เพื่อวิเคราะห์หลักธรรมที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก และเพื่อศึกษาพุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อสำหรับสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กในสังคมไทยเพื่อพัฒนาชีวิต ผลการศึกษาพบว่า การใช้พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิตของมนุษย์เป็นไปตามกระบวนการของ Diamond Model ซึ่งมีขั้นตอนการรับรู้สื่อโทรทัศน์และเฟซบุ๊กในเชิงพุทธโดยอาศัยสติสัมปชัญญะเป็นขั้นปฏิบัติการในการระลึกรู้แบบไม่ปล่อยตามอำนาจกระแสตัณหา และมีความอดทนทางจิตใจต่อผลกระทบจากสื่อ ในขั้นคิดวิเคราะห์ใคร่ครวญอย่างรอบด้าน ใช้วิธีพิจารณาทางปัญญาตามหลักโยนิโสมนสิการ อิทัปปัจจยตา ไตรลักษณ์ และกาลามสูตร รวมทั้งการปฏิบัติตามรูปแบบพุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อซึ่งเป็นแนวทางพัฒนาชีวิตใน 3 ด้าน คือด้านศีล การพัฒนามนุษย์ให้มีพฤติกรรมในการใช้สื่อเฉพาะสิ่งที่ประโยชน์ รวมทั้งใช้สื่อให้เกิดสุจริต ด้านสมาธิ คือ การพัฒนามนุษย์ให้มีคุณภาพทางจิตที่พร้อมต่อการรับรู้สื่อแบบรู้เท่าทัน ด้านปัญญา คือ กระบวนการใช้ปัญญาคิดใคร่ครวญตามหลักธรรมเพื่อสร้างความเห็นถูกต้อง

สุภิกา มินิล (2558) ได้ศึกษาเรื่องความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้เฟซบุ๊กทั้งก่อนและหลังได้รับการอบรมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อทราบถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับการอบรมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อแล้ว และเพื่อทราบช่องว่างระหว่างการรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก โดยอาศัยการวิจัยเชิงเทคนิคและกึ่งทดลองร่วมกับการสัมภาษณ์และการสังเกตโดยเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผู้เข้ารับการทดลองซึ่งเป็นนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีบัญชีผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นของตนเอง และใช้งานเป็นประจำอย่างน้อยสัปดาห์ละ 5 วัน จำนวน 30 คน และผลการศึกษาพบว่า หลังการอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ผู้เข้าร่วมการทดลองส่วนใหญ่มีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อมากกว่าก่อนการอบรม แสดงว่าการให้ความรู้การรู้เท่าทันสื่อนั้นทำให้บุคคลมีความรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าเมื่อบุคคลมีความรู้เท่าทันสื่อแล้วก็จะมีพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กที่สอดคล้องกับระดับการรู้เท่าทันสื่อ แต่จะไม่เกิดขึ้นพร้อมกันเสมอในทุกกรณี เช่น ในกรณีของผู้เข้าร่วมรับการทดลองที่มีความรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับสูง แต่มีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กในลักษณะที่ไม่รู้เท่าทันสื่อ ซึ่งกรณีของความไม่สอดคล้องกันเช่นนี้ แสดงให้เห็นว่ามีช่องว่างของความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กเกิดขึ้น

ทัศนัย สุนทรวิภาต (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้สื่อและพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้องสามารถทำนายปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครได้เป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนสามารถทำนายปริมาณการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอันดับหนึ่ง และการมีแบบอย่างจากเพื่อนสามารถทำนายปริมาณการเปิดรับ สื่ออินเทอร์เน็ตได้เป็นอันดับหนึ่ง นอกจากนี้ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงสามารถทำนายเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครได้เป็น อันดับหนึ่ง และเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครได้เป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้ ผลการวิจัย สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา คือ ผู้ควบคุมนโยบายภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการผลิตเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลายที่สามารถนำเสนอความรู้เกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และชวนให้ติดตามอย่างต่อเนื่อง ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์

โศภิสดา วิบูลย์พันธุ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันร้อยละ 85.4 โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์เฉลี่ย 9.78 ชั่วโมงต่อวัน และในช่วง วันจันทร์-ศุกร์เฉลี่ย 5.61 ชั่วโมงต่อวัน สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ที่ใช้ คือ เฟซบุ๊ก ร้อยละ 95.7 รองลงมาคือยูทูบ ร้อยละ 86.6 และ ไลน์ ร้อยละ 78.8 ผู้ปกครองมีบทบาทต่อการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นอยู่ในระดับน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เรื่องเพศ ทั้งการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าสื่อและการสร้างสรรค์สื่ออยู่ในระดับ พอใช้และมีพฤติกรรมทางเพศอยู่ในระดับดี และความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น พบว่า การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ และการสร้างสรรค์สื่อสัมพันธ์ กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่พบความสัมพันธ์ ระหว่างการประเมินค่าสื่อกับพฤติกรรมทางเพศ

ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างโปรแกรมสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์เรื่องเพศสำหรับวัยรุ่น เพื่อให้วัยรุ่นสามารถรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ ก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์

อพัชชา ช่างขวัญยืน (2561) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวรผลการวิจัยพบว่า

1. นิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ลงทะเบียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุ 19 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้าน/

หอพัก ซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปี โดยนิสิตเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง สื่อสังคมออนไลน์ที่นิสิตเข้าใช้งานบ่อย คือ Facebook โดยนิสิตใช้ Smartphone ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความเพลิดเพลินบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมออนไลน์

2. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ลงทะเบียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.79$, $SD.= 04$)

ฉัตรเมือง เฝ้ามานะเจริญ จตุพล ยงศร จักรกฤษณ์ โปณะทอง (2561) การวิเคราะห์องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ชั้นปีที่ 1-4 ปีการศึกษา 2560 จำนวน 449 คน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 60 ข้อ ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ นิสิตนักศึกษา สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อทดสอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin: KMO ซึ่งเท่ากับ .924 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลเหมาะสมต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบในระดับดีมาก ค่า Bartlett's test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 10007.302 และค่า Significant เท่ากับ .000 ทำการหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Rotation) สามารถทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. การตระหนักถึงผลกระทบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2. การตรวจสอบความถูกต้องของสื่อสังคมออนไลน์ 3. การแยกแยะข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ 4. การวิเคราะห์เทคนิคการสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์ 5. การรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างผลงานในสื่อสังคมออนไลน์ 6. การรู้ความหมายที่ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ 7. การประเมินคุณค่าที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ 8. การคัดเลือกข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์และ 9. การสร้างสรรค์ผลงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ศุภางค์ นันตา (2562) สถานการณ์การใช้สื่อกับการพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเยาวชนจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัย พบว่า สถานการณ์การใช้สื่อของเยาวชนในจังหวัดสุรินทร์ส่วนใหญ่รับชมทีวีทุกวัน 1-2 ชั่วโมง ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน 3 ชั่วโมงขึ้นไป เยาวชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน รับชมทีวีทุกวัน และใช้เครื่องมือในการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน แต่มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือต่อวัน การใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน ระยะเวลาในการคุยโทรศัพท์ต่อวัน ประเภทของสื่อที่เปิดรับเป็นประจำ ประเภทของรายการที่เปิดรับ และสาเหตุในการเปิดรับสื่อ แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีการรู้เท่าทันสื่อทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงสื่อ ด้านการวิเคราะห์สื่อ ด้านการประเมินสื่อ ด้านการสร้างสรรค์สื่อให้เกิดประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการเสริมสร้างและพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อ

ผลการวิจัย พบว่า เยาวชนได้ใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันผนวกกับกิจกรรมการสื่อสารของโรงเรียน เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าและสามารถผลิตสื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างสร้างสรรค์ เช่น สื่อ “ละครสอนน้อง” สื่อ “นักข่าวพลเมืองสุรินทร์” สื่อ “ดีเจวัยใส” สื่อ “โปสเตอร์รณรงค์” และ สื่อ “ละครพื้นบ้าน”

ชัชฎา อัครศรีวร นากาโอเคะ และกฤษณ์ท แสนทวี (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อดิจิทัลมากที่สุด 3 ลำดับ คือ ดูคลิปวิดีโอ ส่งข้อความพูดคุย เล่นเกมออนไลน์ 2. การตระหนักรู้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกด้านอยู่ในระดับมาก 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามรายด้าน คือ 1. ด้านสุขภาวะจากการใช้สื่อออนไลน์ และ 2. ด้านจริยธรรมและสำนึกร่วม สามารถร่วมกันอธิบายทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัล ได้ร้อยละ 52 ($R^2 = 0.52$) ส่วนแบ่งรายคุณลักษณะ คือ เรื่อง 1. ควรศึกษาวิธีการป้องกันและการแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ 2. ควรเข้าใจถึงสิทธิ์ของตนเองในการใช้สื่อออนไลน์ และ 3. ควรโพสต์ข้อความอย่างรับผิดชอบ สามารถร่วมกันอธิบายทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 51.9 ($R^2 = 0.519$)

นิลุบล รูปหมอก (2561) ได้ศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรี: การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด ผลการศึกษาพบว่า 1. การพัฒนาโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรีประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึง (Access) องค์ประกอบที่ 2 ความเข้าใจสำคัญ (Critical understanding) และ องค์ประกอบที่ 3 การสื่อสาร (Communicate) 2. โมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นใน จังหวัดสุพรรณบุรีที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องของกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 3. ผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่ศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา (โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่ศึกษาใน โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา พบว่าโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและ สารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีความไม่แปรเปลี่ยนระหว่างสังกัดของโรงเรียนในด้านรูปแบบองค์ประกอบ น้ำหนักองค์ประกอบของ

ตัวแปรสังเกตได้แต่มีความแปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงภายนอกบนตัวแปรแฝงภายใน

Sahin Cengiz (2017) ได้ศึกษาเรื่องการพยากรณ์ระดับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ต่อความพึงพอใจในชีวิต: กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยการเสพติดสื่อทางสังคมถือเป็นประเภทการเสพติดทางอินเทอร์เน็ต บุคคลที่ใช้เวลามากเกินไปในทางสื่อสังคมมีความประสงค์ที่จะรับแจ้งจากเรื่องนั้นโดยทันทีซึ่งอาจทำให้ดูเหมือนมีความอดทนเสมือนการสื่อสารและดูราวกับมีปัญหา พฤติกรรมที่ทำให้บุคคลเข้าสู่การกระทำเหล่านี้สามารถอธิบายได้ว่าเป็นการเสพติดสื่อทางสังคม การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยและผลกระทบจากการเสพติดสื่อสังคมในการทำนายความพึงพอใจในชีวิต ผู้เข้าร่วมโครงการประกอบด้วยนักเรียนมหาวิทยาลัย 612 คน (ชาย 380 หญิง 232 คน) แบบวัดการให้ความช่วยเหลือด้านการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้ใหญ่ (Sahin and Yagci, 2017) และแบบวัดความพึงพอใจในชีวิต (Diener, Emmons, Larsen and Griffin, 1985; Köker, 1991) ใช้ในการรวบรวมข้อมูล หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและวิธีการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์ทางลบกับความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในชีวิตกับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างความพึงพอใจในชีวิตและระดับติดยาเสพติดสื่อสังคม

Gentile Douglas A. et al.,(2012) ได้ศึกษาเรื่อง คุณเห็นสิ่งที่ฉันเห็นไหม รายงานแม่และเด็กเกี่ยวกับการตรวจสอบสื่อของผู้ปกครองการวิจัยเกี่ยวกับการตรวจสอบการใช้สื่อของเด็กโดยชี้ให้เห็นว่าผู้ปกครองสามารถลดผลกระทบด้านลบของการเปิดรับสื่อกับเด็กได้แม้ว่างานวิจัยชิ้นนี้จะดำเนินการกับเด็กนักเรียนชั้นประถมและไม่ค่อยมีคำถามเกี่ยวกับพ่อแม่หรือลูก ซึ่งลูกผู้ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลที่ดีกว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมคือเด็กพ่อแม่และครูจำนวน 1,323 คน ผู้ปกครองและเด็ก ๆ ได้รายงานเกี่ยวกับการเฝ้าติดตามชมทีวีและเกมวิดีโอใน 4 ด้านคือใช้ร่วมกัน ข้อจำกัด จำกัดเวลาในการชม การกำหนดเนื้อหาและสื่อกลางที่ใช้งาน การตรวจสอบกลับกรองตามอายุเด็กเพศเด็กสถานภาพการสมรสของผู้ปกครองการศึกษาผู้ปกครองและรายได้ของบิดามารดา แม้ว่าการเฝ้าติดตามของบิดามารดาและเด็กที่มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างแย่ แต่ทั้งสองแบบนี้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีในการทำนายในการแสดงผลของเด็ก ๆ ความรุนแรงของสื่อและรายงานผลจากครูเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของโรงเรียน เมื่อพบความแตกต่างของเด็กว่ามีแนวโน้มที่จะเป็นตัวทำนายที่ดีขึ้นแสดงให้เห็นถึงความถูกต้องในการรายงานของเด็กที่มีต่อการตรวจสอบโดยผู้ปกครอง

2.3.3 งานวิจัยเกี่ยวกับการวัดการรู้เท่าทันสื่อ

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ได้สร้างแบบสอบถามวัดการรู้เท่าทันสื่อโดยเป็นการวัดด้านความรู้ ความคิดโดยพัฒนาจากแนวคิดทฤษฎีลำดับการเรียนรู้และการคิด แนวคิดสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ แนวคิดโครงสร้างหน้าที่ และแนวคิดเศรษฐศาสตร์ทางการเมือง โดยได้กำหนดการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 ความตระหนัก ระดับที่ 2 ความเข้าใจ ระดับที่ 3 การวิเคราะห์ และระดับที่ 4 การประเมิน รวม 60 ข้อ คำถามเป็นแบบเลือกตอบ

สุภาณี แก้วมณี (2547) ได้สร้างแบบสอบถามวัดการรู้เท่าทันสื่อโดยแบ่งออกเป็น 4 ระดับ แบ่งตามงานวิจัยของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) แต่มีรูปแบบที่แตกต่างกันคือ ระดับที่ 1 การตระหนักรู้ มี 8 ข้อ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ระดับที่ 2 การเข้าใจ และ 3 การวิเคราะห์ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก ในระดับที่ 4 การประเมิน เป็นคำถามแบบปลายเปิด

จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2550) ได้สร้างแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อ โดยกำหนดระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้รับสื่อไว้ 4 ระดับ แบ่งตามงานวิจัยของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) เป็นลักษณะของแบบวัดเป็นแบบทดสอบปรนัยประกอบด้วยคำถามปลายปิด มีตัวเลือก 4 ตัวเลือก

เกศราพร บำรุงชาติ (2550) ได้สร้างแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 แบบสำรวจพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ เป็นลักษณะสำรวจรายการ และตอนที่ 2 แบบทดสอบวัดความรู้เท่าทันสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ สร้างขึ้นเองโดยประกอบด้วย 3 ด้าน คือด้านความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ด้านวิเคราะห์การวิเคราะห์สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และ ด้านการนำเสนอสารสนเทศจากสื่อทางโทรทัศน์ไปใช้ แบบทดสอบมีจำนวน 56 ข้อ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยส่วนใหญ่เป็นการสร้างแบบวัดที่วัดในด้านความรู้และความคิด ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ ระดับที่ 1 การตระหนักรู้ ระดับที่ 2 การเข้าใจ และ 3 การวิเคราะห์ ระดับที่ 4 การประเมิน

2.4 ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

ประวัติความเป็นมามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง แรกเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2536 พระธรรมวราลังการ (หลวงปู่ศรีจันทร์ วัณณาโก) ได้ปรารภถึงความจำเป็นของพระภิกษุสามเณรในภูมิภาคนี้ มีความลำบากในการเข้าไปศึกษาต่อในส่วนกลาง จึงได้เริ่มโครงการเปิดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาแก่ภิกษุสามเณรขึ้น และได้จัดตั้งกรรมการพิจารณาจัดทำโครงการจัดตั้งวิทยาเขตจากมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย เพื่อเสนอขอเปิดเป็นศูนย์ของวิทยาเขตอีสาน จังหวัดขอนแก่น โดยท่านพระเดชพระคุณพระธรรมวราลังการ รับอุปถัมภ์ด้านทุนทรัพย์ในการดำเนินการ และได้รับอนุมัติให้เป็นสาขาวิทยาเขตอีสาน ในโครงการนำร่องวิทยาเขตนอกเขต ได้เริ่มเปิดให้

การศึกษา ตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2536 เป็นต้นมา วันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2538 คณะกรรมการการศึกษาของสงฆ์ ได้อนุมัติให้จัดตั้งวิทยาเขตได้ตามมติสภามหาวิทยาลัย ที่ 1/2538 จึงได้จัดตั้งวิทยาเขตศรีล้านช้าง จังหวัดเลยขึ้น และได้ย้ายโอนนักศึกษาจากวิทยาเขตอีสานมาสังกัด วิทยาเขตศรีล้านช้าง

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ภายใต้การบริหารของ คณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่าคณะกรรมการประจำวิทยาเขตศรีล้านช้าง แบ่งส่วนการบริหารงาน ออกเป็น 3 ส่วนงาน คือ

- สำนักงานวิทยาเขตศรีล้านช้าง
- ศูนย์บริการวิชาการศรีล้านช้าง
- วิทยาลัยศาสนศาสตร์ศรีล้านช้าง

หลักสูตรที่เปิดสอน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง (มมร.) จังหวัดเลย เป็นวิทยาเขต ที่ขึ้นตรงต่อมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ส่วนกลาง ที่ตั้งอยู่ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีอัตลักษณ์ด้านการส่งเสริมศีลธรรม สร้างคนดี บริการวิชาการทางพระพุทธศาสนา แก่สังคม และสร้างโอกาสและอนาคตสำหรับทุกคน เปิดการเรียนการสอนสำหรับบรรพชิตและบุคคลทั่วไป ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีถึงปริญญาเอก ระดับปริญญาตรี เปิดสอน 5 หลักสูตร ระดับปริญญาโท 3 หลักสูตร และระดับปริญญาเอก 2 หลักสูตร ได้แก่

ระดับปริญญาตรี เปิดสอน 5 หลักสูตร ได้แก่

- 1) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา
- 2) หลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง
- 3) หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษ
- 4) หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาไทย
- 5) หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา

ระดับปริญญาโท เปิดสอน 3 หลักสูตร ได้แก่

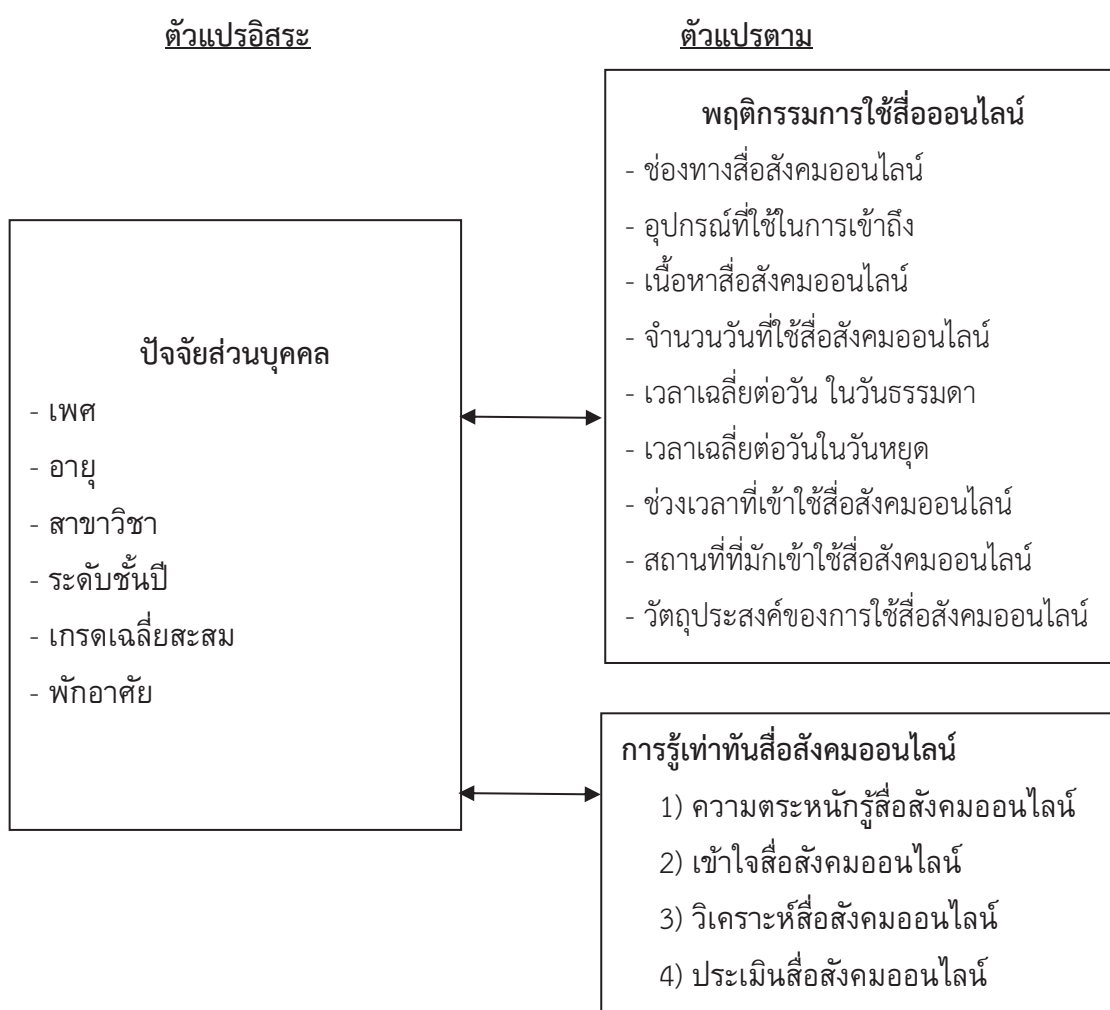
- 1) หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต (ร.ม.)
- 2) หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (ศษ.ม.) สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
- 3) หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม) สาขาวิชาพุทธศาสนศึกษา

ระดับปริญญาเอก เปิดสอน 2 หลักสูตร ได้แก่

- 1) หลักสูตรรัฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต (ร.ด.)
- 2) หลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (ศษ.ด.) สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

2.5 สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540), สุภาณี แก้วมณี (2547), โทมัส อภิวันทนากร (2552), ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2557), ไศภิสุดา วิบูลย์พันธุ์ (2560), ญัฐกาญจน์ สุกสรต้นเมธี และสาวนุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2562), Center of Media Literacy (2005), Hobbs, Renee (2011) ในการนำตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปรับให้เหมาะกับบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง



ภาพประกอบ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อและเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้างซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยวิทยาเขตศรีล้านช้าง จำนวน 240 รูป/คน

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยดำเนินการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545) จำนวน 148 รูป/คน
2. สุ่มแบบกลุ่ม (cluster sampling) จำนวน 5 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาพุทธศาสตร์ศึกษา สาขาวิชาการสอนภาษาไทย สาขาวิชาการสอนสังคม สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษ และการปกครอง
3. สุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) เทียบสัดส่วนและทำการสุ่มอย่างง่ายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสาขาวิชา ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงสัดส่วนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สาขาวิชา	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	หมายเหตุ
พุทธศาสตรศึกษา	12	8	
การสอนภาษาไทย	27	17	
การสอนสังคม	54	33	
การสอนภาษาอังกฤษ	34	21	
การปกครอง	113	69	
รวม	240	148	

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 148 ตัวอย่าง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ เกรดเฉลี่ยสะสม ระดับชั้นปี พักอาศัยอยู่กับ สาขาวิชา (โดยอ้าง จาก เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540), สุภาณี แก้วมณี (2547), โทมร อภิวันทนากร (2552), ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2557), ไชยสุตา วิบูลย์พันธุ์ (2560), ณัฐกาญจน์ ศุกลรัตน์เมธี และสาวนุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2562), Center of Media Literacy (2005), Hobbs, Renee (2011)) ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบ Multiple choice

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ชนิดของเครือข่าย อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง ความถี่ในการเข้าใช้ ระยะเวลาที่ใช้ ช่วงเวลาที่เข้าใช้ สถานที่ที่เข้าใช้ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (โดยอ้าง จาก เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540), สุภาณี แก้วมณี (2547), โทมร อภิวันทนากร (2552), ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2557), ไชยสุตา วิบูลย์พันธุ์ (2560), ณัฐกาญจน์ ศุกลรัตน์เมธี และสาวนุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2562), Center of Media Literacy (2005), Hobbs, Renee (2011)) ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบ Multiple choice

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ 4 ด้าน 1. ความตระหนักรู้ 2. เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ 3. วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ 4. ประเมินสื่อสังคมออนไลน์ ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวทางของ Likert 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนน 5
ระดับความเห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนน 4
ระดับความเห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนน 3
ระดับความเห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนน 2
ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนน 1

พิจารณาลำดับความสำคัญหาค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์เพื่อคำนวณว่า อยู่ในระดับใดทำ การคำนวณค่าจากช่วงคะแนนชั้น (class interval) สามารถคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ตามสูตร

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

แทนค่า $\frac{5-1}{5} = 0.8$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดง ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ และการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์

3.3 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ การสร้าง มีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้างสำหรับเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างเป็นแบบสอบถามแล้วนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับองค์ประกอบที่ต้องการวัด ความถูกต้องเหมาะสม ตลอดจนการใช้ภาษาในการเขียนข้อคำถามและ

คัดเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ในการประเมินของผู้เชี่ยวชาญพบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 -1.0 แสดงว่ามีความตรงเชิงเนื้อหาผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาความสอดคล้องแล้วดังกล่าว นำมาปรับปรุงและแก้ไขให้เหมาะสม

4. นำแบบสอบถามที่ปรับแก้ในขั้นต้นไปทดลองใช้เก็บข้อมูลกับนักศึกษาที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

5. นำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach α - Coefficients) ซึ่งเป็นคุณภาพด้านความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ด้านความตระหนักรู้ มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.45-0.66 ด้านเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.20-0.65 ด้านวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.29-0.65 ด้านประเมินสื่อสังคมออนไลน์มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.30-0.75 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .948

6. แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม จากนั้นนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง และนำแบบสอบถามที่เก็บได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบทั้งหมด

3.4 เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ติดต่อทำหนังสือขอเก็บข้อมูล จากมหาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

2. จัดเตรียมแบบสอบถามแบบออนไลน์และ ส่งให้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าประมาณร้อยละ 20 เพื่อใช้ในการวัดคัดเลือกแบบสอบถามที่ผู้ตอบตอบไม่สมบูรณ์ หรือความไม่ตั้งใจในการตอบ

3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ โดยขอความร่วมมือกับนักศึกษาตอบแบบสอบถามออนไลน์

4. ตรวจสอบและคัดแยกแบบสอบถามที่ได้รับการตอบ หรือมีร่องรอยระบุถึงการไม่ตั้งใจทำแบบสอบถาม และคัดเลือกแต่แบบสอบถามที่เป็นฉบับสมบูรณ์ไว้

5. ทำการลงรหัสและจัดระบบข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.5 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ความถี่ และร้อยละในการอธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ และใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ในการอธิบาย พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1และ2)

2. สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานได้แก่ ทดสอบความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหา มกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ใช้ค่าสถิติ ไค-สแควร์ (Chi-square) (วิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ 4)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้สถิติรวมทั้งหมด 2 ส่วน ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ประกอบด้วย สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ปรากฏรายละเอียดดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ

1.1 วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้วิธีหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

1.2 วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach α)

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (วิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1และ2)

2.2 ทดสอบความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหา มกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ใช้ค่าสถิติ ไค-สแควร์ (Chi-square) (วิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3และ4)

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.91-1.00	ความสัมพันธ์สูงมาก
0.71-0.90	ความสัมพันธ์สูง
0.31-0.70	ความสัมพันธ์ปานกลาง
0.01-0.30	ความสัมพันธ์ต่ำ
0.00	ไม่สัมพันธ์กัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วน สมบูรณ์จำนวน 148 ชุด มาทำการวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

4.4 การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยขอเสนอสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t- Distribution

F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F- Distribution
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นที่สำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ (Significant)
Cramer's V	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรมาตรฐานบัญญัติ
Somers'd	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรมาตราเรียงลำดับ
χ^2	แทน	ค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square test)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

4.2 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย มหาภูมิราชนิเวศน์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง โดยศึกษาสถานภาพของผู้ตอบ เพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม พักอาศัย ซึ่งได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 148 คน ได้รับคืน 148 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 100 ผลปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ

สาขาวิชา ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม พักอาศัย

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	73	49.3
1.2 หญิง	75	50.7
รวม	148	100
2. อายุ		
น้อยกว่า 21 ปี	92	62.2
21 ปี ขึ้นไป	56	37.8
รวม	148	100
3. สาขาวิชา		
สาขาพุทธศาสตร์ศึกษา	8	5.4
สาขาการสอนภาษาไทย	17	11.5
สาขาการสอนสังคม	33	22.3
สาขาการสอนภาษาอังกฤษ	21	14.2
การปกครอง	69	46.6
รวม	148	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม พักอาศัย

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
4.ระดับชั้นปี		
ปีที่ 1	66	44.6
ปีที่ 2	40	27.0
ปีที่ 3	22	14.9
ปีที่ 4	20	13.5
รวม	148	100
5. เกรดเฉลี่ย		
4.1 น้อยกว่า 3.00	51	34.5
4.2 ระหว่าง3.00-3.50	53	35.8
4.3 มากกว่า 3.50	44	29.7
รวม	148	100
6. พักอาศัย		
บิดา มารดา	49	33.1
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	14	9.5
หอพัก	37	25.0
อื่นๆ	48	32.4
รวม	148	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.7 มีอายุน้อยกว่า 21ปี ร้อยละ 62.2 ศึกษาอยู่สาขาวิชาการปกครอง ร้อยละ 46.6 กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่1 ร้อยละ 44.6 มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00-3.50 ร้อยละ35.8 และพักอาศัยอยู่กับ บิดา มารดา ร้อยละ 33.1

4.3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง เช่น ปัจจุบันท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางใดบ้าง อุปกรณ์ที่ท่านใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ เนื้อหาที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใน 1 สัปดาห์ ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์กี่วัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยวันละ กี่ชั่วโมง ในวันหยุด (เสาร์- อาทิตย์) ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยวันละ ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ รายละเอียดดังตารางที่ 4.2 – 4.10

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของนักศึกษาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทาง

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
Facebook	46	31.1
YouTube	36	24.3
line	36	24.3
Instagram	30	20.3
รวม	148	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางประเภท facebook มากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมา คือ YouTube จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 line จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ Instagram จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของนักศึกษาที่ใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์ ซีพี	30	20.3
คอมพิวเตอร์พกพา	33	22.3
สมาร์ทโฟน	85	57.4
รวม	148	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ สมาร์ทโฟน คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมา คอมพิวเตอร์พกพา คิดเป็นร้อยละ 22.3 และคอมพิวเตอร์ ซีพี คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของนักศึกษาเข้าใช้เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บันเทิง	37	25.0
การศึกษา	44	29.7
ข่าวสาร	37	25.0
สาธารณสุข	30	20.3
รวม	148	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าใช้เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมา คือ บันเทิง คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ ข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนที่มีค่าร้อยละน้อยที่สุดคือ สาธารณสุข คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละ ของนักศึกษาใน 1 สัปดาห์ที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1-5 วัน	63	42.6
6 วัน ขึ้นไป	85	57.4
รวม	148	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใน 1 สัปดาห์ มากที่สุดคือ 6 วัน ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมา คือ 1-5 วัน คิดเป็นร้อยละ 42.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละ ของนักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	47	31.8
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	64	43.2
มากกว่า 10 ชั่วโมง	37	25.0
รวม	148	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)เฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง มากที่สุดคือระหว่าง 5-10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมา คือ น้อยกว่า 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 31.8 และ มากกว่า 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละ ของนักศึกษาในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์)

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	43	29.1
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	56	37.8
มากกว่า 10 ชั่วโมง	49	33.1
รวม	148	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) เฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง มากที่สุดคือระหว่าง 5-10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา คือ มากกว่า 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.1 และ น้อยกว่า 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 29.1ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละ ของนักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ช่วงหลังเที่ยงคืนถึงช่วงเช้า (00.01น. - 10.00 น.)	35	23.6
ช่วงกลางวัน (10.01น.- 14.00 น.)	54	36.5
ช่วงเย็น (16.00น. – 19.00น.)	59	39.9
รวม	148	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา ช่วงเย็น (16.00น. – 19.00น.) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมา คือ ช่วงกลางวัน (10.01น.- 14.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 36.5 และ ช่วงหลังเที่ยงคืนถึงช่วงเช้า (00.01น. - 10.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 23.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละ สถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บ้านตนเอง	79	53.4
บ้านเพื่อน	39	26.3
มหาวิทยาลัย	30	20.3
รวม	148	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สถานที่เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ในช่วงเวลามากที่สุดคือ บ้านตนเอง คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมา คือ บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละ วัตถุประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา	41	27.7
เพื่อความบันเทิง	32	21.6
เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ	41	27.7
เพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ	34	23.0
รวม	148	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุด คือเพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมา เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ เพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

4.4 การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้แก่ ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ และการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและรายด้าน รายละเอียดดังตารางที่ 4.11 – 4.15

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน

ด้าน	รายการ	$\bar{X}$	S.D.		อันดับที่
1.	ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์	4.10	.52	มาก	4
2.	เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์	4.16	.50	มาก	3
3.	วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	4.20	.52	มาก	1
4.	การประเมินสื่อสังคมออนไลน์	4.18	.47	มาก	2
	รวม	4.10	.41	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านที่ 3 การประเมินสื่อสังคมออนไลน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ ด้านที่ 4 การประเมินสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ ด้านที่ 2 เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านที่ 1 ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมและรายข้อ

ข้อ	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	อันดับที่
1.	นักศึกษาเข้าถึงข้อมูล สื่อสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ ได้ง่ายจากหลากหลายแหล่ง เช่นจาก อินเทอร์เน็ต ห้องสมุด ฯลฯ	4.18	.83	มาก	3
2.	นักศึกษาสืบค้นข้อมูลที่อาจารย์มอบหมายจากสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายประเภท	4.16	.80	มาก	4
3.	นักศึกษารู้เทคนิคในการสืบค้นข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ	4.20	.67	มาก	2
4.	นักศึกษาใช้คำสำคัญ (Key word) ในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์	3.84	1.00	มาก	10
5.	เมื่อได้รับมอบหมายให้ทำรายงานนักศึกษาจะลอกเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์แหล่งเดียวส่งอาจารย์	3.88	.89	มาก	9

ตารางที่ 4.12(ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมและรายข้อ

ข้อ	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	อันดับที่
6.	นักศึกษาค้นข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ในช่องทางที่ง่าย	4.07	.78	มาก	7
7.	นักศึกษาติดตามข่าวโควิด 19 จากสื่อสังคมออนไลน์เพียงแหล่งเดียว เพื่อรับฟังความเคลื่อนไหวของข่าวโควิด	4.15	.79	มาก	5
8.	นักศึกษารู้แหล่งที่มาในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์	4.25	.69	มากที่สุด	1
9.	นักศึกษารู้วัตถุประสงค์ที่แน่นอนในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์	4.13	.77	มาก	6
10.	นักศึกษาแยกแยะได้ว่าสิ่งที่ตนเองรู้ และ สิ่งใดที่ตนเองไม่รู้ โดยสามารถค้นหาเนื้อหาที่ตนเองต้องการหรือไม่รู้ ในสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม	4.07	.85	มาก	8
รวม		4.10	.52	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ ข้อ 8 นักศึกษารู้แหล่งที่มาในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ ข้อที่ 3 นักศึกษารู้เทคนิคในการสืบค้นข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ ข้อที่ 1 นักศึกษาเข้าถึงข้อมูล สื่อสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ ได้ง่ายจากหลากหลายแหล่ง เช่นจาก อินเทอร์เน็ต ห้องสมุด ฯลฯมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 4 นักศึกษาใช้คำสำคัญ (Key word) ในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้าน
เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมและรายข้อ

ข้อ	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	อันดับที่
1.	นักศึกษาเข้าใจเป้าหมายเบื้องหลังของเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์ที่ต้องการโน้มน้าว จูงใจ ให้ผู้อ่านคล้อยตาม	4.32	.69	มากที่สุด	1
2.	นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ที่แสดงถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ที่อาจมีโอกาสมิเป็นความจริง	4.19	.75	มาก	6
3.	นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ที่แสดงถึงยุคสมัยหรือวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน (ไลฟ์สไตล์)	4.20	.73	มาก	5
4.	นักศึกษารู้จักที่มาของแหล่งข่าว เจ้าของหรือผู้สร้างเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์	4.21	.84	มากที่สุด	4
5.	นักศึกษาสามารถคัดกรองแบ่งประเภทเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ ให้เหมาะสมกับความต้องการของตน	4.22	.84	มากที่สุด	3
6.	นักศึกษาริบาย ได้ว่าสิ่งใดคือข้อเท็จจริงของสื่อสังคมออนไลน์	4.14	.79	มาก	8
7.	นักศึกษาริบายทบทวนผลดีและผลเสียของสื่อสังคมออนไลน์นั้นที่มีต่อตนเองและผู้อื่น	4.16	.85	มาก	7
8.	นักศึกษารู้และเข้าใจเนื้อหาที่สื่อสังคมออนไลน์การนำเสนอ หรือแฝงมาในลักษณะต่าง ๆ	4.11	.82	มาก	9
9.	นักศึกษาว่าสื่อสังคมออนไลน์เชื่อถือได้	4.11	.82	มาก	10
10.	นักศึกษาว่าสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาของสังคม	4.24	.79	มากที่สุด	2
รวม		4.20	.52	มาก	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ คือ ข้อ 1 นักศึกษาเข้าใจเป้าหมายเบื้องหลังของเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์ที่ต้องการโน้มน้าว จูงใจ ให้ผู้อ่านคล้อยตาม ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ข้อที่ 2 นักศึกษาว่าสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาของสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และ ข้อที่ 5 นักศึกษาสามารถคัดกรองแบ่งประเภทเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์ ให้เหมาะสมกับความต้องการของตน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 9 นักศึกษาว่าสื่อสังคมออนไลน์เชื่อถือได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
ด้านวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมและรายข้อ

ข้อ	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	อันดับที่
1.	นักศึกษาเปิดรับข่าวสารจากหลายๆประเภทเพื่อทำการเปรียบเทียบโดยไม่เชื่อข้อมูลจากสื่อเพียงแหล่งเดียว	4.32	.74	มากที่สุด	1
2.	นักศึกษาสามารถแยกแยะได้ว่าข้อมูลใดเป็นข้อมูลที่มีโฆษณาแฝง	4.13	.82	มาก	7
3.	สถานการณ์ที่ 1 สำหรับข้อ 3-6 นักศึกษาเล่นเฟซบุ๊ก แล้วเพื่อนได้แชร์ โฆษณาวีดีโอเล่นเกมส์ที่เล่นแล้วได้คำตอบแทนที่หน้าเฟซบุ๊ก นักศึกษามีความคิดเห็นว่าอย่างไร	4.13	.73	มาก	8
4.	นักศึกษาคิดว่าไม่ควรเปิดดูโฆษณาวีดีโอเล่นเกมส์แล้วได้คำตอบแทนจากเพื่อน	4.17	.81	มาก	6
5.	นักศึกษาคิดว่าเฟซบุ๊กไม่ควรมีโฆษณาวีดีโอเล่นเกมส์แล้วได้คำตอบแทนแบบนี้ ไม่น่าเชื่อถือ	4.30	.72	มากที่สุด	2

ตารางที่ 4.14(ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ
นักศึกษา ด้านวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมและรายข้อ

ข้อ	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	อันดับที่
6.	นักศึกษาคิดว่าเพื่อนอาจมีเหตุผลที่แชร์โฆษณาวิดีโอมา ควรเปิดดูเพื่อทำความเข้าใจ	4.24	.78	มากที่สุด	4
7.	สถานการณ์ที่ 2 สำหรับข้อ 7-9 หากเพื่อนในกลุ่มไลน์ของนักศึกษา ชวนกันถ่ายภาพหรือวิดีโอเช็คอิน โซว้สดส่วน หรือเดินเช็คอินโซว้ กันในกลุ่มไลน์ เพื่อแลกเปลี่ยนดูสนุกๆ นักศึกษามีความคิดเห็นว่าอย่างไร	4.24	.73	มากที่สุด	5
9.	นักศึกษาคิดว่าการโซว้เช็คอินลงในสื่อสังคมออนไลน์เป็นเรื่องปกติ ใคร ๆ ก็ทำกัน	4.03	.90	มาก	10
10.	คิดว่าไม่ควรถ่ายภาพหรือวิดีโอเช็คอินหรือเดินเช็คอินส่งให้เพื่อน เพราะภาพหรือวิดีโออาจ หลุดเพราะเพื่อนสามารถส่งต่อให้คนอื่นดูได้	4.07	.80	มาก	9
11.	สถานการณ์ที่ 3 สำหรับข้อ 10และ11 มีคนต่างชาติมาขอเป็นเพื่อนผ่านทางเฟซบุ๊ก และเมื่อคุยกันได้ครบ 1 สัปดาห์ คนนั้นก็ขอเป็นแฟนและจะฝากของมีค่ามาให้ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร	3.97	.86	มาก	11
	รวม	4.18	.47	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ คือ ข้อ 1 นักศึกษาเปิดรับข่าวสารจากหลายๆ ประเภทเพื่อทำการเปรียบเทียบ โดยไม่เชื่อข้อมูลจากสื่อเพียงแหล่งเดียว ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ข้อที่ 5 นักศึกษาคิดว่า เฟซบุ๊กไม่ควรมีโฆษณาวิดีโอเล่นเกมส์แล้วได้ค่าตอบแทนแบบนี้ ไม่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ ข้อที่ 8 นักศึกษาคิดว่าการแต่งตัวโชว์สัดส่วนหรือเดินเซ็กซี่ แชรในกลุ่มเพื่อนกันเองไม่เป็นไร เพราะไม่มี คนอื่นเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 11 นักศึกษาคิดว่า ไม่เห็นแปลกอะไรที่คุยกับเพื่อนต่างชาติ เพราะเป็นเรื่องธรรมดาที่จะมีเพื่อนใหม่ทางเฟซบุ๊กค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมและรายข้อ

ข้อ	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	อันดับที่
1.	นักศึกษาสามารถตัดสินใจเลือกความถูกต้องเหมาะสม ของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับ	4.08	.66	มาก	8
2.	นักศึกษาสามารถตัดสินใจคุณภาพ ของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับ	4.34	.65	มากที่สุด	1
3.	นักศึกษาสามารถปฏิเสธเนื้อหาจากสื่อและ สารสนเทศที่ไม่สร้างสรรค์หรือไม่มีประโยชน์ได้	4.28	.75	มากที่สุด	3
4.	นักศึกษาใช้ประสบการณ์เดิมในการตัดสินใจเลือกความถูกต้องเหมาะสมของสื่อสังคมออนไลน์	4.03	.89	มาก	9
5.	นักศึกษาเชื่อว่าการเล่นเกมออนไลน์ไม่มี ความรุนแรง ไม่ทำให้เกิดความก้าวร้าว	4.21	.63	มากที่สุด	5

ตารางที่ 4.15 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมและรายข้อ

ข้อ	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	อันดับที่
6.	นักศึกษาเชื่อว่าการแต่งกายหล่อเหลาของดาราที่ปรากฏผ่านสื่อสังคมออนไลน์นำไปสู่การสร้างค่านิยมการแต่งกายเลียนแบบ	3.93	1.07	มาก	10
7.	นักศึกษาเชื่อว่าการรับชมสื่อลามกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นประจำสามารถช่วยให้เกิดปัญหาพฤติกรรมทางเพศ	4.18	.78	มาก	6
9.	เมื่อเจอข้อมูล ข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาจะคิดไตร่ตรองก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อหรือปฏิบัติตาม	4.28	.69	มากที่สุด	4
10.	นักศึกษาเชื่อว่ารูปภาพสวยๆ จากสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีการผ่านการตกแต่งก่อนไม่ใช่ภาพจริง	4.32	.65	มากที่สุด	2
รวม		4.18	.47	มาก	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ คือ ข้อ 2 นักศึกษาสามารถตัดสินใจคุณภาพของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ ข้อที่ 10 นักศึกษาเชื่อว่ารูปภาพสวยๆ จากสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีการผ่านการตกแต่งก่อนไม่ใช่ภาพจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ ข้อที่ 3 นักศึกษาสามารถปฏิเสธเนื้อหาจากสื่อ และ สารสนเทศที่ไม่สร้างสรรค์หรือไม่มีประโยชน์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 6 นักศึกษาเชื่อว่าการแต่งกายหล่อเหลาของดาราที่ปรากฏผ่านสื่อสังคมออนไลน์นำไปสู่การสร้างค่านิยมการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้างจำแนกตาม เพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้นปี ปักอาศัย เกรดเฉลี่ยสะสม กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ปรากฏดังตารางที่ 4.16 – 4.70

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
Facebook	22	24	46
YouTube	22	14	36
line	14	22	36
Instagram	15	15	30
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 3.616$$

$$\text{Sig} = 0.30$$

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
คอมพิวเตอร์ ซีพี	20	10	30
คอมพิวเตอร์พกพา	16	17	33
สมาร์ทโฟน	37	48	85
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 4.761$$

$$\text{Sig} = 0.093$$

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์

เนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
บันเทิง	18	19	37
การศึกษา	24	20	44
ข่าวสาร	19	18	37
สาธารณสุข	12	18	30
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 1.591$$

$$\text{Sig} = 0.661$$

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

จำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
1-5 วัน	29	34	63
6 วัน ขึ้นไป	44	41	85
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 0.476$$

$$\text{Sig} = 0.490$$

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	29	18	47
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	33	31	64
มากกว่า 10 ชั่วโมง	11	26	37
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 8.693$$

$$\text{Sig} = 0.013$$

$$\text{Cramer's V} = .242$$

$$\text{Sig} = 0.013$$

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	29	14	43
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	26	30	56
มากกว่า 10 ชั่วโมง	18	31	49
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 8.942$$

$$\text{Sig} = 0.011$$

$$\text{Cramer's V} = 0.246$$

$$\text{Sig} = 0.011$$

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุดที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับช่วงเวลาที่ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์

ช่วงเวลาที่ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ช่วงหลังเที่ยงคืนถึงช่วงเช้า (00.01น. - 10.00 น.)	16	19	35
ช่วงกลางวัน (10.01น.- 14.00 น.)	30	24	54
ช่วงเย็น (16.00น. – 19.00น.)	27	32	59
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 1.321$$

$$\text{Sig} = 0.516$$

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับช่วงเวลาที่ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับสถานที่ที่ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์

สถานที่ที่ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
บ้านตนเอง	33	46	79
บ้านเพื่อน	19	20	39
มหาวิทยาลัย	21	9	30
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 6.939$$

$$\text{Sig} = 0.031$$

$$\text{Cramer's } V = 0.216$$

$$\text{Sig} = 0.031$$

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับสถานที่ที่ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา	16	25	41
เพื่อความบันเทิง	12	20	32
เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ	25	16	41
เพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ	20	14	34
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 6.984$$

$$\text{Sig} = 0.072$$

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	อายุ		
	น้อยกว่า 21 ปี	21ปีขึ้นไป	รวม
Facebook	31	15	46
YouTube	18	18	36
line	24	12	36
Instagram	19	11	30
รวม	92	56	148

$$\chi^2 = 3.127$$

$$\text{Sig} = 0.372$$

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	อายุ		
	น้อยกว่า 21 ปี	21ปีขึ้นไป	รวม
คอมพิวเตอร์ ซีพี	16	14	30
คอมพิวเตอร์พกพา	20	13	33
สมาร์ทโฟน	56	29	85
รวม	92	56	148

$$\chi^2 = 1.528$$

$$\text{Sig} = 0.465$$

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์

เนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	อายุ		
	น้อยกว่า 21 ปี	21ปีขึ้นไป	รวม
บันเทิง	18	19	37
การศึกษา	24	20	44
ข่าวสาร	19	18	37
สาธารณสุข	12	18	30
รวม	73	75	148

$$\chi^2 = 1.803$$

$$\text{Sig} = 0.614$$

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

จำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	อายุ		
	น้อยกว่า 21 ปี	21ปีขึ้นไป	รวม
1-5 วัน	52	27	79
6 วัน ขึ้นไป	23	16	39
รวม	17	13	30

$$\chi^2 = 1.003770$$

$$\text{Sig} = 0.605389$$

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	อายุ		
	น้อยกว่า 21 ปี	21ปีขึ้นไป	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	23	24	47
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	40	24	64
มากกว่า 10 ชั่วโมง	29	8	37
รวม	92	56	148

$$\chi^2 = 7.635$$

$$\text{Sig} = 0.021$$

$$\text{Somers' d} = 0.211$$

$$\text{Sig} = 0.003$$

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	อายุ		
	น้อยกว่า 21 ปี	21ปีขึ้นไป	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	22	21	43
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	36	20	56
มากกว่า 10 ชั่วโมง	34	15	49
รวม	92	56	148

$$\chi^2 = 3.406$$

$$\text{Sig} = 0.182$$

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	อายุ		
	น้อยกว่า 21 ปี	21ปีขึ้นไป	รวม
ช่วงหลังเที่ยงคืนถึงช่วงเช้า (00.01น. - 10.00 น.)	19	16	35
ช่วงกลางวัน (10.01น.- 14.00 น.)	35	19	54
ช่วงเย็น (16.00น. – 19.00น.)	38	21	59
รวม	92	56	148

$$\chi^2 = 1.211$$

$$\text{Sig} = 0.545$$

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับสถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

สถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	อายุ		
	น้อยกว่า 21 ปี	21ปีขึ้นไป	รวม
บ้านตนเอง	52	27	79
บ้านเพื่อน	23	16	39
มหาวิทยาลัย	17	13	30
รวม	92	56	148

$$\chi^2 = 1.003$$

$$\text{Sig} = 0.605$$

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับสถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	อายุ		
	น้อยกว่า 21 ปี	21ปีขึ้นไป	รวม
เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา	23	18	41
เพื่อความบันเทิง	21	11	32
เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ	27	14	41
เพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ	21	13	34
รวม	92	56	148

$$\chi^2 = 1.044$$

$$\text{Sig} = 0.790$$

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.34 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	สาขาวิชา					
	พุทธศาสตร์ศึกษา	การสอนภาษาไทย	การสอนสังคม	การสอนภาษาอังกฤษ	การปกครอง	รวม
Facebook	4	9	9	4	20	46
YouTube	0	1	10	4	21	36
line	3	4	6	7	16	36
Instagram	1	3	8	6	12	30
รวม	8	17	33	21	69	148

$$\chi^2 = 14.245$$

$$\text{Sig} = 0.285$$

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	สาขาวิชา					
	พุทธศาสตร์ศึกษา	การสอนภาษาไทย	การสอนสังคม	การสอนภาษาอังกฤษ	การปกครอง	รวม
คอมพิวเตอร์ ซีพี	4	5	2	3	16	30
คอมพิวเตอร์พกพา	1	3	9	6	14	33
สมาร์ทโฟน	3	9	22	12	39	85
รวม	4	5	2	3	16	30

$$\chi^2 = 10.621$$

$$\text{Sig} = 0.224$$

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์

เนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	สาขาวิชา					
	พุทธศาสตร์ศึกษา	การสอนภาษาไทย	การสอนสังคม	การสอนภาษาอังกฤษ	การปกครอง	รวม
บันเทิง	2	5	8	3	19	37
การศึกษา	4	3	9	4	24	44
ข่าวสาร	2	6	8	5	16	37
สาธารณสุข	0	3	8	9	10	30
รวม	8	17	33	21	69	148

$$\chi^2 = 10.621$$

$$\text{Sig} = 0.224$$

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.37 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

จำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	สาขาวิชา					
	พุทธศาสตร์ศึกษา	การสอนภาษาไทย	การสอนสังคม	การสอนภาษาอังกฤษ	การปกครอง	รวม
1-5 วัน	3	6	16	4	34	63
6 วัน ขึ้นไป	5	11	17	17	35	85
รวม	8	17	33	21	69	148

$$\chi^2 = 6.946$$

$$\text{Sig} = 0.138$$

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.38 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา

เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	สาขาวิชา					
	พุทธศาสตร์ ศึกษา	การสอน ภาษาไทย	การสอน สังคม	การสอน ภาษาอังกฤษ	การ ปกครอง	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	3	2	9	6	27	47
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	3	7	14	9	31	64
มากกว่า 10 ชั่วโมง	2	8	10	6	11	37
รวม	8	17	33	21	69	148

$$\chi^2 = 9.860$$

$$\text{Sig} = 0.274$$

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.39 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด

เวลาเฉลี่ยต่อวัน ใน วันหยุด	สาขาวิชา					
	พุทธศาสตร์ ศึกษา	การสอน ภาษาไทย	การสอน สังคม	การสอน ภาษาอังกฤษ	การ ปกครอง	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	3	2	10	5	23	43
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	4	6	13	5	28	56
มากกว่า 10 ชั่วโมง	1	9	10	11	18	49
รวม	8	17	33	21	69	148

$$\chi^2 = 10.696$$

$$\text{Sig} = 0.219$$

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.40 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

ช่วงเวลาที่เข้าใช้ สื่อสังคมออนไลน์	สาขาวิชา					
	พุทธศาสตร์ ศึกษา	การสอน ภาษาไทย	การสอน สังคม	การสอน ภาษาอังกฤษ	การ ปกครอง	รวม
ช่วงหลังเที่ยงคืนถึง ช่วงเช้า (00.01น.- 10.00น.)	2	3	6	3	21	35
ช่วงกลางวัน (10.01น.- 14.00น.)	3	3	18	5	25	54
ช่วงเย็น (16.00น.-19.00น.)	3	11	9	13	23	59
รวม	8	17	33	21	69	148

$$\chi^2 = 15.588$$

$$\text{Sig} = 0.048$$

$$\text{Cramer's } V = 0.229$$

$$\text{Sig} = 0.048$$

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับสถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

สถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	สาขาวิชา					
	พุทธศาสตร์ศึกษา	การสอนภาษาไทย	การสอนสังคม	การสอนภาษาอังกฤษ	การปกครอง	รวม
บ้านตนเอง	4	12	19	12	32	79
บ้านเพื่อน	4	3	7	6	19	39
มหาวิทยาลัย	0	2	7	3	18	30
รวม	8	17	33	21	69	148

$$\chi^2 = 8.117$$

$$\text{Sig} = 0.422$$

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับสถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.42 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	สาขาวิชา					
	พุทธศาสตร์ศึกษา	การสอนภาษาไทย	การสอนสังคม	การสอนภาษาอังกฤษ	การปกครอง	รวม
เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา	2	1	8	9	21	41
เพื่อความบันเทิง	0	7	5	4	16	32
เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ	0	7	12	5	17	41
เพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ	6	2	8	3	15	34
รวม	8	17	33	21	69	148

$$\chi^2 = 26.217$$

$$\text{Sig} = 0.010$$

$$\text{Cramer's V} = 0.242$$

$$\text{Sig} = 0.010$$

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.43 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
Facebook	25	12	6	3	46
YouTube	16	6	6	8	36
line	14	15	4	3	36
Instagram	11	7	6	6	30
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 12.506$$

$$\text{Sig} = 0.186$$

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.44 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
คอมพิวเตอร์ ซีพี	14	10	2	4	30
คอมพิวเตอร์พกพา	15	9	6	3	33
สมาร์ทโฟน	37	21	14	13	85
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 3.094$$

$$\text{Sig} = 0.797$$

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.45 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์

เนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
บันเทิง	14	14	4	5	37
การศึกษา	18	12	9	5	44
ข่าวสาร	21	9	3	4	37
สาธารณสุข	13	5	6	6	30
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 8.930$$

$$\text{Sig} = 0.443$$

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.46 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
1-5 วัน	27	16	10	10	63
6 วัน ขึ้นไป	39	24	12	10	85
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 0.709$$

$$\text{Sig} = 0.871$$

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา

เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	22	10	9	6	47
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	29	16	9	10	64
มากกว่า 10 ชั่วโมง	15	14	4	4	37
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 3.915$$

$$\text{Sig} = 0.688$$

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดาไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.48 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด

เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	21	10	7	5	43
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	26	16	10	4	56
มากกว่า 10 ชั่วโมง	19	14	5	11	49
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 6.708$$

$$\text{Sig} = 0.348$$

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุดไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.49 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวัน ธรรมดา	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	21	10	7	5	43
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	26	16	10	4	56
มากกว่า 10 ชั่วโมง	19	14	5	11	49
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 6.708$$

$$\text{Sig} = 0.348$$

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์
ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.50 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด

เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	21	10	7	5	43
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	26	16	10	4	56
มากกว่า 10 ชั่วโมง	19	14	5	11	49
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 6.708$$

$$\text{Sig} = 0.348$$

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุดไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.51 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคม ออนไลน์	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
ช่วงหลังเที่ยงคืนถึงช่วงเช้า (00.01น. - 10.00 น.)	16	5	8	6	35
ช่วงกลางวัน (10.01น.- 14.00 น.)	22	17	9	6	54
ช่วงเย็น (16.00น. – 19.00น.)	28	18	5	8	59
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 6.876$$

$$\text{Sig} = 0.332$$

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์
ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.52 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับสถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

สถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
บ้านตนเอง	30	26	12	11	79
บ้านเพื่อน	20	9	6	4	39
มหาวิทยาลัย	16	5	4	5	30
รวม	66	40	22	20	148

$$\chi^2 = 6.708$$

$$\text{Sig} = 0.348$$

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับสถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.53 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	ระดับชั้นปี				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม
บ้านตนเอง	12	12	9	8	41
บ้านเพื่อน	12	10	4	6	32
มหาวิทยาลัย	24	10	3	4	41
รวม	18	8	6	2	34

$$\chi^2 = 12.274$$

$$\text{Sig} = 0.198$$

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.54 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	เกรดเฉลี่ย			
	น้อยกว่า 3.00	ระหว่าง 3.00-3.50	มากกว่า 3.50	รวม
Facebook	18	15	13	46
YouTube	13	14	9	36
line	9	13	14	36
Instagram	11	11	8	30
รวม	51	53	44	148

$$\chi^2 = 2.946$$

$$\text{Sig} = 0.815$$

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.55 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	เกรดเฉลี่ย			
	น้อยกว่า 3.00	ระหว่าง 3.00-3.50	มากกว่า 3.50	รวม
คอมพิวเตอร์ ซีพี	11	10	9	30
คอมพิวเตอร์พกพา	12	7	14	33
สมาร์ทโฟน	51	53	44	148
รวม	11	10	9	30

$$\chi^2 = 5.676$$

$$\text{Sig} = 0.224$$

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.56 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์

เนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	เกรดเฉลี่ย			
	น้อยกว่า 3.00	ระหว่าง 3.00-3.50	มากกว่า 3.50	รวม
บันเทิง	11	13	13	37
การศึกษา	20	16	8	44
ข่าวสาร	12	13	12	37
สาธารณสุข	8	11	11	30
รวม	51	53	44	148

$$\chi^2 = 5.290$$

$$\text{Sig} = 0.507$$

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.57 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

จำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	เกรดเฉลี่ย			
	น้อยกว่า 3.00	ระหว่าง 3.00-3.50	มากกว่า 3.50	รวม
1-5 วัน	18	23	22	63
6 วัน ขึ้นไป	33	30	22	85
รวม	51	53	44	148

$$\chi^2 = 2.113$$

$$\text{Sig} = 0.347$$

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.58 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา

เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	เกรดเฉลี่ย			
	น้อยกว่า 3.00	ระหว่าง 3.00-3.50	มากกว่า 3.50	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	16	22	9	47
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	23	21	20	64
มากกว่า 10 ชั่วโมง	12	10	15	37
รวม	51	53	44	148

$$\chi^2 = 5.906$$

$$\text{Sig} = 0.206$$

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดาไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.59 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด

เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด	เกรดเฉลี่ย			
	น้อยกว่า 3.00	ระหว่าง 3.00-3.50	มากกว่า 3.50	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	17	20	6	43
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	22	17	17	56
มากกว่า 10 ชั่วโมง	12	16	21	49
รวม	51	53	44	148

$$\chi^2 = 5.676$$

$$\text{Sig} = 0.224$$

$$\text{Somers' d} = 0.189$$

$$\text{Sig} = 0.005$$

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ความสัมพันธ์ของของเกรดเฉลี่ยกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดมี
ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.60 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	เกรดเฉลี่ย			
	น้อยกว่า 3.00	ระหว่าง 3.00-3.50	มากกว่า 3.50	รวม
ช่วงหลังเที่ยงคืนถึงช่วงเช้า (00.01น. - 10.00 น.)	16	14	5	35
ช่วงกลางวัน (10.01น.-14.00 น.)	18	20	16	54
ช่วงเย็น (16.00น. – 19.00น.)	17	19	23	59
รวม	51	53	44	148

$$\chi^2 = 6.768$$

$$\text{Sig} = 0.148$$

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์
ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.61 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับสถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

สถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	เกรดเฉลี่ย			
	น้อยกว่า 3.00	ระหว่าง 3.00-3.50	มากกว่า 3.50	รวม
บ้านตนเอง	23	30	26	79
บ้านเพื่อน	17	12	10	39
มหาวิทยาลัย	11	11	8	30
รวม	51	53	44	148

$$\chi^2 = 2.610$$

$$\text{Sig} = 0.625$$

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับสถานที่ที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์
ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.62 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์	เกรดเฉลี่ย			
	น้อยกว่า 3.00	ระหว่าง 3.00-3.50	มากกว่า 3.50	รวม
เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา	10	18	13	41
เพื่อความบันเทิง	10	11	11	32
เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ	15	14	12	41
เพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ	16	10	8	34
รวม	51	53	44	148

$$\chi^2 = 4.839$$

$$\text{Sig} = 0.564$$

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.63 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	ที่พักอาศัย				
	บิดา มารดา	ญาติพี่น้อง/เพื่อน	หอพัก	อื่นๆ	รวม
Facebook	11	4	11	20	46
YouTube	10	3	7	16	36
line	16	4	10	6	36
Instagram	12	3	9	6	30
รวม	49	14	37	48	148

$$\chi^2 = 11.899$$

$$\text{Sig} = 0.219$$

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.64 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง	พักอาศัย				
	บิดา มารดา	ญาติพี่น้อง/ เพื่อน	หอพัก	อื่นๆ	รวม
คอมพิวเตอร์ ซีพี	6	2	5	17	30
คอมพิวเตอร์พกพา	11	3	8	11	33
สมาร์ทโฟน	32	9	24	20	85
รวม	49	14	37	48	148

$$\chi^2 = 11.168$$

$$\text{Sig} = 0.083$$

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.65 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์

เนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์	พักอาศัย				
	บิดา มารดา	ญาติพี่น้อง/ เพื่อน	หอพัก	อื่นๆ	รวม
บันเทิง	17	4	6	10	37
การศึกษา	10	5	8	21	44
ข่าวสาร	10	4	14	9	37
สาธารณสุข	12	1	9	8	30
รวม	49	14	37	48	148

$$\chi^2 = 14.883$$

$$\text{Sig} = 0.094$$

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.66 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

จำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	พักอาศัย				
	บิดา มารดา	ญาติพี่น้อง/ เพื่อน	หอพัก	อื่นๆ	รวม
1-5 วัน	19	8	17	19	63
6 วัน ขึ้นไป	30	6	20	29	85
รวม	49	14	37	48	148

$$\chi^2 = 1.852$$

$$\text{Sig} = 0.603$$

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับจำนวนวันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.67 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา

เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	พักอาศัย				
	บิดา มารดา	ญาติพี่น้อง/ เพื่อน	หอพัก	อื่นๆ	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	13	5	8	21	47
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	23	3	18	20	64
มากกว่า 10 ชั่วโมง	13	6	11	7	37
รวม	49	14	37	48	148

$$\chi^2 = 10.080$$

$$\text{Sig} = 0.121$$

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดาไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.68 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด

เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด	พักอาศัย				
	บิดา มารดา	ญาติพี่น้อง/ เพื่อน	หอพัก	อื่นๆ	รวม
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	14	3	5	21	43
ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง	18	4	16	18	56
มากกว่า 10 ชั่วโมง	17	7	16	9	49
รวม	49	14	37	48	148

$$\chi^2 = 12.929$$

$$\text{Sig} = 0.044$$

$$\text{Cramer's V} = 0.296$$

$$\text{Sig} = 0.044$$

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.69 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคม ออนไลน์	พักอาศัย				
	บิดา มารดา	ญาติพี่น้อง/ เพื่อน	หอพัก	อื่นๆ	รวม
ช่วงหลังเที่ยงคืนถึงช่วงเช้า (00.01น. - 10.00 น.)	8	3	10	14	35
ช่วงกลางวัน (10.01น.- 14.00 น.)	17	2	18	17	54
ช่วงเย็น (16.00น. – 19.00น.)	24	9	9	17	59
รวม	49	14	37	48	148

$$\chi^2 = 10.981$$

$$\text{Sig} = 0.088$$

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.70 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับสถานที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

สถานที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	พักอาศัย				
	บิดา มารดา	ญาติพี่น้อง/ เพื่อน	หอพัก	อื่นๆ	รวม
บ้านตนเอง	28	10	24	17	79
บ้านเพื่อน	12	1	8	18	39
มหาวิทยาลัย	9	3	5	13	30
รวม	49	14	37	48	148

$$\chi^2 = 11.432$$

$$\text{Sig} = 0.075$$

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับสถานที่มักเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.71 การทดสอบความสัมพันธ์ของที่พักอาศัยกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์	พักอาศัย				
	บิดา มารดา	ญาติพี่น้อง/ เพื่อน	หอพัก	อื่นๆ	รวม
เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา	12	4	12	13	41
เพื่อความบันเทิง	13	4	8	7	32
เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ	16	3	9	13	41
เพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ	8	3	8	15	34
รวม	49	14	37	48	148

$$\chi^2 = 5.676$$

$$\text{Sig} = 0.224$$

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.72 สรุปการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่พบความสัมพันธ์

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์	ปัจจัยส่วนบุคคล	
	เพศ	
	χ^2	Sig
เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	8.693	0.013
เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	8.942	0.011
สถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	6.939	0.031
	อายุ	
	χ^2	Sig
เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา	7.635	0.021
	สาขาวิชา	
	χ^2	Sig
ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	15.588	0.048
วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์	26.217	0.010
	เกรดเฉลี่ย	
	χ^2	Sig
เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด	5.676	0.224
	พักอาศัย	
	χ^2	Sig
เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด	12.929	0.044

จากตารางที่ 4.72 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดา เวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด และสถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ อายุมีความสัมพันธ์กับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดา สาขาวิชามีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เกรดเฉลี่ยและที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์กับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุด ส่วนระดับชั้นปีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้างจำแนกตาม เพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้นปี พักอาศัย เกรดเฉลี่ยสะสม กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ความตระหนักรู้ เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ประเมินสื่อสังคมออนไลน์ ปรากฏดังตารางที่ 4.71 – 4.100

ตารางที่ 4.73 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์

เพศ	ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ชาย	8	40	25	73
หญิง	11	41	23	75
รวม	19	81	48	148

$$\chi^2 = 0.542$$

$$\text{Sig} = 0.762$$

จากตารางที่ 4.73 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.74 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์

เพศ	เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ชาย	3	18	32	20	73
หญิง	0	18	32	25	75
รวม	3	36	64	45	148

$$\chi^2 = 3.529$$

$$\text{Sig} = 0.316$$

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.75 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์

เพศ	วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ชาย	0	8	35	30	73
หญิง	2	15	38	20	75
รวม	2	23	73	50	148

$$\chi^2 = 6.228$$

$$\text{Sig} = 0.101$$

จากตารางที่ 4.75 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.76 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์

เพศ	ประเมินสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ชาย	6	28	39	73
หญิง	11	36	28	75
รวม	17	64	67	148

$$\chi^2 = 4.250$$

$$\text{Sig} = 0.119$$

จากตารางที่ 4.76 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.77 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม

เพศ	การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ชาย	5	46	22	73
หญิง	10	45	20	75
รวม	15	91	42	148

$$\chi^2 = 1.746$$

$$\text{Sig} = 0.417$$

จากตารางที่ 4.77 พบว่า ความสัมพันธ์ของเพศกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.78 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์

อายุ	ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 21 ปี	16	52	24	92
21 ปี ขึ้นไป	3	29	24	56
รวม	19	81	48	148

$$\chi^2 = 7.088$$

$$\text{Sig} = 0.0288$$

$$\text{Somers' d} = 0.203$$

$$\text{Sig} = 0.006$$

จากตารางที่ 4.78 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.79 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์

อายุ	เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 21 ปี	2	26	43	21	92
21 ปี ขึ้นไป	1	10	21	24	56
รวม	3	36	64	45	148

$$\chi^2 = 6.856$$

$$\text{Sig} = 0.316$$

จากตารางที่ 4.79 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.80 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์

อายุ	วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 21 ปี	2	18	46	26	92
21 ปี ขึ้นไป	0	5	27	24	56
รวม	2	23	73	50	148

$$\chi^2 = 5.969$$

$$\text{Sig} = 0.113$$

จากตารางที่ 4.80 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.81 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์

อายุ	ประเมินสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 21 ปี	14	42	36	92
21 ปี ขึ้นไป	3	22	31	56
รวม	17	64	67	148

$$\chi^2 = 5.297$$

$$\text{Sig} = 0.070$$

จากตารางที่ 4.81 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.82 การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม

อายุ	การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 21 ปี	13	61	18	92
21 ปี ขึ้นไป	2	30	24	56
รวม	15	91	42	148

$$\chi^2 = 11.402$$

$$\text{Sig} = 0.003$$

$$\text{Somers' d} = 0.267$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.82 พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.83 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์

สาขาวิชา	ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
พุทธศาสตร์ศึกษา	1	5	2	8
การสอนภาษาไทย	4	9	4	17
การสอนสังคม	4	18	11	33
การสอนภาษาอังกฤษ	2	12	7	21
การปกครอง	8	37	24	69
รวม	19	81	48	148

$$\chi^2 = 2.609$$

$$\text{Sig} = 0.956$$

จากตารางที่ 4.83 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.84 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์

สาขาวิชา	เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
พุทธศาสตร์ศึกษา	1	2	2	3	8
การสอนภาษาไทย	0	5	4	8	17
การสอนสังคม	0	7	18	8	33
การสอนภาษาอังกฤษ	1	5	10	5	21
การปกครอง	1	17	30	21	69
รวม	3	36	64	45	148

$$\chi^2 = 12.158$$

$$\text{Sig} = 0.433$$

จากตารางที่ 4.84 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.85 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์

สาขาวิชา	วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
พุทธศาสตร์ศึกษา	0	1	3	4	8
การสอนภาษาไทย	2	5	7	3	17
การสอนสังคม	0	6	15	12	33
การสอนภาษาอังกฤษ	0	4	13	4	21
การปกครอง	0	7	35	27	69
รวม	2	23	73	50	148

$$\chi^2 = 24.360$$

$$\text{Sig} = 0.018$$

$$\text{Somers' d} = 0.128$$

$$\text{Sig} = 0.084$$

จากตารางที่ 4.85 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ แต่ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.86 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับประเมินสื่อสังคมออนไลน์

สาขาวิชา	ประเมินสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
พุทธศาสตร์ศึกษา	1	1	6	8
การสอนภาษาไทย	5	7	5	17
การสอนสังคม	3	15	15	33
การสอนภาษาอังกฤษ	3	11	7	21
การปกครอง	5	30	34	69
รวม	17	64	67	148

$$\chi^2 = 11.771$$

$$\text{Sig} = 0.161$$

จากตารางที่ 4.86 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับประเมินสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.87 การทดสอบความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม

สาขาวิชา	การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
พุทธศาสตร์ศึกษา	1	4	3	8
การสอนภาษาไทย	4	10	3	17
การสอนสังคม	3	20	10	33
การสอนภาษาอังกฤษ	2	15	4	21
การปกครอง	5	42	22	69
รวม	15	91	42	148

$$\chi^2 = 6.113$$

$$\text{Sig} = 0.634$$

จากตารางที่ 4.87 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.88 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์

ระดับชั้นปี	ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ปีที่ 1	12	39	15	66
ปีที่ 2	5	21	14	40
ปีที่ 3	1	14	7	22
ปีที่ 4	1	7	12	20
รวม	19	81	48	148

$$\chi^2 = 12.301$$

$$\text{Sig} = 0.055$$

จากตารางที่ 4.88 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.89 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์

ระดับชั้นปี	เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ปีที่ 1	3	21	30	12	66
ปีที่ 2	0	9	16	15	40
ปีที่ 3	0	4	13	5	22
ปีที่ 4	0	2	5	13	20
รวม	3	36	64	45	148

$$\chi^2 = 22.527$$

$$\text{Sig} = 0.007$$

$$\text{Somers' d} = 0.262$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.89 พบว่า ความสัมพันธ์ของสาขาวิชากับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์มี

ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.90 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์

ระดับชั้นปี	วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ปีที่ 1	0	12	31	23	66
ปีที่ 2	2	7	18	13	40
ปีที่ 3	0	2	16	4	22
ปีที่ 4	0	2	8	10	20
รวม	2	23	73	50	148

$$\chi^2 = 12.984$$

$$\text{Sig} = 0.163$$

จากตารางที่ 4.90 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ไม่มี

ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.91 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์

ระดับชั้นปี	ประเมินสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ปีที่ 1	9	29	28	66
ปีที่ 2	5	15	20	40
ปีที่ 3	1	12	9	22
ปีที่ 4	2	8	10	20
รวม	17	64	67	148

$$\chi^2 = 2.781$$

$$\text{Sig} = 0.835$$

จากตารางที่ 4.91 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.92 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม

ระดับชั้นปี	การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ปีที่ 1	9	43	14	66
ปีที่ 2	4	23	13	40
ปีที่ 3	1	17	4	22
ปีที่ 4	1	8	11	20
รวม	15	91	42	148

$$\chi^2 = 11.873$$

$$\text{Sig} = 0.064$$

จากตารางที่ 4.92 พบว่า ความสัมพันธ์ของระดับชั้นปีกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.93 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์

เกรดเฉลี่ยสะสม	ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 3.00	8	30	13	51
ระหว่าง 3.00-3.50	3	32	18	53
มากกว่า 3.50	8	19	17	44
รวม	19	81	48	148

$$\chi^2 = 6.283$$

$$\text{Sig} = 0.178$$

จากตารางที่ 4.93 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.94 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์

เกรดเฉลี่ยสะสม	เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 3.00	3	16	23	9	51
ระหว่าง 3.00-3.50	0	9	24	20	53
มากกว่า 3.50	0	11	17	16	44
รวม	3	36	64	45	148

$$\chi^2 = 12.419$$

$$\text{Sig} = 0.053$$

จากตารางที่ 4.94 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.95 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์

เกรดเฉลี่ยสะสม	วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 3.00	0	7	25	19	51
ระหว่าง 3.00-3.50	0	9	28	16	53
มากกว่า 3.50	2	7	20	15	44
รวม	2	23	73	50	148

$$\chi^2 = 5.563$$

$$\text{Sig} = 0.473$$

จากตารางที่ 4.95 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.96 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์

เกรดเฉลี่ยสะสม	ประเมินสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 3.00	6	28	17	51
ระหว่าง 3.00-3.50	4	21	28	53
มากกว่า 3.50	7	15	22	44
รวม	17	64	67	148

$$\chi^2 = 6.577$$

$$\text{Sig} = 0.160$$

จากตารางที่ 4.96 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.97 การทดสอบความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
โดยรวม

เกรดเฉลี่ยสะสม	การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
น้อยกว่า 3.00	6	36	9	51
ระหว่าง 3.00-3.50	3	32	18	53
มากกว่า 3.50	6	23	15	44
รวม	15	91	42	148

$$\chi^2 = 6.176$$

$$\text{Sig} = 0.186$$

จากตารางที่ 4.97 พบว่า ความสัมพันธ์ของเกรดเฉลี่ยสะสมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.98 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์

พักอาศัย	ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
บิดา มารดา	6	30	13	49
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	4	6	4	14
หอพัก	4	20	13	37
อื่นๆ	5	25	18	48
รวม	19	81	48	148

$$\chi^2 = 4.907$$

$$\text{Sig} = 0.555$$

จากตารางที่ 4.98 พบว่า ความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ไม่
มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.99 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์

พักอาศัย	เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
บิดา มารดา	0	10	26	13	49
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	0	3	8	3	14
หอพัก	1	9	13	14	37
อื่นๆ	2	14	17	15	48
รวม	3	36	64	45	148

$$\chi^2 = 7.521$$

$$\text{Sig} = 0.583$$

จากตารางที่ 4.99 พบว่า ความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.100 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์

เกรดเฉลี่ยสะสม	วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์				
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
บิดา มารดา	2	7	23	17	49
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	0	2	8	4	14
หอพัก	0	6	24	7	37
อื่นๆ	0	8	18	22	48
รวม	2	23	73	50	148

$$\chi^2 = 12.164$$

$$\text{Sig} = 0.204$$

จากตารางที่ 4.100 พบว่า ความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.101 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์

พักอาศัย	ประเมินสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
บิดา มารดา	6	23	20	49
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	2	3	9	14
หอพัก	4	22	11	37
อื่นๆ	5	16	27	48
รวม	17	64	67	148

$$\chi^2 = 9.803$$

$$\text{Sig} = 0.133$$

จากตารางที่ 4.101 พบว่า ความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับประเมินสื่อสังคมออนไลน์ไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.102 การทดสอบความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม

เกรดเฉลี่ยสะสม	การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
บิดา มารดา	5	31	13	49
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	2	8	4	14
หอพัก	4	24	9	37
อื่นๆ	4	28	16	48
รวม	15	91	42	148

$$\chi^2 = 1.312$$

$$\text{Sig} = 0.971$$

จากตารางที่ 4.102 พบว่า ความสัมพันธ์ของพักอาศัยกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ไม่มี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.103 สรุปการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่พบความสัมพันธ์

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	ปัจจัยส่วนบุคคล	
	เพศ	
	χ^2	Sig
ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์	7.088	0.028
	อายุ	
	χ^2	Sig
การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	11.402	0.003
	สาขาวิชา	
	χ^2	Sig
การวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	24.360	0.018
	ระดับชั้นปี	
	χ^2	Sig
ความเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์	5.676	0.224

จากตารางที่ 4.103 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ อายุมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ สาขาวิชามีความสัมพันธ์กับการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ระดับชั้นปีมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ส่วนเกรดเฉลี่ยและที่พักอาศัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ศึกษาพฤติกรรมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง โดยศึกษาสถานภาพของผู้ตอบ เพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม พักอาศัย สรุปผลการวิจัยเป็นประเด็นได้ดังนี้

5.1.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 148 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.7 มีอายุน้อยกว่า 21 ปี ร้อยละ 62.2 ศึกษาอยู่สาขาวิชาการปกครอง ร้อยละ 46.6 กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 44.6 มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00-3.50 ร้อยละ 35.8 และพักอาศัยอยู่กับ บิดามารดา ร้อยละ 33.1

5.1.2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง เช่น ปัจจุบันท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางใดบ้าง อุปกรณ์ที่ท่านใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ เนื้อหาที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใน 1 สัปดาห์ ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์กี่วัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยวันละ กี่ชั่วโมง ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยวันละ ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางประเภท Facebook มากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมา คือ YouTube จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 line จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ Instagram จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

2. อุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ สมาร์ทโฟน คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมา คอมพิวเตอร์พกพา คิดเป็นร้อยละ 22.3 และ คอมพิวเตอร์ ซีพี คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

3. ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใน 1 สัปดาห์ มากที่สุดคือ 6 วัน ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมา คือ 1-5 วัน คิดเป็นร้อยละ 42.6 ตามลำดับ

4. เข้าใช้เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมา คือ บันเทิง คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ ข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนที่มีค่าร้อยละน้อยที่สุดคือ สาธารณสุข คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

5. เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) เฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง มากที่สุดคือระหว่าง 5-10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมา คือ น้อยกว่า 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 31.8 และ มากกว่า 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

6. เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงวันหยุด (เสาร์- อาทิตย์) เฉลี่ยวันละ ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง มากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา คือ มากกว่า 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.1 และ น้อยกว่า 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 29.1 ตามลำดับ

7. เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา ช่วงเย็น (16.00น. -19.00น.) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา คือ ช่วงกลางวัน (10.01น.- 14.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 36.5 และ ช่วงหลังเที่ยงคืนถึงช่วงเช้า (00.01น. - 10.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 23.6 ตามลำดับ

8. สถานที่เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ บ้านตนเอง คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมา คือ บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และ มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

9. วัตถุประสงค์ที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุด คือเพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมา เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ เพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

5.2.3 การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านที่ 3 การประเมินสื่อสังคมออนไลน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ ด้านที่ 4 การประเมินสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ ด้านที่ 2 เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านที่ 1 ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านพบว่า

1. ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ ข้อ 8 นักศึกษารู้แหล่งที่มาในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ ข้อที่ 3 นักศึกษารู้เทคนิคในการสืบค้นข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ ข้อที่ 1 นักศึกษาเข้าถึงข้อมูล สื่อสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ ได้ง่ายจากหลากหลายแหล่ง เช่นจาก อินเทอร์เน็ต ห้องสมุด ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 4 นักศึกษาใช้คำสำคัญ (Key word) ในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

2. ด้านเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ คือ ข้อ 1 นักศึกษาเข้าใจเป้าหมายเบื้องหลังของเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์ที่ต้องการโน้มน้าว จูงใจ ให้ผู้อ่านคล้อยตาม ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ข้อที่ 2 นักศึกษาว่าสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาของสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และ ข้อที่ 5 นักศึกษาสามารถคัดกรองแบ่งประเภทเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ ให้เหมาะสมกับความต้องการของตน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 9 นักศึกษาว่าสื่อสังคมออนไลน์เชื่อถือได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

3. ด้านวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ คือ ข้อ 1 นักศึกษาเปิดรับข่าวสารจากหลายๆ ประเภทเพื่อทำการเปรียบเทียบโดยไม่เชื่อข้อมูลจากสื่อเพียงแหล่งเดียว ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ข้อที่ 5 นักศึกษาคิดว่าเฟซบุ๊กไม่ควรมีโฆษณาวิดีโอเล่นเกมส์แล้วได้ค่าตอบแทนแบบนี้ ไม่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ ข้อที่ 8 นักศึกษาคิดว่าการแต่งตัวโชว์สัดส่วนหรือเต้นเซ็กซี่ แชร์ในกลุ่มเพื่อนกันเองไม่เป็นไรเพราะไม่มี คนอื่นเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 11 นักศึกษาคิดว่าไม่เห็นแปลกอะไรที่คุยกับเพื่อนต่างชาติ เพราะเป็นเรื่องธรรมดาที่จะมีเพื่อนใหม่ทางเฟซบุ๊กค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

4. ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ คือ ข้อ 2 นักศึกษาสามารถตัดสินคุณภาพ ของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ ข้อที่ 10 นักศึกษาเชื่อว่ารูปภาพสวยๆ จากสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีการผ่านการตกแต่งก่อนไม่ใช่ภาพจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ ข้อที่ 3 นักศึกษาสามารถปฏิเสธเนื้อหาจากสื่อ และ สารสนเทศที่ไม่สร้างสรรค์หรือไม่มีประโยชน์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 6 นักศึกษาเชื่อว่าการแต่งกายหล่อเหลาของดาราที่ปรากฏผ่านสื่อสังคมออนไลน์นำไปสู่การสร้างค่านิยมการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ธรรมดา ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ สถานที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

5.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

นักศึกษาที่มีเพศต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม ความตระหนักรู้สังคมออนไลน์ เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ และประเมินสื่อสังคมออนไลน์

นักศึกษาที่มีอายุมีความสัมพันธ์กับ ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ประเมินสื่อสังคมออนไลน์ และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กัน

นักศึกษาที่มีสาขาวิชามีความสัมพันธ์กับ วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ แต่ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ความตระหนักรู้สังคมออนไลน์ เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ประเมินสื่อสังคมออนไลน์ และ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กัน

นักศึกษาที่มีระดับชั้นปีมีความสัมพันธ์กับ เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ความตระหนักรู้สังคมออนไลน์ เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ประเมินสื่อสังคมออนไลน์ และ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กัน

นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม ความตระหนักรู้สังคมออนไลน์ เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ และประเมินสื่อสังคมออนไลน์

นักศึกษาที่มีพักอาศัยไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม ความตระหนักรู้สังคมออนไลน์ เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ และประเมินสื่อสังคมออนไลน์

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา จำแนกตามเพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้น เกรดเฉลี่ย พักอาศัย สามารถอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

5.2.1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

จากผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางประเภท Facebook มากที่สุด การใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ สมาร์ทโฟน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใน 1 สัปดาห์ มากที่สุดคือ 6 วัน ขึ้นไป เข้าใช้เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ การศึกษา ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) เฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง มากที่สุดคือ ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง ในช่วงวันหยุด (เสาร์- อาทิตย์) เฉลี่ยวันละ ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง มากที่สุดคือ นักศึกษามีพฤติกรรมการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา ช่วงเย็น (16.0น. – 19.00น.) มากที่สุด สถานที่เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ บ้าน วัตถุประสงค์ที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น อุปกรณ์ ในการเข้าถึงรวมทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือสัญญาณที่ใช้ในการส่งสื่อสังคมออนไลน์ก็สามารถเข้าถึงกันได้ง่ายรวมทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอยู่แทบทุกบ้านและทุกสถานที่ที่มีให้บริการ ซึ่งทุกคนจะมีสมาร์โฟนหรือแท็บเล็ตเป็นเครื่องมือในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้ง่าย ทุกที่ทุกเวลา และทุกวัน ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลากี่ตามเมื่อมีเวลาว่างนักศึกษาก็เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของโฆษิตธีรชาติและชิตพล ชัยมะดัน (2558) ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้วพบว่า โปรแกรมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้และใช้งานบ่อยที่สุดเป็น Facebook ในแต่ละวันมีการใช้งานเฉลี่ยมากกว่า 2 ชั่วโมงขึ้นไปในช่วงเวลาก่อนเข้านอน ส่วนใหญ่จะเป็นใช้สำหรับการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ และใช้งานจากที่พัก มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อเดือน ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรารณวงศ์และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 7 ปี ขึ้นไปประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุดคือ Line, YouTube, Facebook และไม่เคยใช้ LinkedIn นิสิตส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟนโดยใช้งานทั้งวันและใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 6 โมงเย็นถึง 3 โมง วัตถุประสงค์การใช้เพื่อการเรียนรู้มากกว่าเพื่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งได้แก่ เพื่อทำงานกลุ่ม ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/อาจารย์ ดาวน์โหลดสื่อการสอนและส่งการบ้าน แล้วยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญา หินศรีสุวรรณ (2555) ได้ศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการบันเทิง อวดสถานะส่วนตัว ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ ใช้ในการพักผ่อนเป็นงานอดิเรก ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดและสะดวกที่สุดผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต การเข้า

ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าช่วงเวลาที่เข้าใช้มากที่สุด คือ ช่วงดึก (19.00-24.00 น.) ใช้เวลาในการเข้าใช้ประมาณ 30 นาที และเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกๆ วัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อพัชชา ช่างขวัญยืน (พ.ศ.2561) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวรผลการวิจัยพบว่า 1) นิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ลงทะเบียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุ 19 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้าน/หอพัก ซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปี โดยนิสิตเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง สื่อสังคมออนไลน์ที่นิสิตเข้าใช้งานบ่อย คือ Facebook โดยนิสิตใช้ Smartphone ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความเพลิดเพลินบันเทิง เช่น ดูหนัง, ฟังเพลง, เล่นเกมออนไลน์ 2) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ลงทะเบียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.79$, $SD.= 04$)

5.2.2 การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

จากผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า นักศึกษามีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านที่ 3 การวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ รองลงมาคือ ด้านที่ 4 การประเมินสื่อสังคมออนไลน์ และ ด้านที่ 2 เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านที่ 1 ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ แสดงให้เห็นว่านักศึกษามีทักษะในการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับดี ทั้งนี้จะเป็นเพราะ นักศึกษาที่เรียนในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยวิทยาเขตศรีล้านช้าง เป็นมหาวิทยาลัยที่เน้นทางพระพุทธศาสนา ซึ่งมีรายวิชาที่เป็นทางพระพุทธศาสนา และมีพระสงฆ์ที่เป็นนักศึกษา จึงทำให้นักศึกษามีทักษะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งในกระบวนการของมหาวิทยาลัยได้มีการอบรมใช้สื่อสังคมออนไลน์และมีการบรรยายหรือมอบหมายงานผ่านช่องทางออนไลน์ พร้อมกับนักศึกษามีกิจกรรมในการจัดกิจกรรมที่เป็นออนไลน์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในรายวิชาของแต่ละสาขาวิชาด้วยจึงทำให้นักศึกษาเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของนิลบล รูปหมอก (2561) ได้ศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรี: การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด ผลการศึกษาพบว่า 1. การพัฒนาโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรีประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึง (Access) องค์ประกอบที่ 2 ความเข้าใจสำคัญ (Critical understanding) และ องค์ประกอบ

ที่ 3 การสื่อสาร (Communicate) 2. โมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นใน จังหวัดสุพรรณบุรีที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องของกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. ผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่ศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา (โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่ศึกษาใน โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา พบว่าโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและ สารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีความไม่แปรเปลี่ยนระหว่างสังกัดของโรงเรียนในด้านรูปแบบองค์ประกอบ น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้แต่มีความแปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงภายนอกบนตัวแปรแฝงภายใน ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชัชฎา อัครศรีวร นากาโอเคะ และ กฤษณ์ท แสนทวี (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อดิจิทัลมากที่สุด 3 ลำดับ คือ ดูคลิปวิดีโอ ส่งข้อความพูดคุย เล่นเกมออนไลน์ 2. การตระหนักรู้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกด้านอยู่ในระดับมากแล้วยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภางค์ นันตา (2562) สถานการณ์การใช้สื่อกับการพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเยาวชนจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัย พบว่า สถานการณ์การใช้สื่อของเยาวชนในจังหวัดสุรินทร์ส่วนใหญ่รับชมทีวีต่อวัน 1-2 ชั่วโมง ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน 3 ชั่วโมงขึ้นไป เยาวชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน รับชมทีวีต่อวัน และใช้เครื่องมือในการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน แต่มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือต่อวัน, การใช้ อินเทอร์เน็ตต่อวัน, ระยะเวลาในการคุยโทรศัพท์ต่อวัน, ประเภทของสื่อที่เปิดรับเป็นประจำ, ประเภทของรายการที่เปิดรับ และสาเหตุในการเปิดรับสื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีการรู้เท่าทันสื่อทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงสื่อ ด้านการวิเคราะห์สื่อ ด้านการประเมินสื่อ ด้าน การสร้างสรรค์สื่อให้เกิดประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการ เสริมสร้างและพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อ ผลการวิจัย พบว่า เยาวชนได้ใช้ทักษะการสื่อสารใน ชีวิตประจำวันผนวกกับกิจกรรมการสื่อสารของโรงเรียน เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงสื่อ การ วิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าและสามารถผลิตสื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างสร้างสรรค์ เช่น สื่อ “ละคร สอนน้อง” สื่อ “นักข่าวพลเมืองสุรินทร์” สื่อ “ดีเจวัยใส” สื่อ “โปสเตอร์รณรงค์” และ สื่อ “ละคร พื้นบ้าน” และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกษา มินิล (2558) ได้ศึกษาเรื่องความรู้เท่าทันสื่อและ พฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กพบว่า หลังการอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ผู้เข้าร่วม

การทดลองส่วนใหญ่มีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อมากกว่าก่อนการอบรม แสดงว่าการให้ความรู้การรู้เท่าทันสื่อนั้นทำให้บุคคลมีความรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าเมื่อบุคคลมีความรู้เท่าทันสื่อแล้วก็มีพฤติกรรมความรู้เท่าทันสื่อเพชฌัญญูที่สอดคล้องกับระดับการรู้เท่าทันสื่อ แต่จะไม่เกิดขึ้นพร้อมกันเสมอในทุกกรณี เช่น ในกรณีของผู้เข้าร่วมรับการทดลองที่มีความรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับสูง แต่มีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารในเพชฌัญญูในลักษณะที่ไม่รู้เท่าทันสื่อ ซึ่งกรณีของความไม่สอดคล้องกันเช่นนี้ แสดงให้เห็นว่ามีช่องว่างของความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมความรู้เท่าทันสื่อเพชฌัญญูเกิดขึ้น

5.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

การอภิปรายผู้วิจัยได้ยกประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปราย ดังนี้

นักศึกษาที่มีเพศมีความสัมพันธ์กับ เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้ในทุกเพศทุกวัย จึงทำให้นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเข้าถึงในช่วง เวลาในการเข้าถึงเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีสัมพันธ์กัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักศึกษามีพฤติกรรมการเข้าถึง สื่อสังคมออนไลน์ เวลาในการเข้าถึงเฉลี่ยต่อวันในวันธรรมดา เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันหยุด สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพศมีความสนใจในเนื้อหาและมีเวลา สถานที่ในการเข้าถึงสื่อเหมือนกัน สอดคล้องกับงานวิจัยพรรณิการ์ พุ่มจันทร์และคณะ (2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์ระดับปรีคลินิกของคณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาลพบว่า เพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านความบันเทิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์และเครื่องมือที่ใช้ในการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ชั้นปีต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทางการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์และเครื่องมือที่ใช้ในการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์และเครื่องมือที่ใช้ในการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าใช้จ่ายต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แล้ว

ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศราลงวงศ์และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์พบว่า ตัวแปรเพศและคณะที่สังกัดต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนนิสิตที่เรียนในชั้นปีที่ต่างกันมีการใช้เพื่อการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตไม่แตกต่างกันนอกจากนี้ตัวแปรเพศ คณะและชั้นปีที่ต่างกันมีทัศนคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันตัวแปรทัศนคติกับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของโศภิสุดา วิบูลย์พันธุ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์กับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันร้อยละ 85.4 โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์เฉลี่ย 9.78 ชั่วโมงต่อวัน และในช่วง วันจันทร์-ศุกร์เฉลี่ย 5.61 ชั่วโมงต่อวัน สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ที่ใช้ คือ เพชบุ๊ก ร้อยละ 95.7 รองลงมาคือยูทูป ร้อยละ 86.6 และ ไลน์ ร้อยละ 78.8 ผู้ปกครองมีบทบาทต่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นอยู่ในระดับน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เรื่องเพศ ทั้งการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าสื่อและการสร้างสรรค์สื่ออยู่ในระดับ พอใช้และมีพฤติกรรมทางเพศอยู่ในระดับดี และความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อกับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น พบว่า การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ และการสร้างสรรค์สื่อสัมพันธ์ กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05แต่ไม่พบความสัมพันธ์ ระหว่างการประเมินค่าสื่อกับพฤติกรรมทางเพศ

นักศึกษาที่มีอายุมีความสัมพันธ์กับ เวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่มีอายุมากก็จะมีเวลาเฉลี่ยต่อวัน ในวันธรรมดา ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาที่มีอายุมากมีความจำเป็นต้องมีการสืบค้นงานที่มากขึ้น ซึ่งต้องมีเวลามากขึ้นในการเรียนจึงต้องมีเวลาเพิ่มตามด้วย และเป็นในช่วงสถานการณ์โควิด 19 จึงทำให้ต้องเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสืบค้นทางการศึกษามากขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยแอนนา ปิตวงษการ (2557)ได้ศึกษา การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนตามความคิดเห็นของนักศึกษาปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาการใช้ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1. ด้านพฤติกรรมของนักศึกษาในการใช้สื่อสังคม

ออนไลน์เพื่อการเรียน นักศึกษาใช้สมาร์ทโฟน ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ใช้เวลา 1 ชั่วโมง ช่วง
 ค่าเวลา 18.01–22.00 น. และใช้ที่บ้าน 2. ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อศึกษาข้อมูลการเรียน ใช้
 เพื่อรับข้อมูลเกี่ยวกับตารางสอน โดยใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการศึกษาข้อมูลการเรียน ประโยชน์ที่ได้
 คือ การเรียนของนักศึกษามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ปัญหาที่พบ คือ ต้องได้รับการอนุญาตก่อนการ
 เข้าถึงข้อมูลการเรียนทำให้เกิดความล่าช้าในการใช้งาน 3. ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการ
 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษานักศึกษาปฏิสัมพันธ์กับอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวกับการเขียน
 คำร้องต่างๆ กับอาจารย์ผู้สอนเกี่ยวกับการให้คำแนะนำการจัดทำโครงงาน โดยใช้เฟซบุ๊กเป็นช่อง
 ทางการปฏิสัมพันธ์ ประโยชน์ที่ได้ คือ ช่วยลดช่องว่างระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา ปัญหาที่พบ คือ
 ช่วงเวลาการปฏิสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาไม่ตรงกัน 4. ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการ
 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา เป็นการแบ่งปันความรู้หรือข้อมูลการเรียนกับนักศึกษา
 ด้วยกัน ช่องทางการปฏิสัมพันธ์ คือ เฟซบุ๊ก ประโยชน์ที่ได้ คือ นักศึกษาได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น
 ด้านการเรียน ปัญหาที่พบ คือ ช่วงเวลาการปฏิสัมพันธ์ไม่ตรงกัน และ 5. ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์
 เพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ ใช้เพื่อสืบค้นข้อมูลประกอบกิจกรรมในการทำรายงาน และใช้ ยูทูบ เป็น
 ช่องทาง ประโยชน์ที่ได้ คือ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งเรียนรู้ด้วยตนเอง ปัญหาที่พบ คือ
 การเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้บางครั้งมีความล่าช้า ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชนิษฐา จิตแสง
 (2557) ในบทความเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทัน
 สื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคคล
 และกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้าน
 บุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น
 จากการศึกษาพบว่า การให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเพื่อนและโรงเรียนมีความสัมพันธ์
 เชิงบวกกับความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการ
 ให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของครอบครัวและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
 ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
 เช่นเดียวกันและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของไศริสุตา วิบูลย์พันธุ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์
 ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์กับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันร้อยละ 85.4 โดยใช้สื่อสังคม
 ออนไลน์ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์เฉลี่ย 9.78 ชั่วโมงต่อวัน และในช่วง วันจันทร์-ศุกร์เฉลี่ย 5.61

ชั่วโมงต่อวัน สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ที่ใช้ คือ เฟซบุ๊ก ร้อยละ 95.7 รองลงมาคือยูทูป ร้อยละ 86.6 และ ไลน์ ร้อยละ 78.8 ผู้ปกครองมีบทบาทต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นอยู่ในระดับน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เรื่องเพศ ทั้งการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าสื่อและการสร้างสรรค์สื่ออยู่ในระดับ พอใช้และมีพฤติกรรมทางเพศอยู่ในระดับดี และความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อกับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น พบว่า การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ และการสร้างสรรค์สื่อสัมพันธ์ กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05แต่ไม่พบความสัมพันธ์ ระหว่างการประเมินค่าสื่อกับพฤติกรรมทางเพศ

นักศึกษาที่มีสาขาวิชามีความสัมพันธ์กับเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าสาขาวิชาของนักศึกษาสาขาที่มีข้อกำหนดที่มากกว่าจะทำให้ช่วงเวลาในการเข้าใช้และวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาที่มีสาขาวิชาที่มีความเข้มข้นทางด้านเนื้อหาเช่นในสาขาวิชาทางศึกษาศาสตร์ต้องมีการสืบค้นและรายงานเป็นวิชาที่มีการกำหนดมาตรฐานของครูสภาเข้ามากำหนดด้วยจึงทำให้สาขาวิชาที่มีความสัมพันธ์กับเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยจุฑารัตน์ ศราวณวงศ์และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์พบว่า ตัวแปรเพศและคณะที่สังกัดต่างกันมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนนิสิตที่เรียนในชั้นปีที่ต่างกันมีการใช้เพื่อการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตไม่แตกต่างกันนอกจากนี้ตัวแปรเพศ คณะและชั้นปีที่ต่างกันมีทัศนคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันตัวแปรทัศนคติกับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกษิชา มีนิล (2558) ได้ศึกษาเรื่องความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก พบว่าเมื่อบุคคลมีความรู้เท่าทันสื่อแล้วก็จะมีพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กที่สอดคล้องกับระดับการรู้เท่าทันสื่อ แต่จะไม่เกิดขึ้นพร้อมกันเสมอในทุกกรณี เช่นในกรณีของผู้เข้าร่วมรับการทดลองที่มีความรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับสูง แต่มีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กในลักษณะที่ไม่รู้เท่าทันสื่อ ซึ่งกรณีของความไม่สอดคล้องกันเช่นนี้ แสดงให้เห็นว่ามีช่องว่างของความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กเกิดขึ้น

นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยมากจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลมากกว่านักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยน้อยทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยมากอาจจะ

ใช้เวลาช่วงวันหยุดในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตแสง (2557) ในบทความเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จากการศึกษาพบว่า การให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเพื่อนและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของครอบครัวและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของโสภิสุตา วิบูลย์พันธุ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันร้อยละ 85.4 โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์เฉลี่ย 9.78 ชั่วโมงต่อวัน และในช่วง วันจันทร์-ศุกร์เฉลี่ย 5.61 ชั่วโมงต่อวัน สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ที่ใช้ คือ เฟซบุ๊ก ร้อยละ 95.7 รองลงมาคือยูทูป ร้อยละ 86.6 และ ไลน์ ร้อยละ 78.8 ผู้ปกครองมีบทบาทต่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นอยู่ในระดับน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เรื่องเพศ ทั้งการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าสื่อและการสร้างสรรค์สื่ออยู่ในระดับ พอใช้และมีพฤติกรรมทางเพศอยู่ในระดับดี และความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น พบว่า การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ และการสร้างสรรค์สื่อสัมพันธ์ กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่พบความสัมพันธ์ ระหว่างการประเมินค่าสื่อกับพฤติกรรมทางเพศ

นักศึกษาที่มีพักอาศัยมีความสัมพันธ์กับเวลาเฉลี่ยต่อวันในวันหยุดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่พักอาศัยอยู่บ้านตนเองใช้เวลาเฉลี่ยต่อวันหยุดมากกว่านักศึกษาที่พักอยู่ที่อื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะที่พักอาศัยที่เป็นบ้านของตนเองมีอินเทอร์เน็ตในการเข้าใช้ และสืบค้นข้อมูลต่างๆ จึงทำให้มีการใช้เวลาส่วนนักศึกษาที่พักอยู่สถานที่อื่นที่ไม่ใช่บ้านตนเอง บางแห่งอาจไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ จึงทำให้การสืบค้นหรือการใช้เวลาสืบค้นน้อยกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตแสง (2557) ในบทความเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต และความสัมพันธ์

ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่นจากการศึกษาพบว่า การให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเพื่อนและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของครอบครัวและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของทศไนย สุนทรวิภาต (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้สื่อและพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้องสามารถทำนายปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขต กรุงเทพมหานครได้เป็นอันดับหนึ่งในขณะที่ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองสามารถทำนายปริมาณการ เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอันดับหนึ่ง และการมีแบบอย่างจากเพื่อนสามารถทำนายปริมาณการเปิดรับ สื่ออินเทอร์เน็ตได้เป็นอันดับหนึ่ง นอกจากนี้ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงสามารถทำนายเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครได้เป็น อันดับหนึ่ง และเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครได้เป็นอันดับหนึ่ง

5.2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหาภูมิราชวิทยาลัย วิชาเขตศรีล้านช้าง

การอภิปรายผู้วิจัยได้ยกประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปราย ดังนี้

นักศึกษาที่มีอายุมีความสัมพันธ์กับ ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำแสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีอายุสูงกว่ารู้วิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูล สามารถแยกแยะและเลือกรับข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้ งานสื่อสังคมออนไลน์ การเลือกเว็บไซต์หรือโปรแกรมค้นหาข้อมูลที่เหมาะสม กับที่ตนต้องการได้มากกว่านักศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัย อพัชชา ช่างขวัญยืน (2561) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวรผลการวิจัยพบว่า 1. นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ลงทะเบียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุ 19 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้าน/หอพัก ซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปี โดยนิสิตเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง สื่อสังคมออนไลน์ที่นิสิตเข้าใช้งานบ่อย คือ Facebook โดยนิสิตใช้ Smartphone ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความเพลิดเพลินบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมออนไลน์ 2. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ลงทะเบียน

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, $SD. = 04$) และสอดคล้องกับงานวิจัยชัชวาล อัครศรีวรร นากาโอเคะ และกฤษณ์ท แสนทวี (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อดิจิทัลมากที่สุด 3 ลำดับ คือ ดูคลิปวิดีโอ ส่งข้อความพูดคุย เล่นเกมออนไลน์ 2. การตระหนักถึงทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกด้านอยู่ในระดับมาก 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามรายด้าน คือ 1. ด้านสุขภาวะจากการใช้สื่อออนไลน์ และ 2. ด้านจริยธรรมและสำนึกโดยรวมสามารถร่วมกันอธิบายทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัล ได้ร้อยละ 52 ($R^2 = 0.52$) ส่วนแบ่งรายคุณลักษณะ คือ เรื่อง 1. ควรศึกษาวิธีการป้องกันและการแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ 2. ควรเข้าใจถึงสิทธิ์ของตนเองในการใช้สื่อออนไลน์ และ 3. ควรโพสต์ข้อความอย่างรับผิดชอบ สามารถร่วมกันอธิบายทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 51.9 ($R^2 = 0.519$)

นักศึกษาที่มีสาขาวิชามีความสัมพันธ์กับ วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสาขาวิชาใดที่มีความยากโดยเนื้อหาวิชาและสาขาวิชาที่มีการสร้างความเข้าใจในการใช้สื่อให้กับนักศึกษาทำให้นักศึกษามีความ เข้าใจ แยกแยะข้อเท็จจริงและข้อดีข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ ธรรมชาติและสภาพของความเป็นสื่อสังคมออนไลน์และเข้าใจว่าข้อมูลต่าง ๆ ได้มากกว่าและสามารถนำเสนอสื่อด้วยเจตนาที่ตีมากกว่าซึ่งในกระบวนการทางมหาวิทยาลัยการจัดอบรมและในรายวิชาต่างๆ ได้ปลูกฝังจริยธรรมสอดแทรกในการจัดกิจกรรมด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยชัชวาล อัครศรีวรร นากาโอเคะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน มีจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ 1. การคิดวิจารณ์ญาณ (Critical thinking) เป็นปัจจัยภายในที่มีความสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการรู้ทันสื่อของแกนนำเยาวชน 2. ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ (Media effect awareness) การที่แกนนำเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจถึงผลกระทบของสื่อทำให้สามารถตัดสินใจได้ว่าผลแบบใดที่ต้องการและผลแบบใดที่ควรหลีกเลี่ยง และการตระหนักในผลกระทบของสื่อจะช่วยให้ผู้รับสื่อปกป้องตนเองได้ 3. การรู้เท่าทันตนเอง (Self-awareness) คือ การคิดวิเคราะห์เพื่อพัฒนาตนเองโดยใช้หลักการเชิงพุทธเข้ามาผสมผสาน ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยอุลลิสซา ครุฑะเสน (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน และ ปัจจัยส่งเสริม ทั้งนี้ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน มี 3 ปัจจัย ได้แก่ 1. การคิดวิจารณ์ญาณ 2. ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ และ 3. การรู้เท่าทันตนเอง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรเมือง เป๋ามานะเจริญ จตุพล

ยงศร จักรกฤษณ์ โปณะทอง (2561) การวิเคราะห์องค์ประกอบความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์องค์ประกอบได้ 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. การตระหนักถึงผลกระทบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2. การตรวจสอบความถูกต้องของสื่อสังคมออนไลน์ 3. การแยกแยะข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ 4. การวิเคราะห์เทคนิคการสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์ 5. การรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างผลงานในสื่อสังคมออนไลน์ 6. การรู้ความหมายที่ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ 7. การประเมินคุณค่าที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ 8. การคัดเลือกข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์และ 9. การสร้างสรรค์ผลงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์

นักศึกษาที่มีระดับชั้นปีมีความสัมพันธ์กับ เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาที่มีชั้นปีสูงกว่ามีความสามารถในการเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่เพิ่งเข้ามาเนื่องจากมหาวิทยาลัยมีกระบวนการที่ปลูกฝังคุณธรรมกระบวนการคิดให้กับนักศึกษาทุกชั้นปีและทุกรายวิชาสอดคล้องกับงานวิจัยนิลุบล รูปหมอก (2561) ได้ศึกษาเรื่องความรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรี: การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด ผลการศึกษาพบว่า 1. การพัฒนาโมเดลการวัดความรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรีประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึง (Access) องค์ประกอบที่ 2 ความเข้าใจสำคัญ (Critical understanding) และ องค์ประกอบที่ 3 การสื่อสาร (Communicate) 2. โมเดลการวัดความรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นใน จังหวัดสุพรรณบุรีที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องของกับข้อมูลเชิงประจักษ์และสอดคล้องกับงานวิจัยชนิษฐา จิตแสง (2557) ในบทความเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จากการศึกษาพบว่า การให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเพื่อนและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของครอบครัวและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากผลงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางประเภท Facebook ใช้อุปกรณ์สมาร์ทโฟน ใน 1 สัปดาห์เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 6 วัน เนื้อหาที่สืบค้นส่วนใหญ่เป็นการศึกษา ช่วงวันธรรมดาและวันหยุด ใช้เวลาเฉลี่ยวันละ 5-10 ชั่วโมง ช่วงเวลาในเช้าใช้ส่วนใหญ่เป็นช่วงเย็น (16.00น. – 19.00น.) สถานที่เข้าถึงส่วนใหญ่เป็นบ้านตนเอง และวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้ส่วนใหญ่เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษาดังนั้น อาจารย์และผู้ที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัย ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาทำกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเชิงสร้างสรรค์ มุ่งกิจกรรมที่สามารถพัฒนาทักษะชีวิตและพัฒนาความรู้ความสามารถในการดำรงชีวิตประจำวัน

2. ผลการวิจัยในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษามีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ และ ด้านเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นมหาวิทยาลัยและส่วนที่เกี่ยวข้องควร จัดกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ ให้กับนักศึกษาให้มีระดับการรู้เท่าทันสื่อที่มากขึ้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น ผู้สนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ควรศึกษาดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกมากขึ้นโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสังเกต และวิธีอื่นๆ

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง” มุ่งศึกษาเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยวิทยาเขตศรีล้านช้าง เท่านั้นสมควรมีการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างวิทยาเขตอื่นหรือกลุ่มอื่น

บรรณานุกรม

- กายกาญจน์ เสนแก้ว. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.(2562). ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 563. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). Smart Social Media รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- กันตพล บรรทัดทอง. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกศราพร บำรุงชาติ. (2550). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของนักเรียนช่วงชั้นที่3 สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการคิดอย่างมีวิจารณญาณและระดับการตระหนักรู้ตนเองแตกต่างกัน. ปรินญาณิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เกรวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). การยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลปรินญาณิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ขจรจิต บุณนา. (2555). ความคิดเห็นของวัยรุ่นตอนต้นต่อการรู้เท่าทันสื่อ. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ประจำปี 2555.
- ชนิษฐา จิตแสง. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. วารสารอินฟอร์เมชัน Information ปีที่21(1), มกราคม-มิถุนายน.
- ขวัญชนก กมลสุกจินดา. (2557). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจนเอเรชั่น: กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สและเจนเอเรชั่นวาย.การศึกษาเฉพาะบุคคลปรินญาณิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จินตนา ต้นสุวรรณนนท์และ ปิยะนุช เพียรรัตน์พิมล. (2552) ปัจจัยทางจิตลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ด้วยการนำตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต:กรุงเทพฯ.

- จุฑารัตน์ ศราวนวงศ์และคณะ. (2560). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารบรรณศาสตร์ มศว. 10(2).
- ฉัตรเมือง เฝ้ามานะเจริญ, จตุพล ยงศรี, จักรกฤษณ์ โปณะทอง. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขต กรุงเทพมหานคร.วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม ปีที่ 6(2), ก.ค. - ธ.ค.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7 .กรุงเทพมหานคร. เทพนิรมิต. ชัชฎา
- อัครศรีวร นากาโอเค. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม ปีที่ 7(1), ม.ค. - มิ.ย.
- ณพล ผลากรกุล และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2559). ผลกระทบจากโฆษณาบนเฟซบุ๊ก และแนวทาง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาบนเฟซบุ๊ก. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า ปีที่ 2(1), (มกราคม – เมษายน)
- ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และนุชประภา โมกข์ศาสตร์. (2562). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ เยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย. สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบัน พระปกเกล้า
- โตมร อภิวันทนาก. (2552). คู่มือจัดกระบวนการและกิจกรรมเพื่อพัฒนาเยาวชนรู้เท่าทันสื่อ พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ปิ่นโต พับลิชชิง.
- นัทธทัย อุบล. (2552). แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการคิดวิเคราะห์กับการ รู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาสมุทรปราการ เขต1. ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติ ทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นนทรัฐ ไผ่เจริญ. (2557). การศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network). การศึกษา เฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ทศไนย สุนทรวิภาต. (2557). ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจ พอเพียงกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในกรุงเทพมหานคร. วารสารบรรณศาสตร์ มศว ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน.
- ทิวา โฆษิตธีรชาติและชิตพล ชัยมะดัน. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว. วิทยาลัย บริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

- นภินทร ศิริไทย. (2547). ความรู้เรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพภูมิคุ้มสุขภาพที่ดีสำหรับเด็กและเยาวชนในการพัฒนาองค์ความรู้การเรียนรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ สู่หลักสูตรในระบบและนอกระบบการศึกษาของไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- นิธิดา วิวัฒน์พาณิชย์. (2558). การพัฒนาทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. ปีที่ 9(3), กันยายน – ธันวาคม.แพรวพรรณ
- นิลุบล รูปหมอก (2561). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัด สุพรรณบุรี: การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด . บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2558). เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย = Social network in a networked society. วารสารวิจัย สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ, 8(2), 119-127.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7 . กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญรักษ์ บุญฤชเชตมาลา. (2539). ฐานันดรที่สี่ จากระบบโลกถึงรัฐบาลไทย. กรุงเทพฯ: อมรินทร์วิชาการ.
- บุบผา เมฆศรีทองคำและดนุลดา จามจุรี. (2554). การศึกษาการเรียนรู้เท่าทันสื่อ : วิถีทางในการสร้างพลังการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.31(2),63-69.
- บุหงา ชัยสุวรรณ และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่นอายุระหว่าง 10-19 ปี. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า 1(1).
- ปรัชญา หินศรีสุวรรณ. (2555). รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ คณะวิทยาศาสตร์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปกรณ์ ประจันบาน และอนุชา กอนพวง. (2559). การวิจัยและพัฒนาแบบวัดทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้านการเรียนรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา. พิษณุโลก: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ประวีตร จันทรอัป. (2561). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลก. ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปรีชา วิหคโต. (2532). แนวการศึกษาบุคลิกภาพ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). **ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ: คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ**. กรุงเทพมหานคร: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น.
- พรรณิการ์ พุ่มจันทร์และคณะ. (2558). **พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์ระดับปริคlinikของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล**. เวชบัณฑิตศิริราช 8(1).
- พัชรภา เอื้ออมรวนิช.(2561). **การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์**. สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทส.), ปีที่ 24 ฉบับพิเศษ , 22-30
- แพรวพรรณ อัครประสา. (2557). **แนวคิดและทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ**. ใน **รู้เท่าทันสื่อ**. กรุงเทพมหานคร: โครงการการสร้างร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรและส่งเสริมประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ.
- ระวี แก้วสุโก และชัยรัตน์ จุสาล. (2556). **เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีเฟสบุ๊ค (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน**. Princess of Naradhiwas University Journal, 5(4), 195 – 205.
- ลักขณา สรวิวัฒน์. (2544). **จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ลิขิต กาญจนกรณ. (2525). **พื้นฐานพฤติกรรมมนุษย์**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด. (2551). **การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร**. ปริญญาครุศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิจัยการศึกษา. คณะครุศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศราวณวงศ์ และคณะ. (2560). **พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. วารสารบรรณศาสตร์ มศว. 10(2).
- ศุภางค์ นันทา. (2562). **สถานการณ์การใช้สื่อกับการพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเยาวชนจังหวัดสุรินทร์**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 39(2), เม.ย. – มิ.ย.
- ไศกสุตา วิบูลย์พันธุ์. (2560). **ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี**. วิทยาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการสร้างเสริมสุขภาพ. คณะสาธารณสุขศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สายน้ำผึ้ง รัตนงาม. (2557). **พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก**. วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์ ปีที่ 9(18), กรกฎาคม – ธันวาคม.

- สิตา โพธิพิพิธ. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน
ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ
เฟซบุ๊กแฟนเพจธุรกิจรับปรึกษาและวางแผนจัดงานแต่งงานในเขตกรุงเทพมหานคร.
การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สินี กิตติชนมวรกุล. (2561) พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนจังหวัดสงขลา.
สาขาวิชาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ , มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สุภาณี แก้วมณี. (2547). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตมหาวิทยาลัย,
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุกษา มีนิล. (2558). ความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก. ปริญญานิเทศศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพล พะยอมแย้ม. (2545). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ธรรมเมธี.
- สำนักงานคณะกรรมการการกิจการโทรคมนาคมและกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556). ใจความ
สำคัญและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการควบคุมสื่อของเยอรมนี. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 5
มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก:<http://nbtc.go.th/getattachment/Services/academe/>.
- สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. (2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ
พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร : บริษัทพริกหวานกราฟฟิค จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564). กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- หัสติน แก้ววิชิต.(2559). เอกสารประกอบการสอนรายวิชาพฤติกรรมมนุษย์เพื่อการพัฒนาตน.
สำนักศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตร. (2559) การเปิดรับ ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อ
ดิจิทัลทีวีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์. วารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดิสรณ์ อ้นสงคราม. (2558). ผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียของคนวัยทำงานใน
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อพัชชา ช่างขวัญยืน. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคม
ออนไลน์ ของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศิลปากร ปีที่ 16(1), ม.ค. - มิ.ย.

- อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์. (2554). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์ในมหาวิทยาลัยของรัฐ. ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร/นครปฐม.
- อรอุษา จันทรวีรุจ. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกสุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล .
- อุลิสซา ครุฑะเสน. (2556). แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, 6(3), 276 -285.
- อัคคะประสา. (2557). แนวคิดและทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ ใน “รู้เท่าทันสื่อ”. กรุงเทพฯ: สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไธรัตน์. (2540). การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เอมิกา เหมมินทร์. (2556). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- แอนนา ปิติวงการ. (2557). การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนตามความคิดเห็นของนักศึกษาปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี. ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา), มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- King, L. A. (2011). *The Science of Psychology*. (2nd ed.). New York: McGraw Hill.
- Nevid, J. S. (2012). *An Introduction to Psychology*. (4th ed.). Connecticut: WADSWORTH CENGAGE Learning.
- Sahin Cengiz. *The Predictive Level of Social Media Addiction for Life Satisfaction: A Study on University Students*. Turkish Online Journal of Educational Technology - TOJET, v16 n4 p120-125 Oct 2017
- Gentile, Douglas A. et al., *Do You See What I See? Parent and Child Reports of Parental Monitoring of Media*. Family Relations, v61 n3 p470-487 Jul 2012

ภาคผนวก

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง โทร. ๐-๔๒๘๓-๐๔๓๔

ที่ อว ๗๙๑๘(๒)/ ว๒๗๐ วันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เจริญพร รองศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์อร สดเอี่ยม

ด้วย นางสาวกรรณิกา ไวโสภา และคณะ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้รับอนุมัติให้ทำโครงการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง”

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้พิจารณาแล้วว่าท่านเป็น บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ จึงใคร่ขอเชิญท่านรองศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์อร สดเอี่ยม เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยดังกล่าว ตามรายละเอียดโครงการวิจัยและเครื่องมือวิจัยที่แนบมาพร้อมนี้แล้ว และส่ง เครื่องมือวิจัยกลับคืนภายในวันที่ ๑๖ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

จึงเจริญพรมมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย

(พระครูพิสุทธิธรรมารักษ์)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง, รก.



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง โทร. ๐-๔๒๘๓-๐๔๓๔

ที่ อว ๗๙๑๘(๒)/ ว๒๗๐

วันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน พระมหาจักรพล สิริธโร,ดร.

ด้วย นางสาวกรรณิกา ไวโสภา และคณะ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้รับอนุมัติให้ทำโครงการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง”

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้พิจารณาแล้วว่าท่านเป็น บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ จึงใคร่ขอเชิญท่านพระมหาจักรพล สิริธโร,ดร. เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ วิจัยดังกล่าว ตามรายละเอียดโครงการวิจัยและเครื่องมือวิจัยที่แนบมาพร้อมนี้แล้ว และส่งเครื่องมือวิจัยกลับคืน ภายในวันที่ ๑๖ เดือน ตุลาคม พ.ศ ๒๕๖๔

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย

(พระครูพิสุทธิธรรมารักษ์)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง, รก.



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง โทร. ๐-๔๒๘๓-๐๔๓๔

ที่ อว ๗๙๑๘(๒)/ ๖๒๗๐

วันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เจริญพร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชิณพงศ์ ศรีจันทร์

ด้วย นางสาวกรรณิกา ไวโสภา และคณะ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้รับอนุมัติให้ทำโครงการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง”

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้พิจารณาแล้วว่าท่านเป็น บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ จึงใคร่ขอเชิญท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชิณพงศ์ ศรีจันทร์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยดังกล่าว ตามรายละเอียดโครงการวิจัยและเครื่องมือวิจัยที่แนบมาพร้อมนี้แล้ว และส่ง เครื่องมือวิจัยกลับคืนภายในวันที่ ๑๖ เดือน ตุลาคม พ.ศ ๒๕๖๔

จึงเจริญพรมมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย

(พระครูพิสุทธิธรรมาภรณ์)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง, รก.



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง โทร. ๐-๔๒๘๓-๐๔๓๔

ที่ อว ๗๙๑๘(๒)/ ว๒๗๐

วันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เจริญพร รองศาสตราจารย์ ดร. บุญช่วย ศิริเกษ

ด้วย นางสาวกรรณิกา ไวโสภา และคณะ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้รับอนุมัติให้ทำโครงการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง”

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้พิจารณาแล้วว่าท่านเป็น บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ จึงใคร่ขอเชิญท่านรองศาสตราจารย์ ดร. บุญช่วย ศิริเกษ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยดังกล่าว ตามรายละเอียดโครงการวิจัยและเครื่องมือวิจัยที่แนบมาพร้อมนี้แล้ว และส่ง เครื่องมือวิจัยกลับคืนภายในวันที่ ๑๖ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

จึงเจริญพรมมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย

(พระครูพิสุทธิธรรมารักษ์)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง, รก.



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง โทร. ๐-๔๒๘๓-๐๔๓๔

ที่ อว ๗๙๑๘(๒)/ ๖๒๗๐

วันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน พระมหาวัฒนา สूरจิตโต,ดร.

ด้วย นางสาวกรรณิกา ไวโสภา และคณะ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้รับอนุมัติให้ทำโครงการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง”

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ได้พิจารณาแล้วว่าท่านเป็น บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ จึงใคร่ขอเชิญท่านพระมหาวัฒนา สूरจิตโต,ดร.เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ วิจัยดังกล่าว ตามรายละเอียดโครงการวิจัยและเครื่องมือวิจัยที่แนบมาพร้อมนี้แล้ว และส่งเครื่องมือวิจัยกลับคืน ภายในวันที่ ๑๖ เดือน ตุลาคม พ.ศ ๒๕๖๔

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย

(พระครูพิสุทธิธรรมาภรณ์)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยศาสนศาสตร์ วิทยาเขตศรีล้านช้าง, รก.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

แบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 4 ตอน คือ

1. ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป
2. ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
3. ข้อคำถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ขอความร่วมมือนักศึกษาให้ข้อมูล โดยตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง ที่เกิดขึ้นกับนักศึกษามากที่สุด ทั้งนี้ข้อมูลของนักศึกษาจะไม่ถูกนำมาเปิดเผยเป็นรายบุคคล และไม่มีผลกระทบต่อการเรียนแต่ประการใด

ขอขอบคุณนักศึกษาที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามครั้งนี้อย่างยิ่ง

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ หรือเติมคำลงในช่องว่างที่กำหนดให้ ตามความเป็นจริง และกรุณาตอบคำถามทุกข้อ มิฉะนั้นจะถือว่าแบบสอบถามชุดนี้ไม่สมบูรณ์และนำไปใช้ไม่ได้

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุปี
3. สาขาวิชา ☐ สาขาพุทธศาสตร์ศึกษา ☐ สาขาการสอนภาษาไทย
☐ สาขาการสอนสังคม ☐ สาขาการสอนภาษาอังกฤษ ☐ การปกครอง
4. ระดับชั้นปี ☐ ปีที่1 ☐ ปีที่2 ☐ ปีที่3 ☐ ปีที่4
5. เกรดเฉลี่ยสะสม.....
6. พักอาศัยอยู่กับ ☐ บิดามารดา ☐ญาติพี่น้อง ☐เพื่อน ☐หอพัก
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

คำชี้แจง : โปรด ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หรือเติมคำลงในช่องว่างที่เห็นว่าตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด

- ปัจจุบันท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางใดบ้าง
☐ Facebook ☐ twitter ☐ youtube ☐ line
☐ Instagram ☐ อื่นๆ
- อุปกรณ์ที่ท่านใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์
☐ คอมพิวเตอร์ ซีพี ☐ คอมพิวเตอร์พกพา ☐ สมาร์ทโฟน
☐ แท็บเล็ต ☐ อื่นๆ โปรดระบุ
- เนื้อหาที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์
☐ บันเทิง ☐ การศึกษา ☐ ข่าวสาร ☐ ธุรกิจ
☐ การเมือง ☐ สาธารณสุข ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- ใน 1 สัปดาห์ ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์กี่วัน
- ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยวันละ ชั่วโมง
- ในวันหยุด (เสาร์- อาทิตย์) ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยวันละ ชั่วโมง
- ช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด
☐ ช่วงเช้า (06.01น. – 10.00 น.) ☐ ช่วงกลางวัน (10.01น.- 14.00 น.)
☐ ช่วงเย็น (16.0น. – 19.00น.) ☐ ช่วงกลางคืน (19.01น. – 24.00น.)
☐ ช่วงหลังเที่ยงคืน (00.01น. - 5.00น.)
- สถานที่ที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ บ้านตนเอง ☐ บ้านเพื่อน ☐ มหาวิทยาลัย
☐ ร้านอินเทอร์เน็ต ☐ สถานที่อื่นๆ โปรดระบุ.....
- วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์
☐ เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา ☐ เพื่อความบันเทิง
☐ เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ ☐ เพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ
☐ อื่นๆ

ตอนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์

ข้อคำชี้แจง : โปรดอ่านข้อความที่ให้ไว้ที่ละข้อ แล้วพิจารณาว่าข้อความนี้ตรงกับความรู้สึก ความคิด และการปฏิบัติของท่านมากน้อยเพียงใด โดยกา เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง “มากที่สุด” “มาก” “ปานกลาง” “น้อย” “น้อยที่สุด” เพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ

องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ	ระดับการตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์					
1. นักศึกษาเข้าถึงข้อมูล สื่อสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ ได้ง่ายจากหลากหลายแห่ง เช่นจาก อินเทอร์เน็ต ห้องสมุด ฯลฯ					
2. นักศึกษาสืบค้นข้อมูลที่อาจารย์มอบหมายจากสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายประเภท					
3. นักศึกษารู้เทคนิคในการสืบค้นข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ					
4. นักศึกษาใช้คำสำคัญ (Key word) ในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์					
5. เมื่อได้รับมอบหมายให้ทำรายงานนักศึกษาจะลอกเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์แหล่งเดียวส่งอาจารย์					
6. นักศึกษาค้นข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ในช่องทางที่ง่าย					
7. นักศึกษาติดตามข่าวโควิด 19 จากสื่อสังคมออนไลน์เพียงแหล่งเดียว เพื่อรับฟังความเคลื่อนไหวของข่าวโควิด					
8. นักศึกษารู้แหล่งที่มาในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์					
9. นักศึกษารู้วัตถุประสงค์ที่แน่นอนในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์					
10. นักศึกษาแยกแยะได้ว่าสิ่งใดที่ตนเองรู้ และ สิ่งใดที่ตนเองไม่รู้ โดยสามารถค้นหาเนื้อหาที่ตนเองต้องการหรือไม่รู้ ในสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม					

องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ	ระดับความเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์					
1. นักศึกษาเข้าใจเป้าหมายเบื้องหลังของเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์ที่ต้องการโน้มน้าว จูงใจ ให้ผู้อ่านคล้อยตาม					
2. นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ที่แสดงถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ที่อาจมีโอกาสไม่เป็นความจริง					
3. นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ที่แสดงถึงยุคสมัยหรือวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน (ไลฟ์สไตล์)					
4. นักศึกษารู้จักที่มาของแหล่งข่าว เจ้าของหรือผู้สร้างเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์					
5. นักศึกษาสามารถคัดกรองแบ่งประเภทเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ ให้เหมาะสมกับความต้องการของตน					
6. นักศึกษาอธิบาย ได้ว่าสิ่งใดคือข้อเท็จจริง ของสื่อสังคมออนไลน์					
7. นักศึกษาอธิบาย ทบทวนผลดีและผลเสียของสื่อสังคมออนไลน์นั้นที่มีต่อตนเองและผู้อื่น					
8. นักศึกษารู้และเข้าใจเนื้อหาที่สื่อสังคมออนไลน์ การนำเสนอ หรือแฝงมาในลักษณะต่าง ๆ					
9. นักศึกษาว่าสื่อสังคมออนไลน์เชื่อถือได้					
10. นักศึกษาว่าสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาของสังคม					

องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ	ระดับการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์					
1. นักศึกษาเปิดรับข่าวสารจากหลายๆ ประเภท เพื่อทำการเปรียบเทียบโดยไม่เชื่อข้อมูลจากสื่อเพียงแหล่งเดียว					
2. นักศึกษาสามารถแยกแยะได้ว่าข้อมูลใดเป็นข้อมูลที่มีโฆษณาแฝง					
สถานการณ์ที่ 1 สำหรับข้อ 6-9 นักศึกษาเล่นเฟซบุ๊ก แล้วเพื่อนได้แชร์ โฆษณาวีดิโอเล่นเกมสที่เล่นแล้วได้ค่าตอบแทนที่หน้าเฟซบุ๊ก นักศึกษามีความคิดเห็นว่าอย่างไร					
3. นักศึกษาคิดว่าไม่ควรเปิดดูโฆษณาวีดิโอเล่นเกมสแล้วได้ค่าตอบแทนจากเพื่อน					
4. นักศึกษาคิดว่าโฆษณาเล่นเกมสแล้วได้ค่าตอบแทนจากเพื่อนนั้น มีความน่าสนใจ ต้องรีบกดเล่นเลย					
5. นักศึกษาคิดว่าเฟซบุ๊กไม่ควรมีโฆษณาวีดิโอเล่นเกมสแล้วได้ค่าตอบแทนแบบนี้ ไม่น่าเชื่อถือ					
6. นักศึกษาคิดว่าเพื่อนอาจมีเหตุผลที่แชร์โฆษณาวีดิโอมา ควรเปิดดูเพื่อทำความเข้าใจ					
สถานการณ์ที่ 2 สำหรับข้อ 10-12 หากเพื่อนในกลุ่มไลน์ของนักศึกษา ขวนกันถ่ายภาพ หรือวีดิโอแชทซี่ โซว สัตส่วน หรือเต้นแชทซี่โซว กันในกลุ่มไลน์ เพื่อแลกเปลี่ยนดูสนุกๆ นักศึกษามีความคิดเห็นว่าอย่างไร					
7. นักศึกษาคิดว่าการโซวแชทซี่ลงในสื่อสังคมออนไลน์เป็นเรื่องปกติ ใคร ๆ ก็ทำกัน					
8. นักศึกษาคิดว่าการแต่งตัวโซวสัตส่วนหรือเต้นแชทซี่ แชร์ในกลุ่มเพื่อนกันเองไม่เป็นไรเพราะไม่มี คนอื่นเห็น					
9. คิดว่าไม่ควรถ่ายภาพหรือวีดิโอแชทซี่หรือ เต้นแชทซี่ส่งให้เพื่อน เพราะภาพหรือวีดิโออาจ หลุด เพราะเพื่อนสามารถส่งต่อให้คนอื่นดูได้					

องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ	ระดับการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. วิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์(ต่อ)					
สถานการณ์ที่ 3 สำหรับข้อ 13และ14 มีคนต่างชาติมาขอเป็นเพื่อนผ่านทางเฟซบุ๊ก และเมื่อคุยกันได้ครบ 1 สัปดาห์ คนนั้นก็ขอเป็นแฟนและจะฝากของมีค่ามาให้ ท่านมีความคิดเห็นว่อย่างไร					
10. นักศึกษาคิดว่าคนต่างชาติในเฟซบุ๊ก ยังไม่น่าไว้วางใจ ไม่เคยเห็นหน้าตา					
11. นักศึกษาคิดว่าไม่เห็นแปลกอะไรที่คุยกับ เพื่อนต่างชาติ เพราะเป็นเรื่องธรรมดาที่จะมี เพื่อนใหม่ ทางเฟซบุ๊ก					
องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ	ระดับการประเมินสื่อสังคมออนไลน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. การประเมินสื่อสังคมออนไลน์					
1. นักศึกษาสามารถตัดสินความถูกต้องเหมาะสม ของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับ					
2. นักศึกษาสามารถตัดสินคุณภาพ ของสื่อสังคม ออนไลน์ที่ได้รับ					
3. นักศึกษาสามารถปฏิเสธเนื้อหาจากสื่อ และ สารสนเทศที่ไม่สร้างสรรค์หรือไม่มีประโยชน์ได้					
4. นักศึกษาใช้ประสบการณ์เดิมในการตัดสิน ความ ถูกต้องเหมาะสมของสื่อสังคมออนไลน์					
5. นักศึกษาเชื่อว่าการเล่นเกมออนไลน์ไม่มีความ รุนแรง ไม่ทำให้เกิดความก้าวร้าว					
6. นักศึกษาเชื่อว่าการแต่งกายล่อแหลมของ ดาราที่ปรากฏผ่านสื่อสังคมออนไลน์นำไปสู่การ สร้างค่านิยมการแต่งกายเลียนแบบ					
7. นักศึกษาเชื่อว่าการรับชมสื่อลามกผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ เป็นประจำสามารถยั่วยุให้เกิด ปัญหาพฤติกรรมทางเพศ					

องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ	ระดับการประเมินสื่อสังคมออนไลน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. การประเมินสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อ)					
8. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลประกอบการเรียนการรู้					
9. เมื่อเจอข้อมูล ข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาจะคิดไตร่ตรองก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อหรือปฏิบัติตาม					
10. นักศึกษาเชื่อว่ารูปภาพสวยๆ จากสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีการผ่านการตกแต่งก่อนไม่ใช่ภาพจริง					

ตอนที่ 4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

.....

.....

.....

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

.....

.....

.....

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูล



ที่ จว. ๐๕๗/๒๕๖๔

เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการทำวิจัยในคน
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

๑. ชื่อโครงการวิจัย

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย
วิทยาเขตศรีล้านช้าง

TITLE : SOCIAL MEDIA BEHAVIOR AND LITERACY OF STUDENTS FROM MAHAMAKUT
BUDDHIST UNIVERSITY, SRI LANCHANG CAMPUS

๒. ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย

นางสาวกรรณิกา ไวโสภา

๓. ผลการพิจารณาของคณะกรรมการจริยธรรมการทำวิจัยในคน

คณะกรรมการจริยธรรมการทำวิจัยในคน สถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ ๖/๒๕๖๔ วันที่ ๒๖ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ มติที่ ๕/๒๕๖๔ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าโครงการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของจริยธรรมการทำวิจัยในคน โดยที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ และไม่ก่อให้เกิดภัยอันตรายแก่ตัวผู้วิจัย กลุ่มตัวอย่างและผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงการวิจัยที่เสนอได้ ตั้งแต่วันที่ออกเอกสารรับรองผลการพิจารณาการทำวิจัยในคนฉบับนี้ จนถึงวันที่ ๒๖ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ออกให้ ณ วันที่ ๒๖ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

ลงนาม

(พระมหาสมณรินทร์ วิสุทโธ, ผ.ศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการทำวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ	นางสาวกรรณิกา ไวโสภา
ตำแหน่ง	อาจารย์
ประวัติการศึกษา	ปริญญาเอก สาขาวิจัย วัดผล และสถิติการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2560 ปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2542 ปริญญาตรี สาขาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พ.ศ. 2540
ประวัติการทำงาน	- พ.ศ.2563-ปัจจุบัน - คณะกรรมการประจำวิทยาเขต และ คณะกรรมการหลักสูตรดุสิตบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารการศึกษา - พ.ศ.2543-ปัจจุบัน - อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราช วิทยาลัย - พ.ศ.2542 - อาจารย์จ้าง มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผลงานวิชาการ	1. บทความวิชาการเรื่อง Four Noble Truths : Path Leading to Cessation of Suffering 2. บทความวิจัย Development of 21st Century Administrative Skills of School Principals (Development of 21st Century Administrative Skills of School Principals (neuroquantology.com) 3. บทความวิจัยเรื่อง การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ เรื่องบทประยุกต์ ชั้น ประถมศึกษาปีที่ 5 4. บทความวิจัยเรื่อง ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิชาวัฒนธรรมและ เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา โดยการบูรณาการการใช้TPACK Model ของนักศึกษาสาขาการสอนสังคมศึกษา
สถานที่ทำงาน ปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง อ.เมือง จ. เลย

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ	นางสาวพรพิมล เพ็ญประภา
ตำแหน่ง	อาจารย์
ประวัติการศึกษา	ปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2562 ปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2556
ประวัติการทำงาน	- พ.ศ.2563-ปัจจุบัน - อาจารย์สาขาวิชาการสอนภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง - พ.ศ.2558 -ครูสอนวิชาภาษาไทยระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนการกุศล วัดหนองแวง อำเภอมือเมือง จังหวัดขอนแก่น - พ.ศ.2556 - ครูสอนวิชาภาษาไทยระดับประถมศึกษา-มัธยมศึกษา โรงเรียนมณีอนุสรณ์ศึกษา อำเภอมือเมือง จังหวัดขอนแก่น
ผลงานวิชาการ	1. พรพิมล เพ็ญประภา และกิตติยา คุณารักษ์. (2563). เรื่องเล่า พระพุทธเจ้าผจญมารในสื่อร่วมสมัย: การสืบทอดขนบวรรณคดีคำสอน. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2563) น. 765 – 778 (TCI กลุ่มที่ 2) 2. งานวิจัย การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา ED1014 หลัก ภาษาไทย โดยใช้โครงงานเป็นฐาน ตามกรอบแนวคิดการเรียนรู้ใน ศตวรรษที่ 21 3. กลวิธีการประพันธ์และแนวคิดในกวีนิพนธ์ของสุวทมน โภกขุ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง อ.เมือง จ.เลย

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ	นายมานิช นันทพรม
ตำแหน่ง	อาจารย์
ประวัติการศึกษา	ปริญญาโท สาขาวิจัยและประเมินผลทางการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เลย พ.ศ. 2562 ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย พ.ศ. 2554 ปริญญาตรี สาขาการสอนภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย พ.ศ. 2561 ปริญญาตรี สาขาการสอนภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราช วิทยาลัย พ.ศ. 2554
ประวัติการทำงาน	- พ.ศ.2563-ปัจจุบัน - อาจารย์สาขาวิชาการสอนภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง - พ.ศ.2561 - ตัวเตอรื สอนวิชาภาษาไทย สถาบันกวดวิชา ดาร์โน จังหวัดเลย - พ.ศ.2555 - ครูสอนวิชาภาษาไทยและวิชาภาษาอังกฤษระดับ มัธยมศึกษา โรงเรียนการกุศลหลวงปู่ศรีจันทร์วันฉัตรโก จังหวัดเลย - พ.ศ.2554 - ครูสอนวิชาภาษาไทยระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนมหาไถ่ ศึกษาเลย จังหวัดเลย
ผลงานวิชาการ	1. กิตติยา คุณารักษ์, มานิช นันทพรม. (2565). กลวิธีการประพันธ์และ แนวคิดพุทธศาสนาในนวนิยายประยุกต์อิงหลักธรรม เรื่อง “รักอันตราย” ของนรรัตน์ รักดี. วารสารศรีล้านช้างปริทรรศน์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 น. 119- 131 2. งานวิจัย การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา ED1014 หลัก ภาษาไทย โดยใช้โครงงานเป็นฐาน ตามกรอบแนวคิดการเรียนรู้ใน ศตวรรษที่ 21 3. กลวิธีการประพันธ์และแนวคิดในกวีนิพนธ์ของสุวพัฒน์ ภิภุ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง อ.เมือง จ.เลย

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ	นางสาวประณิศา จันทระประพันธ์
ตำแหน่ง	อาจารย์
ประวัติการศึกษา	ปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2562 ปริญญาตรี สาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี พ.ศ. 2557
ประวัติการทำงาน	- พ.ศ.2563-ปัจจุบัน - อาจารย์สาขาวิชาการสอนภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง
ผลงานวิชาการ	1. เพ็ญประภา เหล่าทะนันท และประณิศา จันทระประพันธ์. (2565). กลวิธีการนำเสนอความเป็นจีนใน นวนิยายเรื่อง “ไชน่ามูน”. วารสารศึกษาศาสตร์ มมร, 10(2). 100-109. 2. กิตติยา คุณารักษ์, ประณิศา จันทระประพันธ์ และพระรชต กตปุญโญ (มาตerson). (2564). อำนาจผี บารมีพุทธ: พื้นที่ความเชื่อเชิงอุดมการณ์ทางศาสนาในนวนิยายจินตนิมิต เรื่อง “มิติที่สาม” . วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์, 6(2), 118-130. 3. อ้อมทิพย์ มาลีสัย และประณิศา จันทระประพันธ์. (2563). กลวิธีทางภาษาในการสร้างความซับซ้อนในเพลงกลอนอีสาน จอนฟอน, มนุษย์กับสังคม, ปีที่5 ฉบับที่2 (มกราคม 2563-มิถุนายน 2563) 4. กิตติยา คุณารักษ์, ประณิศา จันทระประพันธ์, และบัญชา ธรรมบุตร. (2564). คำบาลีสันสกฤตในนิทานท้องถิ่นอีสานเรื่อง “ตำนานผาแดง-นางไอ่”. วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร, 5(3), 233-242. 5. งานวิจัย การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา ED1014 หลักภาษาไทย โดยใช้โครงงานเป็นฐาน ตามกรอบแนวคิดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 6. งานวิจัย กลวิธีการประพันธ์และแนวคิดในกวีนิพนธ์ของสุวทมน โภกขุ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง อ.เมือง จ.เลย