

พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง
Social media behavior and literacy of students from Mahamakut Buddhist
university, Srilanchang campus

กรรณิกา ไวโสภา

kunnika vaisopha

ชื่อนารมณ จันทรพิณจิรัตน์

Chuenarrom Chanpinicharat

มานิช นันทพรหม

Manoch Nantaprom

พรพิมล เพ็ญประภา

Pornpimol Pengprapha

ประณิตา จันทรประพันธ์

Pranita Chantarapraphan

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

Mahamakut Buddhist University, Srilanchang Campus

Email: Kunnikav@gmail.com

(Received: November 24, 2022/ Revised: June 15, 2023/ Accepted: July 7, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษา 2) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยวิทยาเขตศรีล้านช้าง จำนวน 148 รูป/คน ใช้วิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาในรูปของจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 21ปี ศึกษาอยู่สาขาวิชาการปกครอง ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่1 มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00-3.50 และพักอาศัยอยู่กับ บิดา มารดา
2. นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางประเภท เฟสบุ๊ก ใช้อุปกรณ์สมาร์ตโฟน ใน 1 สัปดาห์เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า6วัน เนื้อหาที่สืบค้นส่วนใหญ่เป็นการศึกษา ช่วงวันธรรมดา และวันหยุด ใช้เวลาเฉลี่ยวันละ 5-10 ชั่วโมง ช่วงเวลาในเข้าใช้ส่วนใหญ่เป็นช่วงเย็น (16.00น. –19.00น.) สถานที่เข้าถึงส่วนใหญ่เป็นบ้านตนเอง และวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้ส่วนใหญ่เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา
3. นักศึกษามีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ และ ด้านเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: พฤติกรรม; การรู้เท่าทันสื่อ; 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 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.

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.

Keyword: Behavior; Media Literacy; social media



1. บทนำ

สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงส่งผลกระทบต่อประเทศไทยที่จะต้องพัฒนาให้ทันกับสถานการณ์โลก ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กล่าวถึงการเตรียมพร้อมด้านกำลังคนและการเสริมสร้างศักยภาพของประชากรในทุกช่วงวัย ภายใต้เงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยในด้านหนึ่งที่สำคัญได้กล่าวถึงการเตรียมความพร้อมของกำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนแปลงโลกในอนาคตอย่างสำคัญ ฉะนั้นในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของคน ต้องเน้นการพัฒนาทักษะที่เหมาะสมในแต่ละช่วงของวัยเพื่อวางรากฐานให้เป็นคนมีคุณภาพในอนาคต การพัฒนาทักษะสอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงานและทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ของคนไทยในแต่ละช่วงวัยตามความเหมาะสม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560: 1) พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กำหนดความมุ่งหมายไว้ใน “มาตรา 6 การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตสามารถอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข” คนที่มีความสมบูรณ์ดังกล่าว คือคนที่ชาติต้องการ ดังพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช ตอนหนึ่งว่า “...การศึกษาเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการพัฒนาความรู้ ความคิด ความประพฤติ ทศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมของบุคคลเพื่อให้เป็นพลเมืองดี มีคุณภาพและประสิทธิภาพ การพัฒนาประเทศชาติก็ย่อมทำได้โดยสะดวกราบรื่น ได้ผลที่แน่นอนและรวดเร็ว ...” (พระบรมราโชวาท พระราชทานแก่ครูใหญ่โรงเรียนและนักเรียนที่ได้รับพระราชทานรางวัลตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการประจำปีการศึกษา 2519 ณ ศาลาดุสิดาลัย วันที่ 22 กรกฎาคม 2520) (สำนักคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2549: 10)

จากคำกล่าวข้างต้นเห็นว่าการศึกษามีความสำคัญในการพัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ แต่ความเป็นจริงในสถานการณ์ปัจจุบัน มีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทางด้านวัตถุ แต่เกิดความเสื่อมทางด้านจิตใจ ค่านิยมและสังคมคนไทยความประพฤติการปฏิบัติที่แสดงถึงความเสื่อมหลายประการ และในยุคนี้มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาการและเทคโนโลยีต่างๆ ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมเป็นอย่างมาก สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม วัฒนธรรม ทศนคติ ความเชื่อ และการปฏิบัติตนและต่อสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคมจากสื่อที่ปรากฏขึ้นทั้งข้อมูลข่าวสารที่ผ่านสื่อเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ และที่เป็นสื่อโซเชียลมีเดีย ต่างๆ ที่ทุกคนสามารถรับรู้ได้ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งทำให้ประชาชนไม่ทันได้ตระหนักและระวังการเสพสื่อต่างๆ ที่กระทบมาทำให้มีความชัดเจนว่าสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นสื่อหลักของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งอย่างไรก็ตามการเสพข้อมูลข่าวสารของคนดังที่ นภินทร ศิริไทย (2547) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเสพสื่อของคนไทยในปัจจุบันว่า สังคมไทยเป็นสังคมขาดภูมิคุ้มกันในการเสพสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งจะถือเอาหรือเชื่อตามสิ่งที่สื่อได้นำเสนอไว้ และถือว่าสิ่งที่สื่อเสนอไว้นั้นถูกต้องและเหมาะสม โดยไม่ได้ใช้กระบวนการคิดไตร่ตรองใด ๆ ไม่มีข้อโต้แย้งสงสัยจากข้อมูล หรือตั้งข้อคำถามต่อสิ่งที่เสพมา จะเห็นได้ว่า การเสพ หรือการรับสื่อนั้นจะส่งผลกระทบต่ออารมณ์ ความรู้สึก ความคิดและพฤติกรรมของผู้รับสื่อ ทำให้เกิดพฤติกรรมที่สะท้อนให้เห็นจากการรับข้อมูลจากสื่อนั้นอย่างขาดสติ และพฤติกรรมที่เรียนแบบจากการเสพสื่อที่เป็นผลของสื่อที่ปรากฏในปัจจุบันคือ การถูกยั่วยุ ส่งเสริมพฤติกรรมรุนแรง มั่วสุม และหมกมุ่นอยู่กับสิ่งที่เป็อันตราย บั่นทอนสุขภาพทางจิตใจ เป็นต้น จากการสำรวจของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้สำรวจอินเทอร์เน็ตกับ Lifestyle ของคนไทยที่เปลี่ยนไปพบว่า สัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นกว่า ร้อยละ 70 ซึ่งยังพบว่าการใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2562 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ต เฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 22 นาที พบว่า ชั่วโมงการใช้นี้มากที่สุดในรอบ 5 ปี คือ Gen Y ที่มีอายุ ระหว่าง 19-38 ปี อาชีพที่



ใช้เน็ตมากที่สุดเป็นอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา เฉลี่ยต่อวัน 10 ชั่วโมง 50 นาที ส่วนพื้นที่ใช้อินเตอร์เน็ตมากที่สุดคือภาคเหนือ เฉลี่ย 10 ชั่วโมง 31 นาที รองมาเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 10 ชั่วโมง 28 นาที และกิจกรรมใช้ Social Media ครองอันดับหนึ่ง 7ปีซ้อน ในกิจกรรมออนไลน์ยอดฮิตมากถึง ร้อยละ 91.2 ดูหนังฟังเพลงเป็นอันดับ 2 ร้อยละ 71.2 ส่วนการอ่านหนังสือออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 57.1 ใกล้เคียงกับการซื้อสินค้าและบริการ ร้อยละ 57.0 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2562: ออนไลน์)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาการบริโภคนิยมในสังคมไทยโดยเฉพาะในกลุ่มของนักเรียน/นักศึกษา เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีบริการหลากหลาย จึงทำให้เกิด การเลียนแบบ อยากได้ อยากมี อยากเป็น ต้องการมีหน้ามีตา ชอบความสะดวกสบาย ปัจจัยเหล่านี้กระตุ้นให้นักเรียน/นักศึกษาเกิดความต้องการ คล้อยตามกระแสสังคม ตกเป็นเหยื่อของการบริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีการโฆษณาผ่านสื่อที่มุ่งหวังกำไรจากผู้บริโภคเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญการรับรู้สื่อที่เข้ามาทางประสาทสัมผัสส่งผลให้ผู้บริโภคหรือผู้ที่รับรู้สื่อ มีปฏิกิริยาโต้ตอบ ทั้งที่อาจจะตอบสนองหรือ ชัดแย้งก็ได้แต่ถ้าสื่อนั้นเป็นสื่อที่กระตุ้นความอยากในการบริโภคของบุคคล จึงควรใช้ปัญญาระดับความเข้าใจว่า กามสุขคือความทุกข์ การบริโภคในระดับกามสุขหรือที่เรียกว่า ความต้องการ (want) หรือจะเรียกให้ตรงความหมายแบบพุทธ คือ การบริโภคอันเกิดจากตัณหา การบริโภคในลักษณะเป็นการตอบสนองตัณหาจึงไม่มีความจำเป็นการบริโภคเป็นไปเพื่อบำบัดความจำเป็นทางเสรีภาพเป็นหลักก็ถือว่าเป็นการบริโภคที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเป็นการบริโภคเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงประเด็น ทั้งนี้เป้าหมายสูงสุดของมนุษย์คือการมีความสุขโดยปราศจากความทุกข์ หรือบรรลุสภาวะนิพพาน และหนทางสายตรงที่จะนำไปสู่การบรรลุคือทางสายกลาง โดยสายทางนี้ต้องนำไปสู่การพัฒนาทางปัญญาซึ่งจะนำไปสู่เส้นทางที่พึงปรารถนาสองประการ คือ จะต้องไม่ใช่หนทางแห่งกิเลส และไม่ใช่หนทางแห่งความทรมานและทุกข์ยาก การขาดแคลนปัจจัยสี่ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค เป็นการขาดแคลนที่ทุกข์ทรมาน จากสาเหตุดังกล่าวจึงต้องได้รับการบำบัดด้วยการบริโภค หรือมีหลักประกันว่าจะมีการบริโภคเมื่อมีความจำเป็นเกิดขึ้น ในขณะเดียวกันการบริโภคเพื่อสนองตัณหาเป็นการบริโภคที่ไม่นำไปสู่การยกระดับสมาธิและปัญญา เพราะเป็นการระงับกิเลสเพียงชั่วคราว แต่ก็กระตุ้นกิเลสให้สูงขึ้นต่อไปในรอบต่อไป

จากสาเหตุข้างต้นจะเห็นได้ว่านักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยวิทยาเขต ศรีล้านช้าง เป็นกลุ่มที่ อยู่ในช่วงอายุ และ ภูมิภาคที่มีการใช้อินเตอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ ที่มีสัดส่วนมากและเป็นมหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนามนุษย์ให้เป็นผู้ที่มีคุณธรรมและจริยธรรม จึงทำให้ผู้วิจัย เล็งเห็นความสำคัญในการศึกษา พฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์ที่ถูกต้องและเป็นเพื่อหาแนวทางในการป้องกันการใช้อินเตอร์เน็ตที่ไม่เหมาะสม รวมถึงได้รับผลกระทบจากสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง
2. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง



3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540), สุภาณี แก้วมณี (2547), โทมัส อภิวันทนากร (2552), ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2557), ไศภิสดา วิบูลย์พันธุ์ (2560), ณัฏฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และ สานุชประภา โมกษ์ศาสตร์ (2562), Center of Media Literacy (2005), Hobbs, Renee (2011) ในการนำ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปรับให้เหมาะกับบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรี ล้านช้าง



4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ทุกชั้นปี จำนวน 220 รูป/คน

4.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง จำนวน 148 รูป/คน โดยเปิด ตารางเครซี่มอร์แกน (Krejcie & Morgan, อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 43) โดยกลุ่มตัวอย่างได้รับการสุ่มดังนี้



1) สุ่มแบบกลุ่ม (cluster sampling) ใช้สาขาเป็นหน่วยกลุ่ม ได้แก่ สาขาพุทธศาสตร์ศึกษา สาขาการสอนภาษาไทย สาขาการสอนสังคม สาขาการสอนภาษาอังกฤษ และการปกครองและทำการสุ่มอย่างง่ายเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสาขาวิชา ได้จำนวน 148 รูป/คน

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ เกรดเฉลี่ย สะสม ระดับชั้นปี พักอาศัยอยู่กับ สาขาวิชา ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบ Multiple choice

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ จำนวน 9 ข้อ ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบ Multiple choice

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

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

1) ติดต่อทำหนังสือขอเก็บข้อมูล จากมหาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

2) จัดเตรียมแบบสอบถามแบบออนไลน์และ ส่งให้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าประมาณร้อยละ 20 เพื่อใช้ในการวัดคัดเลือกแบบสอบถามที่ผู้ตอบตอบไม่สมบูรณ์ หรือความไม่ตั้งใจในการตอบ

3) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ โดยขอความร่วมมือกับนักศึกษาตอบแบบสอบถามออนไลน์

4) ตรวจสอบและคัดแยกแบบสอบถามที่ได้รับการตอบ ในโปรแกรม MS Excel หรือมีร่องรอยระบุถึงการไม่ตั้งใจทำแบบสอบถาม และคัดเลือกแบบสอบถามที่มีฉบับสมบูรณ์ไว้

5) ทำการแปลงรหัสและจัดระบบข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล ดังนี้

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

5. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ศึกษาพฤติกรรมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง โดยศึกษาสถานภาพของผู้ตอบ เพศ อายุ สาขาวิชา ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม พักอาศัย สรุปผลการวิจัยเป็นประเด็นได้ดังนี้

5.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 148 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.7 มีอายุ



น้อยกว่า 21ปี ร้อยละ 62.2 ศึกษาอยู่สาขาวิชาการปกครอง ร้อยละ 46.6 กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่1 ร้อยละ 44.6 มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00-3.50 ร้อยละ 35.8 และพักอาศัยอยู่กับ บิดา มารดา ร้อยละ 33.1

5.2 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

5.2.1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางประเภท เฟสบุ๊ก มากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมา คือ ยูทูบ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ไลน์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ อินสตาแกรม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

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

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

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

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

5.2.6 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 29.1ตามลำดับ

5.2.7 เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเวลา ช่วงเย็น (16.0น. -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

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

5.2.9 วัตถุประสงค์ที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุด คือเพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมา เพื่อการบริการออนไลน์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 27.7และเพื่อติดต่อสื่อสารต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

5.3 การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านที่ 3 การประเมินสื่อสังคม

ออนไลน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ ด้านที่ 4 การประเมินสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ ด้านที่ 2 เข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านที่ 1 ความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านพบว่า

5.3.1 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

5.3.2 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 นักศึกษาสามารถคัดกรองแบ่งประเภทเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 9 นักศึกษาว่าสื่อสังคมออนไลน์เชื่อถือได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

5.3.3 ด้านวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ คือ ข้อ 1 นักศึกษาเปิดรับข่าวสารจากหลายๆ ประเภท เพื่อทำการเปรียบเทียบโดยไม่เชื่อข้อมูลจากสื่อเพียงแหล่งเดียว ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ข้อที่ 5 นักศึกษาคิดว่าเฟซบุ๊กไม่ควรมีโฆษณาวิดีโอเล่นเกมแล้วได้คำตอบแบบนี้ ไม่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ ข้อที่ 8 นักศึกษาคิดว่าการแต่งตัวโชว์สัดส่วนหรือเต้นเซ็กซี่ แคร่ในกลุ่มเพื่อนกันเองไม่เป็นไรเพราะไม่มี คนอื่นเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อที่ 11 นักศึกษาคิดว่าไม่เห็นแปลกอะไรที่คุยกับเพื่อนต่างชาติ เพราะเป็นเรื่องธรรมดาที่จะมีเพื่อนใหม่ทางเฟซบุ๊กค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

5.3.4 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 นักศึกษาเชื่อว่าการแต่งกายหล่อแหลมของดาราที่ปรากฏผ่านสื่อสังคมออนไลน์นำไปสู่การสร้างค่านิยมการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

6. อภิปรายผล

6.1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง จากผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางประเภท เฟสบุ๊กมากที่สุด การใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ สมาร์ทโฟน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใน 1 สัปดาห์ มากที่สุดคือ 6 วัน ขึ้นไป เข้าใจเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ การศึกษา ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในช่วงวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)เฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง มากที่สุดคือระหว่าง 5-10 ชั่วโมง ในช่วงวันหยุด (เสาร์-



อาทิตย์) เฉลี่ยวันละ ระหว่าง 5-10 ชั่วโมง มากที่สุดคือ นักศึกษามีพฤติกรรมการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา ช่วงเย็น (16.0น. – 19.00น.) มากที่สุด สถานที่เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ บ้าน วัตถุประสงค์ที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุด คือเพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ ในการเข้าถึงรวมทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือสัญญาณที่ใช้ในการส่งสื่อสังคมออนไลน์ก็สามารถเข้าถึงกันได้ง่ายรวมทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอยู่แทบทุกบ้านและทุกสถานที่ที่มีให้บริการ ซึ่งทุกคนจะมีสมาร์โฟนหรือแท็บเล็ตเป็นเครื่องมือในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้ง่าย ทุกที่ทุกเวลาและทุกวัน ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลากี่ตามเมื่อมีเวลาว่างนักศึกษาก็เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศราวนวงศ์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 7 ปี ขึ้นไปประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุดคือ Line, YouTube, เฟสบุ๊ก และไม่เคยใช้ LinkedIn นิสิตส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์โฟนโดยใช้งานทั้งวันและใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 6 โมงเย็นถึง 3 ทุ่ม วัตถุประสงค์การใช้เพื่อการเรียนรู้มากกว่าเพื่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งได้แก่ เพื่อทำงานกลุ่ม ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/อาจารย์ ดาวน์โหลดสื่อการสอนและส่งการบ้าน

6.2 การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจากผลการวิจัย 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 พร้อมทั้งนักศึกษามีกิจกรรมในการจัดกิจกรรมที่เป็นออนไลน์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในรายวิชาของแต่ละสาขาวิชาด้วยจึงทำให้นักศึกษาเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัย ศุภางค์ นันตา (2562) สถานการณ์การใช้สื่อกับการพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเยาวชนจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัย พบว่ามีการรู้เท่าทันสื่อทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงสื่อ ด้านการวิเคราะห์สื่อ ด้านการประเมินสื่อ ด้านการสร้างสรรคสื่อให้เกิดประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการเสริมสร้างและพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อ ผลการวิจัย พบว่า เยาวชนได้ใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันผนวกกับกิจกรรมการสื่อสารของโรงเรียน เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าและสามารถผลิตสื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างสร้างสรรค์ เช่น สื่อ “ละครสอนน้อง” สื่อ “นักข่าวพลเมืองสุรินทร์” สื่อ “ดีเจวัยใส” สื่อ “โปสเตอร์รณรงค์” และ สื่อ “ละครพื้นบ้าน” และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิบลล รูปหมอก (2561) ได้ศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรี: การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด ผลการศึกษาพบว่า 1) การพัฒนาโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรีประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึง (Access) องค์ประกอบที่ 2 ความเข้าใจสำคัญ (Critical understanding) และ องค์ประกอบที่ 3 การสื่อสาร (Communicate) 2) โมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นใน จังหวัดสุพรรณบุรีที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้อง

ของกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 3) ผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่ศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา (โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่ศึกษาใน โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา พบว่าโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและ สารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีความไม่แปรเปลี่ยนระหว่างสังกัดของโรงเรียนในด้านรูปแบบองค์ประกอบ น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ แต่มีความแปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงภายนอกบนตัวแปรแฝงภายใน

7. ข้อเสนอแนะการวิจัย

7.1 ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากผลงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางประเภท เฟสบุ๊ก ใช้อุปกรณ์สมาร์ตโฟน ใน 1 สัปดาห์เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 6 วัน เนื้อหาที่สืบค้นส่วนใหญ่เป็นการศึกษา ช่วงวันธรรมดาและวันหยุด ใช้เวลาเฉลี่ยวันละ 5-10 ชั่วโมง ช่วงเวลาในเข้าใช้ส่วนใหญ่เป็นช่วงเย็น (16.00น.-19.00 น.) สถานที่เข้าถึงส่วนใหญ่เป็นบ้านตนเอง และวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้ส่วนใหญ่เพื่อสืบค้นเนื้อหาทางการศึกษา ดังนั้น อาจารย์และผู้ที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัย ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาทำกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเชิงสร้างสรรค์ มุ่งกิจกรรมที่สามารถพัฒนาทักษะชีวิตและพัฒนาความรู้ความสามารถในการดำรงชีวิตประจำวัน

2) ผลการวิจัยในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษามีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา ด้านการประเมินสื่อสังคมออนไลน์ และ ด้านเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นมหาวิทยาลัยและส่วนที่เกี่ยวข้องควร จัดกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความตระหนักรู้สื่อสังคมออนไลน์ ให้กับนักศึกษาให้มีระดับการรู้เท่าทันสื่อที่มากขึ้น

7.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณดังนั้น ผู้สนใจศึกษาพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ควรศึกษาดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกมากขึ้นโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสังเกต และวิธีอื่นๆ

2) งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง” มุ่งศึกษาเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยวิทยาเขตศรีล้านช้าง เท่านั้นควรมีการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างวิทยาเขตอื่นหรือกลุ่มอื่น ๆ



8. เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.(2562). ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563, จาก<https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>.
- จุฑารัตน์ ศราวรรณวงศ์ และคณะ. (2560). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารบรรณศาสตร์ มศว. 10(2), 16-31.
- โตมร อภิวันทนากร. (2552). คู่มือจัดกระบวนการและกิจกรรมเพื่อพัฒนาเยาวชนรู้เท่าทันสื่อ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ปิโนโต พับลิชชิง.
- ณัฐกาญจน์ ศุกลรัตน์เมธี และนุชประภา โมกข์ศาสตร์. (2562). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อความเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย. สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันพระปกเกล้า.
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2557). การสื่อสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. จังหวัดนนทบุรี.
- นภินทร ศิริไทย. (2547). ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพภูมิคุ้มกันสุขภาพที่ดีสำหรับเด็กและเยาวชนในการพัฒนาองค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ สู่หลักสูตรในระบบและนอกระบบการศึกษาของไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- นิลุบล รูปหมอก. (2561). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัด สุพรรณบุรี: การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด . บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7 . กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ศุภางค์ นันทา. (2562). สถานการณ์การใช้สื่อกับการพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเยาวชนจังหวัดสุรินทร์. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 39(2). 52-67.
- โศภิสดา วิบูลย์พันธ์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์กับ พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการสร้างเสริมสุขภาพ. คณะสาธารณสุขศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุภาณี แก้วมณี. (2547). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัย, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม. (2549). หลักการเสริมสร้างคุณธรรมตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2540). การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Apiwanthanakorn T.. (2009). *Handbook for organizing processes and activities to develop youth media literacy*. (2nd ed). Bangkok: Pinto Publishing.
- Center for Media Literacy (2008). *Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education*. (2nd ed.). Malibu, C.A..
- Commission, Ministry of Culture. (2006). *Principles of Morality Enhancement Based on Philosophy of Sufficiency Economy*. Bangkok: The Agricultural Co-Operative Federation of Thailand (ACFT).
- Hobbs, Renee. (2011). *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. Corwin: California.
- Kaewmanee S.. (2004). A Study of Newspaper Literacy: A Case Study of Higher Education Students in Bangkok. *Master's thesis*, Faculty of Journalism and Mass Communication, Mass Communication Department, Thammasat University.
- Ministry of Digital Economy and Society. (2019). ETDA revealed Thai Internet usage averaged 10 hours and 22 minutes, and Gen-Y topped 5 consecutive years in 2019. Retrieved on March 5, 2020 from <https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>.
- Nanta S.. (2019). The situation of media use and the development of the process of media literacy for youth. *Surin Province academic journal University of the Thai Chamber of Commerce*. 39(2). 52-67.
- Office of the National Economics and Social Development Council (NESDC). (2017). *The Twelfth National Economic and Social Development Plan (2017-2021)*. Bangkok: The Prime Minister's Office.
- Roopmook N.. (2018). Media and Information Literacy of The Secondary School Students in Suphanburi: The Test of the Invariance of the Measurement Model. *Thesis of M.Ed. (Educational Administration)*. Nakhon Pathom: Graduate College, Silpakorn University.
- Sarawanawong J. et al. (2017). Online Social Media Usage Behaviors of Undergraduate Student, Kasetsart University. *Journal of Library and Information Science, Srinakharinwirot University*. 10(2). 16-31.
- Siricharoen N.. (2014). *Communication for Media and Information Literacy from Internet Media of Undergraduate Students*. Sukhothai Thammathirat Open University Nonthaburi Province.
- Srisaard B.. (2002). *Preliminary research*. 7th edition. Bangkok: Suweeriyasan.
- Sukonratnametee N. and Mokhasart N.. (2019). *Social Media Literacy of Youth for Citizenship in a Democratic Society*. Research and Development Office King Prajadhipok's Institute.

- Sirithai N.. (2004). *Knowledge on Media Literacy for Health Immunity of Children and Youth to Develop Knowledge Bases of Health Media Literacy to Be Formal and Non-formal Courses in Thai Educational System*. Bangkok: Thai Health Promotion Foundation.
- Wiboonphan S.. (2017). The relationship between social media literacy and adolescent sexual behavior Bang Lamung District Chonburi Province. *Master of Science*. Department of health promotion. Faculty of Public Health. Burapha University.
- Wirojtaiyarat E.. (1997). *Media Literacy Analysis of Higher Education Students in Thailand*. Bangkok: Chulalongkorn University.