

ED-011

พฤติกรรมการใช้สื่อ และการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยี
ของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Media Usage Behavior and Technology Media Literacy among Students in
Public Administration Program, Northeastern University

วิฑูรย์ วีรศิลป์*

Witoon Weerasin*

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Northeastern University

*Corresponding author's e-mail: witoon.wee@neu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อและการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยี ของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต 2) เพื่อประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา ใน 4 ด้าน ได้แก่ ทักษะการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมิน และการสร้างสรรค์ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา จำนวน 92 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ประเภทที่ใช้เป็นประจำคือ เครือข่ายสังคม (Social networking site) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.39 เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ คือ Facebook ที่ใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.39 ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน น้อยกว่า 3 ชั่วโมง และ 3-5 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.65 ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด คือ เวลา 06.00 น. -09.00 น. คิดเป็นร้อยละ 72.00 ประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ น้อยกว่า 3 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.70 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ คือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.56 วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์คือเพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.69

2) เพื่อประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 64.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้ดังนี้ ด้านการเข้าถึง (Access) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.52 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ระดับดี รองลงมา

ด้านการวิเคราะห์ (Analyze) คิดเป็นร้อยละ 71.76 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ระดับดี ด้านการประเมินค่า (Evaluate) คิดเป็นร้อยละ 60.72 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านการสร้างสรรค์ (Create) คิดเป็นร้อยละ 52.44 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับน้อย

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ, พฤติกรรมการใช้สื่อ, สื่อดิจิทัล

ABSTRACT

The objectives of the research titled “media usage behavior and technology media literacy among students in Public Administration program, Northeastern University” were 1) to study media usage behavior among students in Public Administration program and 2) to assess students’ media literacy skills in 4 aspects: accessing, analyzing, evaluating, and creativity. The instrument was a questionnaire. The sample group consisted of 92 students. Data were analyzed using descriptive statistics and percentage.

The research results were found that:

1) To study the media usage behavior of students in the Bachelor of Public Administration program, it was found that: The types of social media used regularly were social networking sites and were rated at 92.39%. The types of social media website or application used regularly were Facebook, at the highest level of 92.39%. The duration of time for using social media per day at the highest level was less than 3 hours and was between 3-5 hours, with 45.65%. The period of time for using social media most frequently was from 06.00 to 09.00, with 72.00%. The experience in using social media at the highest level was less than 3 years, with 58.70%. The device used to access social media at the highest level was a mobile/smartphone, with 69.56%. The purpose of using social media at the highest level was to search for various information, with 58.69%.

2) To assess the media literacy skills of students, it was found that: The media literacy skills of students, in overall, were at a moderate level, with 64.86%. When considering each aspect, they were as follows: accessing was at the highest level, with 74.52%. The media literacy skills at a high level were analyzing with 71.76%. The media literacy skills at a moderate

level were evaluation, with 60.72%. The media literacy skills at a low level were creativity, with 52.44%.

Keywords: Media Literacy, Media Usage Behavior, Digital Media

บทนำ

พฤติกรรมการใช้สื่อเปลี่ยนรูปแบบจากสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว จึงเกิดการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลสำรวจจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ในปีพ.ศ. 2564 แสดงให้เห็นว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 36 นาที โดยกิจกรรมที่อยู่บนระบบออนไลน์มากขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร การอ่าน โพสต์/ข่าว/บทความ/ หนังสือ และการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยกลุ่มคนที่มีชั่วโมงออนไลน์สูงสุดต่อวันคือเจนเนอเรชันแซต ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยเรียน มีการใช้อินเทอร์เน็ตวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที ส่วนใหญ่เป็นการใช้เพื่อการศึกษา รองลงมาคือการดูหนังฟังเพลงและการติดต่อสื่อสารออนไลน์ ทั้งนี้แพลตฟอร์มสื่อ สังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

ในยุคปัจจุบัน สื่อดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและนักศึกษา ซึ่งอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงข้อมูล ความบันเทิง และการเรียนรู้ แต่ในขณะเดียวกันก็สร้างความท้าทายในด้านการบริโภคสื่อที่เหมาะสม การวิเคราะห์ข้อมูล และการป้องกันผลกระทบจากข้อมูลที่ผิดพลาดหรือบิดเบือน ความรู้เท่าทันสื่อ หรือ Media Literacy เป็นหนึ่งในทักษะสำคัญที่ช่วยให้สามารถเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความปลอดภัยในโลกดิจิทัล ทักษะดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในยุคข้อมูลข่าวสาร (Information Age) ซึ่งประชาชนต้องเผชิญกับข้อมูลปริมาณมหาศาลที่อาจขาดความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (นิชกุล เสนาวงษ์, 2564) การศึกษาที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า เยาวชนในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังขาดความรู้เท่าทันสื่อในระดับที่เพียงพอ โดยเฉพาะในด้านการวิเคราะห์และประเมินข้อมูลที่ได้รับ พฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษามักมุ่งเน้นไปที่ความบันเทิงมากกว่าการเรียนรู้ หรือการพัฒนาทักษะการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม อาจนำไปสู่ผลกระทบหลายประการ เช่น การเข้าใจผิดเกี่ยวกับข้อมูล การเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง หรือการตกเป็นเหยื่อของการบิดเบือนข้อมูล (Misinformation)

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ มาจากภาษาอังกฤษที่ว่า “Media Literacy” ยูเนสโก (UNESCO, 2013) ได้กล่าวไว้ว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นความสามารถ ทักษะในด้านต่างๆ ของบุคคลนั้นๆ เพื่อใช้ในการตีความ ตัดสินใจ เป็นความเชี่ยวชาญ หรือความชำนาญด้านใดด้านหนึ่งในการตัดสินใจหรือประเมินว่าสิ่งที่ได้รับจาก

สื่อนั้น เป็นจริงหรือไม่ โดยสังเขปจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อนั้น มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เพื่อที่จะทำให้ผู้เรียนสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอมและเพื่อพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องได้

เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังมีการพัฒนามากขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ในยุคปัจจุบันนั้นเป็นโลกที่สื่อและข่าวสารนั้นสามารถเข้าถึงได้ง่าย ส่งผลให้เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน จึงทำให้สื่อและข้อมูลได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้มีความก้าวหน้าตามเทคโนโลยีไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้สื่อกลายเป็นตัวกลางที่นำเสนอความรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ให้แก่ผู้รับสาร เนื่องจากการผลิตสื่อที่มากขึ้น ทำให้การรับข้อมูลข่าวสารกลายเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนในปัจจุบัน และด้วยสื่อที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้สื่อนั้นมีทั้งเนื้อหาที่เป็นจริงและเป็นเท็จปะปนอยู่ด้วยกัน จึงทำให้ทุกคนควรมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพื่อให้สามารถตีความเข้าใจและประเมินสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้

ด้วยเหตุนี้ จึงทำการวิจัยและทำแบบทดสอบนี้ขึ้น เพื่อทดสอบการรู้เท่าทันสื่อ โดยกลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะเนื่องจากปัจจุบันกลุ่มนักศึกษา มีค่านิยมและพฤติกรรมในการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์จึงได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งเสมือนปัจจัยที่ 5 ในการดำเนินชีวิต และกลุ่มนักศึกษา เป็นวัยที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ จึงมีความคิดเป็นของตัวเอง ซึ่งจะสามารถถูกชักนำความคิดได้ง่าย จึงเป็นเหตุผลที่ต้องศึกษาการรู้เท่าทันสื่อในด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมิน การสร้างสรรค์ และพฤติกรรมในการใช้สื่อเพื่อไม่ตกเป็นเหยื่อของสื่อ และนำไปพัฒนาในด้านของสื่อ หรือด้านการศึกษา เพื่อหาวิธีในการพัฒนาทักษะในการรู้เท่าทันสื่อต่อไป ทั้งนี้ ยังไม่เคยมีการวิจัยในเรื่องดังกล่าวฯ มาก่อนของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต การวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของนักศึกษา รวมถึงประเมินการรู้เท่าทันสื่อในด้านต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการและปัญหาที่เกิดขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวทางการเรียนรู้และการสอนในยุคที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของนักศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อ และการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

แพรวพรรณ อัคระประสา (2557) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ การมีทักษะ การรู้เท่าทันสื่ออย่างรู้ตัว การที่บุคคลจะรับสื่ออย่างตื่นตัวนั้น ต้องมีความสามารถ ตีความ วิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ และสามารถตอบโต้กับสื่อได้อย่างมีสติ และรู้ตัวตลอดจนสามารถตั้งคำถามว่าสื่อถูกสร้างขึ้นอย่างไร

พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการวิเคราะห์วิจารณ์และประเมินค่าสื่อ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ นำเสนอสื่อ ในแบบฉบับของตนเอง และผลิตสื่อเพื่อสื่อสารได้หลายรูปแบบนอกจากนี้การรู้เท่าทันสื่อ ยังหมายรวมถึงกิจกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะการวิเคราะห์วิจารณ์ และสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

ภายใต้กรอบแนวคิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ UNESCO กล่าวว่า การที่บุคคลจะนำทักษะการเรียนรู้ของตนเองเพื่อให้รู้เท่าทันสื่อได้นั้น ต้องมีทักษะที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ เรียงตามลำดับ คือ การเข้าถึง (Access) การวิเคราะห์ (Analyze) การประเมินค่า (Evaluate) และการสร้างสรรค์ (Create) (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552) ดังนี้

1. การเข้าถึง (Access) หมายถึง การได้รับสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ และรวดเร็วสามารถรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มความสามารถ มีการแสวงหาข่าวสารได้จากสื่อหลายประเภทและไม่ถูกจำกัดอยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป ความสามารถในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวิเคราะห์ (Analyze) หมายถึง การตีความเนื้อหาสื่อตามองค์ประกอบ และรูปแบบที่สื่อแต่ละประเภทนำเสนอ ว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอนั้น ส่งผลกระทบอะไรบ้างต่อสังคม การเมือง หรือเศรษฐกิจ โดยใช้พื้นฐานความรู้เดิมและประสบการณ์ในการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้น ที่อาจมาจากการวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสื่อ (กลุ่มผู้เปิดรับสื่อ) จุดยืนของสื่อ บริบทต่าง ๆ

3. การประเมินค่า (Evaluate) เป็นผลมาจากการวิเคราะห์สื่อที่ผ่านมา ทำให้สามารถที่จะประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาสาระที่ถูกส่งออกมาได้ว่ามีคุณค่า ต่อผู้รับมากน้อยเพียงใด สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับในด้านใดได้บ้าง

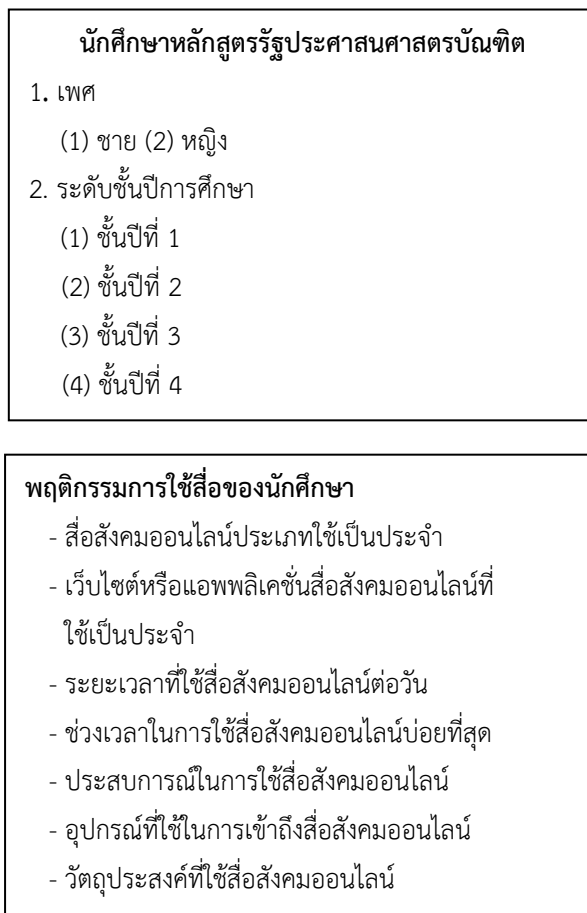
4. การสร้างสรรค์ (Create) การพัฒนาทักษะการสร้างสื่อในแบบฉบับของตนเองขึ้นมาเมื่อผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจสามารถวิเคราะห์วิจารณ์ประเมินค่าสื่อได้อย่างถ่องแท้แล้ว ทุกคนจะต้องเปลี่ยนบทบาทเป็น

ผู้ผลิตที่จะต้องวางแผน เขียนบท คำนวณข้อมูลเนื้อหาประกอบตามเทคโนโลยีของสื่อหรือรูปแบบองค์ประกอบของสื่อแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถสื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์การสื่อสารที่ตนได้วางไว้

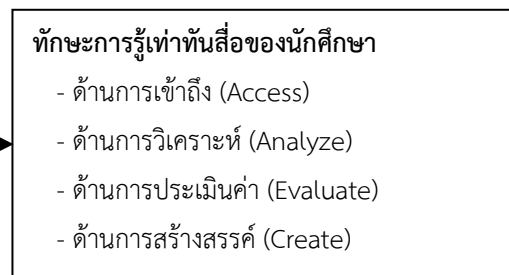
กรอบแนวคิด

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี แล้วนำมาสกัดออกมาเป็นกรอบการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อ และการรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วยทักษะ (UNESCO) (พรทิพย์ เียนจะบก, 2552) ได้ดังนี้

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเป็นเชิงสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษา และการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีที่เผยแพร่ในปัจจุบัน และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 120 คน (สำนักมาตรฐานวิชาการและงานทะเบียน)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 จำนวน 120 คน ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (Krejcie & Morgan, 1970) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิธีการมีการอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในช่วงโม่งเรียน และแจกแบบสอบถามในชั้นเรียน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 92 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษา จำนวน 20 ข้อ โดยได้รับการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อของศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center of Media Literacy, 2008)

3.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบทดสอบและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและตัวอย่างที่ใช้ในการวัดแบบทดสอบ

3.3 ดำเนินการสร้างแบบทดสอบวัดระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบทดสอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไป จำนวน 7 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 แบบทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เป็นแบบทดสอบสถานการณ์ จำนวน 20 ข้อ เกณฑ์การให้คะแนน คือ ตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดหรือไม่ตอบ ให้ 0 คะแนน โดยข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการเข้าถึง (Access)	จำนวนคำถาม 5 ข้อ
ด้านการวิเคราะห์ (Analyze)	จำนวนคำถาม 5 ข้อ
ด้านการประเมินค่า (Evaluate)	จำนวนคำถาม 5 ข้อ
ด้านการสร้างสรรค์ (Create)	จำนวนคำถาม 5 ข้อ

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการตรวจสอบ

ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้านเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) รายข้อคำถามพบว่ามีค่า IOC ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) โดยถือว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการศึกษา และในการตรวจสอบความเชื่อมั่น ถูกต้องของแบบสอบถาม (Reliability) โดยเก็บจากกลุ่มตัวอย่างหลักสูตรอื่นที่ไม่ใช่หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (Try-out) จำนวน 30 ราย โดยวิธีการ Cronbach' Alpha มีค่าเท่ากับ 0.78 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้สามารถใช้ในการเก็บข้อมูล (Sekaran & Bougie, 2016)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้บรรยายลักษณะข้อมูลเชิงคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ทักษะการรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการใช้สื่อ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และร้อยละ
2. สถิติพื้นฐานโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และแปลผลระดับคะแนน เพื่อวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมและรายด้าน โดยมีเกณฑ์แปลผลคะแนน ดังนี้

ร้อยละ 80-100	หมายถึง	มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับดีมาก
ร้อยละ 70-79	หมายถึง	มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับดี
ร้อยละ 60-69	หมายถึง	มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง
ร้อยละ 0-60	หมายถึง	มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับน้อย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อ และการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากการศึกษา พบว่า

ตารางที่ 1 สื่อสังคมออนไลน์ประเภทใช้เป็นประจำ

ประเภทของสื่อ	จำนวน (N)	ร้อยละ
เครือข่ายสังคม (Social networking site)	85	92.39
เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website)	50	54.34
บล็อกส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs)	3	3.26
บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet)	-	
วิกิและพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and online collaborative space)	7	7.60
กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, discussion board and group)	21	22.82
เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform)	13	14.13
ข้อความสั้น (Instant messaging)	3	3.26
การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial tagging)	3	3.26

จากตารางที่ 1 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ประเภทที่ใช้เป็นประจำ คือ เครือข่ายสังคม (Social networking site) มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 92.39 รองลงมาได้แก่เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 54.34 และกลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, discussion board and group) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 22.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ

เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (N)	ร้อยละ
Facebook	85	92.39
Twitter	66	71.73
Instagram	11	11.95
YouTube	11	11.95
Pantip	3	3.26
line	47	51.08
WeChat	27	29.34
TikTok	23	25.00
อื่น ๆ โปรดระบุ	-	-

จากตารางที่ 2 พบว่าเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ คือ Facebook ที่ใช้มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 92.39 รองลงมา Twitter จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 71.73 และ line จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 51.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน

ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน	จำนวน (N)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ชั่วโมง	42	45.65
3-5 ชั่วโมง	42	45.65
6-10 ชั่วโมง	4	4.34
มากกว่า 10 ชั่วโมง	4	4.34

จากตารางที่ 3 พบว่า ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน น้อยกว่า 3 ชั่วโมง และ 3-5 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 45.65 รองลงมา 6-10 ชั่วโมง และ มากกว่า 10 ชั่วโมง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด

ช่วงเวลา	จำนวน (N)	ร้อยละ
06.00 น. -09.00 น.	67	72.82
09.00 น. -12.00 น.	42	45.65
12.00 น. -15.00 น.	27	29.34
15.00 น. -18.00 น.	19	20.65
18.00 น. -21.00 น.	17	18.47
21.00 น. -00.00 น.	24	26.08
00.00 น. -03.00 น.	8	8.69
03.00 น. -06.00 น.	-	-

จากตารางที่ 4 พบว่า ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด คือ เวลา 06.00 น. -09.00 น. จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 72.82 รองลงมาเวลา 09.00 น. -12.00 น. จำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 45.65 และเวลา 12.00 น. -15.00 น. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 29.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (N)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	54	58.70
3-5 ปี	38	41.30
6-10 ปี	-	-
มากกว่า 10 ปี	-	-

จากตารางที่ 5 พบว่า ประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ น้อยกว่า 3 ปี มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมา 3-5 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (N)	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน	64	69.56
คอมพิวเตอร์/แล็ปท็อป	32	41.30
แท็บเล็ต	10	10.86
อื่นๆ โปรดระบุ	-	-

จากตารางที่ 6 พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ คือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน มากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 69.56 รองลงมาคอมพิวเตอร์/แล็ปท็อป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และแท็บเล็ต จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (N)	ร้อยละ
เพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ	54	58.69
เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้คน	27	29.34
เพื่อติดตามข่าวสาร	25	27.17
เพื่อความบันเทิง	39	41.39
เพื่อเผยแพร่ผลงานของตนเอง	21	22.82
เพื่อการศึกษา	29	31.52
เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ	4	3.34
อื่น ๆ โปรดระบุ	-	-

จากตารางที่ 7 พบว่า วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ เพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 58.69 รองลงมาเพื่อความบันเทิง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 41.39 และเพื่อการศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 31.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีของนักศึกษา

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีของนักศึกษา	จำนวน (N)	ร้อยละ	ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ
ด้านการเข้าถึง (Access)	81	74.52	ดี
ด้านการวิเคราะห์ (Analyze)	78	71.76	ดี
ด้านการประเมินค่า (Evaluate)	66	60.72	ปานกลาง
ด้านการสร้างสรรค์ (Create)	57	52.44	น้อย
รวม	70	64.86	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 64.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้ ด้านการเข้าถึง (Access) มากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 74.52 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ระดับดี รองลงมาด้านการวิเคราะห์ (Analyze)

จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 71.76 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ระดับดี ด้านการประเมินค่า (Evaluate) จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 60.72 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านการสร้างสรรค์ (Create) จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 52.44 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับน้อย

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อ และการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีของนักศึกษาหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ประเภทที่ใช้เป็นประจำ คือ เครือข่ายสังคม (Social networking site) มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 92.39 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 54.34 และกลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, discussion board and group) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 22.82 เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ คือ Facebook ที่ใช้มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 92.39 รองลงมา Twitter จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 71.73 และ line จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 51.08 ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน น้อยกว่า 3 ชั่วโมง และ 3-5 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 45.65 รองลงมา 6-10 ชั่วโมง และ มากกว่า 10 ชั่วโมง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.34 ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด คือ เวลา 06.00 น.-09.00 น. จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 72.82 รองลงมาเวลา 09.00 น.-12.00 น. จำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 45.65 และเวลา 12.00 น.-15.00 น. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 29.34 ประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ น้อยกว่า 3 ปี มากที่สุดจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมา 3-5 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 41.43 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ คือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน มากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 69.56 รองลงมาคอมพิวเตอร์/แล็ปท็อป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และแท็บเล็ต จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.86 วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือเพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 58.69 รองลงมาเพื่อความบันเทิง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 41.39 และเพื่อการศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 31.52 ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริกาญจน์ จันทน์วิชน (2565) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประเมินทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน YouTube เป็นประจำ และ นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 6-10 ชั่วโมง ต่อวัน และ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับ อพัชชา ช้างขวัญยืน (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ลงทะเบียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุ 19 ปี และกำลังศึกษา

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

2. จากการศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตพบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 64.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ ดังนี้ ด้านการเข้าถึง (Access) มากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 74.52 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ระดับดี รองลงมาด้านการวิเคราะห์ (Analyze) จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 71.76 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ระดับดี ด้านการประเมินค่า (Evaluate) จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 60.72 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านการสร้างสรรค์ (Create) จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 52.44 ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับ อูราเพ็ญ ยัมประเสริฐ และคณะ (2559) พบว่า นักศึกษามีความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง แต่ก็สามารถตระหนักถึงสื่อที่นำเสนอเกินจริงได้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า (1) ทักษะการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์อยู่ระดับดีมาก และยังสอดคล้องกับ ภัทรศินี แสนสำแดง (2557) พบว่า วัยรุ่นระดับมัธยมปลายมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และตีความหมายข้อมูลที่ได้รับจากสื่อในระดับมาก แม้อาจยังตีความได้ไม่ถี่นัก โดยจะตีความข้อมูลตามความสนใจของตนเองเป็นส่วนใหญ่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การวิจัยพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เพื่อค้นหาข้อมูลต่างๆ แต่ยังมีการใช้เพื่อการศึกษาน้อย ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรที่เน้นการบูรณาการสื่อที่นักศึกษาค้นเคยเข้ากับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 ด้านทักษะการสร้างสรรค์ ค่อนข้างน้อย ผู้สอนควรออกแบบกิจกรรมที่เน้นการสร้างสรรค์เชื่อมโยงกับเนื้อหาออนไลน์ที่นักศึกษาสนใจ เพื่อสร้างทักษะการแสดงความคิดเห็นวิจารณ์อย่างสร้างสรรค์และการร่วมสร้างสังคมดิจิทัลที่ดีขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิจัยเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน

2.2 ควรวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยปัญญา (2556) การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์เชิงซ้อน. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณิกุล เสนาวงษ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซด ใน ยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ: คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ทครีเอชั่น.
- แพรวพรรณ อัคระประสา. (2557). แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้เท่าทันสื่อ ในฐานะรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ : สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์.
- ภัทรศินี แสนสำแดง. (2557). ทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่น ในจังหวัดสกลนคร. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 6(12), 47-57.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2564 สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/th/UsefulResource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2021_Slides.aspx
- ศิริกาญจน์ จันทน์วิชน, วิภากร วัฒนสินธุ์ และศุภรชชตรา แสนวา. (2565). ทักษะการ รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขต กรุงเทพมหานคร. วารสารบรรณศาสตร์ มศว. 15(1), 36-51.
- อพัชชา ช่างขวัญยืน. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศิลปากร. 16(1), 188-197.
- อุราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ, นพมาศ ปลัดทอง, และ อังคณา ศิริอำพันธ์กุล. (2559). การรู้เท่าทันสื่อ: ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษา สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง. วารสารปัญญาภิวัฒน์. 8(13), 183-195.
- Center for Media Literacy. (2008). LITERACY for the 21st Century. In. Retrieved from http://www.medialit.org/sites/default/files/01a_mlkorientation_rev2_0.pdf
- Krejcie, R.V.,& Morgan, D. W. (1970). Determination sample size for research activities. Education and Psychology Measurement. 30(3), 607 – 610
- Sekaran & Bougie, (2016). Research Methods for Business: A Skill Building Approach. John Wiley & Sons.
- UNESCO. (2013). Media and information literacy: policy and strategy guidelines. In. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/notice?id=p::usmarcdef_0000225606