

Received: 16-06-2020

Revised: 08-07-2020

Accepted: 09-07-2020

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Relationship between Demographic Factors and Social Media Literacy of
Undergraduate Students Faculty of Education, Kasetsart University

อกนิษฐ์ ถึงนาคร¹

Akanit Thuengnak

akanit@me.comกิตติศักดิ์ เป้นงาม²

Kittisak Pan-Ngam

kittisakit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ 2) ศึกษาการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย อัตราส่วนร้อยละ 70 ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 149 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถามการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ two-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า 1) นิสิตมีประสบการณ์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 6 ปีขึ้นไป มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ Line มากที่สุด 2) นิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก 3) ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า สาขาวิชา เพศ และ ภูมิถิ่นามีความสัมพันธ์กับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ, สื่อสังคมออนไลน์, รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

¹ นิสิตศึกษาปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Student in Graduate school in Educational Technology Faculty of Education, Kasetsart University

² สาขาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Educational Technology Faculty of Education, Kasetsart University

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) online social media usage of undergraduate students of the Faculty of Education, Kasetsart University 2) social media awareness of undergraduate students of the Faculty of Education Kasetsart University 3) the relationship between their demographic factors and their social media literacy

The research samples were 1st year undergraduate students, registered in the 1st semester of academic year 2019, at the Faculty of Education, Kasetsart University. The 149 samples were selected by Sample Random Sampling with 70 percent ratio. The research instrument is Social Media Awareness Questionnaire for undergraduate students at the Faculty of Education Kasetsart University. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation and two-way ANOVA.

The research results were as followings: 1) students have more than 6 years of experience in using social media. The most use of social media platform was Line application. 2) The samples had a high level of social media literacy. 3) There were a statistical significant relationship between the demographic factors, (especially department, gender, and domicile) and the social media literacy at .05 level.

Keywords: media literacy, social media, social media literacy

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบทั้งในระบบเศรษฐกิจและสังคม เทคโนโลยีดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนในด้านการงานเท่านั้น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารล้วนเป็นฐานรากในการพัฒนาการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการพัฒนาทางสังคมในด้านต่างๆ ควบคู่กันไป การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือเรียกว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหารราชการแผ่นดิน รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมที่จะหลอมรวมเข้ากับชีวิตคนอย่างแท้จริงและจะเปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และกระบวนการทางสังคมรวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559) และเมื่อพิจารณาผ่านนโยบายระดับชาติพบว่าเมื่อปี 2559 แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยในยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และได้นิยามความหมายของ “การสร้างสังคมคุณภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล” หมายถึง การพัฒนาประเทศไทยที่ประชาชนทุกกลุ่มโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเกษตรกรผู้ที่อยู่ในชุมชนห่างไกล ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส และคนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากบริการต่างๆ ของรัฐผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล มีการรวบรวมและแปลงข้อมูล องค์ความรู้ของประเทศทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่นให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยง่ายและสะดวก โดยประชาชนมีความรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร และมีทักษะการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (โสภิตา วีรกุลเทวัญ, 2561) โดยสุดท้าย เมื่อโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลพร้อม และพลเมืองดิจิทัลพร้อมแล้ว เทคโนโลยีดิจิทัลจะเป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนทุกกลุ่มผ่านบริการดิจิทัลต่างๆ

ด้วยรูปแบบของการรับสารที่เปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมในการรับสารของพลเมืองก็เปลี่ยนตามไปด้วย ผู้รับสารเริ่มคุ้นชินกับความเร็วในการสื่อสารข้อความหัวเรื่องสั้นๆ บนเนื้อหาข่าว จึงตัดสินใจเชื่อข้อมูลเหล่านั้นโดยไม่วิเคราะห์ให้ถี่ถ้วน ทำให้เกิดกลุ่มคนไม่ประสงคดียุบายการสร้างเรื่องขึ้นเพื่อให้เป็นข่าวที่เผยแพร่บนโลกอินเทอร์เน็ต หรือ Fake News ทั้งกระทำ

ด้วยอารมณ์ ความสนุก หรือความรู้เท่าถึงการณ์ โดยไม่ระมัดระวังถึงผลที่จะตามมา รวมไปถึงจนถึงบางคนที่ตั้งใจส่งสารที่เป็นเท็จหวังปลุกปั่นและสร้างความวุ่นวายในสังคมโดยขาดจิตสำนึกในคุณธรรมในจิตใจ ในหลายๆ ประเทศเริ่มต้นตัวกับ Fake News มากขึ้น เช่น ประเทศแคนาดา อิตาลี และไต้หวัน ได้มีการบรรจุการแยกแยะข่าวจริงและข่าวปลอมไว้ในหลักสูตรการเรียนของนักเรียน บางประเทศยังออกกฎหมายไว้สำหรับจัดการผู้ที่เผยแพร่ Fake News เช่น ประเทศสิงคโปร์ กำหนดให้มีบทลงโทษสูงสุดคือจำคุก 10 ปี และปรับ 1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ สำหรับผู้ที่เผยแพร่ข่าวปลอม ส่วนในประเทศมาเลเซียมีบทลงโทษสูงสุด จำคุก 6 ปี ปรับ 500,000 ริงกิต Tamer Fakahany กล่าวในงาน “STOP FAKE NEWS” ข่าวจริงหรือข่าวปลอม คิดก่อนกด ว่าจากการสำรวจ 40 ประเทศทั่วโลก พบว่า กว่า 55% คิดว่าข่าวปลอมเป็นสิ่งที่แยกยาก ขณะที่คนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ยังคงแชร์ถึงแม้จะรู้ว่าไม่ใช่เรื่องจริง โดยกลุ่มตัวอย่างอายุ 18-29 ปี แชร์ข่าวปลอม 31% และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีการแชร์ข่าวปลอม 27%

และจากการศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยตามกลุ่มอายุต่างๆ ในปี 2557-2561 พบว่าทุกกลุ่มอายุมีแนวโน้มใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้น โดยในปี 2561 กลุ่มอายุ 15-24 ปี มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด คือ ร้อยละ 91.4 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 84.4 กลุ่มอายุ 6-14 ปี ร้อยละ 69.6 กลุ่มอายุ 35-49 ปี ร้อยละ 62.1 และในกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 21.2 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) และจากการศึกษาเกี่ยวกับผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transactions Development Agency) ปี 2560 พบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันในทำงาน/เรียนหนังสือ 6 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน และในวันหยุด 6 ชั่วโมง 48 นาทีต่อวัน ใช้งานด้านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เฉลี่ยต่อวัน ในทำงาน/เรียนหนังสือ 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน และในวันหยุด 3 ชั่วโมง 36 นาทีต่อวัน ผลการสำรวจกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตด้านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ร้อยละ 86.9 รองลงมาเป็นการค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 86.5 และการรับส่งอีเมล ร้อยละ 70.5 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2560) อีกทั้งจากการศึกษาถึงผลสำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทย พ.ศ.2562 โดย ผศ.ดร. สุภาภรณ์ เกียรติสิน หัวหน้ากลุ่มสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการระบบสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าคนไทยใช้สื่อดิจิทัลผ่านมือถือเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในเดือนมกราคม 2561 ซึ่งในเรื่องของ Digital Literacy เมื่อวิเคราะห์แบบแยกเพศชายและหญิง พบว่าเพศชายมี Digital Literacy Rate เฉลี่ย 88% เพศหญิง 80% ส่วนข้อมูลเดือนมกราคม พ.ศ. 2562 พบว่า Digital Literacy ของทั้งสองเพศมีค่าเฉลี่ยที่สูงขึ้น เพศชายอยู่ที่ 90% เพศหญิงอยู่ที่ 83% ส่วนการสำรวจข้อมูลสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทย โดยสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จากผู้ตอบแบบสำรวจ 12,374 คน พบว่าสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศมีคะแนนเฉลี่ย 68.1 ส่วนสถานภาพการเข้าใจดิจิทัลอยู่ที่ 64.5% (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

จากการเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบทั้งในระบบเศรษฐกิจและสังคม ทำให้พลเมืองส่วนใหญ่ในสังคมได้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตและสื่อดิจิทัลทำให้รูปแบบการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ผู้รับสารเข้าถึงเนื้อหาได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นอีกทั้งการแพร่กระจายของข่าวปลอม (Fake News) ที่มีอย่างแพร่หลายจากผู้ไม่ประสงค์ดีหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มอายุ 15-24 ปีที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลักมากกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งกลุ่มอายุนี้นับตรงกับช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีความเสี่ยงมากกว่าช่วงกลุ่มอื่น ด้วยเหตุดังกล่าวจึงเกิดเป็นงานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นิยามศัพท์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบตัวหนังสือ รูปภาพ วิดีโอ ลิงค์ ไปยังผู้รับสาร ผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเองผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram, Line และ YouTube

การรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อข้อมูล การตัดสินใจเลือกใช้ การทำความเข้าใจวัตถุประสงค์หลักและวัตถุประสงค์แฝงของข้อมูล การตัดสินใจว่าข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์หรือไม่มีประโยชน์ สามารถวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ได้จากแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยทางชีวสังคม หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะของนิสิต ประกอบไปด้วย สาขาวิชา เพศ ภูมิฐานะ รายได้ ครอบครัว และประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต ชั้นปีที่ 1 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ความเกี่ยวข้องกันระหว่างปัจจัยทางชีวสังคม ได้แก่ สาขาวิชา เพศ รายได้ครอบครัว ภูมิฐานะ ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์และกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบสื่อสังคมออนไลน์ที่นิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ใช้เป็นประจำ ทำให้สามารถนำไปประยุกต์เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารนำเสนอเนื้อหาความรู้ของรายวิชาให้กับนิสิต
2. ทราบระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการปรับระดับการรู้เท่าทันสื่อของนิสิตให้สูงขึ้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 6 สาขาวิชา จำนวน 213 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) อัตราส่วนร้อยละ 70 จำนวน 149 คน
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ผ่านการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) ผู้เชี่ยวชาญประเมินเครื่องมือในการวิจัย มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 เป็นไปตามเกณฑ์หาค่าดัชนีความสอดคล้องที่กำหนดไว้ให้คะแนนหาค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.50 ขึ้นไป โดยมี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ สาขาวิชา, เพศ, ภูมิลำเนา, รายได้ครอบครัว ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ เป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติทางคอมพิวเตอร์ (SPSS) โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางชีวสังคมและข้อมูลสภาพการใช้สื่อ ด้วยสถิติความถี่และร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยสถิติ Two-way ANOVA

ผลการวิจัย

1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์

1.1 สาขาวิชาของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีนิสิตจำนวนรวม 213 คน นิสิตได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง 149 คน ได้จากมาจากการสุ่มอย่างง่าย ประกอบไปด้วย สาขาพลศึกษา มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 44.60 สาขารัฐกิจและคอมพิวเตอร์ศึกษา มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.15 สาขาสุขศึกษา มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.21 สาขาวิชาเกษตรศาสตร์ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.27 สาขาการสอนวิทยาศาสตร์ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.86 และสาขาการสอนคณิตศาสตร์ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.92

1.2 เพศของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ มีจำนวนรวม 149 คน โดยมีเพศชายมากกว่าเพศหญิง เพศชายมีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 และเพศหญิงมีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6

1.3 ภูมิลำเนาของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ มีจำนวนรวม 149 คน โดยภาคกลางมีจำนวนมากที่สุดมีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 51 ภาคเหนือมีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และภาคใต้น้อยสุด มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

1.4 รายได้ครอบครัวต่อเดือนของนิสิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ มีจำนวนรวม 149 คน โดยรายได้ 30,001 – 50,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 รายได้ 50,001 – 70,000 มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 รายได้น้อยกว่า 30,000 มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และรายได้ 70,001 ขึ้นไป มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

1.5 ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีจำนวนรวม 149 คน โดยมีประสบการณ์ระหว่าง 6 ปีขึ้นไปมากที่สุด มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 และ 3 - 5 ปีขึ้นไป มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

1.6 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ มีจำนวนรวม 149 คน โดยใช้งาน Line มากที่สุดมีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 90.60 ใช้งาน Instagram มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 89.26 ใช้งาน YouTube มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 86.58 ใช้งาน Facebook มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 79.87 และใช้งาน Twitter น้อยสุดมีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 71.14

2. การรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ของระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละด้าน

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการเปิดรับ	3.73	1.15	มาก
2. ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล	3.83	.98	มาก
3. ด้านการตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อข้อมูล	3.88	.94	มาก
4. ด้านการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์	3.92	.92	มาก
5. ด้านการทำความเข้าใจวัตถุประสงค์หลักและแฝงของข้อมูล	3.87	.95	มาก
6. ด้านการตัดสินใจว่าข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์หรือไม่มีประโยชน์	3.92	1.00	มาก
รวม	3.85	1.04	มาก

(n=149)

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ของระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละด้านของนิสิตได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีจำนวนรวม 149 คน มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85

ด้านการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.92 เท่ากันกับด้านการตัดสินใจว่าข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์หรือไม่มีประโยชน์ ด้านการตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อข้อมูล มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ใกล้เคียงกับด้านการทำความเข้าใจวัตถุประสงค์หลักและแฝงของข้อมูล มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 และในด้านการเปิดรับ มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.73

รายประเด็นนิสิตรู้ว่าสื่อสังคมออนไลน์แต่ละชนิดมีข้อจำกัดอย่างไรบ้าง เช่น Facebook, Twitter Instagram, YouTube และนิสิตเห็นด้วยว่าเราไม่ควรแชร์หรือส่งต่อข่าวในทันที มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.09 ประเด็นนิสิตรู้ผลกระทบต่อนตนเองในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นอย่างดีและนิสิตเคยนำความรู้จากประสบการณ์หรือการเรียนรู้มาเปรียบเทียบกับข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.03 ประเด็นนิสิตรู้จักสังเกตคำเตือนหรือข้อควรระวังในการอ่านข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์และนิสิตเคยใช้งานหรือรู้จัก เครือข่ายสังคม (Social networking site) เช่น Facebook, Google+, LinkedIn เป็นอย่างดีและการติดตามข่าวสารจากรัฐ-อุบัติเหตุผ่านเลือกใช้ #TAG ใน Twitter และนิสิตเคยเห็นด้วยว่าข้อมูลหรือเนื้อหาที่ขึ้นคำว่า Sponsor หรือ โฆษณา ความน่าเชื่อถือจะน้อยกว่าผู้ใช้ปกติโพสต์เนื้อหาขึ้นเองมีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.01 ประเด็นนิสิตสนใจความถูกต้องของข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์และนิสิตสนใจ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

สาขาวิชาแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 สาขาวิชาธุรกิจและคอมพิวเตอร์ศึกษา มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 สาขาวิชาการสอนวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ และสาขาวิชาการสอนคณิตศาสตร์ มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22, 4.15, 4.12 ตามลำดับ สาขาวิชาพลศึกษา มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.55 และสาขาวิชาสุขศึกษา มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.47

เพศแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านที่ 1 ด้านการเปิดรับและด้านที่ 2 ด้านการวิเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพศหญิง มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 สูงกว่าเพศชายที่มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73

ภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคเหนือ มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97, 3.83, 3.75, 3.62 ตามลำดับ

รายได้ครอบครัวต่อเดือนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท ช่วงรายได้ครอบครัวน้อยกว่า 30,000 บาท ช่วงรายได้ระหว่าง 50,001 – 70,000 บาท และช่วงรายได้ 70,001 บาทขึ้นไป มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89, 3.84, 3.81, 3.79 ตามลำดับ

ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ 6 ปีขึ้นไป และประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่าง 3 – 5 ปี มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86, 3.84 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิจัยด้านประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ 6 ปีขึ้นไป มีค่าร้อยละ 61.7 และสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ได้แก่ Line มีค่าร้อยละ 89.26 YouTube มีค่าร้อยละ 86.58 Facebook มีค่าร้อยละ 79.87 เนื่องจากการเข้าสู่สังคมดิจิทัลให้นิสิตส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกันเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์, ชจรฝ่ายเทศ, ดวงแก้ว เงินพูนทรัพย์ และวัลลภา จันทรดี (2560) ทำวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลวิจัยพบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 7 ปีขึ้นไป ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้มากที่สุดคือ Line, YouTube, Facebook

2. ผลการหาค่าเฉลี่ยการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์พบว่าคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต คณะศึกษาศาสตร์ พบว่าด้านการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ 3.92 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากนิสิตมีการเปิดรับ การวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อข้อมูล ด้านการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการทำความเข้าใจวัตถุประสงค์หลักและแฝงของข้อมูลและด้านการตัดสินใจว่าข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์หรือไม่ประโยชน์อยู่ในระดับมากในทุกด้าน สอดคล้องกับ สาริศา จันทรอำพร (2558) ทำวิจัยเรื่อง ภาพการณ์ปัจจุบันกับการเสริมสร้างการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่นที่ได้ทำการสำรวจพบว่า ร้อยละ 92.8 ของกลุ่มตัวอย่าง 1,146 คน มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเข้าถึงสื่อชนิดต่างๆ

3. นิสิตใช้เวลาในการอ่านข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ความรู้ใหม่ที่ตัวเองไม่เคยรู้อยู่เสมอ มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 เนื่องจากการเข้ามาของสื่อออนไลน์ที่ทดแทนสื่อออฟไลน์ทำให้นิสิตมีการสนใจเข้าหาข่าวสารและความรู้ใหม่ผ่านทางช่องทางออนไลน์แทน สอดคล้องกับ ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2557) ทำการวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการรับรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับบ่อยที่สุด โดยเปิดรับทุกวัน

4. ผลการหาค่าเฉลี่ยการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์พบว่าเพศหญิง มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 สูงกว่าเพศชายที่มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 เนื่องจากเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อที่มากกว่าเพศชาย และสอดคล้องกับ กชกร บุญยพิทักษ์สกุล (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเท่าทันของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พบว่านักศึกษาเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ และตระหนักถึงผลกระทบต่อบุคคลและสังคมมากกว่าเพศชาย

5. ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า พบว่าสาขาวิชาเพศและภูมิลาเนาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากสาขาวิชาที่มีรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ทำให้มีสติการใช้งานและเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าสาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับ จินดารัตน์ บรรบริหาร (2548) ทำการวิจัยเรื่อง ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยง และพฤติกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทางด้านลักษณะทางสังคมประชากร และลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต อันได้แก่ เกรดเฉลี่ย รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระยะเวลา และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต และสอดคล้องกับ กขกร บุญพิทักษ์สกุล (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเท่าทันของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่า สาขาที่เรียนส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ โดยนักศึกษาที่อยู่ในสาขาวิทยาศาสตร์เพื่อสุขภาพจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณและมีความตระหนักถึงผลกระทบต่อบุคคลและสังคมมากกว่านักศึกษาที่อยู่ในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ และนักศึกษาที่อยู่ในสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณมากกว่ากลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 1) นิสิตปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีการใช้ Line มากที่สุด สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร สำหรับ แจ้งข่าวสาร ติดตามนิสิต ส่งงาน ส่งงานระหว่างอาจารย์กับนิสิตได้
- 2) สาขาวิชาธุรกิจและคอมพิวเตอร์ศึกษามีค่าเฉลี่ยการรับรู้เท่าทันสังคมออนไลน์อยู่ในระดับสูงมากและสาขาอื่น เช่น การสอนวิทยาศาสตร์ การสอนคณิตศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงใกล้เคียงกัน ควรมีการอบรมหรือแนะนำการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เพื่อปรับระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในสาขาวิชาพลศึกษาและสาขาวิชาสุขศึกษาให้สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เปรียบเทียบกับปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น เปรียบเทียบกับคะแนนเกรดเฉลี่ย
- 2) ควรมีสร้างสื่อหรือเอกสารแนะนำเพื่อเพิ่มระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับกลุ่มที่มีระดับการรับรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลางและต่ำกว่าเกณฑ์

บรรณานุกรม

- กขกร บุญพิทักษ์สกุล. (2561). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน ของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพฯ.
- จุฑารัตน์ ศราวรรณวงศ์, ขจร ฝ่ายเทศ, ดวงแก้ว เงินพูนทรัพย์ และวัลลภา จันทรัตน์. (2560). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารบรรณศาสตร์ มศว., 10(2).

- จินดารัตน์ บวรบริหาร. (2548). *รู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยง และพฤติกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2557). *การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้และเสริมทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับเชิงลึกของเยาวชนไทยจากสามองค์ประกอบหลัก* (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี
- สุภาภรณ์ เกียรติสิน. (2562). *การเข้าใจดิจิทัลกับพลเมืองไทย (Digital Literacy in 21st)*. นนทบุรี: บริษัท อพทรรูยู ครีเอทีฟ จำกัด. สำนักพิมพ์ ITM Mahidol
- สาริศา จันทระอำพร. (2558). *ภาวะการณ์ปัจจุบันกับการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่น* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- โสภิตา วีรกุลเทวัญ. (2561). *เท่าทันสื่อ: อำนาจในมือพลเมืองดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน.
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *สรุปผลการสำรวจข้อมูลสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562*. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.onde.go.th/assets/portals/1/files/Booklet%20สรุปผลการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของ.pdf>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2560*. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2017.html>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2561* (ไตรมาส 1). กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพฯ.