

Received: 03-12-2020

Revised: 02-02-2021

Accepted: 10-02-2021

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
New Media Literacy Skills and Usage Behaviours of Facebook and Line
Application among the Communication Arts Undergraduate Students,
Sukhothai Thammathirat Open University

เสาวณี ชินนาลอง¹

Saowanee Chinnalong

csaowanee@gmail.comบุษบา สุธีธร¹

Bussaba Suteetorn

bussaba1957@gmail.comสุกานดา วรพันธุ์พงศ์¹

Sukanda Worapunpong

nuisukanda@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในประเด็นดังนี้ 1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ 2. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ 3. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ 4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ 5. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ และ 6. ความต้องการใช้สื่อใหม่เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนนิเทศศาสตร์ในระบบการศึกษาทางไกล งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาตรีที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ซึ่งเป็นชุดวิชาสุดท้ายก่อนนักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา รวมจำนวน 178 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มนักศึกษาที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ จำนวน 24 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ในระดับมาก โดยใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด และระบุเหตุผลการใช้ว่าใช้เพื่อฆ่าเวลา เพื่อการทำงานหรือการเรียนในระดับมากที่สุด ส่วนสื่อออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ ไลน์ เฟซบุ๊กและยูทูบ ในส่วนพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ กลุ่มตัวอย่างใช้เครื่องมือต่างๆ ของเฟซบุ๊กได้หลากหลาย โดย

¹ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

เครื่องมือที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ กดโลค์ โปสเตอร์และส่งข้อความส่วนตัว ส่วนเครื่องมือในไลน์ที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ การแชท การส่งสติ๊กเกอร์และการเพิ่มเพื่อน ในส่วนของระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร แต่พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กทั้งด้านความถี่และระยะเวลาที่ใช้ แต่สำหรับพฤติกรรมการใช้ไลน์ทั้งด้านความถี่และระยะเวลาที่ใช้ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับอายุของผู้ใช้ แต่กลับพบว่ามีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของผู้ใช้ นอกจากนี้ระดับการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าทั้งเฟซบุ๊กและไลน์ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้ และสาขาวิชานิเทศศาสตร์ควรใช้เฟซบุ๊กและไลน์เป็นสื่อในการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ การมอบหมายกิจกรรมการทำรายงาน กิจกรรมการศึกษาด้วยตนเองและการให้คำแนะนำจากอาจารย์แก่นักศึกษาเพื่อการปรับปรุงกิจกรรม การแจ้งข้อมูลการสอนเสริม และข้อมูลกิจกรรมการฝึกอบรม เนื่องจากสื่อออนไลน์เข้าถึงตัวนักศึกษาได้รวดเร็ว เปิดดูซ้ำได้และติดต่อกลับได้โดยไม่จำกัดด้านเวลาในการเข้าถึง โดยนักศึกษาไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อใหม่, พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่, ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่

Abstract

This research was a survey of undergraduate students studying Communication Arts at Sukhothai Thammathirat Open University that aimed to evaluate 1) their new media literacy level 2) behaviours in using the Facebook and Line applications; 3) the correlation between demographic factors and the students' new media literacy; 4) the correlation between demographic factors and the students' behaviours in using the Facebook and Line applications; and 5) the correlation between students' new media literacy and their behaviours in using the Facebook and Line applications. This was a mixed methods research. For the quantitative portion, a questionnaire was administered to 178 students who enrolled in the professional experience in communication arts workshop at Sukhothai Thammathirat Open University. For the qualitative portion, interviews were conducted with 24 key informants selected from the sample.

The results showed that the majority of the sample had a high level of new media literacy. The majority reported spending time using the Internet at the highest level. Their purposes for using the Internet are for killing time, for work or study the most. The online social media applications they used the most were Line app, Facebook and YouTube, respectively. They used a variety of the functions on Facebook and the functions they used the most were to click "like", to post photographs, and to send private messages respectively. The functions of Line app they used the most were chatting, sending stickers and adding friends, respectively. Level of new media literacy did not correlated with any of the demographic factors. However, age is the factor correlated with Facebook usage behaviour in terms of frequency of use and average length of time usage. While income is the only factor correlated with Line app usage behaviour. There is a significant relationship between new media literacy and Facebook usage behaviour and Line usage behaviour.

Interviews with key informants regarding using the Facebook and Line applications for the purpose of studying revealed that both Facebook and Line app could meet a variety of the key informants' needs. They suggested that the School of Communication Arts, STOU could use Facebook and Line app in the management of courses such as managing assignments, self-learning sessions, academic counselling, and sharing academic information because those applications are convenient for students to reach, re-open and send feedback of courses information without any extra cost.

Keywords: New media literacy, New media usage behaviour, New media literacy level.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสื่อใหม่เป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของคนในสังคม จากเดิมที่เปิดรับสื่อมวลชนเป็นหลัก อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ มาเป็นการเปิดรับสื่อใหม่ในโลกออนไลน์ โดยจากรายงาน “ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 (Thailand Internet User Behaviour 2019)” ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA (2558) ซึ่งจำแนกกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็น 4 เจเนอเรชัน ได้แก่ Gen Z (น้อยกว่า 19 ปี) , Gen Y (19-38 ปี), Gen X (39-54 ปี), และ Baby Boomer (55-73 ปีขึ้นไป) ผลการสำรวจพบว่า กลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 10 ชั่วโมง 36 นาทีโดยใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา เมื่อ

จำแนกตามกิจกรรมออนไลน์ยอดนิยมของผู้ใช้งาน 10 อันดับแรก ได้แก่ ใช้ Social Media เช่น Facebook, Line, Instagram 91.2% รองลงมาคือ ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ 71.2%, ค้นหาข้อมูลออนไลน์ 70.7%, รับ-ส่งอีเมล 62.5%, ชำระเงินออนไลน์ 60.6%, อ่านหนังสือ/บทความออนไลน์ 57.1%, ซื้อสินค้า/บริการออนไลน์ 57.0%, ติดต่อสื่อสารออนไลน์ 50.0%, เล่นเกมออนไลน์ 34.1% และใช้แอปพลิเคชันถ่ายทอดสด (Live) 29.6%

จากพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ข้างต้น ส่งผลให้กระบวนการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยเปลี่ยนสภาพจากการสื่อสารทางเดียว กล่าวคือผู้รับสารได้รับทราบข่าวสารจากองค์กรสื่อเช่น การพิมพ์วิทยุ การชมรายการทางโทรทัศน์เป็นหลัก มาเป็นการสื่อสารสองทางผ่านทางสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ ที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีทันใด อีกทั้งตัวผู้รับสารเองก็สามารถสลับบทบาทไปเป็นผู้ส่งสารได้พร้อมกัน (user-generated content) บทบาทที่เปลี่ยนไปนี้ ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก และไลน์ เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นแหล่งหรือช่องทางการสื่อสารที่แพร่ขยายไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สื่อดังกล่าวเป็นที่รวมของข่าวลือ เนื้อหาลวง หรือเรื่องราวที่หมิ่นเหม่ตอกกฎหมาย โดยที่ผู้รับสารไม่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่กลับทำหน้าที่ส่งต่อเนื้อหาเหล่านั้นด้วยความไม่รู้เท่าทัน ก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางความคิดและความเสียหายแก่บุคคลในด้านต่างๆ เช่น ด้านโภชนาการ ด้านการรักษาสุขภาพ ด้านการเมือง ฯลฯ

สาขาวิชานิเทศศาสตร์เป็นสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่ผลิตนักนิเทศศาสตร์ ไปทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร นั่นคือ การทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาหรือสารเพื่อสื่อสารไปยังมวลชนผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ รวมทั้งสื่อใหม่ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไรก็ตามในหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิตของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ยังไม่ได้บรรจุวิชาการรู้เท่าทันสื่อเข้าไปเป็นชุดวิชาแกนหรือชุดวิชาเฉพาะในหลักสูตรปริญญาตรี มีเพียงการสอดแทรกเนื้อหาความรู้ดังกล่าวไว้เป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอนของบางชุดวิชาเท่านั้น นอกจากนี้สาขาวิชานิเทศศาสตร์ยังไม่เคยทำการสำรวจว่านักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาออกไปเป็นบัณฑิตของสาขาวิชาและจะออกไปปฏิบัติงานในองค์กรด้านสื่อประเภทต่างๆ ไปนั้นมีความรู้เท่าทันสื่อมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ความรู้เท่าทันสื่อใหม่” จึงเป็นที่มาของความสนใจของคณะวิจัย ซึ่งมุ่งที่จะศึกษาระดับทักษะ “รู้เท่าทันสื่อใหม่” ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ โดยมุ่งวัดระดับทักษะความรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษาผ่านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ได้แก่ เฟซบุ๊ก และไลน์ เนื่องจากเห็นว่านักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์เป็นผู้ศึกษาด้านการสื่อสารควรมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสื่อสารที่ต้องเน้นความถูกต้องของข้อเท็จจริงเป็นสำคัญ การมีทักษะ “เท่าทันสื่อใหม่” โดยไม่ตกเป็นเครื่องมือในการช่วยเผยแพร่เนื้อหาที่ปนด้วยผลประโยชน์แอบแฝง หรือมีอคติปนเปื้อนจึงเป็นสิ่งที่สถาบันผู้ผลิตบัณฑิตที่จะออกไปทำงานสื่อสารกับสังคมควรให้ความสำคัญ ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อการปรับปรุงเพิ่มเติมช่องว่างด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ควรดำเนินการเพื่อเติมเต็มให้นักศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีให้เป็นผู้มีทักษะที่เหมาะสมด้านการรู้เท่าทันสื่อใหม่สามารถเป็นผู้ประกอบวิชาชีพทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารรวมถึงเป็นผู้รับสารที่มีความรู้เท่าทันได้อย่างมีคุณภาพ มีความรับผิดชอบต่อการทำหน้าที่เป็นนักสื่อสารที่ได้รับความน่าเชื่อถือจากสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ในประเด็นดังนี้คือ

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่
2. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์
3. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่กับลักษณะประชากร
4. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์กับลักษณะประชากร
5. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ และ

6. ความต้องการใช้เพชบุ๊กและไลน์ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนนิเทศศาสตร์ในระบบการศึกษาทางไกล

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

นำผลการศึกษามาประกอบการแสวงหาแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งสองประเภทเพื่อประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอน การจัดการเรียนการสอน การให้คำปรึกษา และการสร้างเครือข่ายบริการวิชาการแก่นักศึกษาให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพสังคมต่อไป

แนวคิดทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ

European Commission (2007), Canadian Council on Learning (2008) และ UNESCO - Teacher Training (2008) นิยามความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า ความสามารถในการเข้าถึง (access) เข้าใจ (understand) ประเมิน (evaluate) และสร้างสรรค์ (create) เนื้อหาสื่อที่หลากหลายภายใต้บริบทต่างๆ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า “รู้เท่าทันสื่อ” คือ ทักษะหรือความสามารถในการ “ใช้สื่ออย่างรู้ตัว” และ “ใช้สื่ออย่างตื่นตัว”

คำว่า “ใช้สื่ออย่างรู้ตัว” ขยายความได้ว่า สามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ สามารถโต้ตอบได้อย่างมีสติและรู้ตัว สามารถตั้งคำถามได้ว่าควรเชื่อหรือไม่ หรือมีค่านิยมความเชื่อใดที่แฝงมากับสื่อนั้น ผู้ผลิตสื่อหวังผลอะไร

ส่วนคำว่า “ใช้สื่ออย่างตื่นตัว” ขยายความได้ว่า แทนที่จะเป็นฝ่ายตั้งรับอย่างเดียว ต้องเปลี่ยนมาเป็นฝ่ายรุกบ้าง โดยการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เข้าถึงข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ รวมทั้งสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ มีส่วนร่วมพัฒนาให้ดีขึ้น เช่น ท้วงติงหรือร้องเรียนเมื่อพบว่าไม่เหมาะสม เรียกร้องสิทธิในฐานะผู้บริโภคสื่อ ฯลฯ

บุพบา เมฆศรีทองคำ (2554) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า ความสามารถของแต่ละบุคคลในการเข้าถึง เข้าใจ ตีความ ประเมิน และสร้างเนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลาย ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อโดยไม่ถูกครอบงำจากสื่อ และสามารถเสริมสร้างพลังอำนาจของตนเองเพื่อให้สามารถใช้สื่อเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของตนเอง ครอบครัว ชุมชนและสังคม

ในส่วนของมูลนิธิอินเทอร์เน็ตรวมพัฒนาไทย (2559) ให้ความเห็นในเรื่อง “รู้เท่าทันสื่อ ICT” ว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การที่เราไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟัง แต่สามารถคิด วิเคราะห์ สงสัย และรู้จักตั้งคำถาม เป็นต้นว่า จริงหรือไม่จริง ใครเป็นคนให้ข้อมูล เขาต้องการสื่อสารอะไร มีจุดมุ่งหมายแอบแฝงหรือไม่ ต้องการสื่อสารให้ใคร ใครได้ประโยชน์ ฯลฯ

ในทัศนะของผู้เขียนเห็นว่า การรู้เท่าทันสื่อใหม่จัดเป็นความรู้และทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับประชาชนทุกคนทุกเพศ ทุกวัยในบริบทสังคมที่ภูมิทัศน์ของสื่อหลอมรวมเข้าด้วยกันในปัจจุบัน ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะผู้ส่งสารหรือผู้รับสาร ทักษะการรู้เท่าทันไม่เพียงแต่จะสามารถเข้าถึง เข้าใจ วิเคราะห์ แต่จะต้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้วยจิตสำนึกของความตระหนักในผลกระทบที่อาจเกิดจากการใช้หรือเผยแพร่เนื้อหาที่ตนสื่อสารออกไปด้วย

สำหรับงานวิจัยนี้ การรู้เท่าทันสื่อใหม่ หมายถึง ทักษะทางสังคมที่สำคัญและจำเป็นเพื่อนำไปใช้ในภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการพัฒนาทักษะเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยทักษะทางสังคมอื่นๆ เป็นพื้นฐาน โดยพัฒนาในลักษณะของความสัมพันธเชิงกลุ่ม (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice, 2006)

แนวคิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่

1. งานวิจัยรุ่นบุกเบิกของความรู้เท่าทันสื่อใหม่ซึ่งปัจจุบันได้ถูกนำมาใช้เป็นกรอบอ้างอิงหลักในการศึกษาความรู้เท่าทันสื่อใหม่คือ งานวิจัยของ Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice. (2006) เรื่อง Confronting the

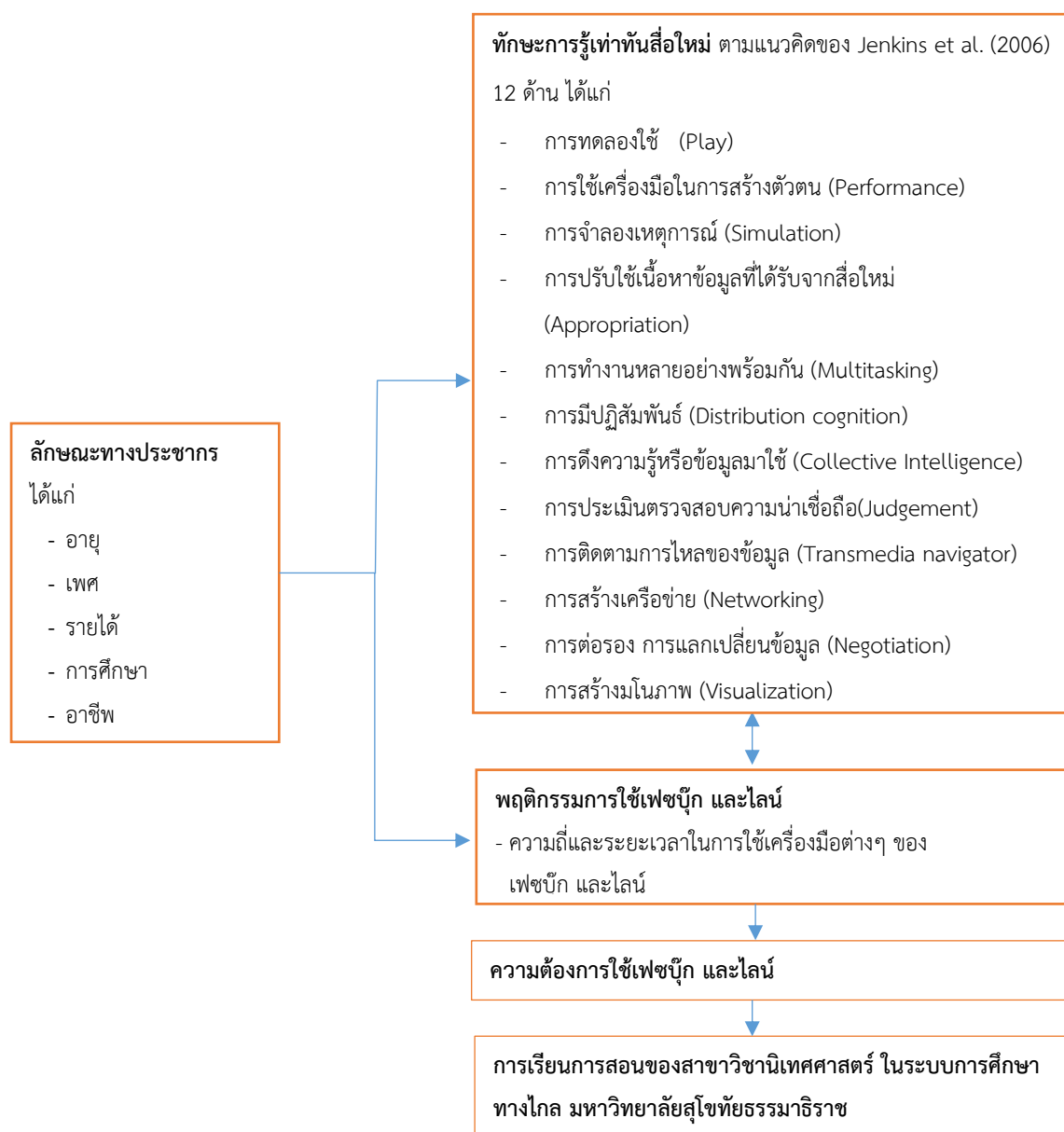
Challenges of Participatory Culture: Media Education in the 21st century ซึ่งเสนอแนวคิดว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ ประกอบด้วยทักษะ 12 ประการ ทั้งนี้แนวคิดตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีและการเรียนรู้ ผู้ใช้สื่อในปัจจุบันไม่ได้บริโภคเนื้อหาเท่านั้น แต่ผู้บริโภคมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ (participate and engage) ในการสื่อสารโดยการสร้างและแชร์เนื้อหาด้วย เช่น การอัปเดตสถานะทางเฟซบุ๊ก การทวีตข้อความทางทวิตเตอร์ การสร้างวิดีโอเผยแพร่ทางยูทูบ เป็นต้น ซึ่งการสร้างและแชร์เนื้อหาในลักษณะนี้เป็นการสร้าง “วัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (participatory culture)” (Ahn, 2013) โดย Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice. (2006) เสนอทักษะ 12 ทักษะซึ่งเป็นทักษะสำคัญที่ใช้ในสภาพการณ์ของสื่อใหม่ ได้แก่

- 1) ทักษะการทดลองใช้ (Play) เป็นความสามารถในการทดลอง เพื่อแก้ไขปัญหาการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ เช่น การทดลองแก้ไขปัญหาการใช้ไลน์ หรือ การส่งต่อภาพที่ได้รับมาทางไลน์ เป็นต้น
- 2) ทักษะการใช้เครื่องมือในการสร้างตัวตน (Performance) เช่น การสร้างโปรไฟล์ของตนเองโดยใส่ภาพ และตั้งชื่อทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น
- 3) ทักษะการจำลองเหตุการณ์ (Simulation) เป็นความสามารถในการตีความและสร้างแบบจำลองของโลกเสมือนจริง สามารถทำความเข้าใจสถานการณ์ที่ผู้อื่นประสบ โดยที่ไม่จำเป็นต้องอยู่ร่วมหรือมีประสบการณ์ในเหตุการณ์นั้นๆ เช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวไทยซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทยตีความเหตุการณ์โรงไฟฟ้านิวเคลียร์รั่วที่ประเทศญี่ปุ่น การอพยพเคลื่อนย้ายผู้ประสบไฟป่าในออสเตรเลีย เป็นต้น
- 4) ทักษะในการปรับใช้เนื้อหาข้อมูลที่ได้รับจากสื่อใหม่ (Appropriation) เป็นความสามารถในการผสมผสานและปรับใช้เนื้อหาข้อมูลที่ได้รับจากสื่อใหม่ เพื่อสร้างเนื้อหาของตนเอง เช่น การแชร์ link ของเฟซบุ๊กไปยังไลน์ หรือการนำรูปภาพในไลน์ไปโพสต์ในเฟซบุ๊ก เป็นต้น
- 5) ทักษะการทำงานหลายๆอย่างพร้อมกันบนสื่อใหม่ (Multitasking) เป็นความสามารถในการทำงานหลายๆอย่างพร้อมกัน เช่น การเปิดเว็บเพจหลายเว็บเพจพร้อมกัน หรือการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในเวลาเดียวกัน เป็นต้น
- 6) ทักษะในการปฏิสัมพันธ์อย่างมีความหมายด้วยเครื่องมือต่างๆของสื่อใหม่ (Distribution cognition) เป็นความสามารถในการปฏิสัมพันธ์อย่างมีความหมายด้วยเครื่องมือต่างๆของเฟซบุ๊กและไลน์ เช่น การแสวงหาข้อมูล เป็นต้น
- 7) ทักษะการดึงความรู้หรือข้อมูลมาใช้ (Collective Intelligence) เป็นความสามารถในการดึงความรู้หรือข้อมูลจากเฟซบุ๊กและไลน์มาใช้ตอบสนองเป้าหมายต่างๆ เช่น การติดต่อเพื่อนทางเฟซบุ๊กหรือไลน์เพื่อหาคำตอบในเรื่องบางเรื่อง หรือการขอความช่วยเหลือจากเพื่อนในเฟซบุ๊กหรือไลน์ เป็นต้น
- 8) ทักษะประเมินและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลและความมั่นใจที่มีต่อแหล่งข้อมูล (Judgement) เป็นความสามารถที่จะประเมินและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลและความมั่นใจที่มีต่อแหล่งข้อมูล เช่น ความสามารถในการจำแนกความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น
- 9) ทักษะติดตามการไหลของเนื้อหาและข้อมูลข้ามช่องทางสื่อต่างๆ (Transmedia navigation) ความสามารถที่จะติดตามการไหลของเนื้อหาและข้อมูลข้ามช่องทางสื่อต่างๆ เช่น การค้นข้อมูลสืบเนื่องจากประเด็นทางเฟซบุ๊กที่เพื่อนแชร์มา หรือการกด Like กลุ่มละครเกาหลีทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น
- 10) ทักษะการสร้างเครือข่าย ความสามารถที่จะค้นหา สังเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูล (Networking) การสร้างเครือข่าย สร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นๆ เช่น การแชร์ link ข่าว หรือข้อมูลทางเฟซบุ๊ก หรือ ไลน์

- 11) ทักษะการต่อรองการแลกเปลี่ยนข้อมูล และยอมรับทำความเข้าใจกับคนจากต่างวัฒนธรรม (Negotiation) ความสามารถที่จะมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และยอมรับทำความเข้าใจกับคนจากต่างกลุ่ม
- 12) ทักษะการคิดทำความเข้าใจสิ่งต่างๆ เป็นภาพหรือการสร้างมโนภาพ (Visualization) เป็นความสามารถในการคิดและสร้างมโนภาพ

งานวิจัยของ Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice. (2006) เสนอข้อแตกต่างที่สำคัญที่สุดจากกรอบแนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อแบบเดิม โดยมองว่าผู้ใช้สื่อมีลักษณะ active นั่นคือไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสาร หรือผู้บริโภคสารเท่านั้น แต่ผู้ใช้สื่อสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างสรรค์ด้วย ในงานวิจัยเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดีย และไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของ Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice. มาพัฒนาเป็นแบบสอบถามในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

ใช้การวิจัยแบบผสมวิธี ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ สองประเภทคือเฟซบุ๊ก และไลน์ และใช้แนวคิดการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่จากความสามารถของผู้ใช้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ใน 12 ด้านซึ่งพัฒนาโดย Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K. and Alice J. R. (2006) เป็นกรอบในการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

- ประชากร ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ที่อยู่ในระบบการศึกษาในปีการศึกษา 2559 จำนวน 450 คน

- กลุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกแบบเจาะจงโดยศึกษาจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ที่เข้ารับการอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์ก่อนสำเร็จการศึกษาทุกคนในปีการศึกษา 2559 จำนวน 178 คน โดยถือเป็นตัวแทนของนักศึกษานิติศาสตร์ ทั้ง 6 กลุ่มวิชา ได้แก่ กลุ่มสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาเป็นบัณฑิตของสาขาวิชานิติศาสตร์

การวิจัยเชิงคุณภาพ

- เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากนักศึกษาที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์ในภาคการศึกษาที่ 1/2559 และภาคการศึกษาที่ 2/2559 โดยเป็นตัวแทนกลุ่มวิชา 6 กลุ่มวิชา ได้แก่ กลุ่มสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การประชาสัมพันธ์ และ การโฆษณา จำนวนกลุ่มละ 2 คน ซึ่งการอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์แต่ละครั้งมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 12 คน รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักที่เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งสิ้น 24 คน

- ใช้วิธีการสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 2 ครั้ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีเครื่องมือที่ใช้จำนวน 2 ชุด ได้แก่

1) แบบสอบถาม กำหนดข้อมูลในแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์

- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ ซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัยของ Jenkins (2006) และ Literat (2014) โดยการวัดระดับการรู้เท่าทันดังกล่าวเป็นการออกแบบคำถามเพื่อวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของผูตอบแบบสอบถาม โดยใช้ชุดของคำถามทั้งหมด 48 ข้อ เพื่อวัดทักษะในการใช้สื่อใหม่ 12 ทักษะ

2) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้สัมภาษณ์นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์ ในภาคการศึกษาที่ 1/2559 และภาคการศึกษาที่ 2/2559 รวมจำนวน 24 คน

กำหนดประเด็นสนทนากับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็น 3 ประเด็นใหญ่ ได้แก่ การประเมินพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์ การประเมินความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเรียนการสอนผ่านเฟซบุ๊ก และไลน์ และการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดระบบที่ปรึกษาทางวิชาการและบริการตอบคำถามผ่านเฟซบุ๊ก และไลน์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือการวิจัยได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน แล้วนำข้อมูลมาหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์: IOC) หลังจากนั้นได้ปรับปรุงแก้ไขตาม

ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองเก็บข้อมูลกับผู้ที่มิมีลักษณะตรงกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยจำนวน 30 คน จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามในส่วนของการวัดระดับทักษะความรู้เท่าทันสื่อ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.825

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ผู้วิจัยกำหนดแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ ในภาคการศึกษาที่ 1/2559 และภาคการศึกษาที่ 2/2559 รวมจำนวน 178 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

- ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (focus group interview) นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ ในภาคการศึกษาที่ 1/2559 และภาคการศึกษาที่ 2/2559 รวมจำนวน 24 คน

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติอ้างอิง ได้แก่ ค่าสถิติ Chi-square

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ความต้องการ ความคิดเห็น และการให้เหตุผลในการเลือกของนักศึกษาเพื่อนำมาสังเคราะห์ จัดกลุ่มเนื้อหาและสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยสรุปและอภิปรายผลได้ตามลำดับวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์

ผลสำรวจพบว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานิเทศศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยจำแนกเป็นทักษะด้านต่างๆ ดังนี้ (เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย) ทักษะที่ทดสอบทั้งหมดมี 12 ทักษะ เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายทักษะดังแสดงในตารางที่ 1 พบว่า

1.1 กลุ่มตัวอย่างมีทักษะในระดับมาก มี 10 ทักษะ โดยทักษะที่อยู่ในระดับมากสามลำดับแรก ได้แก่ ทักษะการทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ทักษะการติดตามการไหลของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.31) และทักษะการประเมินตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ซึ่งทักษะทั้งสามลำดับนี้ได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตในสาขาวิชานิเทศศาสตร์และสอดคล้องกับประกาศมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เรื่อง คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ ในเรื่อง ทักษะการตัดสินใจ และแก้ปัญหา สามารถใช้เทคโนโลยีในการศึกษาด้วยตนเอง ก้าวทันเทคโนโลยี (หลักสูตรการศึกษาด้านสาขาวิชานิเทศศาสตร์, 2562)

1.2 ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับปานกลาง ได้แก่ ทักษะการจำลองเหตุการณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

1.4 ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับน้อย ได้แก่ ทักษะการปรับใช้ (ค่าเฉลี่ย 2.27)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวัดระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่

การรู้เท่าทัน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. การทดลองใช้ (Play)	4.36	0.51	มาก
2. การใช้เครื่องมือในการสร้างตัวตน (Performance)	3.96	0.58	มาก
3. การจำลองเหตุการณ์ (Simulation)	3.13	0.79	ปานกลาง
4. การปรับใช้ (Appropriation)	2.27	0.81	น้อย
5. การมีปฏิสัมพันธ์ (Distribution cognition)	3.95	0.53	มาก
6. การทำงานหลายอย่างพร้อมกัน(Multitasking)	3.74	0.81	มาก
7. การดึงข้อมูลมาใช้ (Collective Intelligence)	4.13	0.57	มาก
8. การประเมินตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Judgement)	4.17	0.52	มาก
9. การติดตามการไหลของข้อมูล(Transmedia navigator)	4.31	0.50	มาก
10.การสร้างเครือข่าย (Networking)	4.14	0.66	มาก
11. การต่อรองการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Negotiation)	4.15	0.65	มาก
12. การสร้างมโนภาพ (Visualization)	3.98	0.57	มาก
ระดับการรู้เท่าทันโดยรวม	3.86	0.36	มาก

ทั้งนี้ รายละเอียดเกี่ยวกับทักษะในการใช้สื่อใหม่แต่ละทักษะของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

1) **ทักษะการทดลองใช้ (Play)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.36) เป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหา การทดลอง เมื่อพิจารณารายละเอียดในเชิงของความสามารถในทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ในแต่ละทักษะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความสามารถในการแก้ไขปัญหา การหาวิธีจัดการด้วยตนเอง และการทดลองใช้สื่อใหม่ได้

ทั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะในการทดลองใช้หรือทดลองฟังค์ชั่น เครื่องมือต่างๆ ในคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กหรือมือถือสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) และหากประสบปัญหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์หรือมือถือ กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการทดลองใช้โปรแกรม เครื่องมือต่างๆ แก้ไขปัญหาในคอมพิวเตอร์ มือถือหรือแท็บเล็ตได้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41)

2) **ทักษะการติดตามการไหลของข้อมูล (Transmedia navigator)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.31) เป็นทักษะการติดตามข้อมูลจากสื่อหลายๆสื่อ อย่างเช่น ผู้ชมที่ชมซีรีส์ทาง Netflix อาจจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับซีรีส์ดังกล่าวทางเว็บไซต์ออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งในสภาวะการณ์ของสื่อในปัจจุบันผู้รับสารสามารถติดตามสารได้จากหลายช่องทางพร้อมกันเช่น โทรศัพท์มือถือ หนังสือ นิตยสาร หรือผ่านแอปพลิเคชันทางมือถือ เป็นต้น

ทั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสามารถที่โดดเด่นในแง่ของการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งที่สนใจจากหลายๆช่องทางการสื่อสารประกอบกัน (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีความสามารถค้นหาและตรวจสอบข้อมูลโดยเชื่อมโยงระหว่างช่องทางสื่อแบบเดิม (เช่น โทรศัพท์ วิทยุ) กับสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตหลายสื่อผสมกันในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ

3) **ทักษะการประเมินตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Judgement)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.17) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการค้นคว้าและตรวจสอบข้อมูลจากช่องทางการสื่อสารหลายๆแหล่งในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33) รวมทั้งสามารถเลือกใช้คำสำคัญในการค้นข้อมูลทางกูเกิ้ลได้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53)

4) **ทักษะการต่อรอง การแลกเปลี่ยนข้อมูล (Negotiation)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.15) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นประโยชน์และพึงพอใจที่สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้สามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ (4.39) รวมถึงช่วยให้เกิดการเรียนรู้ความแตกต่างของคนจากสื่ออินเทอร์เน็ตได้ (4.37)

5) **ทักษะการสร้างเครือข่าย (Networking)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.14) พบว่า กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบที่สามารถใช้สื่อออนไลน์เพื่อติดต่อกับเพื่อนได้ในระดับมากที่สุด (4.42) รวมถึงการใช้ประโยชน์จากการอ่านข้อคิดเห็นต่อสินค้าและบริการของผู้อื่นซึ่งนำมาแชร์ออนไลน์ (4.30)

6) **ทักษะการดึงข้อมูลมาใช้ (Collective Intelligence)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.13) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการค้นหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลมาใช้แก้ปัญหามาได้ในระดับมากที่สุด (4.65)

7) **ทักษะการสร้างมโนภาพ (Visualization)** (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการใช้กูเกิ้ลแม๊ป กูเกิ้ลเอิร์ธเป็นเครื่องมือในระดับมากที่สุด (4.33) อีกทั้งยังมีความชื่นชอบเฟซบุ๊กและไลน์ในแง่ที่ว่าโปรแกรมดังกล่าวเอื้อให้ผู้เห็นรูปภาพของเพื่อนๆ ได้ (4.20)

8) **ทักษะการใช้เครื่องมือในการสร้างตัวตน (Performance)** (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าการชักชวนเพื่อเผชิญหน้ากับเหตุการณ์รุนแรงทางธรรมชาติและอุบัติเหตุต่างๆ เป็นสิ่งจำเป็น (4.41)

9) **ทักษะการมีปฏิสัมพันธ์ (Distribution cognition)** (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าสภาพแวดล้อมมีส่วนสำคัญที่ทำให้สมองพัฒนา (ค่าเฉลี่ย 4.40) อีกทั้งยังเห็นว่าการใช้เครื่องมือต่างๆ ในคอมพิวเตอร์หรือมือถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การเรียนรู้ได้ดีขึ้นในระดับมาก (4.16)

10) **ทักษะการทำงานหลายอย่างพร้อมกัน (Multitasking)** (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74) ในแง่ของทักษะการทำงานหลายอย่างพร้อมกันนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการทำกิจกรรมหลายอย่างพร้อมกัน (3.94) อีกทั้งตัวเองก็ชอบเปิดโปรแกรมและเครื่องมือหลายอย่างพร้อมกันบนคอมพิวเตอร์ (3.86) และตนเองสามารถตัดสิ่งรบกวนขณะทำงานได้ (3.47)

ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับปานกลาง ได้แก่

ทักษะการจำลองเหตุการณ์ (Simulation) (ค่าเฉลี่ยรวม 3.13) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากว่านักแสดงเรียนรู้จากบทบาทในละคร (3.89) และกลุ่มตัวอย่างยอมรับในระดับปานกลางว่าตนสร้างประวัติส่วนตัวออนไลน์หลายชุด (3.02) อีกทั้งเห็นด้วยว่าตัวตนในสื่อออนไลน์แตกต่างจากตัวตนในชีวิตจริง (2.87) รวมถึงเห็นด้วยว่าบางสถานการณ์ในสื่อออนไลน์ตนต้องแสดงตัวตนเป็นคนอื่น (2.77)

ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับน้อย ได้แก่

ทักษะการปรับใช้ (Appropriation) (ค่าเฉลี่ยรวม 2.27) เป็นทักษะการใช้สื่อใหม่ ซึ่งวัดจากความสามารถในการหยิบยกเนื้อหาที่มีการแชร์ทางอินเทอร์เน็ตมาปรับเปลี่ยนดัดแปลง เพื่อให้ตอบสนองวัตถุประสงค์ของตน เช่น การนำภาพหรือวิดีโอที่ผู้อื่นแชร์ไว้มาตกแต่งใหม่หรือใช้เพื่อผลิตวิดีโอใหม่ หรือการเขียนเรื่องสั้น นวนิยาย หรือวิดีโอโดยนำเค้าโครงมาจากเนื้อหาที่ผู้อื่นแชร์ไว้ เป็นต้น

จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการใช้สื่อใหม่ในระดับมากถึง 10 ทักษะจากทักษะทั้งหมด 12 ทักษะ ดังนั้น จึงส่งผลให้ค่าเฉลี่ยของระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ผลการวิจัยในประเด็นทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่งนี้มีความสอดคล้องเป็นบางส่วนกับผลวิจัยของ Ahn (2013) ซึ่งศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ผ่านการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาของอเมริกา โดย Ahn พบว่า จากทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ทั้ง 12 ทักษะ ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับมาก 4 ทักษะแรก ได้แก่ ทักษะการต่อรองแลกเปลี่ยนข้อมูล ทักษะการสร้างเครือข่าย ทักษะการปรับใช้ ทักษะการติดตามการไหลของข้อมูล จากการเปรียบเทียบงานวิจัยทั้งสองงานพบว่าทักษะที่สอดคล้องกันมี 3

ทักษะ ได้แก่ ทักษะการต่อรองแลกเปลี่ยนข้อมูล ทักษะการติดตามการไหลของข้อมูล และทักษะการสร้างเครือข่าย ในส่วนของทักษะการปรับใช้นั้นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารังนี้มีทักษะด้านนี้ในระดับน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทักษะด้านอื่นๆ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างยังไม่มั่นใจว่าเนื้อหาออนไลน์ประเภทใดที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ ดังแสดงให้เห็นในองค์ประกอบของทักษะดังกล่าว โดยกลุ่มตัวอย่างนำภาพหรือวิดีโอที่คนอื่นแชร์เป็นสาธารณะมาใช้ในระดับน้อยที่สุด รวมทั้งผลิตเนื้อหาใหม่ๆ ขึ้นโดยหยิบยกเค้าโครงมาจากสื่ออื่นๆ ในระดับน้อย อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะระมัดระวังในการนำเนื้อหาออนไลน์ไปใช้ โดยกลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยกับการหยิบเนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งของผู้อื่นมาใช้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์

เมื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) มากกว่าการดูโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) หรือฟังวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.52) แสดงให้เห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่พบว่าในปีพ.ศ. 2562 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยใช้เฉลี่ยมากถึง 10 ชั่วโมง 22 นาที เพิ่มขึ้นกว่าปีพ.ศ.2561 ถึง 17 นาที และกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของคนไทยดังสะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากกว่าสื่อมวลชนแบบเดิม

กลุ่มตัวอย่างระบุวัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตว่าใช้เพื่อฆ่าเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.69) ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงานหรือการเรียนในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเล่นเกมสันทนาการในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) สอดคล้องเป็นบางส่วนกับผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ากิจกรรมที่เป็นที่นิยมสูงสุด 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามในระยะเวลา 7 ปีตั้งแต่ปีพ.ศ.2555- 2562 คือ ใช้สื่อสังคมออนไลน์, ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ และค้นหาข้อมูลออนไลน์ อย่างไรก็ตามผลวิจัยนี้ในส่วนของกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อฆ่าเวลานั้น เป็นกิจกรรมที่ค่อนข้างกว้างซึ่งหมายถึงรวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การดูหนังฟังเพลงออนไลน์ตามผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วย ส่วนกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงานหรือเรียนซึ่งกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ใช้ในระดับมากที่สุดนั้นแตกต่างกับผลการวิจัยของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ อาจเป็นไปได้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเป็นตัวแทนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะที่ยังต้องศึกษาเล่าเรียน ย่อมต้องใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียน แต่กลุ่มตัวอย่างของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นบุคคลทั่วไป

ส่วนสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ใช้มากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.83) เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 4.65) และยูทูบ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ในส่วนของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างใช้เครื่องมือต่างๆ ของเฟซบุ๊กอย่างหลากหลาย โดยเครื่องมือ 3 ลำดับแรกของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด ได้แก่ กดไลค์ (ร้อยละ 95.5) โพสต์รูป (ร้อยละ 87.1) และส่งข้อความส่วนตัว (ร้อยละ 83.7) ส่วนไลน์นั้นเครื่องมือ 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด ได้แก่ การแชทพูดคุย (ร้อยละ 97.8) ส่งสติ๊กเกอร์ (ร้อยละ 93.8) และเพิ่มเพื่อน (ร้อยละ 88.8) สอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มากที่สุด 3 ลำดับ คือ ไลน์ เฟซบุ๊ก และยูทูบ

สรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์กับลักษณะประชากร

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษาเดิมและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Literat (2014) ซึ่งพบว่าระดับการรู้เท่าทันสื่อ

ใหม่ไม่มีความสัมพันธ์กับอายุ ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาสุดท้ายของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุต่ำกว่า 35 ปี มากถึงร้อยละ 70 กลุ่มดังกล่าวจัดเป็นกลุ่ม Gen Y ซึ่งกลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ในลักษณะเป็นกิจวัตรประจำวัน มีความคุ้นเคยกับการใช้สื่อใหม่ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุค่อนข้างกระจุกตัวดังกล่าวจึงส่งผลให้อายุไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่

สรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาวิทยาศาสตร์กับลักษณะประชากร

การศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์นี้ ใช้การศึกษาจากความสัมพันธ์และระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละประเภท ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ลักษณะประชากรด้านอื่น ได้แก่ เพศ วุฒิการศึกษาเดิมและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ในส่วนของพฤติกรรมการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ พบว่าลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเฉพาะในด้านระยะเวลาการใช้ไลน์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ลักษณะประชากรด้านอื่น ได้แก่ อายุและวุฒิการศึกษาเดิม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์

สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาที่ใช้ สอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ โดยแต่ละช่วงอายุใช้เฟซบุ๊กเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างและคล้ายคลึงกันใน 3 ลำดับคือ

- Baby Boomer นิยมใช้ Social Media 82.5%, ค้นหาข้อมูลออนไลน์ 69.0% และอ่านหนังสือ/ข่าว/บทความออนไลน์ 67.5%
- Gen X นิยมใช้ Social Media 87.9%, ค้นหาข้อมูลออนไลน์ 72.0% และดูหนัง-ฟังเพลง 69.9%
- Gen Y นิยมใช้ Social Media 93.7%, ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ 73.6% และค้นหาข้อมูลออนไลน์ 72.3%
- Gen Z นิยมใช้ Social Media 87.1%, ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ 69.2% และค้นหาข้อมูลออนไลน์ 54.6%

ขณะที่รายได้และเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์ เหตุผลที่อธิบายพฤติกรรมการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่างที่พบว่า “รายได้” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาการใช้ไลน์ ขณะที่ “เพศ” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์เฉพาะในด้านระยะเวลานั้น อาจอธิบายได้ว่า “รายได้” เป็นปัจจัยของการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ได้บ่อยครั้ง รวมถึงยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อผู้ใช้ในใช้เวลาบกับสื่อดังกล่าวได้ ผู้มีรายได้สูงกว่าอาจเข้าถึงและใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์ได้บ่อยและมากกว่าผู้มีรายได้น้อย นอกจากนี้อาจมีปัจจัยด้านพาณิชนัย อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทำให้เกิดการใช้ไลน์แชทพูดคุยเพื่อซื้อขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นรายได้ของกลุ่มตัวอย่างจึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์

ส่วนผลวิจัยที่พบว่า “เพศ” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์เฉพาะในด้านระยะเวลานั้น อาจสรุปเหตุผลตามข้อมูลทั่วไปที่ชี้ว่า เพศหญิงเป็นกลุ่มหลักที่ใช้ไลน์เพื่อการแชทพูดคุย ส่งสติ๊กเกอร์และสร้างกลุ่มแชทมากที่สุดตามลำดับ ทำให้ระยะเวลาการใช้ไลน์ยาวนานส่งผลให้ลักษณะประชากรด้านเพศมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการใช้ไลน์ ส่วนวุฒิการศึกษาเดิม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์แต่อย่างใด ทั้งนี้อาจเป็นผลเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาเดิมใกล้เคียงกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ระดับการรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานของงานวิจัย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Literat (2014) ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อใหม่มาก มีแนวโน้มที่จะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่สูง โดย Literat ได้เจาะจงว่า พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ เนื่องจากการใช้สื่อใหม่ผู้ใช้ต้องมีส่วนร่วมอย่างมาก (active) มากกว่าการใช้สื่อแบบดั้งเดิม

สรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 6 ความต้องการใช้สื่อใหม่เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนนิติศาสตร์ในระบบการศึกษา

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความต้องการใช้สื่อใหม่เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนนิติศาสตร์ในระบบการศึกษา ดังนี้

1. **ความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กและไลน์** กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กและไลน์มีน้ำหนักที่แตกต่างกัน กล่าวคือการใช้เฟซบุ๊กสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้ ขณะที่การใช้ไลน์ตอบสนองในเชิงความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดได้มากกว่า อีกทั้งเป็นเครื่องมือที่สามารถสื่อสารได้ทั้งข้อความ ภาพ และโทรศัพท์ ดังนั้นไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่นักศึกษาเห็นว่าเข้าถึงคู่สื่อสารได้ตรงตัวและรวดเร็วที่สุด
2. **การใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในกิจกรรมการเรียนการสอน** กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นด้วยที่สาขาวิชาฯ ควรใช้เฟซบุ๊กและไลน์เป็นช่องทางในการส่งแบบฝึก การบ้าน ข้อมูลการสอนเสริม ข้อมูล/ กิจกรรมการฝึกอบรมต่างๆ ฯลฯ เนื่องจากเป็นช่องทางที่เข้าถึงตัวนักศึกษาได้รวดเร็ว ไม่ล่าช้า สามารถเปิดดูซ้ำได้ รวมถึงสามารถติดต่อกลับได้ทันที และไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยให้ความเห็นว่าควรใช้ช่องทางไลน์ เนื่องจากแต่ละคนมีพฤติกรรมเปิดใช้ไลน์ทุกวัน
3. **การใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในการทำระบบที่ปรึกษาหรือตอบคำถามทางวิชาการ** กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นด้วยที่สาขาวิชาฯ ควรใช้เฟซบุ๊กและไลน์เป็นช่องทางในการทำระบบที่ปรึกษาหรือบริการตอบคำถามทางวิชาการ ซึ่งนอกจากจะเป็นการให้คำแนะนำด้านการเรียนแก่นักศึกษาแล้ว ยังทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาได้ โดยให้ความเห็นว่าควรใช้ช่องทางไลน์ เนื่องจากเข้าถึงได้ สะดวก อีกทั้งยังสามารถใช้โทรศัพท์ผ่านไลน์ได้เป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย

ข้อเสนอแนะ

การนำไปพัฒนาการจัดการเรียนการสอน

ผลการวิจัยข้างต้นถือเป็นประเด็นหลักที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการพัฒนาเนื้อหาหรือกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ ดังนี้

1. **พัฒนาเอกสารการสอนหัวข้อ “การรู้เท่าทันสื่อ”** เนื่องจากประเด็นการรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องสำคัญของยุคเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ที่เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญาให้แก่นักศึกษาและเยาวชน ดังนั้น สาขาวิชานิติศาสตร์ควรส่งเสริมและพัฒนาเนื้อหาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อในเอกสารการสอนและกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งในเนื้อหาหรือกิจกรรมแทรกในการฝึกปฏิบัติเสริมทักษะชุดวิชาต่างๆ รวมถึงการฝึกอบรมประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์ควรเน้นการเพิ่มทักษะการปรับใช้ (Appropriation) ให้นักศึกษามีความสามารถในการหยิบยกเนื้อหาที่มีการแชร์ทางอินเทอร์เน็ตมาปรับเปลี่ยนดัดแปลง

เพื่อให้ตอบสนองวัตถุประสงค์ของตน เช่น การนำภาพหรือวิดีโอที่ผู้อื่นแชร์ไว้มาตกแต่งใหม่หรือใช้เพื่อผลิตวิดีโอใหม่ หรือการเขียนเรื่องสั้น นวนิยาย หรือวิดีโอโดยนำเค้าโครงมาจากเนื้อหาที่ผู้อื่นแชร์ไว้ เป็นต้น ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตสาขาวิชานิติศาสตร์ที่สอดคล้องกับสภาพภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนไป

2. ปรับเพิ่มช่องทางการเรียนการสอนโดยใช้ไลน์และ/หรือเฟซบุ๊ก นอกเหนือจากการใช้สื่อเอกสารการสอนเป็นสื่อหลัก ควรมีการปรับเพิ่มช่องทางการเรียนการสอนที่สามารถเข้าถึงนักศึกษาและสอดคล้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของนักศึกษา ดังนั้น สาขาวิชาฯ ควรปรับเพิ่มช่องทางการเรียนการสอนที่สามารถเข้าถึงตัวผู้เรียนได้ทุกคนโดยใช้ไลน์และเฟซบุ๊ก ซึ่งช่องทางดังกล่าวนี้จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาได้ดีขึ้น เนื่องจากแต่ละฝ่ายต่างมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างต่อเนื่องในกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ เช่น การส่งการบ้าน / กิจกรรมเสริมประจำสัปดาห์ / แบบฝึกปฏิบัติเสริมทักษะ / การอบรมเข้มพิเศษ รวมถึงการตอบข้อซักถามเกี่ยวกับเนื้อหาในสาขาวิชาต่างๆ

นอกจากนี้ การใช้ช่องทางไลน์และ/หรือเฟซบุ๊กในการเรียนการสอน ทำให้สามารถสอดแทรกเนื้อหาความรู้ การให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความรู้ความตระหนักชัดในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อได้เป็นอย่างดี

3. การนำไปพัฒนาการบริการตอบคำถามทางวิชาการ

ผลการวิจัยในเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มในประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการนำสื่อไลน์และ เฟซบุ๊กมาใช้ในการบริการตอบคำถามทางวิชาการนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในเชิงองค์รวมดังนี้

3.1 การพัฒนาระบบการให้คำปรึกษาทางวิชาการผ่านไลน์และ/หรือเฟซบุ๊ก โดยระบบการให้คำปรึกษาควรมีองค์ประกอบของการให้คำปรึกษาที่ถูกต้อง สร้างความใกล้ชิดผูกพันระหว่างสาขาวิชากับนักศึกษา เป็นปัจจัยสนับสนุนให้นักศึกษามีกำลังใจในการเรียน และทำให้นักศึกษาสำเร็จการศึกษาตามเป้าหมาย ดังนั้น ระบบการให้คำปรึกษาจะต้องให้ความสำคัญกับบุคคลที่จะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ซึ่งสาขาวิชาอาจกำหนดนโยบายโดยการจัดระบบอาจารย์ที่ปรึกษาอันเป็นแนวทางที่ใช้กันทั่วไปและสอดคล้องกับองค์ประกอบที่กล่าวมา ฉะนั้น รูปแบบการให้คำปรึกษาในแนวทางของการเป็นมหาวิทยาลัยเปิดและมีการเรียนการสอนในระบบทางไกล จำเป็นต้องใช้ช่องทางที่สามารถเข้าถึงนักศึกษาได้อย่างทั่วถึงดังเช่นไลน์และเฟซบุ๊กตามข้อสรุปจากงานวิจัย

3.2 การแจ้งข่าวสาร กิจกรรมการเรียนการสอนผ่านไลน์และ/หรือเฟซบุ๊ก สาขาวิชาควรใช้ช่องทางไลน์และ/หรือเฟซบุ๊กในการแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ เช่น กำหนดการลงทะเบียน การสอนเสริม การฝึกปฏิบัติเสริมทักษะ การสอบ หรือกิจกรรมอื่นๆ เนื่องจากช่องทางดังกล่าวสามารถเข้าถึงนักศึกษาได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว รวมทั้งเป็นช่องทางที่ตอบสนองสัณฐานของนักศึกษาได้โดยตรง ทำให้เกิดความสะดวกในการจัดบริการตอบคำถามเกี่ยวกับข่าวสารหรือกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ รวมถึงสามารถแก้ปัญหาที่นักศึกษาต้องการได้ ซึ่งจะทำให้สาขาวิชาที่มีกระบวนการบริหารจัดการและวางแผนให้บริการตอบคำถามได้ตรงตามความต้องการของนักศึกษา

3.3 การให้ความรู้และข้อคิดเห็นในประเด็นการรู้เท่าทันสื่อ เป็นการสร้างโอกาสและช่องทางให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นเรื่องการรู้เท่าทันสื่อตามวาระที่เป็นประเด็นในสังคม อันถือเป็นการพัฒนาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อที่ถูกต้องชัดเจน ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันด้านการเปิดรับและการรู้จักกรองข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประเด็นในโลกโซเชียล ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นข้อมูลหรือแนวปฏิบัติที่ไม่ถูกต้อง ทำให้ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวลือ ข้อมูลลวง หรือการปฏิบัติที่ผิดๆ อันเป็นโทษภัยทั้งต่อตนเองและสังคมส่วนรวม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยเรื่อง “ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ” เป็นการวิจัยที่มุ่งวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์ เนื่องจากเป็นองค์ประกอบสำคัญของนักนิติศาสตร์ อีกทั้งเพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงระบบการเรียนการสอน

สอนโดยการแทรกเนื้อหาการรู้เท่าทันสื่อให้มากขึ้น รวมถึงการบริหารหลักสูตรภายใต้ระบบที่ปรึกษาทางวิชาการ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊กและไลน์ เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเป็นช่องทางตรวจวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาได้

ดังนั้น แนวทางที่เหมาะสมในการช่วยตรวจสอบและติดตามผลในเรื่องดังกล่าวได้ดี จำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยในประเด็นต่างๆเพิ่มมากขึ้น เช่น การศึกษาแนวทางการพัฒนาคู่มือ เอกสารตลอดจนวิธีการจัดการเรียนการสอนในระบบทางไกลเพื่อเพิ่มทักษะความรู้เท่าทันสื่อใหม่ในแต่ละด้าน เพื่อให้ให้นักศึกษามีทักษะความรู้เท่าทันสื่อใหม่ให้อยู่ในระดับมากที่สุด การศึกษาเปรียบเทียบในการนำสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ มาใช้ในกระบวนการจัดการเรียนการสอน และการให้บริการด้านการศึกษแก่นักศึกษาในระบบการศึกษาทางไกล ตลอดจนแนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลางในการให้ความรู้และเพิ่มทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อใหม่ให้กับนักศึกษาในยุคปัจจุบันซึ่งกว่าร้อยละ 90 มีโทรศัพท์มือถือส่วนตัวที่พร้อมจะสื่อสารตลอดเวลา

บรรณานุกรม

- นิธิดา วิวัฒน์พาณิชย์. (2558). การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 9(3), 209-219.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ. (2554). การรู้เท่าทันสื่อ: การก้าวทันบนโลกข่าวสาร. *วารสารนักบริหาร*, 31(1), 117-123.
- มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย. (2559). *รู้เท่าทันสื่อ ICT*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2562). *หลักสูตรการศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ ปีการศึกษา 2562*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2558). *ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 58 เจาะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตามเจเนอเรชั่นแบบถึงถิ่น*. สืบค้นเมื่อ 20 ต.ค.2562, จาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2015.html>
- Ahn, J. (2013). What Can We Learn from Facebook Activity? Using Social Learning Analytics to Observe New Media Literacy Skills. *Proceedings of the Third International Conference on Learning Analytics and Knowledge* (pp.135-144). Leuven Belgium.
- Jenkins, H. & Purushotma, R. & Weigel, M. & Clinton, K. and Alice J. R. (2006). *Confronting the Challenges of a Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation. Retrieved from http://mitpress.mit.edu/books/full_pdfs/Confronting_the_Challenges.pdf
- Literat, I. (2014). Measuring New Media Literacies: Towards the development of a comprehensive assessment Tool. *Journal of Media Literacy Education*, 6(1), 15-27.
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2007). Gradations in Digital Inclusion: Children, Young People and the Digital Divide. *New media & society*, 9(4), 671-696.