

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ ระดับความรู้ความเข้าใจสื่อ และระดับการรู้เท่าทันสื่อ  
ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย ในกรุงเทพมหานคร  
The Study of the Media Usage Behavior, Level of Knowledge About  
Media, and Level of Media Literacy of the Parents of Primary School

ปิยนุช ศรีสวัสดิ์เล็ก และนนทสรวง กليبมิ่ง\*

สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล

Piyanuch Srisawatlek and Nonthasruang kleebpung\*

National Institute for Child and Family Development, Mahidol University

Received: February 12, 2019

Revised: May 7, 2019

Accepted: May 13, 2019

## บทคัดย่อ

การวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อ และระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร จากโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร 6 กลุ่มเขตพื้นที่จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา แสดงผลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยผ่านสื่อดั้งเดิม ได้แก่ โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และนิตยสาร ตามลำดับ และมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ ไลน์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม เว็บไซต์ ตามลำดับ ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อประเภท โทรศัพท์ เว็บไซต์ อินสตาแกรม เฟสบุ๊ก และไลน์ คือ ช่วงเวลา 18.00-21.00 น. ใช้วิทยุ หนังสือพิมพ์มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 6.00-9.00 น. และใช้สื่อประเภทไลน์มากที่สุด คือช่วงเวลา 12.00-15.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะสนใจข้อมูลประเภทข่าวสารมากกว่าข้อมูลประเภทอื่น ๆ และเผยแพร่ข้อมูลของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยทักษะการเข้าถึงสื่ออยู่ในระดับสูงคือ 3.63 แต่ค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อในเรื่องผลกระทบของสื่อ คือ 1.10 เนื้อหาของสื่อ คือ 1.11 อุตสาหกรรมสื่อ คือ 1.26 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนการแยกแยะความแตกต่างของโลกสื่อกับโลกในชีวิตจริงนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ คือ 0.63 จากงานวิจัยจึงเสนอแนะให้วางแผนการให้ความรู้ การประเมินเพื่อเตรียมพัฒนาในจุดอ่อนต่าง ๆ เพื่อเป้าหมายการรู้เท่าทันสื่อของทุกคน

**คำสำคัญ:** ผู้ปกครอง พฤติกรรมการใช้สื่อ ความรู้ความเข้าใจการใช้สื่อ การรู้เท่าทันสื่อ

## Abstract

The research study aimed at examining the media usage behavior, level of knowledge about media, and level of media literacy of the parents of primary school students in Bangkok. The study included 400 samples subjects from schools in Bangkok in 6 areas who were selected by multi-stage sampling. This study was the survey research and the research instruments involved the media usage behavior. The descriptive statistics were used in data analysis presented in forms of frequency, percentage, mean, and Standard Deviation. The result showed that most subjects were aged between 36-45 years and they received information via traditional media, e.g. television, newspaper, radio, and magazine respectively. They received information from online media via mobile phone, e.g. Line, Facebook, Instagram, and website respectively. In respect with the media usage period, most subjects used the media in types of television, website, Instagram, Facebook, and Line during 18.00-21.00 hrs., but they used the radio and newspaper most during 6.00-9.00 hrs., they used Line most during 12.00-15.00 hrs. Most subjects paid attention to news more than other types of information, and communicate their personal information via online social media. In addition, the subjects had media access skills at the high level is 3.63, but their knowledge and understanding about media in respect with the impact of media is 1.10, media content is 1.11, media industry is 1.26 and were at the medium level especially the mean of distinguishing the difference between media and reality was at the low level is 0.63. From this study, it was suggested to plan for education Assessments for development in various weaknesses for everyone will have media literacy.

**Keywords:** Parents, Media Usage Behavior, Knowledge and Understanding about Media Usage, Media Literacy

## บทนำ

การสื่อสารในปัจจุบันนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม แอบแฝงอยู่ทั้งสิ้น (Yenjabok., 2017) และผลเสียจากการเสพยาข้อมูลเหล่านี้ส่วนหนึ่งมาจากการที่ผู้รับได้รับข้อมูลหลากหลายทางและหลากหลายรูปแบบผ่านช่องทางสื่อหลายประเภท ทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตและในลักษณะสื่อหลอมรวม (Yenjabok.,2017) ในปัจจุบันได้มีสื่อหลอมรวมเกิดขึ้นในศตวรรษที่ 21 ซึ่งความก้าวหน้าของสื่อเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารมากมายในสังคมหรือเรียกว่าลักษณะข้อมูลข่าวสารท่วมท้น (Information-saturated Culture) สื่อสิ่งพิมพ์ โทรศัพท์ที่เราได้พบเห็นนั้น จะมีการพาดหัวข่าวและนำเสนอข่าวรวมทั้งโฆษณาหลากหลายลักษณะที่ผู้ส่งสารเตรียมไว้แล้วด้วยกระบวนการที่มีการวางแผนไว้อย่างแนบเนียน ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อทั้งชีวิต ทรัพย์สินไม่มาก

ก็น้อย ผู้รับสื่อจะเกิดกระบวนการทางความคิดที่เกิดขึ้นอัตโนมัติ กระบวนการดังกล่าวเป็นกระบวนการทางด้านจิตวิทยาของมนุษย์เมื่อได้รับสื่อในจำนวนมากมาโดยที่ยังไม่ได้เตรียมตัว จะคัดแยกโดยอัตโนมัติที่จะเลือกเฉพาะสื่อที่ตนเองสนใจ และจะเสพสื่อที่คล้าย ๆ กันซ้ำ ๆ ส่งผลให้ได้รับสื่ออยู่ในกรอบเดิม ๆ และเกิดความเข้าใจผิดว่าตนเองเป็นผู้ควบคุมสื่อ นั้น ๆ แท้ที่จริงสื่อ นั้น ๆ ต่างหากที่เป็นผู้ควบคุมเพราะสื่อเป็นผู้กำหนดขอบเขตข้อมูลเพื่อให้ผู้เสพได้รับข่าวสารในแบบที่สื่อต้องการ ตามงานวิจัยพบว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นผู้ที่มีการใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ตในแต่ละวันมากที่สุด (Wonganantnon, 2017) และเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดด้วย และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีแนวโน้มที่จะมีบทบาทในปัจจุบันที่จะเชิญชวนให้ผู้บริโภคสนใจ และโน้มน้าวใจ ให้เกิดพฤติกรรมปฏิกริยาคล้ายตามทั้งทางลบ และทางบวก โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นยกตัวอย่าง เช่น ภัยจากคนแปลกหน้า โดยพบว่า 1 ใน 5 ของเด็กที่เล่นห้องสนทนา เคยถูกชักชวนให้มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร อีกทั้งในปี พ.ศ. 2552 ยังพบจำนวนเว็บไซต์ลามกเป็นจำนวนกว่า 100,000 เว็บไซต์ ที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และไม่มีกัณฑ์ปิดกั้น หรือคัดกรองผู้เข้าดูเนื้อหาแต่อย่างใด 9 ใน 10 ของเด็กอายุ 9 ถึง 16 ปี เคยดูสื่อลามกในอินเทอร์เน็ต โดยการใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูลออนไลน์ แล้วนำไปสู่เว็บไซต์ลามกได้และพ่อแม่ผู้ปกครองก็คาดไม่ถึง นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอโฆษณาเนื้อหาเกินจริง การละเมิดลิขสิทธิ์ การโจมตีและเจาะระบบเครือข่ายด้วยไวรัสคอมพิวเตอร์อย่างแพร่หลาย เมื่อเด็กใช้สื่อโดยไม่มีผู้คอยดูแล ควบคุม และแนะนำส่งผลให้เยาวชนกลุ่มนี้ใช้เวลากับสื่อมากเกินไป และได้รับผลกระทบจากสื่อในด้านต่าง ๆ

อิทธิพลของสื่อส่งผลให้เด็กมีลักษณะตั้งแต่หวาดกลัว ฝืนร้าย ก้าวร้าว มีอารมณ์รุนแรง ชอบกระทำรุนแรงต่อผู้อื่น ทำลายข้าวของ เศษฯ หรือรู้สึกเฉยเมยต่อความรุนแรง ลดความรู้สึกอยากช่วยเหลือผู้อื่น ขาดความเห็นอกเห็นใจ พฤติกรรมเลียนแบบความรุนแรง ซึมเศร้า สะเทือนใจ ปัญหาเหล่านี้จะนำไปสู่ปัญหาที่รุนแรงต่อสังคมดังปรากฏในข่าวที่เราได้เห็นประจักษ์แก่สายตาแล้วนั่นเอง (Internet Foundation for the Development of Thailand, 2017) การที่บุคคลใดจะหลุดพ้นจากการถูกสื่อครอบงำนั้น บุคคลนั้นจำเป็นต้องมีปัจจัย ทักษะ หรือองค์ประกอบในการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมีหลากหลายแนวคิด และมีลำดับขั้นการรู้เท่าทันสื่อ สอดคล้องกับระดับพัฒนาการของแต่ละช่วงวัยของบุคคลนั้นร่วมด้วย เราจำเป็นต้องหาทางแก้ไข ด้วยวิธีการที่จะได้ผลในระยะยาวอย่างแท้จริง ซึ่งถ้าเราเริ่มพิจารณาจากตัวเด็ก และพัฒนาการของเด็กในช่วง การศึกษาระดับประถมศึกษาตอนปลายจะพบว่า เด็กในวัยนี้จะอยู่ในช่วงที่พัฒนาการยังอยู่ในช่วงการเลียนแบบ และพัฒนาความคิดเชิงเหตุผลยังไม่สมบูรณ์ (Rodboonkong, 2016) จึงส่งผลให้เด็กเลียนแบบในพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่ปัจจัยที่ส่งเสริม จากบทวิเคราะห์เปรียบเทียบกับพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ฉบับกระทรวงวัฒนธรรม และฉบับภาคประชาชน รวมถึงทฤษฎี การรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มพ่อแม่ เพื่อน บุคคลที่ใกล้ชิด (Supakul, 2016) การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพ่อแม่ผู้ปกครองของเด็กอายุ 9-12 ปี โดยศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อ ความรู้ความเข้าใจสื่อ ระดับ การรู้เท่าทันสื่อ ของกลุ่มผู้ปกครองโดยผ่านการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อนำไปสู่การแก้ไข พัฒนาจุดที่บกพร่องเพื่อ ให้เป็นต้นแบบการเรียนรู้ที่ดีต่อเด็ก ทั้งนี้เมื่อปัญหาในระดับย่อยสามารถแก้ไขไปได้ ย่อมขยายประโยชน์ไปสู่ ในระดับชุมชนที่ใหญ่ขึ้นได้ต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อ ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร

## แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัย พบว่า ครอบครัวมีบทบาทสำคัญที่สุดต่อพัฒนาการทุกด้านของเด็ก เพราะเป็นแหล่งปลูกฝังลักษณะนิสัยและก่อพื้นฐานบุคลิกภาพให้แก่เด็กนับแต่เกิด รวมทั้งเป็นแหล่งสำคัญยิ่งในการถ่ายทอดพลังงใจ คุณธรรม และค่านิยมต่าง ๆ ของสังคมแก่เด็กจนเข้าเรียนชั้นนั้น การเรียนรู้และประสบการณ์ที่เด็กได้รับโดยเฉพาะจากการดูแลและอบรมของทางบ้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม และบุคลิกภาพของเด็กไปจนถึงวัยผู้ใหญ่ (Bunjong, 2010) จากความสำคัญดังกล่าวอาจสรุปได้ว่าผู้ปกครองจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจ และมีการรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจากทักษะของผู้ปกครองจะส่งผลต่อความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจ การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ และความสามารถในการควบคุมดูแลการใช้สื่อ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อและเทคโนโลยีที่เหมาะสมของบุตร ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ คือ สภาวะที่บุคคลเป็นผู้ที่มีความสามารถในการคิดพินิจพิเคราะห์ในเรื่องกระบวนการสื่อสารมวลชน ที่ประกอบด้วยผู้ผลิตสื่อสถาบันหรือองค์กรสื่อ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสื่อกับอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมืองในระบบสังคมที่มีผลต่อกระบวนการผลิตสื่อ เนื้อหา รูปแบบหรือเนื้อความสื่อ การถ่ายทอดหรือเผยแพร่ ตลอดจนการสนับสนุนเนื้อหาหรือผลผลิตสื่อ (Wirojtrairat, 1997) ส่วนทฤษฎีความรู้เท่าทันสื่อมีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบหลักของการพัฒนาความรู้ด้านการรู้เท่าทันมี 4 ประการ ประกอบด้วย โครงสร้างความรู้ (Knowledge Structure) แรงจูงใจในการตัดสินใจ (Decisions Motivated) เครื่องมือของการประมวลข้อมูลข่าวสาร (Information Processing Tools) และการไหลของ การประมวลข้อมูลข่าวสาร (Information Processing Task) โดยมีรายละเอียดองค์ประกอบของโครงสร้างความรู้ด้านสื่อตั้งนี้ องค์ประกอบแรก คือ ผลกระทบของสื่อ (Media Effects) การที่ผู้รับสารจะตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อได้นั้น ผู้รับสารต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบที่สื่อมวลชนมีต่อผู้รับสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จากการใช้วาจาที่สร้างความเกลียดชังในสื่อ (Hate Speech) มีผลกระทบต่อความคิด อารมณ์ ก่อให้เกิดความแตกแยกในสังคม เป็นต้น องค์ประกอบที่สองคือ เนื้อหาของสื่อ (Media Content) การมีความรู้เกี่ยวกับความแตกต่างของแบบแผน (Formulas) การนำเสนอเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ละคร โฆษณา ภาพยนตร์ ข่าว และสื่ออื่น ๆ เช่น โฆษณามักมีลักษณะกระตุ้นความสนใจ ชักจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ข่าวมีลักษณะการนำเสนอข้อเท็จจริง (Fact) โดยไม่ใส่อคติ (Bias) และความคิดเห็นส่วนตัวของผู้นำเสนอทั้งนี้ นอกจากผู้รับสารจะต้องมีความรู้เรื่องแบบแผนของเนื้อหาแล้วควรมีความรู้เกี่ยวกับค่านิยม (Value) ที่อยู่ในเนื้อหาสื่อ เช่น ค่านิยมการแต่งกายแบบเกาหลี ความสวย คือ ความขาวและผอม สื่อได้แฝงค่านิยมเหล่านี้ เพื่อขายสินค้าและบริการ ประการที่สาม คือ อุตสาหกรรมสื่อ

(Media Industries) โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อจะช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจจุดมุ่งหมายของสถาบันสื่อมวลชนมากขึ้น เช่น การพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อมีความเกี่ยวข้องกับสังคมแบบทุนนิยม การอยู่รอดของสื่อต้องอาศัยเงินทุนมหาศาลในการดำเนินการสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมบริโภคนิยม การอยู่รอดของสื่อปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ รายได้สนับสนุนจากองค์กรธุรกิจ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์มีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาเป็นหลัก เช่นเดียวกับสื่อโทรทัศน์ก็ย่อมมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา และสื่อโฆษณาเองนั้นก็ย่อมมีรายได้จากผู้ผลิตสินค้าและบริการที่ต้องการจะสื่อสารกับผู้บริโภค ประการที่สี่ คือ โลกแห่งความจริง (Real World) สารที่นำเสนอสื่อมวลชนล้วนมีการประกอบสร้าง (Constructed) เป็นความรู้แฝง (Tacit Knowledge) และความจริงเทียม (Virtual Reality) เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ในสังคมบริโภคนิยม สารจำนวนมากถูกสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เชิงธุรกิจ เช่น การเขียนบทความให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพ แต่แฝงเนื้อหาว่าการบริโภคสินค้าของผู้ที่ให้การสนับสนุนมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดีขึ้น ดังนั้นประสบการณ์จากโลกแห่งความจริง จะช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้ที่ตรงกับความจริงที่ถูกต้องมากขึ้น เช่น ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์มีการหาพูดคุยกับเพื่อน หรือทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจ เป็นต้น ประการที่ 5 คือ ตัวตนของผู้รับสาร (Receiver) ความรู้ที่เกิดจากการสร้างมุมมองเฉพาะตนของผู้รับสารที่เกิดจากการเปิดรับสื่อโดยปราศจากการถูกครอบงำความคิด ซึ่งประกอบด้วย ความตระหนักรู้เป้าหมายของตนในการบริโภคสื่อ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ที่นำไปสู่การพัฒนาทางความคิด (Cognitive) อารมณ์ (Emotional) และจริยธรรม (Moral) (Potter, 2004) นอกจากองค์ความรู้ดังกล่าวข้างต้นองค์การ UNESCO ได้ระบุว่าหน้าที่บุคคลจะมีทักษะการเรียนรู้ของตนเอง เพื่อการจะทำทันสื่อได้นั้น ต้องมีทักษะที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบดังนี้ องค์ประกอบแรกคือ การเข้าถึง (Access) คือ การได้รับสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ และรวดเร็วสามารถรับรู้ และเข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มความสามารถ มีการแสวงหาข่าวสารได้จากสื่อหลายประเภทและไม่ถูกจำกัดอยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป ความสามารถในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ประการที่สอง คือ การวิเคราะห์ (Analyze) คือ การตีความเนื้อหาสื่อตามองค์ประกอบ และรูปแบบที่สื่อแต่ละประเภทนำเสนอว่าสิ่งที่สื่อแนะนำเสนอนั้นส่งผลกระทบต่อสังคม การเมือง หรือเศรษฐกิจ โดยใช้พื้นฐานความรู้เดิมและประสบการณ์ในการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้น ที่อาจมาจากการวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสื่อ จุดยืนของสื่อ บริบทต่าง ๆ ของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อ การนำเสนอของสื่อ โดยอาจใช้วิธีการของการวิเคราะห์เปรียบเทียบ การแตกองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ หรือการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเหตุและผลความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตรวจสอบรูปแบบการใช้สื่อ โครงสร้างและลำดับการเรียงเนื้อหาสื่อ ซึ่งสามารถใช้แนวคิดจากศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ ศิลปะ วรรณกรรม สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาบริบทที่ต้องการสื่อ ประการที่สาม คือ การประเมินค่า (Evaluate) เป็นผลมาจากการวิเคราะห์สื่อที่ผ่านมา ทำให้สามารถที่จะประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาสารที่ถูกส่งออกมาได้ว่ามีคุณค่าต่อผู้รับมากน้อยเพียงใดสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับในด้านใดได้บ้าง คุณค่าที่เกิดขึ้นเป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นทางใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือมีคุณค่าทางศีลธรรม จรรยาบรรณ สังคม วัฒนธรรม หรือประเพณีอย่างไรบ้าง สิ่งที่สื่อแนะนำเสนอมิใช่ประโยชน์ต่อการเรียนรู้ในศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งหรือไม่อย่างไร ในขณะที่เดียวกันการประเมินค่าที่เกิดขึ้นอาจเป็นการประเมินคุณภาพของสื่อว่า การนำเสนอของสื่อ นั้น มีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพหรือไม่เมื่อเปรียบกับสื่อประเภทเดียวกัน ความสามารถในการประเมิน

เนื้อหา โดยสร้างความเกี่ยวข้องของเนื้อหากับประสบการณ์ พร้อมเสนอความเห็นในแง่มุมมองของความหลากหลาย คุณภาพ และความสัมพันธ์กับเนื้อหา ประการที่สี่คือ ทักษะการสร้างสรรค์ (Create) การพัฒนาทักษะ การสร้างสื่อในแบบฉบับของตนเองขึ้นมาเมื่อผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ วิเคราะห์ ประเมิน ค่าสื่อได้อย่างถ่องแท้แล้วทุกคนจะต้องเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ผลิตที่จะต้องวางแผน เขียนบท ค้นคว้าข้อมูลเนื้อหา มาประกอบตามเทคโนโลยีของสื่อหรือรูปแบบของสื่อแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถสื่อให้ได้ ตามวัตถุประสงค์การสื่อสารที่ตนได้วางไว้ นอกจากนี้แนวคิดเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อข้างต้น ในรายงาน Learning for the 21st Century ได้เพิ่มทักษะประการที่ห้าคือ ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) ซึ่งเป็นอีกทักษะหนึ่งซึ่งช่วยให้คุณบุคคลสามารถในการแก้ปัญหา และปฏิสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ส่งผลให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่หลากหลายเป็นอีกทักษะหนึ่งซึ่งช่วยเสริมให้คุณบุคคลสามารถพัฒนาทักษะการรู้เท่าทัน สื่อ (Akkanaprasa, 2014)

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ปกครองนักเรียนระดับ ประถมศึกษาในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร ประจำปีการศึกษา 2560 คิดเป็นจำนวนประชากรทั้งหมด 206,409 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 6 เขตพื้นที่ คือ เขตการศึกษากรุงเทพมหานครกลาง กรุงเทพฯใต้ กรุงเทพฯเหนือ กรุงเทพฯตะวันออก กรุงเทพมหานครใต้ และกรุงเทพมหานครใต้รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ตามสูตรของทอโร ยามาเน โดยมีความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 (Yamane, 1973) โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่ม หลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) มีขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนแรกรวบรวมรายชื่อโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในกลุ่ม เขตการศึกษา กรุงเทพมหานครใต้เหนือ ตะวันออก และ กรุงเทพมหานครใต้ แล้วสุ่มอย่างง่ายด้วยวิธีการจับสลาก ในแต่ละกลุ่มเขตการศึกษา ทั้ง 6 กลุ่ม กลุ่มละ 1 โรงเรียน ในการศึกษาครั้งนี้จึงมีโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 โรงเรียน ขั้นตอนที่สองคำนวณสัดส่วนนักเรียนระดับชั้น ป.4, 5 และ 6 จากทั้ง 6 โรงเรียนเพื่อให้ ได้จำนวนของผู้ปกครองจำนวน 400 คน ขั้นตอนที่สามนำรายชื่อของนักเรียนชั้น ป.4, 5 และ 6 ของโรงเรียน ตัวอย่างมาสุ่มให้ได้ตามจำนวนโดยให้ได้นักเรียนหญิง และนักเรียนชายในสัดส่วนที่เท่ากันเพื่อให้ได้ผู้ปกครอง นักเรียนหญิง และนักเรียนชายในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน กำหนดสัดส่วนของจำนวนนักเรียนทั้ง 3 ระดับชั้นให้ เท่ากันทั้ง 2 โรงเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC เฉลี่ยเท่ากับ 0.6 มีทั้งหมด 4 ส่วน ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้สื่อประกอบ ด้วยการเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อประกอบด้วยผลกระทบของสื่อ และระดับการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ ทักษะการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์เนื้อหา การประเมินค่าสื่อ ทักษะการสร้างสรรค์สื่อ และทักษะการมี ส่วนร่วมจำนวน 5 ข้อ หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ทำการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล และ ทำการลงรหัส (Coding) โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายถึงลักษณะ ของข้อมูลตามความแตกต่างกันในลักษณะต่าง ๆ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## ผลการศึกษา

จากการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้นส่วนใหญ่พบว่าเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 36- 45 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท

### 1. พฤติกรรมการใช้สื่อ

การใช้สื่อโทรทัศน์ มีร้อยละ 75.4 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 69.1 วิทยุร้อยละ 66.4 และนิตยสาร ร้อยละ 65.6 ตามลำดับ ที่ใช้สื่อผ่านช่องทางดั้งเดิม และการใช้สื่อไลน์ มีร้อยละ 94.5 เฟสบุ๊ก ร้อยละ 82 อินสตาแกรม ร้อยละ 80.2 เว็บไซต์ ร้อยละ 63.9 ตามลำดับ ที่ใช้สื่อผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ

ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้กับสื่อประเภทโทรทัศน์ อินสตาแกรม เฟสบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ มากที่สุด คือ เวลา 18.00-21.00 ช่วงเวลาที่ใช้สื่อหนังสือพิมพ์ และวิทยุมากที่สุด คือ เวลา 06.00-09.00 ช่วงเวลาในการใช้สื่อ นิตยสาร มากที่สุด คือ เวลา 12.00-15.00

### ตารางที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อ

สื่อ/ช่วงเวลา	00.00-03.00	03.00-06.00	06.00-09.00	09.00-12.00	12.00-15.00	15.00-18.00	18.00-21.00	21.00-00.00	รวม
โทรทัศน์	9 2%	18 4%	91 20.1%	42 9.3%	10 2.2%	29 6.4%	198 44%	54 12%	451 100%
วิทยุ	8 3.4%	19 8%	68 28.7%	52 22%	26 11%	33 14%	27 11.3%	4 1.6%	237 100%
หนังสือพิมพ์	3 1.3%	16 6.8%	88 37.1%	54 22.8%	24 10.1%	15 6.3%	18 7.6%	19 8%	237 100%
นิตยสาร	3 1.7%	15 8.4%	32 18%	32 18%	58 32%	13 7.4%	24 13.4%	2 1.1%	179 100%
เว็บไซต์	3 1%	17 5.3%	27 8.5%	72 23%	49 16%	61 19.1%	78 24.7%	8 2.4%	315 100%
อินสตาแกรม	9 3.6%	12 5.2%	12 5.2%	46 20%	27 12%	37 16%	75 32.4%	13 5.6%	231 100%
เฟสบุ๊ก	14 2.4%	30 5%	64 10.8%	93 15.8%	74 12.5%	102 17.4%	171 29%	42 7.1%	590 100%
ไลน์	10 1.7%	21 3.6%	84 14.2%	102 17.3%	106 18%	83 14%	149 25.2%	35 6%	590 100%

ระยะเวลาในการใช้โทรทัศน์คือ 1-3 ชั่วโมง ระยะเวลาในการใช้อินสตาแกรม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ เว็บไซต์ ไลน์ และเฟสบุ๊ก คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

สัดส่วนประเภทข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด คือ ข่าว ร้อยละ 88.3 รองลงมาคือ ข้อมูลความรู้ ร้อยละ 53 ข้อมูลประเภทบันเทิงร้อยละ 51.6 ข้อมูลการอบรมเลี้ยงดูบุตรหลาน ร้อยละ 33.1

ข้อมูลประเภทสุขภาพความงามร้อยละ 30.9 ข้อมูลทางด้านกีฬา ร้อยละ 24.6 และประเภทข้อมูลที่สนใจน้อยที่สุดคือ ข้อมูลการท่องเที่ยว ร้อยละ 24.5

ตารางที่ 2 ประเภทข้อมูลสื่อที่ใช้ในแต่ละวัน

ประเภทข้อมูลสื่อที่ใช้ในแต่ละวัน	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว	323	88.3
ข้อมูลความรู้	194	53
บันเทิง	189	51.6
กีฬา	90	24.6
สุขภาพความงาม	113	30.9
การท่องเที่ยว	88	24.5
การอบรมเลี้ยงดูบุตรหลาน	121	33.1
รวม	1,118	100

ลักษณะการใช้งานของกลุ่มตัวอย่างจะมีเฟสบุ๊คเป็นของตนเองอยู่ในสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ร้อยละ 94.5 รองลงมาคือ เคยเผยแพร่ภาพของตนเองเพื่อน และครอบครัวผ่านทางสื่อออนไลน์ ร้อยละ 80.3 เคยเผยแพร่ข้อความที่แชร์ต่อจากผู้อื่นผ่านทางสื่อออนไลน์ ร้อยละ 80.1 เคยเผยแพร่วิดีโอสั้นของตนเองเพื่อน ครอบครัวผ่านทางสื่อออนไลน์ ร้อยละ 50.3 เคยเผยแพร่บทความถ่ายทอดความรู้ของตนเองผ่านทางสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 42.3 มีอินสตาแกรมของตนเอง ร้อยละ 41.8 มีช่องยูทูปของตนเอง ร้อยละ 30.9 มีเว็บไซต์ของตนเอง ร้อยละ 22.1 กลุ่มตัวอย่างที่เคยอบรม หรือสำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนร้อยละ 16.7 และสัดส่วนลักษณะการใช้งานที่น้อยที่สุด คือ มีบล็อกของตนเอง ร้อยละ 16.1

ตารางที่ 3 ลักษณะการใช้งาน

ลักษณะการใช้งาน	ใช่		ไม่ใช่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านมีเฟสบุ๊คของตนเอง	346	94.5	20	5.5
2. ท่านมีอินสตาแกรมของตนเอง	153	41.8	213	58.2
3. ท่านมีช่อง ยูทูปของตนเอง	113	30.9	253	69.1
4. ท่านมีบล็อกของตนเอง	59	16.1	307	83.9
5. ท่านมีเว็บไซต์ของตนเอง	81	22.1	285	77.9
6. ท่านเคยเผยแพร่ข้อความที่แชร์ต่อจากผู้อื่นผ่านทางสื่อออนไลน์	293	80.1	73	19.9



ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลักษณะการใช้งาน	ใช่		ไม่ใช่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. ท่านเคยเผยแพร่ข้อความแสดงความ คิดเห็นของตนเองผ่านทางสื่อ ออนไลน์	216	59.0	150	41.0
8. ท่านเคยเผยแพร่บทความ ถ่ายทอด ความรู้ของตนเองผ่านทางสื่อ ออนไลน์	155	42.3	211	57.7
9. ท่านเคยเผยแพร่ภาพของตนเอง เพื่อน และครอบครัวผ่านทางสื่อ ออนไลน์	294	80.3	72	19.7
10. ท่านเคยเผยแพร่วิดีโอสั้นของตนเอง เพื่อน ครอบครัวผ่านทางสื่อ ออนไลน์	184	50.3	182	49.7
11. ท่านเคยอบรม หรือสำเร็จ การศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับ การสื่อสารมวลชน	61	16.7	305	83.3

2. ระดับความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.02 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำมาก ในส่วนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อ กลุ่มตัวอย่างทราบว่า หนังสือพิมพ์หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีการนำเสนอข่าวตามความต้องการทางธุรกิจ รายการต่าง ๆ ที่ให้คนทางบ้านเข้าพูดคุยหรือขอเพลงเป็นไปเพื่อจุดประสงค์ต้องการข้อมูลทางธุรกิจ อยู่ที่ค่าเฉลี่ย 1.26 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง เกี่ยวกับเนื้อหาสื่อพบว่า กลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าบุคคลบางกลุ่มจะให้ความสนใจในข่าวที่สื่อเน้นให้เด่น มากกว่าข่าวปัญหาบ้านเมืองที่สำคัญ เชื่อว่าบุคลิกของผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกรสามารถชักจูงทัศนคติของคนดูได้ เชื่อว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีกลยุทธ์และเทคนิคในการนำเสนอที่หลากหลายทั้ง สี ภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของเนื้อหา นั้น อยู่ที่ค่าเฉลี่ย 1.11 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบว่า การใช้สื่อออนไลน์มากจนเกิดผลเสียต่องาน และการเรียน การส่งข้อความผ่านสื่อออนไลน์ หรือรายการโทรทัศน์ที่ตนเองชอบมากเกินไปจนความจำเป็น การมีพฤติกรรมการใช้สินค้ายี่ห้อต่าง ๆ การต้องการมีบ้านหลังใหญ่หรือรถยนต์คันหรูตามนางเอกหรือพระเอกในละครนั้นเป็นเพราะได้รับผลกระทบจากสื่อที่ค่าเฉลี่ย 1.10 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง แต่การแยกแยะระหว่างสิ่งที่สื่อนำเสนอกับความเป็นจริงค่าเฉลี่ย 0.63 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4 ทักษะความรู้ความเข้าใจ

ทักษะความรู้ความเข้าใจ	$\bar{x}$	SD	ระดับ	ลำดับที่
ภาพรวมทักษะความรู้ความเข้าใจสื่อ	1.02	0.42	ต่ำมาก	
อุตสาหกรรมสื่อ	1.26	0.35	ปานกลาง	1
เนื้อหาของสื่อ	1.11	0.38	ปานกลาง	2
ผลกระทบสื่อ	1.10	0.59	ปานกลาง	3
โลกแห่งความจริง	0.63	0.38	ต่ำ	4

3. ระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มตัวอย่างนั้นในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีทักษะการเข้าถึงสื่อ ค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งอยู่ในระดับสูง แต่ทักษะการประเมินค่าสื่อค่าเฉลี่ย 3.46 ทักษะการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อค่าเฉลี่ย 3.38 ทักษะการมีส่วนร่วมค่าเฉลี่ย 3.17 ทักษะการสร้างสรรคค่าเฉลี่ย 2.96 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	$\bar{x}$	SD	ระดับ	ลำดับที่
ภาพรวมทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	3.32	0.85	ปานกลาง	
ทักษะเข้าถึงสื่อ	3.63	0.99	สูง	1
ทักษะการประเมินค่าสื่อ	3.46	0.97	ปานกลาง	2
ทักษะการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ	3.38	0.91	ปานกลาง	3
ทักษะการมีส่วนร่วม	3.17	0.99	ปานกลาง	4
ทักษะการสร้างสรรค	2.96	0.96	ปานกลาง	5

## อภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการช่องทางการใช้สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และนิตยสาร ในช่องทางดั้งเดิมและรองลงมาคือการใช้โทรศัพท์มือถือ ส่วนสื่อไลน์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างจะใช้โทรศัพท์มือถือ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจุบันที่เป็นยุคหลอมรวมเทคโนโลยี รวมทั้งความสะดวกทางด้านการพกพา การเสียค่าบริการที่มีทั้งในลักษณะฟรี และโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์มือถือได้สร้างขึ้น ผนวกกับการตอบโจทยในความต้องการขั้นพื้นฐานด้านต่าง ๆ ที่มาในรูปแบบของการโปรโมชั่นตนเอง การทำธุรกิจ การสื่อสารที่กว้างขวางฉับไวน่าจะเป็นเหตุที่ส่งผลให้คนในยุคปัจจุบันหันมาใช้ช่องทางการสื่อสารทางโทรศัพท์เพิ่มมากขึ้น (Chewasath, 2011)

จากข้อมูลการช่วงเวลาในการใช้สื่อ พบว่า ช่วงเวลา 18.00-21.00 น. จะมีผู้ใช้โทรศัพท์ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์มากที่สุด ช่วงเวลา 6.00-9.00 น. มีผู้ใช้หนังสือพิมพ์ และวิทยุ มากที่สุด ยกเว้นในการใช้

ไลน์จะอยู่ในช่วงเวลา 12.00-15.00 น. โดยจะเห็นได้ว่าช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อมากที่สุดนั้นไม่อยู่ในเวลาทำงานราชการ หรือของบริษัทเอกชนทั่ว ๆ ไป แต่พบการใช้สื่อทางไลน์ในช่วงเวลาทำงานเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาหลังเที่ยงวัน ซึ่งแนวโน้มการใช้โทรศัพท์มือถือในการเล่นไลน์ในเวลาว่างน่าจะเกิดจากความสะดวกของการใช้โทรศัพท์มือถือ และคุณสมบัติของโทรศัพท์มือถือในปัจจุบัน (Phomwongsa, 2010)

เมื่อพิจารณาระยะเวลาในการใช้สื่อ พบว่า สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เว็บไซต์ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก และไลน์ มีระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง การใช้สื่อโทรทัศน์มากที่สุดที่ระยะเวลา 1-3 ชั่วโมง และไม่พบการเล่นตลอดเวลาในสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ส่วนเว็บไซต์ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก และไลน์มีกลุ่มที่ใช้ตลอดเวลาพร้อมด้วยแต่เป็นส่วนน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การที่กลุ่มผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและ สะดวก น่าจะเป็นการใช้ช่องทางที่สามารถหลอมรวมหลายสื่อและสะดวกต่อการเข้าถึงในการใช้งาน (Kaewsut, 2010) กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความสนใจประเภท ข่าวมากที่สุด รองลงมา คือ ข้อมูลความรู้ บันเทิง การอบรมเลี้ยงดูบุตรหลาน สุขภาพความงาม กีฬา และลำดับสุดท้ายคือ การท่องเที่ยว จากแนวโน้มการบริโภคประเภทข้อมูลข่าวมากที่สุดนั้นน่าจะส่งผลให้เกิดความเสียวที่ว่าประเภทข้อมูลข่าวสาร คือ สื่อที่มีจุดประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ และรายงานสภาพแวดล้อม โดยเนื้อหาของข่าวได้ผ่านการกลั่นกรอง คัดเลือกโดยผ่านกระบวนการข่าว มีการจัดกรอบแนวโน้มการนำเสนอเพื่อชี้้นำความคิดของผู้บริโภคจากแนวคิดของหน่วยงานสนับสนุนและดูแลความเรียบร้อย โดยอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคที่มีความรู้เท่าทันสื่อไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารตนเอง ส่งต่อ และเผยแพร่ภาพของตนเอง เพื่อน ครอบครัวผ่านสื่อออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กมากที่สุด แต่มีจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เคยอบรมหรือสำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน ในระดับที่ต่ำ ในส่วนนี้ทำให้เกิดความเสียวในการรู้ไม่เท่าทันสื่อ และอาจก่อให้เกิดผลเสียภัยได้

ผลการศึกษาผลความรู้ความเข้าใจสื่อในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำมากโดยจากผลดังกล่าวเกิดจากค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโลกแห่งความจริงอยู่ในระดับต่ำมาก จึงแสดงให้เห็นว่าควรตระหนักในส่วนนี้ในระดับสูงดังจะเห็นได้จาก (Potter, 2004) ได้กล่าวไว้ประสบการณ์จากโลกแห่งความจริง จะช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้ที่ตรงกับความจริงที่ถูกต้องมากขึ้นดังนั้นถ้าผลการแยกแยะโลกความจริงไม่น่าจะมีแนวโน้มจะทำให้เกิดความเสียวภัยต่อตนเอง และส่งผลกระทบต่อผู้อื่น

ผลการศึกษาผลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบถึงเป้าหมายของการส่งข้อความผ่านทางโทรศัพท์ในรายการโทรทัศน์นั้น คือ ทางรายการต้องการได้เงินจากค่าส่งข้อความและเป็นการแสดงถึงจำนวนผู้ชมในรายการ และทราบว่าหนังสือพิมพ์หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีการนำเสนอข่าวโดยเสนอตามความต้องการทางธุรกิจที่หวังยอดการขายและการโฆษณาสินค้า และทราบว่ารายการที่ผู้ดำเนินรายการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังโทรเข้าไปพูดคุยในรายการ หรือขอเพลงมีจุดประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลทางธุรกิจให้กับเจ้าของสินค้าโฆษณา เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้สินค้าจากโฆษณาในรายการนั้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง แต่กลุ่มตัวอย่างเชื่อว่ารายการเรียลลิตี้โชว์เป็นรายการที่ได้ชมและติดตามชีวิตประจำวันของผู้อื่นอย่างใกล้ชิดจริงและผู้ชมมีส่วนช่วยให้ ผู้แข่งขันในรายการได้อยู่ต่อนั้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างยังขาดความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการจัดทำรายการในปัจจุบันจึงเกิดความไม่แน่ใจในวัตถุประสงค์ และวิธีการจัดรายการประเภทนี้

ผลการศึกษาผลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการที่บุคคลบางกลุ่ม ละเลยข่าวปัญหาบ้านเมืองที่มีความสำคัญเพราะเชื่อว่าสิ่งที่หนังสือพิมพ์ หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นำมาเสนอนั้นเป็นข่าวที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ และเชื่อว่าเนื้อหาการโฆษณาสินค้าทำให้รู้คุณสมบัติที่แท้จริงของสินค้านั้น อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในกลวิธีเทคนิคในการนำเสนอสื่อ และผลประโยชน์เบื้องหลังการนำเสนอสื่อไม่ชัดเจน

ผลการศึกษาผลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ทราบว่าการร่วมให้คะแนนในรายการเรียลลิตีโชว์มากเกินไปจนความจำเป็น การใช้จ่ายชื่อของฟุ่มเฟือยหรูหราต่าง ๆ ตามโฆษณา หรือตัวละครในละครนั้นเป็นผลกระทบที่เกิดจากสื่อในระดับปานกลาง น่าจะแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ยังมีความเชื่อว่าพฤติกรรมนั้นเกิดจากความชอบ ความคิด ความเชื่อของตนเองเป็นสำคัญ สื่อเป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งของพฤติกรรม โดยแท้ที่จริงแล้วพฤติกรรมที่เกิดขึ้นล้วนแล้วแต่เกิดจากผลกระทบจากสื่อทั้งสิ้น

ผลการศึกษาผลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโลกแห่งความจริง พบว่า อยู่ในระดับต่ำ จากผลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างยังมีความเชื่อในสิ่งที่สื่อต่าง ๆ นำเสนออยู่ในระดับที่มาก จึงเป็นประเด็นที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง ผลเสียจากการแยกแยะและเปรียบเทียบไม่ได้จะเกิดการหลงผิด เชื่อและแสดงพฤติกรรมไปตามสื่อที่เสพ เกิดค่านิยมที่หลงผิด (Potter, 2004) ได้กล่าวไว้ประสบการณ์จากโลกแห่งความจริง จะช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้ที่ตรงกับความจริงที่ถูกต้องมากขึ้นดังนั้นถ้าผลการแยกแยะโลกความจริงไม่ดีน่าจะมีแนวโน้มจะทำให้เกิดความเสียหายต่อตนเอง และส่งผลกระทบต่อไปสู่ผู้อื่น บุตรหลานในปกครองต่อไป (Supakul, 2016)

ผลการศึกษารู้อาทันสื่อในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังจะเห็นได้ว่าผลของการประเมินสื่อ และการวิเคราะห์สื่อ การมีส่วนร่วม และการสร้างสรรค์นั้นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งส่วนต่าง ๆ นี้มีผลอย่างยิ่งต่อการรู้เท่าทันสื่อดังจะเห็นได้จากทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อของหลายท่านได้กล่าวว่าการรู้เท่าทันสื่อที่ดีต้องมีผลขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่ดีด้วยจึงจะส่งผลกระทบต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อที่สูง (Tansuwananon, 2015)

ผลการศึกษารู้อาทันสื่อในส่วนทักษะเข้าถึงสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกใช้สื่อ พัฒนาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อการสืบค้นข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สามารถรับรู้ทำความเข้าใจเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร และรายละเอียดจากสื่อประเภทต่าง ๆ ได้ สามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้จากสื่อหลายประเภท สามารถเก็บรวบรวมข้อมูล และเลือกประเภทของข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ตามความต้องการของตนเองจากสื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลายช่องทางได้ในระดับสูง ซึ่งน่าจะสอดคล้องกับเทคโนโลยีหลอมรวมในปัจจุบันที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและครอบคลุมสื่อหลายประเภท (Yenjabok, 2017) จึงส่งผลให้ทักษะการเข้าถึงสื่อของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง

ผลการศึกษารู้อาทันสื่อในส่วนทักษะการประเมินค่าสื่อ พบว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ สามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมว่าจะเชื่อหรือไม่เชื่อข้อมูลข่าวสาร สามารถระบุค่านิยมหรือแนวคิดที่ถ่ายทอดผ่านข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ได้ โดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรม ในการตัดสินใจคุณค่าของข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางนั้น เป็นสิ่งที่น่าเป็นห่วงถึงการจะส่งต่อแนวทางในการรู้ประเมินค่าสื่อที่ถูกต้องให้กับเด็กในปกครองต่อไป (Sirithai, 2014)

ผลการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อในส่วนทักษะ การวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถ แยกแยะได้ว่าอะไรคือข้อเท็จจริง อะไรคือข้อเสนอเกินจริงและชวนเชื่อ สามารถบอก หรือ อธิบายเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์หลัก และวัตถุประสงค์แฝงของสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้ ตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อตนเอง และผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง จากผลส่วนนี้จะส่งผลถึงการประเมินค่าสื่อต่อไป และจะทำให้ผู้บริโภคสื่อมีโอกาสที่จะถูกสื่อชักจูงหรือโน้มน้าวตามที่ต้องการได้ และจะเกิดผลเสียถ้าข้อมูลจากสื่อไม่เป็น ความจริงหรือเป็นไปในทิศทางที่หลอกลวง เมื่อกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปกครองที่มีแนวโน้มที่จะแยกแยะข้อเท็จจริงต่าง ๆ ได้ไม่ชัดเจน ย่อมมีแนวโน้มจะส่งผลต่อเด็กในปกครองเช่นกัน (Supakul, 2016)

ผลการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อในส่วนทักษะการมีส่วนร่วม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการวิพากษ์ และแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่เผยแพร่ในลักษณะต่าง ๆ ให้เกิดความถูกต้องและเป็น ประโยชน์ มีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อสร้างสื่อ หรือใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้อื่นเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในการวิพากษ์ และแสดงความคิดเห็นต่อสื่อ ต่าง ๆ อย่างเปิดเผยบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจริยธรรม เคารพในสิทธิ เสรีภาพ ในการนำเสนอ ความคิดเห็นของผู้อื่นผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ มีการเปิดโอกาสให้บุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวิพากษ์ แสดง ความคิดเห็น ทำงานร่วมกัน และใช้ประโยชน์จากสื่อของตนได้อย่างเหมาะสมนั้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง จากผลดังกล่าว จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตระหนัก มีความรอบคอบ ระมัดระวัง และเปิด กว้างในการมีส่วนร่วมยังไม่เพียงพอ จากลักษณะดังกล่าวอาจก่อให้เกิดผลเสีย ในเรื่องการแชร์ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง เกิดการกลั่นแกล้งทำร้ายในโลกออนไลน์ และเกิดการปิดกั้นกันทางออนไลน์ดังกล่าวที่เกิดขึ้น ในปัจจุบัน อันจะเกิดผลเสียทั้งตนเอง และผู้อื่นได้

ผลการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อในส่วนทักษะการสร้างสรรค พบว่า ความสามารถในการออกแบบและ จัดทำสื่อในลักษณะต่าง ๆ เพื่อนำเสนอข้อมูล องค์ความรู้ และความคิดเห็นของตน การออกแบบและจัดทำ ข้อมูลข่าวสารบนพื้นฐานของความรับผิดชอบ และจริยธรรมของตนเอง การแก้ไข เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จาก สื่อประเภทต่าง ๆ การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างสร้างสรรค์เพื่อวิพากษ์วิจารณ์ ค่านิยม ความเชื่อ ความคิดเห็น ข้อเท็จจริง การโน้มน้าวใจ การโฆษณาชวนเชื่อ และข้อเสนอเกินจริงที่นำเสนอผ่านสื่อได้ ในค่าเฉลี่ยระดับ ปานกลาง ในส่วนนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มที่ได้รับหรือเคยศึกษาในแขนงที่เกี่ยวข้อง กับสื่อมีค่าเฉลี่ยระดับน้อย อาจส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการสร้างสรรค์ หรือมีส่วนร่วมในเชิงลึกได้ไม่มากเท่าที่ควร

## ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ และการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานครโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. งานวิจัยชิ้นนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างงานวิจัยในครั้งนี้คือผู้ปกครองที่มีบุตรอยู่ในระดับประถมศึกษาตอนปลายเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อกระแสหลัก ในช่วงเวลา 18.00-21.00 น. ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้หน่วยงานทางด้านสื่อสารมวลชนควบคุมเนื้อหาผ่านสื่อกระแสหลักและช่วงเวลาดังกล่าว เพราะมีแนวโน้มว่าเป็นช่วงเวลาที่มีการอยู่ร่วมกันของครอบครัวมากที่สุด

2. งานวิจัยพบว่าผู้ปกครองมีการแยกแยะความแตกต่างของโลกสื่อกับโลกในชีวิตจริงนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ จะเห็นได้ว่าเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงเพราะผู้ปกครองมีแนวโน้มที่จะมีอิทธิพลต่อการบริโภคสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ ความรู้ความเข้าใจในสื่อของเด็ก งานวิจัยจึงเสนอหน่วยงานทางด้านสื่อสารมวลชนและสถานศึกษาว่าควรมีการส่งเสริมและพัฒนาในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ ให้กับผู้ปกครองและบุตร อย่างจริงจัง รวมถึงความเข้มงวดในการป้องกันปราบปรามสื่อที่ไม่เหมาะสม

3. สถานศึกษาควรมีการศึกษาวิจัยสถานการณ์การใช้สื่อประเภทออนไลน์เนื่องจากมีผลการใช้ในระดับสูง ควรศึกษาความรู้ความเข้าใจและทักษะการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองและเด็กระดับชั้นมัธยมศึกษา รวมทั้งครอบคลุมโรงเรียนในสังกัดอื่น ๆ เช่น สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ สังกัดเอกชน สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย เป็นต้น

## เอกสารอ้างอิง

Potter, W. J. (2004). *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. California USA: Sage.

จินตนา ต้นสุวรรณนท์. (2558, มกราคม-เมษายน) ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อโฆษณากับพฤติกรรมบริโภคนิยมนของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัย มสส สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* 11(1). 167-176.

ไทยโพสต์. (2563). **ป้องกันใช้สื่อโซเชียลกับความเสี่ยง**. [Online]. Available: <https://www.thaipost.net/main/detail/57952> [2563, กุมภาพันธ์ 23].

นภินทร ศิริไทย. (2557). **การพัฒนาองค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ สู่หลักสูตรในระบบและนอกระบบการศึกษาของไทย**. Media Literacy for Health. กรุงเทพฯ: บงกช พับลิชชิ่ง.

นิศารัตน์ รอดบุญคง. (2559). **ผลการจัดการเรียนรู้สังคมศึกษาโดยใช้กระบวนการเรียนการสอน DACIR ที่มีต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา ภาควิชาหลักสูตรและวิธีสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พรทิพย์ เย็นจะบก. (2560). **เบญจทัศการรู้เท่าทันสื่อ**. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น.

แพรวพรรณ อัครประสา. (2557). **รู้เท่าทันสื่อ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ภัทริกา วงศ์อนันต์นนท์. (2560, พฤษภาคม-สิงหาคม). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชน. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 15(2). 173-178.

มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย. (2560). **โครงการพัฒนาเครือข่ายเฝ้าระวังสื่อร้าย ขยายสื่อดี และสร้างความฉลาดในการใช้สื่อดิจิทัล ให้กับเด็ก เยาวชน และองค์กรทำงานด้านเด็ก เยาวชน และครอบครัว (ปี พ.ศ. 2560-พ.ศ. 2561)**. [Online]. Available: <https://inetfoundation.or.th/Welcome/project?id=16> [2560, กุมภาพันธ์ 23].

ยุพา สุภากุล. (2559). **การสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- สถาบันอิศรามูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย. (2562). **ผลกระทบของข่าวปลอมและแนวทางการรับมือของผู้บริโภคสื่อ**. [Online]. Available: [https://www.isra.or.th/news-and-trainee/item/766-fakenews\\_766.html](https://www.isra.or.th/news-and-trainee/item/766-fakenews_766.html) [2563, มกราคม 27].
- สาวิตรี ชีวะสาธน์, ชาญ เดช อัครนร, วิมลพรรณ อาภาเวท. (2554). **พฤติกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร**. งานวิจัยคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน สาขาวิชาเทคโนโลยี การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สุนีย์ บรรจง. (2553). **การศึกษาการอบรมเลี้ยงดูของผู้ปกครองของเด็กก่อนวัยเรียน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนทร พรหมวงศา. (2553). **พฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สุภารัตน์ แก้วสุทธิ. (2553). **พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรมป้องกันตัวเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2540). **การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาสันทนาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## Translated Thai References

- Internet Foundation for the Development of Thailand. (2017). **Project to Develop Networks to Monitor Bad Media, Expand Good Media and Create Digital Intelligence for Children, Youths and Organizations Working in Children, Youth and Families (2017-2018)**. [Online]. Available: <https://inetfoundation.or.th/Welcome/project?id=16> [2560, February 23].
- Isara Institute, Foundation for Media Development of Thailand. (2019). **The Impact of Fake News and Media Consumer Response Guidelines**. [Online]. Available: [https://www.isra.or.th/news-and-trainee/item/766-fakenews\\_766.html](https://www.isra.or.th/news-and-trainee/item/766-fakenews_766.html) [2020, January 27].
- Jintana Tansuwananon. (2015) Relationship between Advertising Media Literacy and Consumerism Behavior Among Youth in Bangkok Area. *Journal of Humanities and Social Sciences Research Journal* 11(1). 167-176.
- Naphintonsiri Thai. (2014). **Knowledge Development, Media Literacy for Health To Courses in the Formal and Non-formal Education System of Thailand**. Media literacy for Health Bangkok: Bongkot Publishing.

- Nisarath Rodboonkong. (2016). **Effects of Social Studies Learning Management Using DACIR Teaching Process on Media Literacy of Prathomsuksa 6 Students**. Master of Education Thesis Department of Social Studies Department of Curriculum and Teaching Methods Faculty of Education Silpakorn University.
- Patrika Wong-Anantnon (2017). Internet use Behavior of Children and Young People. **Journal of the Royal Thai Army Nurses**, 15(2). 173-178.
- Pornthip Yenjabok. (2017). **Benchatat, Media Literacy**. Bangkok: Offset Creation.
- Praewpan Akkanaprasa. (2014). **Media Literacy**. Bangkok: Suan Dusit Rajabhat University.
- Sawitree Chewasath, Chan Dej Asawanorn, Wimonphan Araphawate. (2011). **Facebook Communication Behavior of Students from Rajamangala University of Technology Phra Nakhon**. Research Work, Faculty of Mass Communication Technology Department of Technology Advertising and Public Relations Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.
- Sunee Banchong. (2010). **Parent Education of Preschool Children**. Degree thesis Master of Education Department of Primary Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University.
- Sunthorn Phomwongsa. (2010). **Using Behavior and Internet Media Literacy According to the Perceptions of Students at the Level High School** Master of Arts Thesis Department of Communication Technology Udon Thani Rajabhat University.
- Suparat Kaewsut. (2010). **Internet Behavior Media Literacy And Self-defense Behaviors from Internet Privacy Violations**. Master of Communication Arts thesis. Department of Development Communication Department of Public Relations Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.
- Thai Post. (2020). **Preventing use of Social Media Against Violence**. [Online]. Available: <https://www.thaipost.net/main/detail/57952> [2020, February 23].
- Uajit Wirottrirat. (1997). **Media Litteracies Analysis of Higher Education Students in Thailand**. Doctor of Education Thesis Department of Audiovisual Studies, Faculty of Education, Chulalongkorn University.
- Yupa Suphakul. (2016). **Mass Communication**. Bangkok: Odeon Store.



## คณะผู้เขียน

### นางปิยนุช ศรีสวัสดิ์เล็ก

สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล  
999 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170  
e-mail: piynuchsrisswasdi8@gmail.com

### ดร. นนทสรวง กليبฝั่ง

สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล  
999 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170  
e-mail: nonthasruang.kle@mahidol.ac.th