

มุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

Communication Arts Students' Perspectives on Social Media Literacy

บุบผา เมฆศรีทองคำ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์มุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย โดยเป็นการสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่ได้จากการสัมภาษณ์นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ จำนวน 15 คน ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการสังเคราะห์พบว่า การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียมีความสำคัญ เพราะทำให้ไม่ตกเป็นทาสหรือเครื่องมือของสื่อโซเชียลมีเดีย / ไม่ถูกครอบงำทางความคิด ส่วนแนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียมี 3 แนวทาง คือ 1) ครอบครัว โดยทำหน้าที่ให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างลึกซึ้ง / ให้คำแนะนำหรือความรู้การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างใกล้ชิด 2) สถาบันการศึกษา โดยทำหน้าที่สอนแทรกเนื้อหาการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียเข้าไปในการเรียนการสอนหรือบทเรียน และ 3) สื่อมวลชน โดยทำหน้าที่รณรงค์การใช้สื่อโซเชียลมีเดียในทางที่ถูกต้องอย่างมีสติ

คำสำคัญ: โซเชียลมีเดีย, การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย, นักศึกษานิเทศศาสตร์

Abstract

This study aims to synthesize the perspectives of Communication Arts students on social media literacy. Information was obtained from the interviews with 15 Communication Arts students, using the content analysis technique. The results showed that social media literacy is important because it will prevent the students from being slaves to, and dominated by, the social media. The approaches to promote students' literacy in social media are three-fold: 1) family, by providing deep insights into the use of social media; 2) educational institutions, by incorporating contents regarding social media literacy in their curriculum; 3) mass media, by campaigning how to use social media with consciousness.

Keywords: Social Media, Social Media Literacy, Communication Arts Students

1. บทนำ

“การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) เป็นความสามารถของบุคคลในการเข้าถึง (Access) เข้าใจ (Understanding) ประเมิน (Evaluate) และสร้างสรรค์ (Create) เนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลายภายใต้บริบทที่แตกต่างกันโดยที่บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและสามารถทำความเข้าใจหรือตีความหมายของเนื้อหาสื่อตามที่ได้รับ โดยตระหนักถึงผลกระทบของสื่อเพื่อให้บุคคลไม่ตกอยู่ภายใต้การครอบงำของสื่อ สามารถตัดสินใจในสิ่งที่สื่อ

นำเสนอได้อย่างเที่ยงตรง เป็นผู้รับสื่อที่มีพลังอำนาจและกระตือรือร้น (โตมร อภิวันทนากร, 2552; Baran, 2004; Potter, 2005)

จากคำกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าในท่ามกลางยุคการสื่อสารที่ไร้พรมแดนนั้น การรู้เท่าทันสื่อจึงมีความสำคัญและเป็นองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับบุคคลโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นช่วงวัยที่อยากรู้อยากเห็นและที่สำคัญเป็นช่วงวัยที่อยู่ท่ามกลางสื่อที่หลากหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโซเชียลมีเดีย ซึ่งหมายถึง สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารหรือเขียนเล่าเนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ (สุภารัตน์ ดิษยวรรณระ จันทราวพัฒนากุล, 2554) ที่ถือว่าเป็นสื่อที่ทรงพลังอย่างยิ่งในสังคมยุคปัจจุบันอย่างมีอาจปฏิเสธได้ ดังผลการสำรวจของ comScore Media Metrix Worldwide (2011) ที่ระบุว่า ในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอายุ 15-24 ปีทั่วโลกมีการใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ จากผลการสำรวจของบริษัท Nielsen Global Consumer Survey ในช่วงปี ค.ศ. 2010 เกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบโฆษณาต่าง ๆ ทั้งหมด 16 รูปแบบ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 25,000 คนใน 50 ประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70.00 เชื่อถือความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553)

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มเด็กและเยาวชนโดยจำแนกตามประเภทสื่อต่าง ๆ ประกอบด้วยการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ ได้แก่ งานวิจัยของ สุภาณี แก้วมณี (2547) พาริดา เตชะวรินทร์เลิศ (2548) และ นัทรุทธิ์ อุบล (2552) การศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ งานวิจัยของ เกศราพร บำรุงชาติ (2550) วาลี ชันธุวาร และ ก่อพงษ์ พลโยธา (2552) Gathercoal (1991) Austin and Johnson (1997) และ Hindin (2001) การศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ ได้แก่ งานวิจัยของ พิริยา จารุเศรษฐการ (2549) งานวิจัยของการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตและวิดีโอทัศน์ ได้แก่ งานวิจัยของ จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548) และ Reichert and others (2007) นอกจากนี้ ยังเน้นการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อและการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ งานวิจัยของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2550) Fealk (1998) Hobbs (1999) Feuerstein (1999) และ Yates (2000) ตลอดจนการศึกษาเกี่ยวกับระดับมีเดียลิตเตอเรซี ได้แก่ งานวิจัยของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ งานวิจัยของ อุดลย์ เพ็ชรรุ่งโรจน์ (2543) และการศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ งานวิจัยของ สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ (2549) และ Primack and others (2006)

เพราะฉะนั้นจากผลงานวิจัยดังที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า ยังไม่ปรากฏงานวิจัยที่มุ่งศึกษาการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียและโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการศึกษาองค์ความรู้ที่เป็นรากฐานของการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย จึงนำมาสู่ความสนใจในการสังเคราะห์ “มุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย” ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะเป็นการทำความเข้าใจในมิติที่หลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียในมุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์มุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

3. ระเบียบวิธีวิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เอกสารที่ได้จากการสัมภาษณ์นักศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ จำนวน 15 คน ประกอบด้วยนักศึกษารุ่นปี 3 จาก 5 ภาควิชา ๆ ละ 3 คน ได้แก่ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาวารสารศาสตร์ ภาควิชาการโฆษณา ภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และภาควิชาการสื่อสารแบรนด์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตารางการลงรหัส (Coding Sheet) เพื่อบันทึกประเด็นเกี่ยวกับนิยามการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย และแนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการสังเคราะห์เปรียบเทียบสาระด้วยการสรุปรวมส่วนที่เหมือนและวิเคราะห์นำเสนอส่วนที่ต่าง พร้อมนำเสนอด้วยข้อมูลเชิงพรรณนา

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการสังเคราะห์นิยามการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ผลการสังเคราะห์โดยจำแนกออกเป็น 2 ประเด็น ประเด็นแรก คือ ด้านการคิดวิเคราะห์ พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์มุ่งเน้นการนิยามที่การมีวิจารณญาณในการกลั่นกรอง คิดวิเคราะห์ แยกแยะและตีความข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในสื่อโซเชียลมีเดียได้อย่างเข้าใจลึกซึ้ง ดังเช่น “มีความคิดไตร่ตรองข่าวสารที่นำเสนอผ่านโซเชียลมีเดียก่อนที่จะปฏิบัติตาม (3)” “การที่เราสามารถใช้สติในการแยกแยะว่าเป็นเรื่องจริงหรือเรื่องโกหก กลั่นกรองข้อมูลข่าวสารก่อน (12)” รองลงมา คือ ไม่ถูกครอบงำ / ตกเป็นเหยื่อของสื่อโซเชียลมีเดียได้ง่าย ดังเช่น “ไม่หลงเชื่อกระแสความคิดเห็นต่าง ๆ ในโลกโซเชียล (1)” “สามารถรู้ทันโดยไม่โดนพวกโซเชียลมีเดียครอบงำได้ง่าย (8)” และไม่หลงเชื่อข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียแบบง่าย ๆ ในทันที ดังเช่น “ไม่หลงเชื่อข้อมูลอะไรง่าย ๆ ที่มีการตอกไข่ไล่สี (2)” “ไม่ควรเชื่อข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากโซเชียลมีเดียในทันทีที่ที่เปิดรับโดยไม่ตรวจสอบให้ดีเสียก่อน (12)” และประเด็นที่สอง คือ ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์ให้คำนิยามโดยมุ่งเน้นที่การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างมีประโยชน์ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น ดังเช่น “รู้จักการใช้สื่อโซเชียลมีเดียให้เป็นประโยชน์ ไม่นำไปใช้ในทางเลื่อมเสีย (4)” “สามารถนำข้อมูลข่าวสารจากโซเชียลมีเดียมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้อย่างเต็มที่ (9)” รองลงมา คือ การบริโภคสื่ออย่างมีเหตุผลและเหมาะสม ดังเช่น “รู้จักการใช้สื่อโซเชียลมีเดียไปในทางที่ดีที่เหมาะสม (1)” “เข้าใจธรรมชาติของสื่อโซเชียลมีเดียและบริโภคสื่ออย่างมีเหตุผล (11)” และการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างระมัดระวัง ดังเช่น “โซเชียลมีเดียเป็นดาบสองคม ดังนั้น ควรใช้อย่างพอประมาณ มีสติและไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น (13)” “รู้จักการเสพย์สื่ออย่างถูกต้อง ไม่ติดจนเกินไป (15)” ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ผลการสังเคราะห์นियามการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

นियามการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ให้ข้อมูล (คนที่)															รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
ด้านการคิดวิเคราะห์																
1. พิจารณาไตร่ตรองข้อมูลจากสื่อโซเชียลมีเดียอย่างสมเหตุสมผล	-	-	-	-	-	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	3
2. มีวิจารณ์ญาณในการถกแถลงความคิดเห็น แยกแยะและตีความข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในสื่อโซเชียลมีเดียได้อย่างเข้าใจลึกซึ้ง	1	1	1	1	-	1	-	1	-	1	1	1	1	1	-	11
3. สามารถเข้าถึง คติวิเคราะห์ ประเมินและบริโภคนสื่ออย่างชาญฉลาด	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2
4. มีการคิดวิเคราะห์และแยกแยะด้วยหลักเหตุผลและหลักความเป็นจริงในการเชื่อสิ่งที่ปรากฏในสื่อ	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	3
5. ไม่หลงเชื่อข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียแบบง่าย ๆ ในทันที	-	1	-	-	1	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	5
6. ไม่ถูกครอบงำ / ตกเป็นเหยื่อของสื่อโซเชียลมีเดียได้ง่าย	1	-	1	1	1	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-	8
7. เข้าใจ รู้สึกและรู้อจริงเกี่ยวกับสื่อโซเชียลมีเดีย	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย																
1. การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างระมัดระวัง	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	1	1	-	4
2. การบริโภคสื่ออย่างมีเหตุผลและเหมาะสม	1	-	-	-	1	-	1	1	-	-	1	-	-	-	-	5
3. การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างมีประโยชน์ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น	1	1	1	1	1	-	-	-	1	-	-	1	-	1	1	9
4. การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างถูกต้อง / ถูกวิธี	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3
5. การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างมีสติ ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2
6. การนำสื่อโซเชียลมีเดียมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้อย่างเต็มที่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1

4.2 ผลการสังเคราะห์ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ผลการสังเคราะห์โดยจำแนกออกเป็น 2 ประเด็น ประเด็นแรก คือ สามารถรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์มีความคิดเห็นที่สามารถรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย เพราะมีความรู้ความสามารถในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างกว้างขวาง / เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ดังเช่น “คลุกคลีอยู่กับโซเชียลมีเดียเป็นประจำ ทำให้สามารถหาข้อมูลจากโซเชียลมีเดียได้ด้วยตนเอง (4)” “ใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่กับโลกของโซเชียลตลอดทำให้รู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย (10)” รองลงมา คือ สามารถคัดกรองข้อมูลต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ดังเช่น “มีการใช้โซเชียลมีเดียทุกวัน ทำให้มีการตัดสินใจที่ดี รู้ว่าจะไรดีไม่ดี (2)” “มีการขวนขวายและรับรู้ถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ (13)” และมีการเรียนรู้ทั้งจากห้องเรียนและคนรอบข้าง ดังเช่น “สมัยนี้มีการเรียนการสอนสื่อโซเชียลมีเดียทำให้สามารถรู้เท่าทันสื่อได้ (11)” และประเด็นที่สอง คือ ไม่สามารถรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียโดยเมื่อแยกพิจารณาในด้านแรก คือ คุณลักษณะของสื่อโซเชียลมีเดีย พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่ที่มีความคิดเห็นที่ไม่สามารถรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียเพราะรูปแบบการนำเสนอมีความหลากหลายอาจไม่รู้เท่าทัน / มีหลากหลายรูปแบบยากต่อการควบคุม ดังเช่น “รูปแบบมีความหลากหลาย ไม่ค่อยศึกษาก่อนใช้งาน (6)” รองลงมา คือ สื่อโซเชียลมีเดียส่วนใหญ่เกิดจากการปรุงแต่งมาแล้ว ดังเช่น “สื่อเกิดจากการปรุงแต่งมาแล้วและคนที่ได้รับรู้และรณรงค์มีน้อย (5)” และสื่อโซเชียลมีเดียมีการหลอกล่อทำให้ผู้รับสื่อคล้อยตามหลงผิด ดังเช่น “สื่อมักแอบแฝงเนื้อหาทำให้วัยรุ่นหลงเข้าใจผิด (14)” และด้านที่สอง คือ ด้านผู้บริโภคสื่อ พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์ที่มีความคิดเห็นที่ไม่สามารถรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย เพราะขาดการวิเคราะห์ แยกแยะและตรวจสอบข้อมูลอย่างแนชัดที่ปรากฏบนโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “คำนี้เพียงว่าใช้โซเชียลมีเดียเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเท่านั้นจนขาดการวิเคราะห์ไตร่ตรองที่สื่อนำเสนอ (3)” รองลงมา คือ ตามกระแสสังคมมากเกินไปโดยไม่คิดให้รอบคอบ ดังเช่น “หลงมัวเมาในการเล่นโซเชียลมีเดียอย่างจริงจังจนไม่ได้คิดให้รอบคอบในข้อมูลอย่างแนชัด (1)” “ปล่อยให้โซเชียลมีเดียเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันมากเกินไปโดยขาดการยั้งคิด ไม่มีความคิดของตนเอง (9)” และไม่สามารถประเมินข่าวสารได้ ดังเช่น “ส่วนใหญ่ยังคงไม่สามารถประเมินข่าวสาร ยังเชื่อข่าวมั่ว ๆ อยู่ (12)” ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ผลการสังเคราะห์ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ให้ข้อมูล (คนที่)															รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
สามารถรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย																
1. มีวิจญาณญาณในการพิจารณาข้อมูลซึ่งมาจากประสบการณ์และการเรียนรู้	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
2. สามารถคัดกรองข้อมูลต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง	-	1	-	-	-	1	-	-	1	1	-	-	1	1	-	6
3. มีการเรียนรู้ทั้งจากห้องเรียนและคนรอบข้าง	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	3
4. มีความรู้ความสามารถในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างกว้างขวาง / เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน	-	1	-	1	1	1	-	1	-	1	1	1	-	1	1	10

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2 (ต่อ): ผลการสังเคราะห์ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ความสามารถในการรู้เท่าทัน สื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ให้ข้อมูล (คนที่)															รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
5. มีข่าวสารต่าง ๆ ในการให้ความรู้ และแจ้งเตือนภัยต่าง ๆ จากการ ใช้สื่อโซเชียลมีเดีย	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
ไม่สามารถรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย																
1) คุณลักษณะของสื่อโซเชียลมีเดีย																
1. ส่วนใหญ่เกิดจากการปรุงแต่ง มาแล้ว	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	3
2. ไปเร็วมากไม่สามารถตามทันได้	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
3. มีการหลอกล่อทำให้ผู้รับสื่อ คล้อยตามหลงผิด	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2
4. รูปแบบการเสนอมีความ หลากหลายอาจไม่รู้เท่าทัน / มีหลากหลายรูปแบบยากต่อ การควบคุม	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	4
2) ด้านผู้บริโภคสื่อ																
1. ขาดสติในการบริโภคสื่อ / บริโภค สื่อแบบไม่ทันคิด	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
2. ขาดการวิเคราะห์ แยกแยะและ ตรวจสอบข้อมูลอย่างแน่ชัด ที่ปรากฏบนโซเชียลมีเดีย	-	-	1	-	-	-	1	-	1	1	1	-	1	1	-	7
3. ขาดวิจารณญาณในการใช้สื่อ / ใช้สื่ออย่างไม่ระมัดระวัง	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3
4. เสพย์สื่อด้วยอารมณ์มากกว่า เหตุผล	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	3
5. ไม่สามารถประเมินข่าวสารได้	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	1	5
6. ไม่ตระหนักถึงผลดีผลเสียของ สื่อโซเชียลมีเดียอย่างแท้จริง	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
7. เชื่อข้อมูลที่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ง่ายเกินไป	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	3
8. ไม่มีการสอนให้ความรู้ความเข้าใจ เท่าที่ควร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
9. ตามกระแสสังคมมากเกินไปโดย ไม่คิดให้รอบคอบ	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	1	-	1	1	-	6

4.3 ผลการสังเคราะห์ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ผลการสังเคราะห์พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์มีความคิดเห็นว่าการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียมีความสำคัญ เพราะทำให้ไม่ตกเป็นทาสหรือเครื่องมือของสื่อโซเชียลมีเดีย / ไม่ถูกรอบงำทางความคิด ดังเช่น “เราจะได้ไม่

ตกเป็นเครื่องมือหากินของบริษัทต่างๆที่ใช้สื่อโซเชียลมีเดียมาหลอกเรา (5)” “จะได้ไม่ถูกสื่อครอบงำทางความคิดมากเกินไป (8)” รองลงมา คือ ทำให้มีความรอบคอบ ระมัดระวัง รู้จักคิด วิเคราะห์และใช้เหตุผลในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย / รู้จักใช้สื่ออย่างมีสติ ดังเช่น “ทำให้เรามีสติในการบริโภคสื่อโซเชียลมีเดีย (4)” “ทำให้รู้จักคิดวิเคราะห์ว่าโซเชียลมีเดียน่าเชื่อถือมากน้อยแค่ไหน (15)” และไม่ถูกหลอกหรือล่อลวงได้ง่าย ๆ / ทำให้รู้เท่าทันภัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ ดังเช่น “ทำให้รู้จักทันคน ไม่ถูกหลอกและไม่หลงเชื่ออะไรง่าย ๆ (1)” “ทำให้ไม่หลงเชื่อข้อมูลอะไรง่าย ๆ (13)” ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ผลการสังเคราะห์ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ให้ข้อมูล (คนที่)															รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1. ทำให้ไม่เป็นคนล้าสมัย	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
2. ทำให้ไม่ตกเป็นทาสหรือเครื่องมือของสื่อโซเชียลมีเดีย / ไม่ถูกครอบงำทางความคิด	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1	13
3. ไม่ถูกหลอกหรือล่อลวงได้ง่าย ๆ / ทำให้รู้เท่าทันภัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้	1	-	-	-	1	-	-	1	-	1	1	1	1	1	-	8
4. มีดุลยพินิจในการคัดกรองข้อมูล	-	-	-	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	1	1	5
5. ทำให้มีความรอบคอบ ระมัดระวัง รู้จักคิด วิเคราะห์และใช้เหตุผลในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย / รู้จักใช้สื่ออย่างมีสติ	1	-	1	1	1	1	1	1	1	-	1	-	1	1	1	12
6. ช่วยเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขวางขึ้น	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2

4.4 ผลการสังเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ผลการสังเคราะห์โดยจำแนกออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านครอบครัว พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์ที่มีความคิดเห็นว่าครอบครัวเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย เพราะเป็นสถาบันแรกที่ทำให้ความรู้หรือคำแนะนำแก่วัยรุ่น / เป็นรากฐานของการเรียนรู้ ดังเช่น “ผู้ปกครองสามารถสอดส่องดูแลบุตรหลานของตัวเองได้ง่ายกว่าที่จะให้คนอื่นมาบอก (1)” “คนในครอบครัวเป็นกลุ่มแรกที่สามารถชี้แนะในสิ่งที่ดีและไม่ดีในการใช้โซเชียลมีเดีย (12)” รองลงมา คือ เป็นผู้คัดกรองการรับรู้ข่าวสารทางสื่อโซเชียลมีเดียผ่านการพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสาร ดังเช่น “ครอบครัวเป็นตัวสกรีนก่อนการรับรู้ข่าวสารอาจจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน (2)” “พ่อแม่มีส่วนช่วยคัดกรองในเรื่องการใช้โซเชียลมีเดียทำให้รู้เท่าทันสื่อได้มากยิ่งขึ้น (9)” และปลูกฝัง / สั่งสอน / กลั่นกรองให้ระบบการคิดหรือการตัดสินใจในการรับรู้ข่าวสารทางสื่อโซเชียลมีเดียในทุกแง่มุม ดังเช่น “ครอบครัวเป็นผู้สั่งสอนและปลูกฝังให้มีหัวใจที่เหมาะสมในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย (3)” “พ่อแม่ช่วยกลั่นกรองให้ระบบการคิด/ตัดสินใจในการเข้าใจสื่อโซเชียลมีเดียได้ทุกแง่มุม (6)”

ปัจจัยด้านสถาบันการศึกษา พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์ที่มีความคิดเห็นว่าสถาบันการศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย เพราะเป็นสถาบันหลักให้การเรียนรู้ในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย / เป็นแหล่งชี้แนะความรู้ / เป็นสถาบันที่ปลูกฝังความรู้เกี่ยวกับสื่อโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “เป็นสถาบันแรกที่ส่งต่อความรู้ใน

การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียเป็นพื้นฐานให้กับวัยรุ่นไทย (3)” “เป็นสถาบันที่ให้ความรู้ คอยแนะนำสิ่งดี ๆ ในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียแก่วัยรุ่น (13)” รองลงมา คือ เป็นสถาบันที่ให้ความรู้ที่มีความน่าเชื่อถือที่สุด ดังเช่น “เป็นสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถเข้าถึงวัยรุ่นได้ (6)” “เป็นสถาบันที่ให้ความรู้ที่น่าเชื่อถือสูงเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่ออย่างทุกแง่มุมให้วัยรุ่นเข้าใจได้ (14)” และสามารถบ่มเพาะให้คนแยกแยะได้ว่าสิ่งไหนจริงหรือไม่จริง / สอนให้คนมีเหตุผลในการใช้สื่อ ดังเช่น “เป็นสถาบันที่ชี้แนวทางให้วัยรุ่นรู้จักแยกแยะถูกผิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ (4)” “เป็นแหล่งสอนวัยรุ่นไทยให้เป็นคนมีเหตุและผล ความเป็นไปได้และเป็นไปไม่ได้เพื่อให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ (8)”

ปัจจัยด้านเพื่อน พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์ที่มีความคิดเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย เพราะเป็นวัยที่ต้องการเพื่อนเป็นที่ปรึกษา / แลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อนได้ ดังเช่น “พวกเรามีข้อสงสัยเราสามารถนำไปปรึกษาเพื่อนหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อนได้ จะได้นำความคิดเห็นมาปรับเปลี่ยนทัศนคติของเราให้รู้ทันสื่อโซเชียลมีเดีย (11)” รองลงมา คือ เป็นผู้นำความคิดของกลุ่มวัยรุ่น / มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “เพื่อนมีอิทธิพลหลักในการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย (3)” “เพื่อนเป็นตัวแปรต้นที่จะทำให้เรารู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย (13)” และคอยเตือนให้เพื่อนเห็นข้อมูลไหนจริงหรือเท็จ ไม่หลงเชื่อในสิ่งที่ผิด / สามารถแนะนำการใช้สื่อโซเชียลมีเดียที่ถูกต้องให้กับเพื่อน ดังเช่น “มีการตักเตือนกันไม่ให้เพื่อนหลงเชื่อในสิ่งที่ผิดจากโซเชียลมีเดีย (4)” “เพื่อนจะคอยดูแลกันไม่ให้ใช้โซเชียลมีเดียมากเกินไปโดยไม่รู้เท่าทัน (9)”

ปัจจัยด้านสื่อมวลชน พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์ที่มีความคิดเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย เพราะเป็นผู้ผลิตและผู้นำเสนอสื่อโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “สื่อมวลชนเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่สื่อโซเชียลมีเดียให้เห็นประโยชน์หรือโทษได้ (7)” รองลงมา คือ สอนให้วัยรุ่นได้เรียนรู้เกี่ยวกับสื่อโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “สื่อมวลชนมีการเผยแพร่ภัยทางโซเชียลมีเดีย ทำให้เราจดจำและเรียนรู้มากขึ้น (1)” และมีอำนาจในการโน้มน้าวชักจูงใจได้ดีที่สุด / เป็นต้นแบบของวัยรุ่น ดังเช่น “อะไรก็ตามที่สื่อมวลชนบอกมักเป็นสากลที่ใคร ๆ ก็ทำกันหรือกำลังเป็นที่นิยมในขณะนั้น (14)” ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4: ผลการสังเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ให้ข้อมูล (คนที่)															รวม	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
ปัจจัยด้านครอบครัว																	
1. เป็นผู้ให้คำปรึกษาที่ดี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
2. เป็นสถาบันแรกที่ให้ความรู้หรือคำแนะนำแก่วัยรุ่น / เป็นรากฐานของการเรียนรู้	1	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	1	1	1	1	8
3. เป็นผู้คัดกรองการรับรู้ข่าวสารทางสื่อโซเชียลมีเดียผ่านการพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสาร	1	-	1	1	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	1	7
4. ปลุกฝัง / สั่งสอน / กลั่นกรองให้ระบบการคิดหรือการตัดสินใจในการรับข่าวสารทางสื่อโซเชียลมีเดียในทุกแง่มุม	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	4

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4 (ต่อ): ผลการสังเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทัน สื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ให้ข้อมูล (คนที่)															รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
ปัจจัยด้านสถาบันการศึกษา																
1. เป็นสถาบันหลักให้การเรียนรู้ ในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย / เป็น แหล่งชี้แนะความรู้ / เป็นสถาบันที่ ปลูกฝังความรู้เกี่ยวกับสื่อ โซเชียลมีเดีย	1	1	1	1	1	1	-	1	-	1	1	-	1	1	1	12
2. สามารถสอนให้รู้จักการใช้สื่อ โซเชียลมีเดียอย่างสร้างสรรค์	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	3
3. เป็นสถาบันที่ให้ความรู้ที่มี ความน่าเชื่อถือที่สุด	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	1	1	6
4. สอนให้รู้จักใช้วิจารณญาณใน การบริโภคสื่อโซเชียลมีเดีย	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	1	4
5. สามารถบ่มเพาะให้คนแยกแยะ ได้ว่าสิ่งไหนจริงหรือไม่จริง / สอนให้คนมีเหตุผลในการใช้สื่อ	1	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	5
ปัจจัยด้านเพื่อน																
1. เป็นวัยที่ต้องการเพื่อนเป็น ที่ปรึกษา / แลกเปลี่ยนข้อมูล กับเพื่อนได้	1	1	-	1	1	-	1	-	1	1	1	1	1	-	1	11
2. เกิดการเชื่อมต่อระหว่างเพื่อน ได้ง่ายขึ้น	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
3. คอยเตือนให้เพื่อนเห็นว่า ข้อมูล ไหนจริงหรือเท็จ ไม่หลงเชื่อใน สิ่งที่ผิด / สามารถแนะนำการใช้ สื่อโซเชียลมีเดียที่ถูกต้องให้กับ เพื่อน	1	-	-	1	-	1	1	1	1	-	-	-	1	-	1	8
4. เป็นผู้นำความคิดของกลุ่มวัยรุ่น / มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ โซเชียลมีเดีย	1	-	1	-	1	1	-	1	-	1	1	1	1	1	-	10
ปัจจัยด้านสื่อมวลชน																
1. ช่วยเผยแพร่ข่าวสารของผู้ตกเป็น เหยื่อทำให้เกิดการเรียนรู้และ จดจำ	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
2. เป็นผู้ผลิตและผู้นำเสนอสื่อ โซเชียลมีเดีย	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	6

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4 (ต่อ): ผลการสังเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ให้ข้อมูล (คนที่)															รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
3. สอนให้วัยรุ่นได้เรียนรู้เกี่ยวกับสื่อโซเชียลมีเดีย	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	4
4. มีอำนาจในการโน้มน้าวชักจูงใจได้ดีที่สุด/เป็นต้นแบบของวัยรุ่น	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	3

4.5 ผลการสังเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

ผลการสังเคราะห์พบว่า แนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย ประกอบด้วย 3 แนวทาง แนวทางแรก ได้แก่ ครอบครัว โดยทำหน้าที่ให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างลึกซึ้ง / ให้คำแนะนำหรือความรู้การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างใกล้ชิด ดังเช่น “เพิ่มเติมความรู้ด้านโซเชียลมีเดียให้มากขึ้นสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน (12)” รองลงมา คือ ปลูกฝังให้ลูกเป็นคนไม่เชื่อคนง่าย ดังเช่น “ปลูกฝังให้ลูกใช้ปัญญา ความรู้ในการวิเคราะห์ที่ไตร่ตรอง ไม่เชื่อคนง่าย (4)” “ปลูกฝังให้รู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียตั้งแต่เด็ก ๆ (14)” และวางรากฐานในสิ่งที่ดีให้วัยรุ่นเรียนรู้เกี่ยวกับสื่อโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “ควรชี้ให้เห็นว่าข้อมูลข่าวสารแบบไหนควรบริโภค แบบไหนควรหลีกเลี่ยง (11)” แนวทางที่สอง คือ สถาบันการศึกษา โดยทำหน้าที่สอนแทรกเนื้อหาการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียเข้าไปในการเรียนการสอนหรือบทเรียน ดังเช่น “จัดเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย ลงในหลักสูตรที่เหมาะสม (2)” “ให้อาจารย์มีการสอดแทรกความรู้ด้านโซเชียลมีเดีย (7)” รองลงมา คือ จัดอบรม / สัมมนา / กิจกรรมแนะนำความรู้ในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างถูกต้อง / เป็นศูนย์อบรมการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “จัดกิจกรรมตามมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียนให้เด็กเกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย (5)” “จัดอบรมให้เด็กเกิดการเรียนรู้การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย (10)” และส่งเสริมการมีเหตุผลและใช้วิจารณญาณในการเสพย์สื่อโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “สอนให้มีการคัดกรองข่าวสารที่ได้รับมาจากโซเชียลมีเดีย (8)” “สอนให้รู้จักแยกแยะข้อมูลในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย จะได้รับรู้เท่าทัน (11)” และแนวทางสุดท้าย คือ สื่อมวลชน โดยทำหน้าที่รณรงค์การใช้สื่อโซเชียลมีเดียในทางที่ถูกต้องอย่างมีสติ ดังเช่น “รณรงค์แนะนำให้วัยรุ่นเข้าใจถึงประโยชน์และโทษของโซเชียลมีเดีย (6)” รองลงมา คือ เป็นกำลังสำคัญในการให้คำแนะนำการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “ควรแนะนำแนวทางในการใช้โซเชียลมีเดียให้ถูกวิธี ให้รู้ถึงคุณและโทษของโซเชียลมีเดียอย่างครบครัน (11)” และควรมีการจัดรายการที่เสริมสร้างความรู้ด้านสื่อโซเชียลมีเดีย ดังเช่น “มีรายการในการสอนให้วัยรุ่นไทยเกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย (5)” “สร้างสปอตโฆษณาณรงค์ในการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย (8)” ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5: ผลการสังเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

แนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ให้ข้อมูล (คนที่)															รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
ปัจจัยด้านครอบครัว																
1. ปลูกฝังให้ลูกเป็นคนไม่เชื่อคนง่าย	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	4
2. วางรากฐานในสิ่งที่ดีให้วัยรุ่นเรียนรู้เกี่ยวกับสื่อโซเชียลมีเดีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	2

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5 (ต่อ): ผลการสังเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

แนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ให้ข้อมูล (คนที่)															รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
สถาบันการศึกษา																
3. ให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างลึกซึ้ง / ให้คำแนะนำหรือความรู้การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างใกล้ชิด	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	1	1	1	-	6
4. ตอกย้ำและเตือนสติให้ใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างระมัดระวัง	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
สถานประกอบการ																
1. สอนแทรกเนื้อหาการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียเข้าไปในการเรียนการสอนหรือบทเรียน	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
2. จัดอบรม / สัมมนา / กิจกรรมแนะนำความรู้ในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างถูกต้อง / เป็นศูนย์อบรมการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย	1	1	-	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1	-	1	12
3. ให้มีการเรียนรู้การใช้สื่อโซเชียลมีเดียที่ได้ประโยชน์มากที่สุด	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	6
4. ส่งเสริมการมีเหตุผลและใช้วิจารณญาณในการเสพสื่อโซเชียลมีเดีย	1	-	-	1	-	-	-	1	-	1	1	-	-	1	1	7
5. มีการเชิญวิทยากรมาพูดเกี่ยวกับสื่อโซเชียลมีเดีย	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
6. ให้คำแนะนำ / ความรู้การใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างใกล้ชิด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	2
สื่อมวลชน																
1. ควรมีการจัดรายการที่เสริมสร้างความรู้ด้านสื่อโซเชียลมีเดีย	-	-	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	4
2. เป็นกำลังสำคัญในการให้คำแนะนำการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย	-	1	1	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	-	8
3. สร้างกระแสสังคมให้การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียเป็นเรื่องที่ทุกคนควรรู้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
4. รณรงค์การใช้สื่อโซเชียลมีเดียในทางที่ถูกต้องอย่างมีสติ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13

5. อภิปรายผล

5.1 จากผลการสังเคราะห์พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์มีความคิดเห็นที่สามารถรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย เพราะมีความรู้ความสามารถในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างกว้างขวาง / เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน นั้นย่อมสะท้อนให้เห็นว่า สื่อโซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและใช้งานง่ายจึงทำให้นักศึกษานิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อโซเชียลมีเดียซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ comScore Media Metrix Worldwide (2011) ที่ระบุว่าในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอายุ 15-24 ปีทั่วโลกมีการใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น

5.2 จากผลการสังเคราะห์พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์มีความคิดเห็นว่าการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียมีความสำคัญ เพราะทำให้ไม่ตกเป็นทาสหรือเครื่องมือของสื่อโซเชียลมีเดีย / ไม่ถูกครอบงำทางความคิด นั้นเป็นเพราะว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์ในปัจจุบันส่วนใหญ่ล้วนมีประสบการณ์ในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ทำให้นักศึกษารับรู้ทั้งประโยชน์และโทษของสื่อโซเชียลมีเดีย ด้วยเหตุนี้จึงเป็นผลให้นักศึกษานิเทศศาสตร์ล้วนเห็นว่าการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Potter (2005) กล่าวว่า หากคนในสังคมไม่รู้เท่าทันสื่อก็จะกลายเป็นผู้ที่จมอยู่กับข่าวสาร รู้จักโลกแบบผิด ๆ เพราะเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากเกินไป

5.3 จากผลการสังเคราะห์พบว่า แนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย ประกอบด้วย ครอบครัว สถาบันการศึกษาและสื่อมวลชน เพราะทั้ง 3 สถาบันล้วนเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตการบริโภคสื่อโซเชียลมีเดียของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างประสบการณ์ในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง จึงเป็นผลให้สถาบันดังกล่าวเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมให้นักศึกษานิเทศศาสตร์เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการสังเคราะห์ครั้งนี้ทำให้ได้มุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียโดยครอบคลุมทั้งมิติของนิยามการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียและแนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียตามวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งสามารถนำข้อค้นพบดังกล่าวมาสู่การกำหนดเชิงนโยบายที่สำคัญ คือ ทุกสถาบันที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และสถาบันสื่อมวลชนควรเร่งสนับสนุนและสร้างเสริมประสบการณ์การเรียนรู้การใช้สื่อโซเชียลมีเดียแก่นักศึกษาอย่างถูกต้องและเหมาะสมทั้งการให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย การสอนแทรกเนื้อหาการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียเข้าไปในการเรียนการสอนและการรณรงค์การใช้สื่อโซเชียลมีเดียในทางที่ถูกต้องอันจะนำมาสู่การการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดียอย่างยั่งยืนต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

- เกศราพร บำรุงชาติ. (2550). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 สังกัดกรุงเทพมหานครที่มีระดับการคิดอย่างมีวิจารณญาณและระดับการตระหนักรู้ตนเองแตกต่างกัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จินดารัตน์ บวรบริหาร. (2548). ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2550). ผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โตมร อภิวันทนากร. (2552). คู่มือจัดกระบวนการและกิจกรรมเพื่อพัฒนาเยาวชนรู้เท่าทันสื่อ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ปันโต พับลิชชิง.
- นันทหทัย อุบล. (2552). แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการคิดวิเคราะห์กับการรู้เท่าทันสื่อ หนังสือพิมพ์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุททพรปราการ เขต 1. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พีรียา จารุเศรษฐการ. (2549). การรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณาในสื่อนิตยสารสตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พาริดา เตชะวรินทร์เลิศ. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เท่าทันสื่อกับการได้รับอิทธิพลทางด้านการกำหนดความสำคัญแก่ข่าวสารและการเลือกกรอบในการตีความข่าวสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภิเชก ชัยนรินทร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพมหานคร: บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- วาที ชันธวาร์ และก่อพงษ์ พลโยธา. (2552). การใช้และความพอใจกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์: นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- สุดารัตน์ ดิษยวรรณระจัน จันทราวัฒนากุล. (2554). โซเชียลมีเดีย ใช้อย่างไรให้รู้เท่าทัน? ใน ธารม เชื้อสถาปนศิริ (บก.), รู้ทันสื่อ (หน้า 231-243). กรุงเทพมหานคร: บริษัท ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด.
- สุภาณี แก้วมณี. (2547). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์: กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์. (2543). การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อสำหรับกรวิจัยสื่อสารมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2540). การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Austin, E.W., Johnson, K.K. (1997). *Effects of general and alcohol-specific media literacy training on children's decision making about alcohol*. Retrieved March 5, 2012, from http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=PubMed&list_uids=10977232&dopt=Abstract
- Baran, S.J. (2004). *Introduction to mass communication*. (3rd ed.). Boston, MA: McGraw Hill.
- comScore Media Metrix Worldwide. (2011). *It's a social world: Top 10 need-to-knows about social networking and where it's headed*. Retrieved March 11, 2012 from http://www.comscore.com/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2011/it_is_a_social_world_top_10_need-to-knows_about_social_networking
- Fealk, E.R. (1998). *Evaluation of education: Are one-shot media literacy interventions effective?* Retrieved March 2, 2012, from <http://www.lib.umi.com/dissertations/fullcit/9829814>

- Feuerstein, Mira. (1999). Media literacy in support of critical thinking. *Journal of Educational Media*, 24(1), 43-54.
- Gathercoal, P.H., Jr. (1991). *Media literacy and children's comprehensive of television Advertisements and persuasive written text*. Retrieved February 28, 2012, from <http://www.lib.umi.com/dissertations/fullcit/9111111>
- Hindin, T.J. (2001). *Developmental and evaluation of a nutrition education intervention on head Start parent's ability to mediate the impact of television food advertising to their children*. Retrieved March 11, 2012, from <http://proquest.umi.com/pqdweb?index=0&did=728958881&SrchMode=1&sid=1&Fmt=2&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&RQT=309&VName=PQD&RQT=309&VName+PQD&=1131612854&clientId=61839>
- Hobbs, R. (1999). *The acquisition of media literacy skills among Australian adolescents*. Retrieved February, 25, 2012, from <http://interact.uaregon.edu/MediaLit/mlr/readings/artick=les/hobbs/Australia.html>
- Potter, W.J. (2005). *Media literacy*. (3rd ed.). California: SAGE.
- Reichert, T. and others. (2007). A test of media literacy effects and sexual objectification in advertising. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 29(1), 81-92.
- Yates, B.L. (2000). *Media literacy and attitude change: Assessing the effectiveness of media literacy training on children's response to persuasive messages within the framework of the elaboration likelihood model of persuasion*. Retrieved March 18, 2012, from <http://proquest.umi.com/pqdweb?index=0&did=727736271&SrchMode=1&sid=2&Fmt=2&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1131613073&clientID=61839>