

# Social Media Usage Behavior and Information Literacy Levels of Undergraduate Students at Prince of Songkla University, Pattani Campus

## พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

Apiradee Saravisutra\* and Annitta Rungvichaniwat

อภิรดี สรวีสูตรา\* และ อัญญณิชา รุ่งวิชานิวัฒน์

<sup>1</sup>Department of Geography, Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University

<sup>1</sup>สาขาวิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

<sup>2</sup>Department of Information Management, Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University

<sup>2</sup>สาขาวิชาการจัดการสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

\*Corresponding author: [apiradee.sa@psu.ac.th](mailto:apiradee.sa@psu.ac.th)

Received November 10, 2023 ■ Revised January 8, 2024 ■ Accepted January 10, 2024 ■ Published April 26, 2024

### Abstract

This research aims to investigate online social media usage behavior, information literacy levels, and diverse characteristics of students in connection with their online social media usage behavior and information literacy levels. This study focuses on undergraduate students participating in the Digital Literacy course at Prince of Songkla University, Pattani Campus, during the second semester of 2022. A sample of 400 students from this course was selected for this study. An online questionnaire was used for data collection. Data analysis involved employing a range of statistical methods, such as frequency, percentage, means, standard deviation, *t*-test, one-way ANOVA, and chi-square analysis.

The findings suggest that 1) most students spend more than three hours daily on online social media, primarily YouTube and Instagram. The highest average score for online social media usage behavior occurs when students refrain from emulating or imitating inappropriate comments, texts, or images observed from others. 2) The highest average information literacy level among students lies in their ability to select effective information search methods for obtaining desired information. 3) Analyzing differences between personal characteristics and online social media usage, employing *t*-tests, One-way ANOVA, and Chi-square analysis, revealed that gender, academic year, and affiliated faculty significantly influenced students' online social media behavior at a statistical significance level of .05. Three prominent issues have emerged: the spread of misinformation, sharing positive content, and using online social media for necessary purchases. 4) The analysis of differences between personal characteristics and information literacy levels indicated no statistically significant variations in corresponding aspects at the .05 significance level. The study's outcomes aim to improve digital literacy education and advocate the integration of online media production as a learning channel for other subjects in the future.

*Keywords:* information literacy, online social media usage behavior, online social media

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ระดับการรู้สารสนเทศ ความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษา กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และระดับการรู้สารสนเทศ ประชากร ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัล ในภาคการศึกษาที่ 2/2565 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันมากกว่า 3 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ใช้ยูทูปและอินสตาแกรม พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เมื่อนักศึกษาเห็นคนอื่นแสดงความคิดเห็น ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม นักศึกษาจะไม่เอามาเป็นเยี่ยงอย่าง 2) ระดับการรู้สารสนเทศที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ นักศึกษาเลือกวิธีการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้ 3) ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ตัวแปรเพศ ชั้นปี และคณะที่สังกัดต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ที่ตรงกัน 3 ประเด็น คือ การส่งต่อข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง การส่งต่อข้อความและรูปภาพที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น และการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสิ่งจำเป็นต้องซื้อ 4) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับระดับการรู้สารสนเทศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างในหัวข้อใดที่ตรงกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยผลการศึกษาที่ได้จะนำไปใช้ในการปรับปรุงวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัล และส่งเสริมการผลิตสื่อออนไลน์ที่เป็นช่องทางในการเรียนรู้สำหรับรายวิชาอื่น ๆ ต่อไป

*คำสำคัญ:* การรู้สารสนเทศ, พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์, สื่อสังคมออนไลน์

## ■ บทนำ (Introduction)

การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากคือ สื่อสังคมออนไลน์ (Online social media) เพราะปัจจุบันเป็นยุคเว็บ 2.0 และเว็บ 3.0 ที่มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า เว็บแอปพลิเคชัน (Web application) ซึ่งทำให้การสื่อสารเป็นแบบอินเทอร์แอคทีฟ (Interactive) ที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อแบ่งปันสารสนเทศ ความคิด ประสบการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่ช่วยให้สามารถเชื่อมโยงกับผู้อื่นได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถแพร่กระจายสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ เสียง ภาพถ่าย วิดิทัศน์แก่ผู้อื่นได้อย่างรวดเร็วผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เน้นการใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ ส่วนสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงในการสื่อสารภาพถ่าย เช่น อิน스타그램 สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการสื่อสารวิดิทัศน์ ได้แก่ ยูทูบ ดีกิต็อก เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเด่นของสื่อสังคมออนไลน์คือ ไม่มีค่าใช้จ่าย ใช้งานง่าย ใช้การสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ การแชร์ การกำหนดคำค้น (Tag) สามารถทำได้โดยง่ายและรวดเร็ว สามารถสื่อสารได้ ณ เวลาปัจจุบัน (Real time) ผวนกับความก้าวหน้าของสมาร์ตโฟน ไอแพด และเครือข่ายแบบไร้สายความเร็วสูง ยิ่งเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้นทั้งในภาคการศึกษาและภาคธุรกิจ ซึ่งในประเทศไทย พบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย ข้อมูลจาก DataReportal พบว่า ในปี 2565 เฟซบุ๊กและไลน์เป็นสื่อสังคมที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด คิดเป็นสัดส่วน 93.3% จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตช่วงอายุ 16-64 ปี รองลงมาคือ ไลน์คิดเป็นสัดส่วน 92.7% อันดับสามคือ เฟซบุ๊กเมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) คิดเป็นสัดส่วน 84.7% (Infoquest, 2023) ส่วนผลสำรวจการใช้สื่อสังคม (Social media) ที่คนไทย 'นิยม' ใช้มากที่สุด อันดับ 1 เฟซบุ๊ก 91% อันดับ 2 ไลน์ 90.7% อันดับ 3 เฟซบุ๊กเมสเซนเจอร์ 80.8% อันดับ 4 ดีกิต็อก 78.2% อันดับ 5 อิน스타그램 66.4% อันดับ 6 ทวิตเตอร์ 51.2% (InsightERA, 2023) จากการใช้งานในทุกช่องทางที่สูงมากเหล่านี้ สิ่งที่จะทำให้เกิดภัยหรือป้องกันปัญหาที่อาจเป็นผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้คือ การรู้เท่าทันสื่อ โดยต้องเข้าใจว่าสื่อสังคมออนไลน์มีทั้งพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ และจากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2565 พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ Gen Y และ Gen Z โดยผู้ใช้งาน Gen Y จะใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยประมาณ 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวันและผู้ใช้งาน Gen Z จะใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยประมาณ 8 ชั่วโมง 24 นาทีต่อวัน และเมื่อจำแนกเป็นอาชีพพบว่า นักเรียน/นักศึกษา จะใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 8 ชั่วโมง 57 นาทีต่อวัน (Electronic Transactions Development Agency, 2023) ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมีกลุ่มเป้าหมาย คือ

กลุ่มนักศึกษา ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ที่วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษาจะคำนึงตัวแปรที่แตกต่างกัน คือ เพศ ชั้นปี และคณะที่นักศึกษาสังกัด (Watana, 2021; Wannaprapha et al., 2019; Sirirat et al., 2012; Sarawanawong et al., 2017)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนิสิต/นักศึกษาในสถาบันศึกษาต่าง ๆ พบว่า นิสิต/นักศึกษาจะมีวัตถุประสงค์การใช้งาน 3 ด้าน คือ ด้านการเรียน ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านบันเทิง (Sarawanawong et al., 2017; Watana, 2021; Roobyai, 2022; Phookwantong et al., 2021) โดยการใช้งานสื่อในแต่ละด้านผู้ใช้งานต้องมีความระมัดระวังเรื่องการสื่อสาร และการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) เป็นความสามารถของผู้รับสารในการเข้าถึงสื่อ การเลือกเปิดรับข่าวสาร มีทักษะในการวิเคราะห์ วิพากษ์ แยกแยะ และแปลความหมายของข่าวสารที่ถูกส่งต่อมาจากสื่ออย่างมีหลักการ เข้าใจถึงผลกระทบของสื่อ และสามารถนำข้อมูลข่าวสารมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ (Euamornvanich, 2018) ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อมาปรับใช้ใน 2 ประเด็น คือ 1) การสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาว่า นักศึกษามีพฤติกรรมอย่างไรในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น การไตร่ตรองให้ถี่ถ้วนก่อนพิมพ์ข้อความลงในสื่อออนไลน์ การส่งต่อข้อมูล การแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เป็นต้น และ 2) ระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษว่านักศึกษามีความสามารถในการสืบค้นข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น และมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลได้มากน้อยเพียงใด จากที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นประเด็นสำคัญทางสังคมยุคปัจจุบัน เพราะนอกจากจะสร้างความตระหนัก และทักษะที่เป็นภูมิคุ้มกันให้เกิดกับผู้ใช้สื่อ ที่ยังช่วยส่งเสริมการแสดงออกทางความคิดอย่างมีเหตุผลต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ อีกด้วย ด้วยความสำคัญดังกล่าวจึงก่อให้เกิดการสอดแทรกรายวิชาในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาในประเทศไทยอย่างกว้างขวาง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ได้จัดให้มีการเรียนการสอนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัล มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ตามนโยบายของมหาวิทยาลัยในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์ก็เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากผู้เรียน จึงถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง ประกอบกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับศตวรรษที่ 21 (Celik et al., 2021) เพื่อให้สามารถดำรงตนได้อย่างไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการมีทักษะการคิด วิเคราะห์ และค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และระดับการรับรู้สารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เพื่อตอบสนองนโยบายของมหาวิทยาลัย และเพื่อเสริมทักษะแก่นักศึกษาให้เป็นไปตามคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

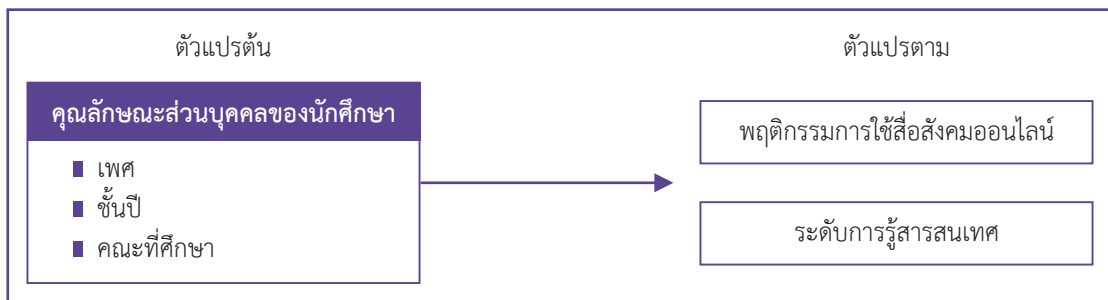
1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และระดับการรับรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
2. ศึกษาความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

### กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

Figure 1

Research Conceptual Framework

กรอบแนวคิดการวิจัย



### วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ (Survey research) โดยมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัล ในภาคการศึกษา 2/2565 รวมทั้งสิ้น 471 คน การเลือกตัวอย่างอาศัยจากการที่นักศึกษาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และยินยอมให้นำข้อมูลไปใช้ทำวิจัยซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

#### 2. การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย และผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การยินยอมให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการทำวิจัย ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ ชั้นปี และ

วิทยาเขตปัตตานีกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และระดับการรับรู้สารสนเทศ

### สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ได้แก่ เพศ ชั้นปี และคณะที่ศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน
2. คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ได้แก่ เพศ ชั้นปี และคณะที่ศึกษาแตกต่างกันมีระดับการรับรู้สารสนเทศที่แตกต่างกัน

คณะที่สังกัด ส่วนที่ 3 ประกอบด้วยพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาประกอบด้วย ปริมาณการใช้สื่อออนไลน์แต่ละประเภท และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และส่วนที่ 4 ระดับการรับรู้สารสนเทศของนักศึกษา ซึ่งในส่วนที่ 3 และ 4 จะเป็นคำถามแบบมาตราวัดลิเคิร์ต (Likert scale) โดยผู้ตอบจะตอบระดับความคิดเห็นของตนเอง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยมีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศจำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม พร้อมทั้งการวิเคราะห์ความเชื่อถือโดยวิธีของอัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคหลังการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด มีความเชื่อมั่นด้านการใช้งานสื่อ 0.70 ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา 0.93 และด้านระดับการรับรู้สารสนเทศ 0.94 ถือได้ว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูล

จริงในการศึกษา

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองแก่นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลในภาคการศึกษา 2/2565 และเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์และนักศึกษายินยอมให้ข้อมูลมาใช้ทำวิจัย จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 84.92 ของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

4.1 ใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ปริมาณการใช้สื่อออนไลน์ และประเภทของสื่อออนไลน์

4.2 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ และระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษา โดยการแปลความหมายระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษาใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยดังนี้ (Srisa-at, 2017)

การแปลความหมายระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.00 หมายถึง ปฏิบัติในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ปฏิบัติในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ปฏิบัติในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 0.51-1.50 หมายถึง ปฏิบัติในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 0-0.50 หมายถึง ไม่ปฏิบัติเลย

การแปลความหมายระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษา ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

4.3 ใช้การทดสอบที ( $t$ -test) ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลตัวแปรเพศกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษา

4.4 ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลตัวแปรชั้นปีและคณะที่ศึกษา กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษา

4.5 ใช้การวิเคราะห์ไคสแควร์ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลตัวแปรเพศ ชั้นปี และคณะที่ศึกษากับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษา

## ผลการวิจัย (Results)

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลในภาคเรียนที่ 2/2565 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงรวม จำนวนทั้งสิ้น 303 คน (ร้อยละ 75.75) แบ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 171 คน (ร้อยละ 42.75) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 201 คน (ร้อยละ 50.25) และชั้นปีที่ 3 จำนวน 28 คน (ร้อยละ 7.00) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สังกัดคณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 176 คน (ร้อยละ 44) รองลงมาเป็นนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 98 คน (ร้อยละ 24.50) นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจำนวน 58 คน (ร้อยละ 14.50) นักศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์ จำนวน 38 คน (ร้อยละ 9.50) และนักศึกษาคณะวิทยาการอิสลาม จำนวน 30 คน (ร้อยละ 7.50) ตามลำดับ

2. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลในภาคเรียนที่ 2/2565 นักศึกษามีการใช้สื่อต่อวันต่อวันมากกว่า 3 ชั่วโมง ได้แก่ ยูทูบ จำนวน 193 คน (ร้อยละ 48.25) อินสตาแกรม จำนวน 220 คน (ร้อยละ 55.00) และใช้สื่อต่อวันน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ได้แก่ ไลน์ จำนวน 200 คน (ร้อยละ 50.00) เกม จำนวน 128 คน (ร้อยละ 32.00) ทวิตเตอร์จำนวน 132 คน (ร้อยละ 33.50) และนักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ฟังวิทยุออนไลน์ (Radio online) จำนวน 212 คน (ร้อยละ 53.00)

3. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลในภาคเรียนที่ 2/2565 นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ พฤติกรรมที่มีการปฏิบัติในระดับมากใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) เมื่อนักศึกษาเห็นคนอื่นแสดงความคิดเห็น (Post) ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม นักศึกษาจะไม่เอามาเป็นเยี่ยงอย่าง (ค่าเฉลี่ย 2.97) 2) นักศึกษาไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลอื่นในสังคมเสื่อมเสียชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 2.93) 3) นักศึกษาจะไตร่ตรองให้ถี่ถ้วนก่อนพิมพ์แสดงสถานะความรู้สึก (Status) ลงในสื่อสังคมออนไลน์ และนักศึกษาไม่ส่งต่อข้อมูล (Share) ที่ไม่เป็นความจริง (ค่าเฉลี่ย 2.88) เท่ากัน ส่วนพฤติกรรมที่นักศึกษาปฏิบัติในระดับน้อย คือนักศึกษาส่งต่อข้อมูล (Share) ที่มีความรุนแรงในสื่อสังคมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 1.19) ดัง Table 1

**Table 1**

*Online Social Media Usage Behavior of Students at Prince of Songkla University, Pattani Campus*

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	M	SD	แปลผล
1. เมื่อนักศึกษาเห็นคนอื่นแสดงความคิดเห็น (Post) ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม นักศึกษาจะไม่เอามาเป็นเยี่ยงอย่าง	2.97	1.05	มาก
2. นักศึกษาไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลอื่นในสังคมเสื่อมเสียชื่อเสียง	2.93	1.11	มาก
3. นักศึกษาจะไตร่ตรองให้ถี่ถ้วนก่อนพิมพ์แสดงสถานะความรู้สึก (Status) ลงในสื่อสังคมออนไลน์	2.88	0.96	มาก
4. นักศึกษาไม่ส่งต่อข้อมูล (Share) ที่ไม่เป็นความจริง	2.88	1.10	มาก
5. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสิ่งจำเป็นที่ต้องซื้อ	2.81	0.96	มาก
6. นักศึกษาจะพิจารณาข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏที่หน้าสื่อสังคมออนไลน์ก่อนเชื่อและทำตาม	2.78	0.94	มาก
7. นักศึกษาคัดส่งต่อข้อมูล (Share) เฉพาะข้อมูลที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์	2.75	0.92	มาก
8. นักศึกษาเคยส่งต่อข้อความ รูปภาพที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์แก่ผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์	2.75	1.00	มาก
9. นักศึกษาทำตามสิ่งที่ปรากฏอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะพฤติกรรมที่เป็นแบบอย่างที่เหมาะสม	2.70	0.93	มาก
10. เมื่อนักศึกษาเห็นหัวข้อข่าวที่หน้าสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาจะกดเข้าไปอ่านข้อมูลข้างในก่อนเชื่อหัวข้อข่าวนั้น	2.66	1.03	มาก
11. นักศึกษาจะประเมินตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยตัวนักศึกษาเองว่าข้อมูลที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้	2.60	0.93	มาก
12. นักศึกษาจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์มาเปรียบเทียบกับแหล่งค้นหาข้อมูลอื่น	2.46	0.91	ปานกลาง
13. นักศึกษาบอกต่อประสบการณ์ (Review) เกี่ยวกับสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นที่กำลังตัดสินใจซื้อ	2.24	1.10	ปานกลาง
14. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการประกอบอาชีพและหารายได้	2.16	1.13	ปานกลาง
15. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลานานจนทำให้พักผ่อนไม่เพียงพอ	2.15	1.03	ปานกลาง
16. นักศึกษาส่งต่อข้อมูล (Share) ที่มีความรุนแรงในสื่อสังคมออนไลน์	1.19	1.27	น้อย

4. ระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลในภาคเรียนที่ 2/2565 นักศึกษามีระดับการรู้สารสนเทศในระดับมากทุกข้อ การรู้สารสนเทศของนักศึกษาใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) เลือกรูปวิธีการค้นหาข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) 2) สืบค้นข้อมูลออนไลน์โดยใช้วิธีหลากหลายได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) 3) มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลทุกครั้งที่ใช้แหล่งสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ดัง Table 2

Table 2

Information Literacy Level of Students at Prince of Songkla University, Pattani Campus

ระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษา	M	SD	แปลผล
1. เลือกรีวิวการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้	3.95	0.86	มาก
2. สืบค้นข้อมูลออนไลน์โดยใช้วิธีหลากหลายได้	3.93	0.86	มาก
3. มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลทุกครั้งที่ใช้แหล่งสารสนเทศ	3.91	0.90	มาก
4. ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลได้	3.84	0.84	มาก
5. ประเมินความน่าเชื่อถือของเนื้อหาสารสนเทศได้	3.83	0.84	มาก
6. นำข้อมูลไปใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น	3.79	0.87	มาก
7. สามารถถ่ายทอดวิธีการค้นที่สัมฤทธิ์ผลให้ผู้อื่นได้	3.75	0.87	มาก
8. สามารถจำกัดผลการสืบค้นได้เมื่อสารสนเทศมีมากเกินไป	3.62	0.83	มาก
9. สามารถกำหนดตัวแทนสารสนเทศ (คำศัพท์) ที่ใช้ในการสืบค้นสารสนเทศที่ต้องการได้	3.61	0.81	มาก
10. ใช้กลยุทธ์สืบค้นข้อมูลได้ (เช่นใช้ AND OR NOT)	3.56	0.97	มาก

5. ความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานีกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

5.1 ตัวแปรเพศ เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบที พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 9 หัวข้อ คือ หัวข้อที่ 1 4 7 8 9 10 11 12 และ 16 ดัง Table 3 และเมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 8 หัวข้อ คือ หัวข้อที่ 1 4 8 9 10 11 12 และ 16 ดัง Table 4 ดังนั้น ถ้าพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบทีและการวิเคราะห์โคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ตรงกัน 7 หัวข้อดังนี้ (1) นักศึกษาจะไตร่ตรองให้ถี่ถ้วนก่อนพิมพ์แสดงสถานะความรู้สึก (Status) ลงในสื่อสังคมออนไลน์ (4) เมื่อนักศึกษาเห็นหัวข้อข่าวที่หน้าสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาจะกดเข้าไปอ่านข้อมูลข้างในก่อนเชื่อหัวข้อข่าวนั้น (8) เมื่อนักศึกษาเห็นคนอื่นแสดงความคิดเห็น (Post) ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม นักศึกษาจะไม่เอามาเป็นเยี่ยงอย่าง (9) นักศึกษาไม่ส่งต่อข้อมูล (Share) ที่ไม่เป็นความจริง (10) นักศึกษาไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลอื่นในสังคมเสื่อมเสียชื่อเสียง (11) นักศึกษาเคยส่งต่อข้อความรูปภาพที่นักศึกษาคิดว่า มีประโยชน์แก่ผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์ และ (12) นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสิ่งจำเป็นที่

ต้องซื้อ ดัง Table 3 และ Table 4

5.2 ตัวแปรชั้นปี เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 6 หัวข้อ คือ หัวข้อที่ 1 7 8 9 11 และ 12 ดัง Table 3 และเมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 4 หัวข้อคือ หัวข้อที่ 7 9 11 และ 12 ดัง Table 4 ดังนั้น ถ้าพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์โคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ตรงกัน 4 หัวข้อ คือ (7) นักศึกษาคดส่งต่อข้อมูล (Share) เฉพาะข้อมูลที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์ (9) นักศึกษาไม่ส่งต่อข้อมูล (Share) ที่ไม่เป็นความจริง (11) นักศึกษาเคยส่งต่อข้อความ รูปภาพที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์แก่ผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์ และ (12) นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสิ่งจำเป็นที่ต้องซื้อ ดัง Table 3 และ Table 4

5.3 ตัวแปรคณะ เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า นักศึกษาที่สังกัดคณะต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 10 หัวข้อคือ หัวข้อที่ 1 2 4 6 7 8 9 10 11 และ 12 ดัง Table 3 และเมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่สังกัดคณะต่างกัน

มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 8 หัวข้อ คือ หัวข้อที่ 1 6 7 8 9 10 11 และ 12 ดัง Table 4 ดังนั้น ถ้าพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่สังกัดคณะแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ตรงกัน 8 หัวข้อคือ (1) นักศึกษาจะไตร่ตรองให้ถี่ถ้วนก่อนพิมพ์แสดงสถานะความรู้สึก (Status) ลงในสื่อสังคมออนไลน์ (6) นักศึกษาทำตามสิ่งที่ปรากฏอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะพฤติกรรมที่เป็นแบบอย่างที่เหมาะสม (7) นักศึกษาคัดส่งต่อข้อมูล (Share) เฉพาะข้อมูลที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์ (8) เมื่อนักศึกษาเห็นคนอื่นแสดงความคิดเห็น (Post) ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม นักศึกษาจะไม่เอามาเป็นเยี่ยงอย่าง (9) นักศึกษาไม่ส่งต่อข้อมูล (Share) ที่ไม่เป็นความจริง (10) นักศึกษาไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลอื่นใน

สังคมเสื่อมเสียชื่อเสียง (11) นักศึกษาเคยส่งต่อข้อความรูปภาพที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์แก่ผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์ และ (12) นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสิ่งจำเป็นที่ต้องซื้อ ดัง Table 3 และ Table 4

ดังนั้น เมื่อพิจารณาความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลในประเด็น เพศ ชั้นปี และคณะที่สังกัดกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ทดสอบด้วยการทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในหัวข้อที่เหมือนกัน 3 หัวข้อ คือ (9) นักศึกษาไม่ส่งต่อข้อมูล (Share) ที่ไม่เป็นความจริง (11) นักศึกษาเคยส่งต่อข้อความ รูปภาพที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์แก่ผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์ และ (12) นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสิ่งจำเป็นที่ต้องซื้อ ดัง Table 3 และ Table 4

**Table 3**

*Results of Analysis of Differences in Personal Characteristics and Social Media Usage Behavior Using t-test and One-Way ANOVA methods*

*ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยการทดสอบทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว*

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	เพศ		ชั้นปี		คณะ	
	t	p	ANOVA	p	ANOVA	p
1. นักศึกษาจะไตร่ตรองให้ถี่ถ้วนก่อนพิมพ์แสดงสถานะความรู้สึก (Status) ลงในสื่อสังคมออนไลน์	-4.183	<.001	3.259	.039	6.615	<.001
2. นักศึกษาจะพิจารณาข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏที่หน้าสื่อสังคมออนไลน์ก่อนเชื่อและทำตาม	-1.445	.149	1.533	.217	3.360	.010
3. นักศึกษาจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์มาเปรียบเทียบกับแหล่งค้นหาข้อมูลอื่น	-.755	.451	1.921	.148	1.757	.137
4. เมื่อนักศึกษาเห็นหัวข้อข่าวที่หน้าสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาจะกดเข้าไปอ่านข้อมูลข้างในก่อนเชื่อหัวข้อข่าวนั้น	-2.134	.033	.947	.389	2.831	.024
5. นักศึกษาจะประเมินตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยตัวนักศึกษาเองว่าข้อมูลที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้	-.750	.454	1.202	.302	2.148	.074
6. นักศึกษาทำตามสิ่งที่ปรากฏอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะพฤติกรรมที่เป็นแบบอย่างที่เหมาะสม	-1.719	.086	.837	.434	3.727	.005
7. นักศึกษาคัดส่งต่อข้อมูล (Share) เฉพาะข้อมูลที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์	-2.750	.006	4.420	.013	2.771	.027
8. เมื่อนักศึกษาเห็นคนอื่นแสดงความคิดเห็น (Post) ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม นักศึกษาจะไม่เอามาเป็นเยี่ยงอย่าง	-2.711	.007	3.117	.045	6.005	<.001
9. นักศึกษาไม่ส่งต่อข้อมูล (Share) ที่ไม่เป็นความจริง	-3.452	.001	4.203	.016	2.946	.020

Table 3  
 (continued)

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	เพศ		ชั้นปี		คณะ	
	t	p	ANOVA	p	ANOVA	p
10. นักศึกษาไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลอื่นในสังคมเสื่อมเสียชื่อเสียง	-3.753	<.001	2.186	.114	2.976	.019
11. นักศึกษาเคยส่งต่อข้อความ รูปภาพที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์แก่ผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์	-2.681	.008	6.772	.001	5.057	.001
12. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสิ่งจำเป็นที่ต้องซื้อ	3.478	.001	4.861	.008	5.645	<.001
13. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการประกอบอาชีพและหารายได้	.749	.454	.845	.430	1.698	.150
14. นักศึกษาบอกต่อประสบการณ์ (Review) เกี่ยวกับสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นที่กำลังตัดสินใจซื้อ	-.845	.399	1.293	.276	1.385	.238
15. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลานานจนทำให้พักผ่อนไม่เพียงพอ	.986	.325	2.079	.126	1.925	.105
16. นักศึกษาส่งต่อข้อมูล (Share) ที่มีความรุนแรงในสื่อสังคมออนไลน์	3.117	.002	1.193	.304	1.271	.281

Table 4

Results of the Analysis of Differences in Personal Characteristics and Social Media use Behavior Using the Chi-Square Method ( $\chi^2$ )

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยการวิเคราะห์ไคสแควร์ ( $\chi^2$ )

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	เพศ		ชั้นปี		คณะ	
	$\chi^2$	p	$\chi^2$	p	$\chi^2$	p
1. นักศึกษาจะไตร่ตรองให้ถี่ถ้วนก่อนพิมพ์แสดงสถานะความรู้สึก (Status) ลงในสื่อสังคมออนไลน์	22.912	<.001	8.784	.361	29.739	.019
2. นักศึกษาจะพิจารณาข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏที่หน้าสื่อสังคมออนไลน์ก่อนเชื่อและทำตาม	5.478	.242	4.020	.855	20.811	.186
3. นักศึกษาจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์มาเปรียบเทียบกับแหล่งค้นหาข้อมูลอื่น	1.536	.820	7.141	.522	19.952	.222
4. เมื่อนักศึกษาเห็นหัวข้อข่าวที่หน้าสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาจะกดเข้าไปอ่านข้อมูลข้างในก่อนเชื่อหัวข้อข่าวนั้น	13.478	.009	5.294	.726	22.006	.143
5. นักศึกษาจะประเมินตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยตัวนักศึกษาเองว่าข้อมูลที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้	2.210	.697	8.537	.383	12.075	.739
6. นักศึกษาทำตามสิ่งที่ปรากฏอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะพฤติกรรมที่เป็นแบบอย่างที่เหมาะสม	6.360	.174	9.966	.267	33.513	.006
7. นักศึกษากดส่งต่อข้อมูล (Share) เฉพาะข้อมูลที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์	8.433	.077	16.257	.039	30.790	.014
8. เมื่อนักศึกษาเห็นคนอื่นแสดงความคิดเห็น (Post) ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม นักศึกษาจะไม่เอามาเป็นเยี่ยงอย่าง	10.832	.029	15.226	.055	41.181	.001
9. นักศึกษาไม่ส่งต่อข้อมูล (Share) ที่ไม่เป็นความจริง	23.034	<.001	25.897	.001	31.987	.010

Table 4  
(continued)

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	เพศ		ชั้นปี		คณะ	
	$X^2$	$p$	$X^2$	$p$	$X^2$	$p$
10. นักศึกษาไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลอื่นในสังคมเสื่อมเสียชื่อเสียง	17.008	.002	8.748	.364	43.756	<.001
11. นักศึกษาเคยส่งต่อข้อความ รูปภาพที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์แก่ผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์	13.675	.008	19.420	.013	29.780	.019
12. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสิ่งจำเป็นที่ต้องซื้อ	20.965	<.001	18.020	.021	34.307	.005
13. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการประกอบอาชีพและหารายได้	3.281	.512	10.209	.251	19.672	.235
14. นักศึกษาบอกต่อประสบการณ์ (Review) เกี่ยวกับสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นที่กำลังตัดสินใจซื้อ	2.651	.618	11.000	.202	23.553	.100
15. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลานานจนทำให้พักผ่อนไม่เพียงพอ	2.985	.560	9.904	.272	15.556	.484
16. นักศึกษาส่งต่อข้อมูล (Share) ที่มีความรุนแรงในสื่อสังคมออนไลน์	22.769	.000	7.958	.438	20.076	.217

6. ความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี กับระดับการรู้สารสนเทศ

6.1 ตัวแปรเพศ เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบที พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อระดับการรู้สารสนเทศในหัวข้อใดเลยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดัง Table 5 แต่เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อระดับการรู้สารสนเทศ 5 หัวข้อ คือ (2) สามารถจำกัดผลการสืบค้นได้เมื่อสารสนเทศมีมากเกินไป (3) ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลได้ (5) เลือกวิธีการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้ (8) นำข้อมูลไปใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น และ (10) มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลทุกครั้งที่ใช้แหล่งสารสนเทศ Table 6

6.2 ตัวแปรชั้นปี เมื่อทดสอบสมมติฐานทั้งการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ชั้นปีที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อระดับการรู้สารสนเทศในหัวข้อใดเลยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 Table 5 และ Table 6

6.3 ตัวแปรคณะ เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า นักศึกษาที่สังกัดคณะต่างกันมีระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษาแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หัวข้อ คือ หัวข้อที่ 2 4 5 8 และ 10 ดัง Table 5 และเมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่สังกัดคณะต่างกันมีระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษาแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 2 หัวข้อ คือ หัวข้อที่ 5 และ 8 ดัง Table 6 ดังนั้น ถ้าพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า คณะที่สังกัดแตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อระดับการรู้สารสนเทศใน 2 หัวข้อ คือ (5) เลือกวิธีการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้ และ (8) นำข้อมูลไปใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น Table 5 และ Table 6 ดังนั้น เมื่อพิจารณาความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลในประเด็นเพศ ชั้นปี และคณะที่สังกัดกับระดับการรู้สารสนเทศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างในหัวข้อใดที่ตรงกันเมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ไคสแควร์ Table 5 และ Table 6

**Table 5**

Results of Analysis of Differences in Personal Characteristics and Information Literacy Levels of Students Using t-test and One-Way ANOVA

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลกับระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษาด้วยวิธีการทดสอบทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษา	เพศ		ชั้นปี		คณะ	
	t	p	ANOVA	p	ANOVA	p
1. สามารถกำหนดตัวแทนสารสนเทศ (คำศัพท์) ที่ใช้ในการสืบค้นสารสนเทศที่ต้องการได้	-0.713	.477	1.010	.365	1.176	.321
2. สามารถจำกัดผลการสืบค้นได้เมื่อสารสนเทศมีมากเกินไป	-1.911	.058	2.284	.103	2.704	.030
3. ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลได้	-0.663	.509	1.579	.208	1.765	.135
4. ประเมินความน่าเชื่อถือของเนื้อหาสารสนเทศได้	-0.569	.570	1.866	.156	3.310	.011
5. เลือกรูปแบบการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้	-1.175	.242	2.422	.090	3.692	.006
6. ใช้กลยุทธ์สืบค้นข้อมูลได้ (เช่นใช้ AND OR NOT)	-0.398	.691	2.585	.077	2.030	.090
7. สืบค้นข้อมูลออนไลน์โดยใช้วิธีหลากหลายได้	-0.954	.341	1.276	.280	2.227	.066
8. นำข้อมูลไปใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น	-1.671	.097	1.175	.310	3.815	.005
9. สามารถถ่ายทอดวิธีการค้นที่สัมฤทธิ์ผลให้ผู้อื่นได้	-0.433	.665	1.661	.191	1.832	.122
10. มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลทุกครั้งที่ใช้แหล่งสารสนเทศ	-1.958	.052	2.176	.115	2.567	.038

**Tabel 6**

Results of the Analysis of in Personal Characteristics and Information Literacy Levels of Students Using the Chi-Square Method ( $X^2$ )

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลกับระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษาด้วยการวิเคราะห์ไคสแควร์ ( $X^2$ )

ระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษา	เพศ		ชั้นปี		คณะ	
	$X^2$	p	$X^2$	p	$X^2$	p
1. สามารถกำหนดตัวแทนสารสนเทศ (คำศัพท์) ที่ใช้ในการสืบค้นสารสนเทศที่ต้องการได้	7.704	.103	8.132	.421	11.855	.754
2. สามารถจำกัดผลการสืบค้นได้เมื่อสารสนเทศมีมากเกินไป	10.882	.028	8.296	.405	16.535	.416
3. ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลได้	11.285	.024	13.841	.086	22.118	.139
4. ประเมินความน่าเชื่อถือของเนื้อหาสารสนเทศได้	7.994	.092	5.515	.701	21.948	.145
5. เลือกรูปแบบการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้	14.541	.006	8.592	.378	27.522	.036
6. ใช้กลยุทธ์สืบค้นข้อมูลได้ (เช่นใช้ AND OR NOT)	8.141	.087	10.107	.258	17.972	.326
7. สืบค้นข้อมูลออนไลน์โดยใช้วิธีหลากหลายได้	4.555	.336	7.195	.516	16.884	.408
8. นำข้อมูลไปใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น	12.513	.014	7.196	.516	29.541	.021

**Table 6**  
(continued)

ระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษา	เพศ		ชั้นปี		คณะ	
	X <sup>2</sup>	p	X <sup>2</sup>	p	X <sup>2</sup>	p
9. สามารถถ่ายทอดวิธีการค้นที่สัมฤทธิ์ผลให้ผู้อื่นได้	5.345	.254	10.469	.234	20.075	.217
10. มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลทุกครั้งที่ใช้แหล่งสารสนเทศ	9.764	.045	11.149	.193	21.453	.162

**อภิปรายผล (Discussions)**

ผลการวิจัยพบประเด็นสำคัญที่นำไปสู่การอภิปรายผล ดังนี้

1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลในภาคเรียนที่ 2/2565 มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันมากกว่า 3 ชั่วโมง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wannaprapha et al. (2019) ที่ศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์และพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี พบว่า นักศึกษาเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ต่อวันโดยเฉลี่ย 1-4 ชั่วโมง ส่วน Sarawanawong et al. (2017) พบว่า นิสิตส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันโดยเฉลี่ย 3-6 ชั่วโมง Prajitr (2020) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน 3-6 ชั่วโมง ส่วน Roobyai (2022) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี พบว่า มีระยะเวลาในการใช้ต่อวันมากกว่า 6 ชั่วโมง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phookwantong et al. (2021) ที่ศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันมากกว่า 5 ชั่วโมง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Prajitr (2020) ที่พบว่า ระยะเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์ต่อวันมากกว่า 6 ชั่วโมง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นเทคโนโลยีที่นับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้เรียนไปแล้ว ซึ่งนักศึกษาให้ความสนใจและเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี ทั้งเพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง ส่งการบ้าน/รายงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการสืบค้นติดตามเรื่องราวที่ตนเองสนใจทั้งด้านวิชาการและความบันเทิง ใช้ในการติดต่อสื่อสารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย

ในประเด็นประเภทของสื่อที่นักศึกษาใช้มากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน คือ ยูทูปและอินสตาแกรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Watana (2021) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่นิสิตใช้บริการมากที่สุดคือ อินสตาแกรม และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Roobyai (2022), Phookwantong et al. (2021), Wannaprapha et al. (2019), Klinlekha (2018), and Prasitwisate (2018) ที่ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลในภาคเรียนที่ 2/2565 พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมที่ปฏิบัติในระดับมากในประเด็นต่อไปนี้ 1) เมื่อเห็นคนอื่นแสดงความคิดเห็น (Post) ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสมจะไม่นำมาเป็นเยี่ยงอย่าง 2) นักศึกษาไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลอื่นในสังคมเสื่อมเสียชื่อเสียง 3) การไตร่ตรองให้ถี่ถ้วนก่อนพิมพ์แสดงสถานะความรู้สึก (Status) ลงในสื่อสังคมออนไลน์ 4) ไม่ส่งต่อข้อมูล (Share) ที่ไม่เป็นความจริง 5) ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสิ่งจำเป็นที่ต้องซื้อ 6) การพิจารณาข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏที่หน้าสื่อสังคมออนไลน์ก่อนเชื่อและทำตาม 7) นักศึกษาคัดส่งต่อข้อมูล (Share) เฉพาะข้อมูลที่นักศึกษาคิดว่ามีประโยชน์แก่ผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์ 8) นักศึกษาทำตามสิ่งที่ปรากฏอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะพฤติกรรมที่เป็นแบบอย่างที่เหมาะสม 9) เมื่อนักศึกษาเห็นหัวข้อข่าวที่หน้าสื่อสังคมออนไลน์จะกดเข้าไปอ่านข้อมูลข้างในก่อนเชื่อหัวข้อข่าวนั้น และ 10) นักศึกษาจะประเมินตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยตัวเองว่าเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarawanawong et al. (2017) พบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีการตรวจสอบข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ก่อนนำมาใช้งาน ซึ่งพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามีพฤติกรรมการปฏิบัติ

ในระดับมากเกือบทุกข้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ที่เรียนมาในรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถป้องกันนักศึกษาจากการตกเป็นเหยื่อของโลกข้อมูลข่าวสารในยุคปัจจุบัน

3. ระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลในภาคเรียนที่ 2/2565 อยู่ในระดับมากทุกข้อข้อที่นักศึกษารับรู้สารสนเทศ 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถเลือกวิธีการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) สามารถสืบค้นข้อมูลออนไลน์โดยใช้วิธีหลากหลายได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และนักศึกษามีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลทุกครั้งที่ใช้แหล่งสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงทักษะการคิดวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาดิจิทัลอย่างมีวิจารณญาณ รวมถึงความเข้าใจในคุณค่าของบุคคลและสังคม หน้าที่รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศอย่างมีจริยธรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khamsoambut et al. (2020) ที่ศึกษาเรื่อง การรู้สารสนเทศและการรับรู้ความสามารถของตนเอง ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักศึกษามีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในระดับมากเช่นกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Janwitchano et al. (2022) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

4. ความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

4.1 ตัวแปรเพศ พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Prajitr (2020) ที่พบว่า เพศที่ต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งต่างจากงานวิจัยของ Janwitchano et al. (2022) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

4.2 ตัวแปรชั้นปี พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarawanawong et al. (2017) ที่พบว่า นิสิตที่เรียนชั้นปีต่างกันมีการใช้เพื่อการเรียนรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Janwitchano et al. (2022) ที่ศึกษาเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาที่ชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Prasitwisate (2018) เรื่องการรู้เท่าทันสื่อ การรู้ทันตนเองกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า ชั้นปีมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งต่างจากงานวิจัยของ Prajitr (2020) ที่พบว่า ชั้นปีที่ต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.3 ตัวแปรคณะ พบว่า นักศึกษาที่สังกัดคณะแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ounjitti and Teeraruangsiri (2020) พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีที่มีสาขาวิชาต่างกัน มีพฤติกรรมสารสนเทศด้านความต้องการสารสนเทศและด้านการแสวงหาสารสนเทศแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarawanawong et al. (2017) ที่พบว่า นักศึกษาที่สังกัดคณะต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Prajitr (2020) ที่พบว่า สาขาวิชาที่ต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานีกับระดับการรู้สารสนเทศ

5.1 ตัวแปรเพศ เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบที่พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อระดับการรู้สารสนเทศในหัวข้อใดเลยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sirirat et al. (2012) วิจัยเรื่อง การรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีระดับการรู้สารสนเทศไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarawanawong et al. (2017) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า นิสิตที่มีเพศต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ไม่ต่างกัน แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prajitr (2020) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่พบว่า เพศต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Ata and Yildirim (2020) พบว่า เพศ

ที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chaitep and Chanvichai (2021) ที่ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือ พบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าใจสื่อและด้านการประเมินค่าสื่อแตกต่างกัน

ระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โคสแควร์ พบว่า เพศที่ต่างกันส่งผลต่อระดับการรู้สารสนเทศ 5 หัวข้อต่อไปนี้มีความสำคัญทางสถิติที่ .05 ประกอบด้วย 1) สามารถจำกัดผลการสืบค้นได้เมื่อสารสนเทศมีมากเกินไป 2) ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลได้ 3) เลือกวิธีการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้ 4) นำข้อมูลไปใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น และ 5) มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลทุกครั้งที่ใช้แหล่งสารสนเทศ

5.2 ตัวแปรชั้นปี เมื่อทดสอบสมมติฐานทั้งการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์โคสแควร์ พบว่า ชั้นปีที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับการรู้สารสนเทศในหัวข้อใดเลยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sirirat et al. (2012) ที่ศึกษาการรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาชั้นปีต่างกันมีระดับการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.3 ตัวแปรคณะ เมื่อทดสอบสมมติฐานทั้งวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์โคสแควร์ พบว่า คณะที่สังกัดแตกต่างกันจะส่งผลต่อระดับการรู้สารสนเทศใน 2 หัวข้อ คือ (5) เลือกวิธีการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการได้ และ (8) นำข้อมูลไปใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sirirat et al. (2012) ที่ศึกษาเรื่อง การรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาสาขาวิชาต่างกันมีระดับการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาสาขาวิชาต่างกันมีระดับการรู้สารสนเทศด้านการกำหนดชนิดและขอบเขตสารสนเทศ ด้านการเข้าถึงสารสนเทศ และด้านการประเมินสารสนเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการใช้สารสนเทศตามหลักจริยธรรมและกฎหมายมีระดับการรู้สารสนเทศไม่แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นำเสนอผลการวิจัยต่อทีมผู้สอนรายวิชาการรู้เท่าทันดิจิทัลเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุง และออกแบบการเรียนการสอนผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญและความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

2. จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ต่อวันหลายชั่วโมง โดยเฉพาะยูทูป อินสตาแกรม ดังนั้น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จึงควรกำหนดเป็นนโยบาย และมีแนวทางส่งเสริมการผลิตสื่อออนไลน์ที่เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้รายวิชาอื่น ๆ เพื่อเป็นช่องทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษา นอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน

2. ควรมีการศึกษผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียที่ส่งผลต่อการศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

## เอกสารอ้างอิง (References)

- Ata, R., & Yildirim, K. (2020). Analysis of the relation between computational thinking and new media literacy skills of first-year engineering students. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 29(1), 5-20. [https://www.researchgate.net/publication/338402329\\_Analysis\\_of\\_the\\_Relation\\_Between\\_Computational\\_Thinking\\_and\\_New\\_Media\\_Literacy\\_Skills\\_of\\_First-Year\\_Engineering\\_Students](https://www.researchgate.net/publication/338402329_Analysis_of_the_Relation_Between_Computational_Thinking_and_New_Media_Literacy_Skills_of_First-Year_Engineering_Students)
- Celik, I., Muukkonen, H., & Dogan, S. (2021). A model for understanding new media literacy: Epistemological beliefs and social media use. *Library & Information Science Research*, 43(4), 101125. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740818821000554>
- Chaitep, T., & Chanvichai, K. (2021). A study of media literacy in university student in northern. *Journal of Business, Economics and Communications*, 16(2), 97-106. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/241594/>
- Electronic Transactions Development Agency. (2023). Thailand internet user behavior 2022. ETDA. <https://www.eta.or.th/Useful-Resource/เอกสารเผยแพร่/รายงานผลการสำรวจพฤติกรรม-ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย-2565.aspx>
- Euamornvanich, P. (2018). Media literacy in social media. *The Golden Teak: Humanity and Social Science Journal*, 24(Special Issue), 22-30. [https://research.kpru.ac.th/Journal\\_HSS/Journal/9442020-02-12.pdf](https://research.kpru.ac.th/Journal_HSS/Journal/9442020-02-12.pdf)
- InfoQuest. (2023, January 10). *Fē sabuk lāe lai nangthæn sū sō chia lamī dīa yōt niyom* [Facebook and Line are popular social media platforms]. Dataxet: InfoQuest. <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-2023/social-media>
- InsightERA. (2023). *Sarup khōmūn thī khūan rū digital sōngphanyisipsām Thailand chāk we are social lāe meltwater* [summarize key information digital 2023 Thailand from we are social and meltwater]. InsightERA. <https://www.insightera.co.th/digital-2023-thailand/>
- Janwitthano, S., Vadhanaasin, V., & Sanwa, S. (2022). Online social media literacy skills of undergraduates in autonomous universities in Bangkok. *Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University*, 15(1), 36-51. [https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JLIS\\_SWU/article/view/256811](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JLIS_SWU/article/view/256811)

- Khamsombut, K., Kunasit, T., & Chaikiattidham, A. (2020). Assessment of information literacy and self-efficacy Northeastern Rajabhat University. *Journal of Information Science*, 38(2), 1-16. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jiskku/article/view/222296>
- Klinlekha, P. (2018, July 20). *The effect of social media on students at Hatyai University, Songkhla Province*. The 9th Hatyai National and International Conference "Education, Economic and Digital Society", Songkhla. <https://www.hu.ac.th/Conference/conference2018/proceedings/contents.html>
- Ounjitti, D., & Teeraruangsiri, S. (2020). *The relationship between information behavior and innovation behavior of undergraduate student, Faculty of Humanities and Social Science, Burapha University*. Burapha University Research Information. <https://buuir.buu.ac.th/handle/1234567890/4075>
- Phookwantong, J., Parapob, J., & Nunumvong, V. (2021). The use of online social networks for learning of Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla Students. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 40(1), 21-34. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/humsujournal/article/view/242782>
- Prajitr, S. (2020). *A study of social media using behavior of Business Administration Faculty of Students Bangkok Thonburi University*. Bangkok Thonburi University Research Document. [https://research.bkkthon.ac.th/abstac/ab\\_28052563092427.pdf](https://research.bkkthon.ac.th/abstac/ab_28052563092427.pdf)
- Prasitwisate, G. (2018). Media literacy, self-awareness and information exposure behavior on social media of university students. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 37(1), 200-213. <https://hujmsu.msu.ac.th/pdfsplitt.php?p=MTU5OTAxNTg5NC5wZGZ8MjA5LTlyMg==>
- Roobyai, C. (2022). A study of online social media usage behavior with learning in the 21st century of the undergraduate students in the Faculty of Humanities and Social Science, Ubon Ratchathani Rajabhat University. *Humanities and Social Sciences Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 13(1), 288-296. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/250263>
- Sarawanawong, J., Fyeted, K., Ngermpoolsap, D., & Chantrdee, W. (2017). Online social media usage behaviors of undergraduate student, Kasetsart University. *Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University*, 10(2), 16-31. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/jlis/article/view/9954>
- Sirirat, S., Sacchanand, C., & Panmekha, P. (2012). Information literacy of undergraduate students, Faculty of Education, Songkhla Rajabhat University. *Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University*, 5(1), 26-38. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/jlis/article/view/2290/2329>
- Srisa-at, B. (2017). *Preliminary research* (10th ed). Suviriyasan.
- Wannaprapha, S., Sengmanee, S., Phunsumraan, P., Takong, W., & Somphun, K. (2019, November 15). *Social media usage behavior of undergraduate students, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University* [Conference session]. Graduate School Conference 2019, Bangkok. <http://journalgrad.ssr.u.ac.th/index.php/miniconference/article/view/2116>
- Watana, C. (2021). Social media usage behaviors of undergraduate students, Srinakharinwirot University. *Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University*, 14(2), 1-12. [https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JLIS\\_SWU/article/view/249331](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JLIS_SWU/article/view/249331)