

## Confirmatory Factor Analysis of Thai Youth's Media Literacy: A Case Study of Youth in Chanthaburi Province

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย  
กรณีศึกษา: เยาวชนจังหวัดจันทบุรี

Paradee Phuengsamran\*, Jaray Thueanpunngaew, and Kanchana Somphuen

ภารดี พึ่งสำราญ, จเร เดือนพวงแก้ว, และ กาญจนา สมพันธ์

Mass Communication, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

\*Corresponding author: [paradee.p@rbru.ac.th](mailto:paradee.p@rbru.ac.th)

Received January 3, 2024 ■ Revised February 15, 2024 ■ Accepted February 27, 2024 ■ Published April 26, 2024

### Abstract

This research aimed to conduct a confirmatory factor analysis of media literacy of Thai youth in Chanthaburi Province. A rating scale questionnaire related to the components of media literacy of youth in Chanthaburi Province was used collect data. The sample group consisted of 300 youths aged 15 to 24 years old in Chanthaburi Province. Research findings were shown to be consistent with empirical data, with a chi-square/df index of 1.67, p-value of 0.00, RMSEA of 0.04, RMR of 0.01, CFI of 0.94, and TLI of 0.92. The confirmatory factor analysis of the five components revealed that each component had a factor loading between 0.57 and 0.95, meeting acceptable evaluation criteria. The media understanding component showed the highest factor loading (0.95), followed by the evaluation (0.93), media analysis (0.92), media utilization (0.84), and media exposure (0.57), components.

Keywords: media literacy, confirmatory factor analysis, youth in Chanthaburi Province

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในจังหวัดจันทบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมคือ แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่าที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนจังหวัดจันทบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่า มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าดัชนี chi-square/df เท่ากับ 1.67,  $p$  เท่ากับ 0.00, ค่า RMSEA เท่ากับ 0.04, ค่า RMR เท่ากับ 0.01, ค่า CFI เท่ากับ 0.94 และค่า TLI เท่ากับ 0.92 จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วย 5 องค์ประกอบ พบว่า แต่ละองค์ประกอบมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.57-0.95 ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมินองค์ประกอบด้านการเข้าใช้สื่อมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.95) รองลงมาองค์ประกอบด้านการประเมินค่า (0.93) องค์ประกอบด้านการวิเคราะห์สื่อ (0.92) องค์ประกอบด้านการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (0.84) และองค์ประกอบด้านการเปิดรับสื่อ (0.57) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ, การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน, เยาวชนจังหวัดจันทบุรี

### บทนำ (Introduction)

ความก้าวหน้าเทคโนโลยีที่เปิดกว้างการสื่อสารทำให้เราตระหนักถึงประเด็นระดับชาติและเหตุการณ์ต่าง ๆ ในโลกจนกลายเป็นโลกที่เรียกว่า “Global Villages” ทุกเพศทุกวัยสามารถเปิดรับสื่อได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งในปี 2565 โดยภาพรวมคนไทยใช้เวลาในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 7 ชั่วโมง 4 นาทีต่อวัน จากผลการสำรวจ พบว่า เจเนอเรชันที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ Gen Y (ช่วงอายุ 22-41 ปี) อยู่ที่ 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวัน ในขณะที่ Gen Z (อายุน้อยกว่า 22 ปี) ซึ่งเคยเป็นเจเนอเรชันที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในปี 2564 (Ministry of Digital Economy and Society, 2022) ซึ่งกลุ่ม Gen Z (อายุน้อยกว่า 22 ปี) จากสถานการณ์เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ยังขาดความยั้งคิดพิจารณาไตร่ตรองข้อมูลข่าวสารที่สร้างโอกาสเฝ้าระวังในการเปิดรับสื่อมากมายในแต่ละวัน

สารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์มีทั้งเรื่องจริงเรื่องเท็จ บ้างแต่งเติมตัดทอนเกินจริงจนกลายเป็นเพียงแค่มุมคิดเห็นเอื้อประโยชน์แก่คนบางกลุ่ม จากงานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บุคลากรด้านสุขภาพ ควรนำผลการวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อไปใช้สำหรับเป็นข้อมูลในการพัฒนาโปรแกรม/กิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้นักเรียนมีการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์เรื่องเพศ โดยเน้นอิทธิพลของเพื่อนต่อการใช้สื่อออนไลน์ มารยาทในการใช้สื่อออนไลน์ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารออนไลน์ และทัศนคติต่อการใช้สื่อออนไลน์ (Boonthanom et al., 2023) ขณะที่การศึกษาของ Wannaprapha et al. (2019) ที่ได้ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์และพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ระบุว่า นักศึกษารับรู้ว่าเนื้อหาหลายส่วนขาดความน่าเชื่อถือ และข้อมูลส่วนตัวอาจรั่วไหล และรับรู้ว่าเป็นเนื้อหาไม่เหมาะสม ส่วนใหญ่เป็นด้านลามก อนาจาร มีเนื้อหาที่เป็นการหลอกลวง Fake news อยู่มากกว่าร้อยละ 88.54 โดยมีเนื้อหาที่กระตุ้นหรือชี้นำในทางที่ไม่ดี เช่น เชิญชวนให้เล่นการพนันมากกว่าร้อยละ 80

อิทธิพลข้างต้นล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของเด็ก เยาวชน ก่อให้เกิดการหลอกล่อมค่านิยมที่ไม่ดีงาม ความเชื่อที่ไม่ถูกต้องส่งผลให้เยาวชนขาดระบบการกลั่นกรองเนื้อหาที่สะท้อนผ่านสื่อโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ได้สร้างโลกเสมือนให้แก่เยาวชนไทย สื่อได้สร้างภาพและเสียง อธิบายความเป็นจริงได้เกินความสมบูรณ์แบบชนิดที่ว่าผู้คนบนโลกมิใช่เป็นเพียงผู้รับสาร หากแต่เป็นทั้งผู้ใช้สาร ผู้ใช้สื่อ ผู้ส่งสาร และผู้รับสารไปพร้อม ๆ กัน งานวิจัยด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน (Ketverapong, 2021, p. 158) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ภาพรวมในระดับปานกลางโดยยังไม่สามารถแสดงความรู้ด้วยการใช้เหตุผลและทักษะการคิดวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ แสดงให้เห็นว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะที่จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาอยู่เสมอ ประเด็นนี้มีทิศทางเกี่ยวกับการศึกษาของ Livingstone and Bober (2005) ที่ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบการใช้งานจากสื่อออนไลน์ที่ประชาสังคมควรทำงานร่วมกันต่อไปเพื่อกำหนดกฎเกณฑ์สำหรับการตรวจสอบ เนื่องจากผู้ใช้งานตกอยู่ในความเสี่ยง ควรมีมาตรการป้องกันล่วงหน้าหรือกลไกการตรวจสอบอันเป็นความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาแผนการเพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์อันไม่พึงประสงค์ เมื่อเยาวชนกำลังตกอยู่ในความเสี่ยงจากการใช้สื่อ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (ThaiHealth, 2017) ได้นำเสนอถึงองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่ออันประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การเปิดรับสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การเข้าใจสื่อ การประเมินค่า และการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ ซึ่งเป็นทักษะองค์ประกอบที่ถูกกำหนดขึ้น เป้าหมายก็เพื่อต้องการพัฒนาความคิดอ่านสติปัญญาอย่างต่อเนื่องสำหรับการใช้สื่อให้ก่อเกิดประโยชน์สูงสุด กล่าวคือ การรู้เท่าทันสื่อเป็นการสร้างการรับรู้สื่ออย่างมีวิจารณญาณของเยาวชนที่สามารถแยกแยะความคิดเห็นออกจากความจริงตัดสินใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอได้อย่างเที่ยงตรงเป็นผู้รับสารที่เข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอและใช้สื่อแบบมีจุดยืนแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่เหมาะสมได้

โดยข้อมูลจากคู่มือรู้เท่าทันสื่อออนไลน์และเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยต่อเด็กและเยาวชน พบว่า ปัญหาที่มักเกิดขึ้นในการใช้สื่อออนไลน์กับเด็กและเยาวชนเป็นการขาดภาวะการรู้เท่าทันสื่อหรือการใช้สื่อใหม่ไปในทางที่ไม่สร้างสรรค์ อาทิ

การใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการทำร้ายคนอื่น การกลั่นแกล้งออนไลน์ การเสพติดสื่อ ดิตเกม และดิตอินเทอร์เน็ท เป็นต้น เนื่องด้วยเด็กและเยาวชนยังเป็นผู้มีประสบการณ์ชีวิตน้อย การเจริญเติบโต พัฒนาการสมอง ความคิด การยับยั้งชั่งใจ การไตร่ตรองใคร่ครวญที่ยังไม่เจริญเติบโตสมวัยจะยังคงตั้งรับและเท่าทันสื่อเหล่านี้ได้มากน้อยเพียงใด (Chuastapanasir, 2019) สำหรับจังหวัดจันทบุรีนั้น เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2566 กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้เปิดพื้นที่เสวนาแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และรับฟังข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ สัญจรครั้งที่ 4 กิจกรรมเสวนา 5 ภูมิภาค ซึ่งจังหวัดจันทบุรีเป็นหนึ่งในพื้นที่ดังกล่าว วัตถุประสงค์ก็เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีทักษะในการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่ออย่างเหมาะสม ตอกย้ำถึงการสร้างความร่วมมือของประชาชนในสังคมชุมชนของจังหวัดที่สร้างองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วม (Thai Media Fund, 2023)

ดังนั้น แนวคิดที่ควรส่งเสริมให้เด็กรู้เท่าทันสื่อจึงยังคงไม่หยุดนิ่งควรพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับประชาคมโลก ที่ให้ความสำคัญกับการรู้เท่าทันสื่ออย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน Grumwald (Grunwald Declaration) ว่า “เราต้องเตรียมเยาวชนสำหรับการอยู่ในโลกของอิทธิพลจากภาพ คำ และเสียง ขณะที่ปัจจุบัน ค.ศ. 2023 ยูเนสโกยังคงส่งเสริมผู้คนด้วยทักษะความรู้ด้านสื่อและสารสนเทศและสนับสนุนความสามารถในการดำรงอยู่ของสื่อโดยยูเนสโกสนับสนุนการพัฒนาความรู้ด้านสื่อและสารสนเทศสำหรับทุกคนเพื่อให้ผู้คนสามารถคิดอย่างมีวิจารณญาณและคิดอย่างชาญฉลาดเป็นองค์กรที่มุ่งมั่นอย่างยั่งยืนที่จะเพิ่มขีดความสามารถของผู้กำหนดนโยบาย นักศึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลและสื่อ องค์กรเยาวชนและประชากรด้อยโอกาสในพื้นที่ซึ่งจะช่วยเหลือประเทศสมาชิกในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านสื่อและความรู้สารสนเทศระดับชาติ (Unesco, 2023)

โดยด้านการวัดผลลัพธ์ของการรู้เท่าทันสื่อ นั้น จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การนำองค์ประกอบต่าง ๆ ของการรู้เท่าทันสื่อไปใช้ในการศึกษาสามารถพบแบบจำลองต่าง ๆ ที่ประกอบด้วยองค์ประกอบที่แตกต่างกันอยู่มากมาย ขึ้นอยู่กับบริบทสภาพแวดล้อม วิธีการนิยามของผู้ศึกษาแต่ละท่านที่แตกต่างกัน อาจเป็น 3, 4 และ 5 องค์ประกอบ อาทิ กลุ่ม 3 องค์ประกอบที่ประกอบด้วย การเข้าถึง เข้าใจ และสร้างสรรค์ (Buckingham, 2005) การใช้ ความเข้าใจเชิงวิพากษ์ และการสื่อสาร (Celot, 2009) และการเข้าถึง การประเมินผล การสร้างสรรค์ (Unesco, 2013) สำหรับ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ เทคโนโลยี ความรู้ความเข้าใจ จริยธรรม และการบูรณาการ (Calvani et al., 2008) และ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้ของสื่อ

การเข้าถึงสื่อ ความตระหนักรู้ทางจริยธรรม การประเมินสื่อ และการผลิตสื่อ (Hallaq, 2016) สำหรับประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ ได้นำเสนอถึง 5 องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย การเปิดรับสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การเข้าใจสื่อ การประเมินค่า และการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ ในการนี้ผู้วิจัยจึงได้นำองค์ประกอบดังกล่าวมา กำหนดเป็นขอบเขตการวัดผลลัพธ์ของเยาวชนจังหวัดจันทบุรี โดยตั้งข้อสงสัยว่า องค์ประกอบแต่ละด้านนั้นมีความเหมาะสม ยืนยันพอที่จะเป็นองค์ประกอบร่วมกันหรือไม่อย่างไร ตลอดจน คำนึงถึงปัจจัยของตัวแปรสังเกตได้มีค่าน้ำหนักมากที่สุด เพื่อเข้าสู่กระบวนการส่งเสริม กระตุ้นให้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ การใช้สื่อให้เป็น เครื่องมือในการเรียนรู้พัฒนาตนเอง ชุมชน และสังคมให้มีความ เข้มแข็งขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาองค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อ ของเยาวชนไทย สำหรับกรณีศึกษาจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการ ขยายองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าวให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ผลการวิจัย ที่คาดว่าจะได้รับ จะสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาสร้าง แผนงาน/โปรแกรม/คู่มือการวัดผลลัพธ์ของการรู้เท่าทันสื่อ ให้มีผลเป็นรูปธรรมเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผลการศึกษา สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ จัดกิจกรรมโครงการเพื่อส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ ด้วยเช่นกัน

### วัตถุประสงค์การวิจัย (Objective)

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการรู้เท่าทันสื่อ ของเยาวชนในจังหวัดจันทบุรี

### ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) ได้ถูกนิยามความหมายไว้ ใกล้เคียงกันหรือแตกต่างกันตามมุมมองวิธีการ และวัตถุประสงค์ ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี สังคม ที่แตกต่างกัน โดยที่ยูเนสโก (Unesco, 2023) ได้กำหนดว่า การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and information literacy) ครอบคลุมถึงความสามารถบุคคลในการตีความ และการตัดสินใจในฐานะผู้ใช้สื่อและสารสนเทศตลอดจนเป็นผู้มีความชำนาญในการผลิตสารสนเทศเนื้อหาของสื่อตาม สิทธิของตน ซึ่งกำหนดขอบเขต “การรู้เท่าทันสื่อ” มุ่งเน้นให้ บุคคลมีความเข้าใจในการทำหน้าที่ของสื่อและการใช้สื่ออย่างมี วิจารณญาณ อย่างไรก็ตาม การรู้เท่าทันสื่อเป็นความคิดที่สำคัญ

เป็นความสามารถหรือทักษะที่ช่วยให้ผู้ชมสามารถพัฒนา วิจารณญาณของตนเองเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อได้ (Silverblatt, 2014) การรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะสำหรับบุคคลในการตีความ ประเมิน กลั่นกรอง และสร้างสรรค์ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Kubey, 1997) ทำนองเดียวกันการรู้เท่าทันสื่อเป็น ความสามารถของผู้อยู่อาศัยในการเข้าถึง ตรวจสอบและรับข้อมูล สำหรับวัตถุประสงค์หรือประเด็นเฉพาะผู้รู้เท่าทันสื่อมีโอกาส ที่จะถอดรหัส ประเมินวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Aufderheide, 1993) ขณะที่ Oxstrand (2009) จำกัด ความของการศึกษาเรื่องความรู้ด้านสื่อว่าเป็น กระบวนการแนะนำสังคมและปัจเจกบุคคลให้มีความสามารถ ทักษะในการจัดการและรับข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีความ สำคัญมากขึ้นในยุคปัจจุบัน เพราะนักเรียนสามารถเข้าถึง สื่อรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในโรงเรียนและที่บ้านได้อย่างง่ายดาย อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมากการสังเคราะห์แนวคิดบทบาทการ รู้เท่าทันสื่อจะเป็นทักษะในการเข้าถึงการระบุและสร้าง การเชื่อมโยงในกรอบงานที่หลากหลาย (Livingstone & Thumim, 2003)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) หรือ CFA ถือได้ว่าเป็นการวิเคราะห์ทางสถิติ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling) ถือว่าเป็นเทคนิคในการทดสอบ ความสอดคล้องระหว่างตัวแปรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยืนยัน ตัวแปรหรือตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบ โดยมีการอาศัยการ รวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน มากำหนดเป็นองค์ประกอบ (Factor) ที่อยู่เบื้องหลังตัวแปรเหล่านั้นตามผู้วิจัยศึกษาไว้ ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้างจะมีโปรแกรมที่ใช้ในการ วิเคราะห์ เช่น โปรแกรม AMOS โปรแกรม LISREL โปรแกรม Mplus เป็นต้น (Tangpattanakit & Senariddhikrai, 2022) อย่างไรก็ตาม ในการทดสอบสมการโครงสร้าง ไม่ว่าจะเป็นแบบ 2 ขั้นตอน (Two-step modeling) หรือ 4 ขั้นตอน (Four-steps modeling) ก็มักจะแนะนำให้มีการวิเคราะห์และยืนยัน องค์ประกอบเชิงโครงสร้างก่อนเสมอ (Harun et al., 2016)

องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อ เมื่อการวัดผลลัพธ์การ รู้เท่าทันสื่อการนำกรอบองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อที่ กำหนดไว้ไปใช้ในการศึกษา สามารถพบแบบจำลองต่าง ๆ ที่ ประกอบด้วยองค์ประกอบที่แตกต่างกันซึ่งจะขึ้นอยู่กับวิธีการ นิยามสามารถแยกแต่ละองค์ประกอบซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ ดัง Table 1

**Table 1**

*Media Literacy Components*

องค์ประกอบความรู้เท่าทันสื่อ

3 องค์ประกอบ	4 องค์ประกอบ	5 องค์ประกอบ	6 องค์ประกอบ
การเข้าถึง, เข้าใจ, สร้างสรรค์ (Buckingham, 2005)	เทคโนโลยี, ความรู้ความเข้าใจ, จริยธรรม, การบูรณาการ (Calvani et al., 2008)	การจำกัด, วัตถุประสงค์, มุมมอง, เทคนิค, การประเมิน (Arke & Primack, 2009)	การวิเคราะห์, การประเมิน, การจัดกลุ่ม, การชักนำ, การนิรนัย, สังเคราะห์, สิ่งที่เป็นนามธรรม (Potter, 2014)
การเข้าถึง, การประเมินผล, การสร้างสรรค์ (Unesco, 2013)		การเข้าถึง, วิเคราะห์และ ประเมินผล, สร้างสรรค์, สะท้อน, การกระทำ (Hobbs, 2010)	
การใช้, ความเข้าใจเชิงวิพากษ์, การสื่อสาร (Celot, 2009)		การรับรู้ของสื่อ, การเข้าถึงสื่อ, ความตระหนักรู้ทางจริยธรรม, การประเมินสื่อ, การผลิตสื่อ (Hallaq, 2016)	
		การเปิดรับสื่อ, การวิเคราะห์สื่อ, การเข้าใจสื่อ, การประเมินค่า, การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (ThaiHealth, 2017)	

ที่มา: องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อในแง่มุมของนักวิจัยต่าง ๆ (Ptaszek, 2019)

จาก Table 1 หากพิจารณาเปรียบเทียบองค์ประกอบรูปแบบต่าง ๆ ของการรู้เท่าทันสื่อจากนักวิชาการแต่ละท่าน จะสังเกตเห็นความคล้ายคลึงกันว่าองค์ประกอบที่สำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ นั้นประกอบด้วยการคิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นแกนสำคัญอันเกี่ยวข้องกับ ความเข้าใจ การเข้าถึงตระหนักรู้ การวิเคราะห์ การประเมินผลและการนำไปใช้ ซึ่งองค์ประกอบข้างต้นเหล่านี้สอดคล้องกับกรอบความคิดการรู้เท่าทันโซเซียลมีเดีย (Cho et al., 2022) ที่กำหนดกรอบความคิดใหม่ของการรู้เท่าทันโซเซียลมีเดียมุ่งเน้นไปที่ผู้ใช้โซเซียลมีเดีย ผู้ซึ่งกำหนดขอบเขตสร้างความจริงเรื่องเล่าผ่านสื่อต่าง ๆ จนก่อให้เกิดผลกระทบแพร่กระจายข้อมูลที่ผิดสภาวะดังกล่าวเป็นการสะท้อนถึงการขาดความรับผิดชอบในการผลิตเชิงรุกของแต่ละบุคคล ดังนั้น จึงจำเป็นต้องระบุงองค์ประกอบของการรู้เท่าทันโซเซียลมีเดียที่ประกอบด้วย 2 ด้านหลัก คือ ด้านเนื้อหาและความสามารถ ซึ่ง Mihailidis (2018) ได้นำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของพลเมือง ว่าเป็นศูนย์กลางของการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และ Festle (2020) ระบุว่า พฤติกรรมการมีส่วนร่วมและศีลธรรมเป็นหนึ่งในมิติของพฤติกรรมออนไลน์ที่เป็นความสามารถทางสังคม

สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย โดย Manussanit (2019) พบว่า องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความรู้และความตระหนักเกี่ยวกับสื่อ 2) การรับสารอย่างมีวิจารณญาณ 3) การเลือกเปิดรับสาร 4) อิทธิพลจากผู้ปกครอง 5) ความตระหนักรู้ตนเอง ในขณะที่ใช้สื่อ และ 6) การมีส่วนร่วมกับสังคมในการรับสาร ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบใหม่ทั้ง 6 องค์ประกอบผ่านเกณฑ์การประเมินและเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง พบว่า ข้อมูลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทำนองเดียวกับ Thongpool et al. (2018) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า โมเดลการวัดความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การคิดวิจารณญาณ การตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์และการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ โดยโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ Roopmook (2018) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรี: การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดผล

การศึกษาเมื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองพบว่า ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึง (Access) องค์ประกอบที่ 2 ความเข้าใจสำคัญ (Critical understanding) และองค์ประกอบที่ 3 การสื่อสาร (Communicate) ซึ่งโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรีที่พัฒนาขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้านการพัฒนาตัวชี้วัดการรู้เท่าทันสื่อ งานวิจัยของ Osawong and Prachanban (2020) ได้ศึกษาพัฒนาตัวชี้วัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า โมเดลการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนระดับมัศึกษามี 6 องค์ประกอบ 18 ตัวชี้วัด ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึง องค์ประกอบที่ 2 การจัดการ องค์ประกอบที่ 3 การประเมิน องค์ประกอบที่ 4 การสร้าง องค์ประกอบที่ 5 การสื่อสาร และองค์ประกอบที่ 6 จริยธรรมและความปลอดภัย ส่วนผลตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง พบว่า ตัวชี้วัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์องค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบสูงสุด คือ การประเมิน ทำนองเดียวกับกับ Thepsorn (2020) ศึกษาการสร้างแบบวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสกลนคร พบว่า แบบวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสกลนคร ประกอบด้วย 5 ด้าน 30 ตัวบ่งชี้ คือ ทักษะการสร้างสรรค์ (Create skill) ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze skill) ทักษะการประเมินเนื้อหาสาร (Evaluate skill) และทักษะการมีส่วนร่วม (Participate skill) และทักษะในการเข้าถึง (Access skill) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด ได้แก่ ทักษะการเข้าถึง

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมาสังเคราะห์เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย 1) การเปิดรับสื่อ (Exposure) 2) การวิเคราะห์สื่อ (Analysis) 3) การเข้าใจสื่อ (Understanding) 4) การประเมินค่า (Evaluation) และ 5) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (Uses) ดังแสดงใน Table 2

**Table 2**  
*Synthesis is a Relevant Variable*  
สังเคราะห์เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

สังเคราะห์ ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง	Aufderheide (1993)	Kubey (1997)	Buckingham (2005)	Jenkins (2009)	Calvani et al. (2008)	Oxstrand (2009)	Celot (2009)	Arke & Primack (2009)	Hobbs (2010)	Unesco (2013)	Potter (2014)	Hallaq (2016)	ThaiHealth (2017)	Mihalidis (2018)	Thongpool et al. (2018)	Roopmook (2018)	Manussanit (2019)	Osawong & Prachanban (2020)	Thepsorn (2020)	Nisa et al. (2021)	Cho et al. (2022)
การเปิดรับสื่อ						/							/			/		/			/
การวิเคราะห์สื่อ	/								/		/	/	/						/		
การเข้าใจสื่อ	/		/		/	/							/			/	/				
การประเมินค่า	/	/						/	/	/	/	/	/					/	/	/	/
การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์	/		/	/	/	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/			/	/

## ■ วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือ จำนวนประชากรเยาวชนอายุระหว่าง 15-24 ปี (National Statistical Office, 2017) จากฐานข้อมูลสถิติประชากรทางทะเบียนราษฎรแยก

จำนวนประชากรรายอายุ จำแนกตามเพศ พื้นที่ของจันทบุรี พ.ศ. 2565 ข้อมูล ณ วันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งมีจำนวนประชากรอายุระหว่าง 15-24 ปี (National Statistical Office, 2021) จำนวน 38,312 คน สามารถจำแนกเป็นรายอำเภอ ดังนี้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**Table 3**  
*Population and Sample*  
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

อำเภอ	จำนวนประชากรอายุระหว่าง 15-24 ปี	
	ราย	กลุ่มตัวอย่าง
อำเภอขลุง	2,779	22
อำเภอท่าใหม่	5,510	43
อำเภอนายายอาม	3,776	30
อำเภอมะขาม	3,415	27
อำเภอสอยดาว	4,980	39
อำเภอเขาคิชฌกูฏ	1,893	15
อำเภอเมืองจันทบุรี	5,510	43
อำเภอแก่งหางแมว	5,952	47
อำเภอแหลมสิงห์	1,531	12
อำเภอโป่งน้ำร้อน	2,966	23
รวม	38,312	300

ที่มา: <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/view>

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Hair et al. (2010) ใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษา คือ อัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรเพื่อให้มีความเหมาะสมในการวัดควรเป็นอย่างน้อย 10-20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 25 ตัวแปร จึงใช้เกณฑ์ 12 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์หรือตัวแปรและเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) จากสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 ในแต่ละอำเภอของประชากรทั้งหมดรวมขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นจำนวน 300 คน ดังแสดงใน Table 3 ข้างต้น

**2. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย**

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จำแนกเป็นตัวแปรแฝง (Latent variable) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังแสดงใน Table 2 ซึ่งมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 25 ตัวแปร/ข้อคำถาม ดังนี้

1) การเปิดรับสื่อ (Exposure) มีตัวแปรสังเกตได้ ประกอบด้วย ME1: ส่งผลต่ออารมณ์ ME2: การแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน ME3: สามารถรับรู้ความจริงว่า “สิ่งนั้นเป็นสิ่งที่สื่อสร้างขึ้น ประชด่ง” ME4: ความสามารถส่งต่อความคิดว่าอะไรเป็นจริง อะไรเป็นเท็จ และ ME5: ความสามารถส่งต่อความคิดว่าอะไรเป็นจริง อะไรเป็นข้อคิดเห็น

2) การวิเคราะห์สื่อ (Analysis) มีตัวแปรสังเกตได้ ประกอบด้วย AM1: สามารถวิเคราะห์ แยกแยะการนำเสนอว่า

เป็นสื่อประเภทใด AM2: สามารถวิเคราะห์ แยกแยะสื่อว่ามีวัตถุประสงค์อะไร AM3: สามารถวิเคราะห์ แยกแยะการนำเสนอของสื่อว่าต้องการจะสื่ออะไร AM4: สามารถพิจารณาสารว่ามีการใช้เทคนิค วิธีการโน้มน้าวชักจูงใจ และ AM5: ตั้งข้อสงสัยหรือมีคำถามว่า “สื่อนำเสนอสารเช่นนี้ต้องการให้เกิดอะไรขึ้นกับสังคมหรือผู้รับสาร”

3) การเข้าใจสื่อ (Understanding) มีตัวแปรสังเกตได้ ประกอบด้วย UM1: ความสามารถเข้าใจ เนื้อหาสาร UM2: ความสามารถตีความ เนื้อหาสาร UM3: การทบทวนความรู้ ความคิด ความต้องการของตนเองก่อนตัดสินใจเชื่อในสิ่งที่สื่อนำเสนอ UM4: ประสบการณ์นอกห้องเรียน ส่งต่อการทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ และ UM5: พื้นฐานการศึกษา ส่งต่อการทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ

4) การประเมินค่า (Evaluation) มีตัวแปรสังเกตได้ ประกอบด้วย EvM1: ความสามารถประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาสาร เทคนิคการนำเสนอ EvM2: การให้คุณค่าเนื้อหาสาร เทคนิคการนำเสนอว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง EvM3: ความสามารถประเมินค่าความเสี่ยงต่อสิ่งที่สื่อเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่าเพียงใด EvM4: สื่อมีอิทธิพลต่อความคิด ค่านิยม และการกระทำของท่าน และ EvM5: ความสามารถสร้างความคิดเห็นต่อเรื่องเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี และวัฒนธรรม

5) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (Uses) มีตัวแปรสังเกตได้

ประกอบด้วย UsM1: นำมาใช้ประโยชน์ต่อตนเอง UsM2: นำไปส่งต่อใช้ประโยชน์ต่อคนรอบข้าง UsM3: ใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม UsM4: ความสามารถวิเคราะห์ เลือกรับสื่อเป็น และ UsM5: การแบ่งปันข้อคิดเห็นข้อวิพากษ์วิจารณ์การนำเสนอของสื่ออย่างสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบและจริยธรรม

### 3. เครื่องมือและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย กรณีศึกษา: เยาวชนจังหวัดจันทบุรีประเภทมาตรฐานส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งเป็น 5 ด้าน ตามองค์ประกอบ จำนวน 25 ข้อ

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผู้วิจัย ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความในเครื่องมือที่สร้างไว้ว่า มีความสอดคล้องกับการนิยามตัวแปรที่ต้องการวัดหรือไม่กับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่า IOC (Index of item objective congruence) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 หลังจากนั้นทำการทดลองใช้ (Pretest) กับกลุ่มที่มีคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด จำนวน 30 คน ทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach) เพื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-coefficient) ปรากฏว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.85 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.700 แสดงว่า คำถามในแบบสอบถามสามารถวัดค่าตัวแปรในการวิจัยอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้สูงพอที่จะยอมรับได้ ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้เก็บข้อมูลจริง (Cronbach, 1990)

นอกจากนี้ ยังวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Corrected item-total correlation) ร่วมกับการตรวจสอบความเชื่อมั่นแบบวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's  $\alpha$ -coefficient) โดยพิจารณาตัดหรือปรับปรุงข้อคำถามที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนน รายข้อกับคะแนนรวมต่ำกว่า 0.30 (Aiken & Groth-Marnat, 2003)

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การตรวจสอบความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทดสอบการเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity matrix) ด้วยการทดสอบบาร์เลตต์ (Bartlett's test of sphericity) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ถ้าผล Bartlett's test ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะช่วยให้ได้ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ และวิเคราะห์ค่าดัชนี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy) เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรว่าเหมาะสมเพียงพอหรือไม่ที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ มีความหมาย ดังนี้ (Hair et al., 1998, p. 99)

0.80 ขึ้นไป	หมายความว่า	เหมาะสมดีมาก
0.70-0.79	หมายความว่า	เหมาะสมดี
0.60-0.69	หมายความว่า	เหมาะสมปานกลาง
0.50-0.59	หมายความว่า	เหมาะสมน้อย
น้อยกว่า 0.50	หมายความว่า	ไม่เหมาะสม

การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์และเกณฑ์การพิจารณาตัดสินใจ โดยการประเมินความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of fit: GOF) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติของโมเดลการวัด โดยเริ่มจาก 1) พิจารณาจากดัชนี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เป็นการตรวจสอบ Absolute fit indices พิจารณาจากดัชนี  $\chi^2/df$ , RMR, RMSEA กลุ่มที่ 2 เป็นการตรวจสอบ Incremental fit indices พิจารณาจากดัชนี NFI, และ CFI 2) ใช้เกณฑ์การพิจารณาตัดสินใจที่ยอมรับได้ ซึ่งใช้เกณฑ์ในการพิจารณาดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามขนาดตัวอย่าง คือ ค่า  $N > 250$  และจำนวนตัวแปรสังเกตได้มีจำนวนไม่น้อยกว่าหรือต่ำไม่ต่ำกว่า 12 ตัวแปร แต่จำนวนทั้งหมดต้องไม่เกินกว่า 30 ตัวแปร ( $N > 250, 12 < \text{number of observed variables} < 30$ ) และ 3) นำค่าที่คำนวณมาเปรียบเทียบกับ Goodness of fit statistics: Chi-square ( $\chi^2$ ) Significant p-values expected ( $p = 0.00$ ) (Hair et al., 2014, p.584),  $\chi^2/df < 2.0$  (Schumacker & Lomax, 2010),  $RMR < 0.05$  (Diamantopoulou & Siguaaw, 2000) และ  $RMSEA < 0.05, TLI \geq 0.90, CFI \geq 0.90$  (Steiger, 2007) ค่าที่ยอมรับได้ว่ามีความสอดคล้อง

### ผลการวิจัย (Results)

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

#### ตอนที่ 1 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

1.1 ผลการวิเคราะห์ดัชนีค่า KMO พบว่า ค่า KMO มีค่าระหว่าง 0.820 ซึ่งมีค่าสูงเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรต่าง ๆ ของข้อมูลนี้มีความสัมพันธ์กันมากพอ ซึ่งถือว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และผลทดสอบการเป็นเมทริกซ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้งหมดด้วยการทดสอบ Bartlett's test of sphericity เป็นการทดสอบว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity matrix) ค่า Approx. Chi-square อยู่ที่ 1762.147 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 กล่าวคือ เมทริกซ์สหสัมพันธ์ที่ได้ไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์แสดงว่า ตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเพียงพอ

1.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบว่ามีความเหมาะสมหรือไม่

Table 4

Pearson Correlation Matrix

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันขององค์ประกอบความรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนจังหวัดจันทบุรี

Factors	Exposure	Analysis	Understanding	Evaluation	Uses
Exposure	1				
Analysis	.609**	1			
Understanding	.565**	.644**	1		
Evaluation	.514**	.584**	.694**	1	
Uses	.464**	.569**	.619**	.745**	1

\*\* Correlation is significant at the .01 level (2-tailed)

จาก Table 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันขององค์ประกอบความรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนจังหวัดจันทบุรี ทั้ง 5 องค์ประกอบ พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.464 - 0.745 ซึ่งสรุปได้ว่า ทุกคู่มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด คือ การประเมินค่า (Evaluation) และการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (Uses) มีค่าเท่ากับ 0.745 สำหรับองค์ประกอบ

ที่มีความสัมพันธ์กันน้อยที่สุด คือ การเปิดรับสื่อ (Exposure) และการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (Uses) มีค่าเท่ากับ 0.464

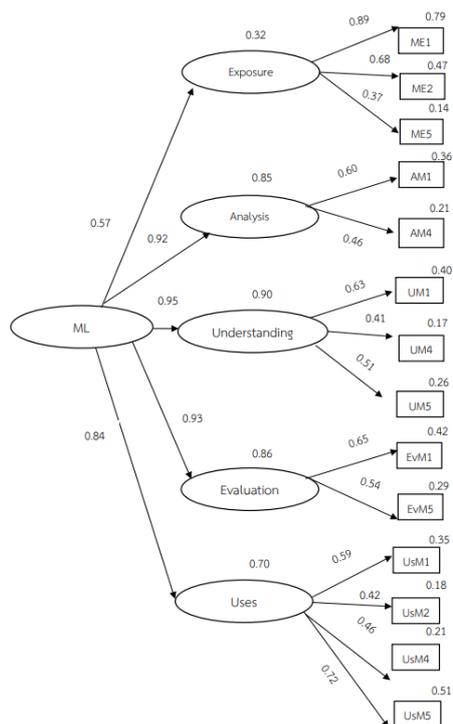
**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน**

2.1 Figure 1 เป็นการแสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับที่ 2 (หลังปรับโมเดล) ซึ่งสามารถแสดงค่าพารามิเตอร์แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนจังหวัดจันทบุรี (Result of measurement model) ใน Table 5 ดังนี้

Figure 1

A Second Order Confirmatory Factor Analysis (CFA)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับที่ 2 (หลังปรับโมเดล)



$\chi^2 = 120.307, df = 72, \chi^2/df = 1.67, p = 0.00, RMR = 0.014, RMSEA = 0.047, TLI = 0.925, CFI = 0.941$

Table 5

Result of Measurement Model

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนจังหวัดจันทบุรี

องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อ	Factor Loading Matrix			
	Factor Loading	SE	t	R <sup>2</sup>
องค์ประกอบที่ 1 Exposure	0.57	0.18	6.22	0.32
ME1	0.89	-	-	0.79
ME2	0.68	0.08	8.48	0.47
ME5	0.37	0.07	5.53	0.14
องค์ประกอบที่ 2 Analysis	0.92	0.16	6.53	0.85
AM1	0.60	-	-	0.36
AM4	0.46	0.17	5.91	0.21
องค์ประกอบที่ 3 Understanding	0.95	0.15	6.79	0.90
UM1	0.63	-	-	0.40
UM4	0.41	0.13	5.69	0.17
UM5	0.51	0.15	6.9	0.26
องค์ประกอบที่ 4 Evaluation	0.93	0.16	6.84	0.86
EvM1	0.65	-	-	0.42
EvM5	0.54	0.13	7.06	0.29
องค์ประกอบที่ 5 Uses	0.84	-	-	0.70
UsM1	0.59	-	-	0.35
UsM2	0.42	0.15	5.73	0.18
UsM4	0.46	0.14	6.08	0.21
UsM5	0.72	0.12	8.07	0.51

หมายเหตุ: ไม่รายงานค่า SE และ t เนื่องจากเป็นพารามิเตอร์บังคับ (Constrained parameters)

จาก Table 5 พบว่า แต่ละองค์ประกอบมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) อยู่ระหว่าง 0.57-0.95 ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมิน คือ +0.3 (Kim & Mueller, 1978, pp. 68-70) องค์ประกอบด้านการเข้าใจสื่อ (Understanding) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.95 รองลงมาองค์ประกอบด้านการประเมินค่า (Evaluation) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.93 องค์ประกอบด้านการวิเคราะห์สื่อ (Analysis) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.92 องค์ประกอบด้านการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (Uses) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.84 และองค์ประกอบด้านการเปิดรับสื่อ (Exposure) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.57 ตามลำดับ ทั้งนี้องค์ประกอบด้านการเข้าใจสื่อ (Understanding) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading)

อยู่ระหว่าง 0.63-0.41 ตัวแปรสังเกตได้ (UM 1) ความสามารถเข้าใจ เนื้อหาสาร มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเท่ากับ 0.63 รองลงมา (UM5) พื้นฐานการศึกษาส่งผลต่อการทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.51 และประสบการณ์นอกห้องเรียนส่งผลต่อการทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ (UM4) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.41 องค์ประกอบด้านการประเมินค่า (Evaluation) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) อยู่ระหว่าง 0.65-0.54 ตัวแปรสังเกตได้ (EvM1) ความสามารถประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาสาร เทคนิคการนำเสนอมีค่าน้ำหนักมากที่สุดเท่ากับ 0.65 รองลงมา (EvM5) ความสามารถสร้างความคิดเห็นต่อเรื่องเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี และวัฒนธรรมของตนเอง มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.54 องค์ประกอบ

ด้านการวิเคราะห์สื่อ (Analysis) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) อยู่ระหว่าง 0.46-0.60 ตัวแปรสังเกตได้ (AM1) ความสามารถวิเคราะห์ แยกแยะการนำเสนอของสื่อ มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเท่ากับ 0.60 รองลงมา (AM4) ความสามารถพิจารณาสารที่ได้รับว่ามีการใช้เทคนิค วิธีการโน้มน้าว ชักจูงใจ ค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.46 องค์ประกอบด้านการใช้สื่อ ให้เกิดประโยชน์ (Uses) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) อยู่ระหว่าง 0.42-0.72 ตัวแปรสังเกตได้ (UsM5) การแบ่งปันข้อคิดเห็น ข้อวิพากษ์วิจารณ์ การนำเสนออย่างสร้างสรรค์โดยมีความรับผิดชอบและจริยธรรม มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเท่ากับ 0.72 รองลงมา (UsM1) การนำมาใช้ประโยชน์ต่อตนเอง มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.59 (UsM4) ความสามารถเลือก

รับสื่อเป็น มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.46 และ (UsM2) การนำไปส่งต่อเกิดประโยชน์ต่อคนรอบข้าง มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.42 ตามลำดับ และองค์ประกอบด้านการเปิดรับสื่อ (Exposure) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) อยู่ระหว่าง 0.37-0.89 ตัวแปรสังเกตได้ (EM1) การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ สามารถส่งผลกระทบต่ออารมณ์ มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเท่ากับ 0.89 รองลงมา (EM2) เมื่อเปิดรับข่าวสาร สามารถแยกความคิด และอารมณ์ออกจากกัน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.68 และ (EM5) การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ สามารถส่งต่อความคิดว่าอะไรเป็นจริง อะไรเป็นข้อคิดเห็น มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.37 ตามลำดับ

2.2 การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเกณฑ์การพิจารณาตัดสินใจ

**Table 6**

*Goodness of Fit Statistics*

การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนจังหวัดจันทบุรี (ก่อนและหลังปรับโมเดล)

Goodness of fit statistics	ค่าดัชนีก่อนปรับโมเดล	ค่าดัชนีหลังปรับโมเดล
Chi-square ( $X^2$ )	601.283 ( $p = .00$ )	120.307 ( $p = .00$ )
Absolute fit Measures		
Normed chi-square ( $X^2/df \leq 2$ )	2.227	1.671
RMR ( $< 0.05$ )	0.023	0.014
RMSEA ( $< 0.05$ )	0.064	0.047
Incremental fit indices		
TLI ( $\geq 0.90$ )	0.757	0.925
CFI ( $\geq 0.90$ )	0.782	0.941

จาก Table 6 เมื่อพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลก่อนและหลังการปรับโมเดล ผลการพิจารณาความตรงของโมเดลการวัด พบว่า ผ่านเกณฑ์การประเมินคุณภาพทั้ง 2 ด้าน หลังปรับโมเดล ได้แก่ 1) ความตรงเชิงโครงสร้างการทดสอบค่าสถิติ (Chi-square statistics) ค่า  $X^2$  ของโมเดล มีค่าเท่ากับ 120.307 ค่า  $p$  เท่ากับ 0.00 ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง และค่า  $X^2/df$  เท่ากับ 1.67 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่ามีความสอดคล้อง โดยการทดสอบดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root mean square residual: RMR) ที่ปรับแก้แล้วมีค่าเท่ากับ 0.01 ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการทดสอบค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย (Root mean square error of approximation: RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.04 ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่ามีความสอดคล้อง และ 2) ความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล เป็นการตรวจสอบ Incremental

fit indices พิจารณาจากดัชนี TLI, และ CFI หลังปรับโมเดล พบว่า การทดสอบดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (Tucker lewis index: TLI) หลังปรับแก้มีค่าเท่ากับ 0.92 ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการทดสอบค่าดัชนี CFI (Comparative fit index) มีค่าเท่ากับ 0.94 ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง แสดงว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

**อภิปรายผล (Discussions)**

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การเปิดรับสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การเข้าใจสื่อ การประเมินค่า และการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ จากการทบทวนวรรณกรรมและสรุปผลใน Table 2 และ ThaiHealth (2017) พบว่า เป็นไปตามเกณฑ์การตรวจสอบ

ความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล (Hair et al., 2014, p. 584; Schumacker & Lomax, 2010; Diamantopoulos & Siguaw, 2000; Steiger, 2007) แสดงว่า โมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นการวัดผลลัพธ์ที่กำหนดขอบเขต “การรู้เท่าทันสื่อ” บริบทของเยาวชนจังหวัดจันทบุรีที่มุ่งเน้นให้บุคคลมีความเข้าใจในการทำหน้าที่ของสื่อและการใช้สื่ออย่างมีวิจารณญาณ (Unesco, 2023; Thongpool et al., 2018) และสอดคล้องกับกรอบความคิดการรู้เท่าทันโซเชียลมีเดีย Framework of social media literacy ที่อธิบายว่า องค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วยการคิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นแกนสำคัญอันเกี่ยวข้องกับ ความเข้าใจ การเข้าถึง ตระหนักรู้ การวิเคราะห์ การประเมินผลและการนำไปใช้ (Cho, 2022)

โดยองค์ประกอบด้านการเข้าใจสื่อที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (Understanding) สอดคล้องกับการกำหนดกรอบขององค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อจากนักวิชาการหลายท่านด้วยเช่นกัน (Buckingham, 2005; Calvani et al., 2008) ขณะที่ด้านองค์ประกอบด้านการประเมินค่า (Evaluation) ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเป็นอันดับสองนั้น สอดคล้องกับการศึกษาพัฒนาตัวชี้วัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า โมเดลการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด คือ การประเมิน (Osawong & Prachanban, 2020) นั้นแสดงให้เห็นว่า หลังการเสพสื่อทำความเข้าใจสื่อแล้ว เยาวชนควรตัดสินใจประเมินค่าสิ่งที่สื่อแนะนำว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใดไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหา วิธินำเสนอ เทคนิคที่ใช้ (ThaiHealth, 2017) อภิปรายได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะสำหรับเยาวชนในการตีความ ประเมิน กลั่นกรอง และสร้างสรรค์ทั้งสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Kubey, 1997) ทำนองเดียวกับการรู้เท่าทันสื่อยังเป็นความสามารถของผู้เข้าถึงเข้าใช้สื่อในการตรวจตราตรวจสอบสาร โดยที่ผู้รู้เท่าทันสื่อมีโอกาสที่จะถอดรหัส ประเมิน วิเคราะห์ข้อมูลทั้งสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Aufderheide, 1993) ประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยจากองค์ประกอบด้านการวิเคราะห์สื่อ (Analysis) องค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักรองลงมาเป็นอันดับที่สาม พบว่า ตัวแปรสังเกตได้สามารถวิเคราะห์แยกแยะการนำเสนอของสื่อว่าเป็นสื่อประเภทใดนั้นมีค่าน้ำหนักมากที่สุด ขณะที่องค์ประกอบด้านการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (Uses) องค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักเป็นอันดับที่สี่ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ การแบ่งปัน ข้อคิดเห็น ข้อวิพากษ์วิจารณ์ การนำเสนออย่างสร้างสรรค์ โดยมีความรับผิดชอบและจริยธรรม มีค่าน้ำหนักมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทของการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ที่ให้ความสำคัญกับความก้าวหน้าในภาคการศึกษาที่ควรสร้างความตระหนักในการเข้าถึง ตรวจสอบ ประเมิน และสร้าง

เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ของเยาวชน (Mehr Un Nisa, 2021) อันเป็นความพยายามในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในภูมิทัศน์ของสื่อใหม่ เรื่องการมีส่วนร่วม การไตร่ตรอง การกระทำ และการสนับสนุน (Jenkins, 2009) ที่ควรเน้นย้ำถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในสื่อดิจิทัลอย่างเหมาะสม ทำนองเดียวกับการศึกษาของ Mihailidis (2018) ที่ได้นำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของพลเมือง ความเป็นศูนย์กลางของการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการมีส่วนร่วมและศีลธรรมจักเป็นหนึ่งในมิติของพฤติกรรมออนไลน์ที่เป็นความสามารถทางสังคม (Festle, 2020) ซึ่งผลการศึกษาของนักวิชาการข้างต้นทั้งหมดเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการให้คำจำกัดความของการศึกษาความรู้ด้านสื่อว่า เป็นกระบวนการแนะนำสังคมให้ปัจเจกบุคคลมีความสามารถและทักษะในการจัดการ รับข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะนักเรียนที่สามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างง่ายดาย (Oxstrand, 2009)

อย่างไรก็ตาม แม้องค์ประกอบด้านการเปิดรับสื่อ (Exposure) จะมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเป็นอันดับสุดท้าย องค์ประกอบนี้ได้ให้คำนิยามว่า เมื่อเปิดรับสื่อแล้วสมองจะสั่งการให้คิดและปรุงแต่งให้เกิดอารมณ์ต่าง ๆ ตามมา ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อในขั้นนี้ การรับรู้อารมณ์ตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่ต้องแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน เพราะความคิดจะทำให้เรารับรู้ความจริงว่า “อะไรเป็นสิ่งที่สื่อสร้างขึ้น” สภาวะดังกล่าวสอดคล้องกับการระบอบองค์ประกอบของการรู้เท่าทันโซเชียลมีเดียที่ประกอบด้วย 2 ด้าน สำหรับด้านเนื้อหา ได้แก่ ตนเอง (The Self) สื่อ (The Medium) และความเป็นจริง (The Reality) ที่ได้แนะนำความเชื่อมโยงทั้ง 3 ส่วนว่า สิ่งสำคัญของการรู้เท่าทันโซเชียลมีเดียนั้น ต้องเข้าใจว่าความเป็นจริงมักจะฝังอยู่ในประสบการณ์และมุมมองที่เฉพาะเจาะจงของแต่ละบุคคล ผู้รู้เท่าทันโซเชียลมีเดียควรตระหนักดีว่า การตัดสินใจตามความเป็นจริงนั้นมีหลายแง่มุม แต่ละแง่มุมต่างก็มีข้อจำกัดมันเป็นลักษณะของการสะท้อนส่วนบุคคลหรือทางอารมณ์ ซึ่งอาจไม่ได้ทำให้ข้อมูลนั้นเป็นเรื่องจริง เป็นตัวแทน และเป็นข้อเท็จจริงเสมอไป (Cho, 2022)

## ■ ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากงานวิจัยพบว่า องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อที่มีค่าน้ำหนัก (Factor loading) มากที่สุด สำหรับ 3 อันดับแรก จึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านการเข้าใจสื่อ (Understanding) หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาทักษะด้านความสามารถเข้าใจเนื้อหาข้อมูล ข่าวสาร ส่งเสริมให้เยาวชนใช้วิจารณญาณอย่างชาญฉลาดในการตีความ รู้เท่าทันสื่อ
2. องค์ประกอบด้านการประเมินค่า (Evaluation)

หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกระตุ้นส่งเสริมให้เยาวชนเกิดการประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอ ทั้งด้านคุณภาพเนื้อหา เทคนิคการนำเสนอที่ชักจูงใจ เพื่อประโยชน์ต่อสติปัญญา การตัดสินใจเชื่อในสิ่งที่สื่อนำเสนอ เพิ่มทักษะของเยาวชนในการเฝ้าระวังสื่อ

### 3. องค์ประกอบด้านการวิเคราะห์สื่อ (Analysis)

หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ความเข้าใจในธรรมชาติของแต่ละสื่อ แต่ละแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เยาวชนจะสามารถวิเคราะห์ แยกแยะการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภทได้ว่ามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร อย่างไร

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีเยาวชนจังหวัดจันทบุรี ผู้ที่สนใจต่อยอดผลการศึกษานำโมเดลการวัดดังกล่าวไปขยายผลต่อยอดกับเยาวชนจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความครอบคลุมสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยให้มากยิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานหรือวัยเกษียณ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาในมิติที่แตกต่างกัน

## เอกสารอ้างอิง (References)

Aiken, L., & Groth-Marnat, G. (2003). *Psychological testing and assessment*. Allyn & Ba-CO11.

Arke, E. T., & Primack, B. A. (2009). Quantifying media literacy: Development, reliability, and validity of a new measure. *Educational Media International*, 46(1), 53-65. <https://doi.org/10.1080/09523980902780958>

Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. ERIC. <https://eric.ed.gov/?id=ED365294>

Buckingham, D. (2005). *The media literacy of children and young people: Review of the research literature on behalf of Ofcom*. Centre for the Study of Children, University of London. <http://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/10000145>

Bunthanom, P., Tulsiri, C., & Rattanakreethakul, S. (2023). Factors affecting the knowledge of online sexual media among high school students in the Mueang District Chanthaburi Province. *Thai Pharmacy and Health Sciences*, 18(4), 416-422. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/pharm/article/download/14457/12700/56206>

Calvani, A., Cartelli, A., Fini, A., & Ranieri, M. (2008). Models and instruments for assessing digital competence at school. *Journal of e-Learning and Knowledge Society*, 4(3), 183-193. <https://doi.org/10.20368/1971-8829/288>

Celot, P. (Ed.). (2009). *Study on assessment criteria for media literacy levels*. European Commission. [http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf)

Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media & Society*, 26(2), 941-960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>

Chuastapanasiri, T. (2019). *Khumue ru thaothan sue onlai lae fao rawang sue mai plotphai to dek lae yaowachon* [Online media literacy guideline]. Thai Media Fund.

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.

Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. SAGE Publications.

Festle, R. (2020). Social media literacy & adolescent social online behavior in Germany. *Journal of Children and Media*, 15(2), 249-271. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1770110>

Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data analysis* (5th ed.). Prentice Hall International.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.

Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Pearson.

Hallaq, T. (2016). Evaluating online media literacy in higher education: Validity and reliability of the digital online media literacy assessment (DOMLA). *Journal of Media Literacy Education*, 8(1), 62-84. <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol8/iss1/5>

Harun, Z., Zaki, P. H., Ismail, M. H., & Awang, K. W. (2016). The confirmatory factor analysis (CFA) on GST compliance research model in Malaysia. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, 2(4), 758-763. [https://www.researchgate.net/publication/300034364\\_The\\_Confirmatory\\_Factor\\_Analysis\\_CFA\\_on\\_GST\\_Compliance\\_Research\\_Model\\_in\\_Malaysia](https://www.researchgate.net/publication/300034364_The_Confirmatory_Factor_Analysis_CFA_on_GST_Compliance_Research_Model_in_Malaysia)

Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action. A white paper on the digital and media literacy recommendations of the knight commission on the information needs of communities in a democracy*. ERIC. <https://eric.ed.gov/?id=ED523244>

Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. John D. and Catherine T. MacArthur Foundation. <http://library.oapen.org/handle/20.500.12657/26083>

Ketverapong, R. (2021). Online media usage behavior, media literacy and cyberbullying awareness of youth in Chiang Mai Province. *Ganesha Journal*, 17(2), 143-160. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan/article/view/247297/169583>

Kim, J. O., & Mueller, C. W. (1978). *Factor analysis: Statistical methods and practical issues*. Sage Publication.

Kubey, R. W. (Ed.). (1997). *Media literacy in the information age: Current perspectives*. [https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=rpDHLVWvnikC&oi=fnd&pg=PP13&dq=Kubey,+R.+W.+\(Ed.\).+\(1997\).+Media+literacy+in+the+information+age:+Current+perspectives&ots=ZkfdunWY2w&sig=JjewmRS1MOB92haKbxQDtUxV2gg](https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=rpDHLVWvnikC&oi=fnd&pg=PP13&dq=Kubey,+R.+W.+(Ed.).+(1997).+Media+literacy+in+the+information+age:+Current+perspectives&ots=ZkfdunWY2w&sig=JjewmRS1MOB92haKbxQDtUxV2gg)

Livingstone, S., & Bober, M. (2005). *UK children go online: Final report of key project findings*. <https://sp.ukdataservice.ac.uk/doc/5475/mrdoc/pdf/q5475guide.pdf>

Livingstone, S., & Thumim, N. (2003). *Assessing the media literacy of UK adults: A review of the academic literature*. LSE Research Online. [http://eprints.lse.ac.uk/21673/1/Assessing\\_the\\_media\\_literacy\\_of\\_UK\\_adults.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/21673/1/Assessing_the_media_literacy_of_UK_adults.pdf)

Manussanit, W. (2019). Media literacy of Thai youth factors analysis a case study of Chiangrai youth. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 12(6), <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/190889>

Mihailidis, P. (2018). Civic media literacies: Re-imagining engagement for civic intentionality. *Learning, Media, and Technology*, 43(2), 152-164. <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1428623>

Ministry of Digital Economy and Society. (2022). *Thailand internet user behavior 2022*. ETDA. <https://www.eta.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>

National Statistical Office. (2017). *Wikhro dek lae yaowachon 2560 [Analysis of children and youth 2017]*. National Statistical Office. [https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/ebook/202305062221108\\_69646.pdf](https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/ebook/202305062221108_69646.pdf)

National Statistical Office. (2021). *Sathanakan dek lae yaowachon 2564 [Children Youth 2021]*. National Statistical Office. [http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/pubs/e-book/Children\\_Youth\\_64/12-13/index.html](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/pubs/e-book/Children_Youth_64/12-13/index.html)

Nisa, M. U., Yousafzai, D. M., & Irfan, M. (2021). Media literacy concepts & role of media literacy in ICT: A literature review. *Elementary Education Online*, 20(3), 2506-2518. <https://ilkogretim-online.org/index.php/pub/article/view/2477>

Osawong, A., & Prachanban, P. (2020). A development of digital literacy in dicators for secondary school students. *Journal of Education Research Faculty of Education, Srinakharinwirot University*, 15(1), 192-206. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/jre/article/view/12915>

Oxstrand, B. (2009). *Media literacy education-A discussion about media education in the western countries, Europe and Sweden*. GUPEA. <http://hdl.handle.net/2077/22007>

Potter, J. W. (2014). *Media literacy* (7th ed.). SAGE.

Praszek, G. (2019). *Media literacy outcomes, measurement the international encyclopedia of media literacy*. In R. Hobbs & P. Mihailidis (Editors-in-Chief), G. Cappello, M. Ranieri, & B. Thevenin (Associate Editors). John Wiley & Sons.

- Ptaszek, G. (2019). Media literacy outcomes, measurement. In *The International Encyclopedia of Media Literacy*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118978238.ieml0103>
- Roopmok, N. (2018). *Media and information literacy of the secondary school students in Suphanburi: The test of the invariance of the measurement model* [Master of Education, Silpakorn University]. DSpace at Silpakorn University. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/2289>
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Silverblatt, A. (Ed.). (2014). *The praeger handbook of media literacy*. Praeger.
- Steiger, J. H. (2007). Understanding the limitations of global fit assessment in structural equation modeling. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 893-898. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2006.09.017>
- Tangpattanakit, J., & Senariddhikrai, P. (2022). The role of confirmatory factor analysis (CFA) in structural equation modeling (SEM). *Journal of Management Sciences Kasetsart University*, 1(2), 1-12. <http://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jmsku/article/view/5185>
- Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth). (2017). *5 ongpakop khong kan ru thaothan sue* [Five components of Media Literacy]. <https://www.thaihealth.or.th/5-องค์ประกอบของการรู้เท่า-2>
- Thai Media Fund. (2023). *Ruchak ruchai rathan sue phuea kan khapkhluen sangkhom kongthun phatthana sue doenna khrongkan sewana 5 phumiphak sanchon khrang thi 4 changwat Chanthaburi* [Know, use, and understand media to drive society media development fund moving forward with the 5-region seminar project, traveling for the 4th time in Chanthaburi Province]. Thai Media Fund. [https://www.thaimediafund.or.th/tmf\\_news/021223](https://www.thaimediafund.or.th/tmf_news/021223)
- Thepsorn, S. (2020). *The construction of a media literacy test for student grade 11 in secondary school at the Secondary Educational Service Area Office Sakon Nakhon* [Master of Education, Mahasarakham University]. <http://202.28.34.124/dspace/bitstream/123456789/1008/1/59010553002.pdf>
- Thongpool, N., Lungka, W., & Kitthorn tham, W. (2018). Confirmatory factor analysis of the measurement model of social media literacy among undergraduate students. *UTK Research Journal*, 12(1), 97-111. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/rmutk/article/view/133750/100211>
- Unesco. (2013). *Global media and information literacy assessment framework: Country readiness and competencies*. Unesco. <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002246/224655e.pdf>
- Unesco. (2023). *Media and Information Literacy*. Unesco. <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>
- Unesco. (2023, October 26). About media and information literacy. Unesco. <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>
- Wannaprapha, S., Sengmanee, S., Puengsamran, P., Takong, W., & Somphuen, K. (2019). *Social media usage behavior of undergraduate students, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University* [Paper presentation]. 3<sup>rd</sup> National Research Presentation Conference, Graduate School Conference 2019, Bangkok, Thailand. <http://journalgrad.ssu.ac.th/index.php/miniconference/article/view/2116/1970>