

ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ และสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Media Literacy Skills, Code of conduct and Mental Health of First-Year Students of Undergraduate programs at Kasetsart University

พลอยวไล ทองรักษ์*

Ploywalai Tongrak

บทคัดย่อ

การศึกษาทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ และสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ ระดับแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ และระดับสุขภาพจิตของนิสิต 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการรู้เท่าทันสื่อกับสุขภาพจิตของนิสิต และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ กับสุขภาพจิตของนิสิต เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตของคนไทยฉบับสั้น 15 ข้อ โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้เป็นนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

* ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Department of psychology, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University.

Corresponding author, e-mail: ploywalai.k@ku.th

วิทยาเขตบางเขน จำนวนทั้งสิ้น 504 คน สุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลจากการวิจัย พบว่า 1) นิสิตมีระดับทักษะในการรู้เท่าทันสื่อและระดับแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่ออยู่ในระดับสูง ในส่วนของสุขภาพจิต นิสิตมีสุขภาพจิตอยู่ในระดับปานกลางหรือระดับเดียวกับคนทั่วไป 2) ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ 3) แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

คำสำคัญ : การรู้เท่าทันสื่อ, สุขภาพจิต, นิสิตระดับปริญญาตรี

Abstract

The study of media literacy skills, code of conduct and mental health of first-years students of undergraduate programs at Kasetsart University had the objectives; 1) to study the level of media literacy skills, code of conduct and mental health of students, 2) to study relationships between media literacy skills and mental health, 3) to study relationships between code of conduct and mental health. The samples of this study were 504 students of first – year students of undergraduate programs at Kasetsart University, Bang Khen Campus, which were selected by simple random sampling. The statistic methods were used percentage, mean, standard deviation, and Pearson's product moment correlation.

The result of this study indicated that 1) media literacy skills and code of conduct of students were at the high levels; while, mental health was at a medium level, same as general person, 2) media literacy

skills was positively correlated with mental health with the statistical significant level at .001, 3) code of conduct was positively correlated with mental health with the statistical significant level at .001.

Keywords : Media literacy, Mental health, Undergraduate students.

บทนำ

1. ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสื่อเข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนทุกเพศทุกวัย เนื่องจากสื่อเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมให้การดำเนินชีวิตในโลกปัจจุบันของมนุษย์มีความสะดวกสบายมากขึ้น โดยมีการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในหลายทิศทาง เช่น ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกัน ใช้เพื่อความสนุกสนานบันเทิง ใช้เพื่อลดระยะเวลาในการรอคอย หรือใช้เพื่อหาข้อมูลข่าวสารความรู้ เป็นต้น ดังนั้นการนำสื่อเหล่านี้มาใช้ในทางที่เหมาะสมจะเกิดประโยชน์ต่อมนุษย์อย่างสูงสุด ดังเช่นในการศึกษาของ จักรกริช ปิยะ (2557) ทำการศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อบริหารงานก่อสร้าง พบว่า เมื่อประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ากับการทำงานแล้วองค์กรมีการบริหารจัดการเวลาได้ดีขึ้น ความผิดพลาดในการทำงานน้อยลง และพนักงานมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ การศึกษาของพิพัฒน์ อัมพพ, ทิพรรัตน์ สิทธิวงศ์ และดิเรก ชีระภุช (2560) ซึ่งศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้เชิงรุกในนักศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี พบว่า ผลงานของผู้เรียนจากการเรียนรู้ด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้เชิงรุกอยู่ในระดับดีมาก อันแสดงให้เห็นถึงประโยชน์อันเกิดจากการใช้สื่ออย่างถูกต้องวิธี

จากผลการสำรวจของ We are social และ Hootsuite (2018) ทำการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก พบว่า ประชากรไทยใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับ 1 ของโลก เฉลี่ยวันละ 9 ชั่วโมง 38 นาที มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 57 ล้านคน จากประชากรของประเทศไทยจำนวน 69.11 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 82 ของประชากรทั้งหมด

ในจำนวนผู้ใช้ พบว่า มีการใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันร้อยละ 90 ผู้ที่ใช้ Facebook ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมมากที่สุดในประเทศไทย คือช่วงอายุ 18-34 ปี

จึงอาจกล่าวได้ว่าวัยรุ่นตอนปลายถือเป็นกลุ่มที่ใช้เวลากับสื่อมากที่สุด เนื่องจากวัยนี้เป็นวัยที่เป็นอิสระจากพ่อแม่ในการดำรงชีวิตมากขึ้นซึ่งแตกต่างจากวัยเด็ก สามารถเลือกสิ่งที่คุณชอบ นอกจากนั้นวัยรุ่นยังต้องใช้สื่อเพื่อเข้าสังคม หรือสร้างความเป็นกลุ่มเกลียวในกลุ่มเพื่อน รวมถึงการใช้เพื่อความบันเทิง ดังการศึกษาของกฤษฎพร ประสิทธิ์วิเศษ (2561) ที่ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ การรู้ทันตนเอง และพฤติกรรม的开รับข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารทุกวัน โดยรูปแบบการใช้งาน จะเน้นการสนทนา (Chat) และเปิดรับเนื้อหาประเภทภาพยนตร์และเพลง โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก ดังนั้นจึงพูดได้ว่าการกิจกรรมหลักของวัยรุ่นคือการเสพสื่อ

แต่ถึงแม้การใช้สื่อสังคมออนไลน์จะมีประโยชน์อย่างมาก แต่ในทางกลับกัน สื่อยังแฝงภัยร้ายแรงให้กับผู้ใช้ที่ขาดการพิจารณาไตร่ตรองด้วยเช่นกัน ดังการศึกษาของ ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Facebook กับบุคคลอายุระหว่าง 13-24 ปี พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีความเพลิดเพลิน สนุกสนาน จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และพยายามทำตามกระแสนิยมของสังคม มีแนวโน้มที่จะติดการใช้งาน และหมกมุ่นหลงใหลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มากเกินปกติ Choi, Park, and Cha (2017) ได้ศึกษาความสัมพันธ์การใช้อินเทอร์เน็ต และสุขภาพจิตของวัยรุ่นที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาของประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 1,248 คน โดยให้รายงานพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของตนเอง ทำแบบประเมินการเสพติดอินเทอร์เน็ต และแบบประเมิน SCL-90-R จากการประเมิน พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างปัญหาสุขภาพจิตและระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกจากนั้น Fardouly, Magson, Johnco, Oar, and Rapee (2018) ได้ศึกษาวัยรุ่นก่อนวัยรุ่น (preadolescent) โดยศึกษาเปรียบเทียบเด็กในกลุ่มที่พ่อแม่ควบคุมเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มที่พ่อแม่ควบคุมเวลาในการใช้สื่อ

สังคมออนไลน์ของเด็กอย่างเข้มงวดส่งผลให้เด็กมีสุขภาพจิตดีกว่ากลุ่มเด็กที่พ่อแม่ไม่ได้ควบคุม และเด็กที่ใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าจะเปรียบเทียบกับรูปลักษณ์ของตนกับรูปลักษณ์ในโลกออนไลน์น้อยกว่าด้วย ดังนั้นเพื่อให้สามารถใช้สื่อได้เหมาะสมกับวัย เกิดประโยชน์มากที่สุดและส่งผลกระทบกับตนเองน้อยที่สุด วัยรุ่นต้องมีความรู้และทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งจากการศึกษาของกฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ (2561) พบว่า นักศึกษานิเทศศาสตร์ชั้นปีที่ 1 - 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง อาจจะไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับความถี่ในการเสพสื่อ จึงอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตได้

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของนิสิตชั้นปีที่ 1 ซึ่งนับเป็นหนึ่งในกลุ่มวัยรุ่นที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวกับการเสพสื่อเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ อีกทั้งยังเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านจากชีวิตนักเรียนมัธยมปลาย มาสู่การดูแลรับผิดชอบตนเองในฐานะนิสิตมหาวิทยาลัยว่ามีความสัมพันธ์กับสุขภาพจิตหรือไม่

ทบทวนวรรณกรรม

ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy skills) จากการอบแนวคิดขององค์กร UNESCO การที่บุคคลจะมีทักษะการเรียนรู้ของตนเองเพื่อการจะเท่าทันสื่อได้นั้นจะต้องมีทักษะที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบเรียงตามลำดับ (แพรวพรรณ อัคระประสา, 2557; อุษา บิกกินส์, 2555; ศรีดา ตันทะอธิพานิช, 2555) ดังนี้

1. ความสามารถในการเข้าถึง (The ability to access) คือ การที่ผู้รับสารได้รับสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างเต็มที่และรวดเร็ว สามารถรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างถ่องแท้ มีทักษะในการแสวงหาข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่หลากหลาย โดยไม่ถูกจำกัดอยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง มีความสามารถในการคัดกรองข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เมื่อบุคคลสามารถเข้าถึงสื่อได้แล้วความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อก็จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. ความสามารถในการวิเคราะห์ วิพากษ์ (The ability to analyze) คือ การที่ผู้รับสารมีทักษะหรือความสามารถในการวิเคราะห์สื่อและความหมายที่สื่อสารออกมาว่าเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ นั้นส่งผลกระทบอะไรบ้างต่อสังคม การเมือง หรือ เศรษฐกิจ โดยใช้พื้นความรู้เดิมและประสบการณ์ในการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้น และการวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมายของสื่อ บริบทต่าง ๆ ของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อการนำเสนอ โดยใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบ หากความแตกต่าง ระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น

3. ความสามารถในการประเมินคุณค่าของสื่อ (The ability to evaluate) คือ การที่ผู้รับสารสามารถประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาสารที่ถูกส่งออกมาว่า มีคุณค่าต่อผู้รับสารอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นด้านจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก คุณค่าทางศีลธรรม จรรยาบรรณ สังคม วัฒนธรรม หรือประเพณี และสามารถประเมินว่านำไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างไร ในขณะเดียวกันการประเมินค่าที่เกิดขึ้นอาจเป็นการประเมินคุณภาพของสื่อว่า การนำเสนอของสื่อ นั้นมีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพหรือไม่เมื่อเปรียบกับ สื่อประเภทเดียวกัน ซึ่งทักษะนี้เป็นผลมาจากการวิเคราะห์สื่อที่ผ่านมา

4. ความสามารถในการสร้างสรรค์ หรือสื่อสาร (The ability to create or communicate information in a variety of form) คือ การพัฒนาทักษะ การสร้างสื่อในแบบฉบับของตนเองขึ้นมา เมื่อผู้รับสารมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถ วิเคราะห์ วิจารณ์ ประเมินค่าสื่อได้อย่างถ่องแท้แล้ว จึงเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ผลิต ที่จะต้องวางแผน เขียนบท ค้นหาข้อมูลเนื้อหาประกอบ ตามเทคโนโลยีของสื่อ หรือรูปแบบองค์ประกอบของสื่อแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถสื่อให้ได้ตาม วัตถุประสงค์การสื่อสารที่ตนได้วางไว้ การพัฒนาทักษะนี้จึงเป็นบทสรุปที่ทำให้ ครอบกระบวนการรู้เท่าทันสื่อได้สมบูรณ์ที่สุด

แนวทางในการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ (Code of conduct) สุชาติ จักรพิสุทธ์ (ม.ป.ป. อ้างถึงใน ศรีดา ดันทะอทิพานิช, 2555) ได้อธิบายแนวทางการรู้เท่าทัน และวิเคราะห์สื่อ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ สอดคล้องกับแนวคิดของ แพรพวรรณ อัคระประสา (2557) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. สื่อคือสิ่งที่สร้างขึ้น (Media are constructions) สื่อเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์เพื่อสื่อสารกับผู้รับสาร โดยมีการวางแผน ออกแบบผลิตและเลือกสรรสารที่ตอบวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร โดยกระบวนการนั้นสร้างสิ่งที่เรียกว่าความรู้แฝง (Tacit knowledge) และความจริงเทียม (Virtual reality) ทำให้ผู้รับสารซึมซับรับรู้เสมือนเป็นความจริงหรือประสบการณ์ของตน ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือ ผู้รับสารจำนวนมากรับรู้ และเชื่อว่าเป็นความจริงไปแล้ว

2. สื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจโฆษณา (Media constructions have commercial purposes) ส่วนใหญ่แล้วเนื้อหาของสื่อจะมีนัยทางธุรกิจแฝงอยู่ เนื่องจากสื่อเป็นองค์กรธุรกิจที่ต้องแสวงหากำไรและมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูง ความอยู่รอดของสื่อจึงมีความสัมพันธ์กับรายได้จากธุรกิจโฆษณา ผลที่ตามมาคือ ผู้ผลิตสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเพื่อนำไปสู่การจูงใจผู้บริโภค และบ่อยครั้งการทำงานของสื่ออาจจะขัดแย้งกับหลักการความเที่ยงธรรมในการนำเสนอข่าว

3. สื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ (Media message contain values and ideologies) ค่านิยม คือ ความเชื่อของบุคคลส่วนใหญ่ซึ่งเชื่อว่าสิ่งหนึ่งมีความสำคัญ เป็นสิ่งที่ปรารถนา และเป็นพฤติกรรมที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ เนื้อหาของสื่อมีการสื่อความหมายทั้งทางตรงและทางอ้อม การที่สื่อผลิตเนื้อหาที่สร้างความจริงแฝงหรือความจริงเทียมบางอย่างซ้ำ ๆ จะส่งผลให้ค่านิยมและอุดมคติของคนในสังคมมีแนวโน้มที่จะแปรผันตามสิ่งที่สื่อนำเสนอ การรู้เท่าทันว่าสื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติจะเป็นเกราะป้องกันไม่ให้ผู้รับสารหลงในภาพที่สื่อผลิตซ้ำเพื่อตอกย้ำให้เชื่อตามสารที่แฝงมาในสื่อ

4. สื่อทำให้มีผลที่ตามมาทางการเมืองและสังคม (Media messages have social and political consequences) เนื้อหาที่สื่อแนะนำเสนอนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติทางการเมืองและสังคม สื่อเกี่ยวข้องกับกลุ่มอำนาจทางการเมือง ทำให้สื่อตกเป็นเครื่องมือทางการเมืองโดยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอาจจะมีการซ่อนเร้นเพื่อผลประโยชน์ด้านความได้เปรียบทางการเมืองและกระตุ้นให้คนในสังคมเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทิศทางที่สื่อต้องการ การพึ่งข่าวจากสื่อเพียงด้านเดียวอาจทำให้ผู้ฟังรู้สึกเอนเอียงไปฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้

5. สื่อแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์และข้อจำกัด (Each medium has a unique aesthetic form) สื่อแต่ละชนิดมีธรรมชาติที่แตกต่างกัน แม้ในทางศาสตร์และศิลป์ของสื่อทุกประเภท จะจำแนกเป็น สาร (Media content) กับ สื่อ (Media form) เหมือนกัน หากแต่รายละเอียด ขั้นตอน เทคนิคและเครื่องมือ มีความแตกต่างอย่างมาก ซึ่งในกระบวนการผลิตนี้ทำให้ "สาร" บางอย่างถูกตัดตอน ปรับแต่ง ลดปริมาณ และคุณภาพ รวมถึงอาจกลายเป็นการสร้างความจริงเทียมขึ้น ผู้รับสารถูกจำกัดมุมมอง มุมกล้องในการนำเสนอ ภาพที่เห็นในสื่ออาจจะไม่ใช่ความจริงตามที่สื่อนำเสนอ

สุขภาพจิต (Mental Health) จากการทบทวนวรรณกรรมของ จุฬารัตน์ สติรปัญญา และวัลลภา คชภักดี (2551), อภิชัย มงคล และคณะ (2552), วิไลลักษณ์ พงษ์โสภา (2555), มรยาท รุจิวิเศษ (2556) และพนม เกตุมาน (ม.ป.ป.) สามารถสรุปได้ว่า สุขภาพจิต หมายถึง สภาพจิตใจที่เป็นสุข มีอารมณ์มั่นคง เนื่องจากสามารถปรับตัวปรับใจให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างสมดุลในทุกด้านของชีวิต ไม่ว่าจะเป็น ด้านร่างกาย จิตใจ และด้านสังคม เช่น การสร้างและรักษาสัมพันธภาพกับผู้คนรอบข้าง ส่งผลให้บุคคลมีสุขภาวะที่ดีในการดำเนินชีวิต ปราศจากอาการป่วยของโรคทางจิตใจและร่างกาย

2. วัตถุประสงค์

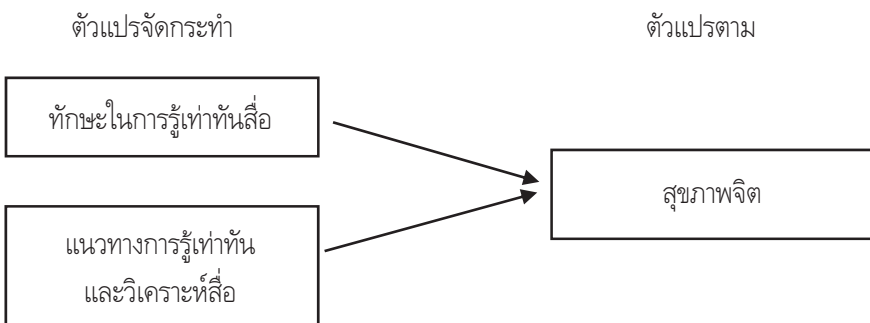
2.1 เพื่อศึกษาระดับทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ ระดับของแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ และระดับสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2560 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ กับสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2560 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ กับสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2560 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการรู้เท่าทันสื่อกับสุขภาพจิต และความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อกับสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2560 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ดังกรอบแนวคิดข้างต้น



4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์กับสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2560 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

4.2 แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อที่มีความสัมพันธ์กับสุขภาพจิต
ของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2560 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตบางเขน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2560 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำนวนทั้งสิ้น

15,067 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 15 ม.ค. 2561; มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2561) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน .05 ได้จำนวนไม่น้อยกว่า 390 คน ในการนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ของคณะในมหาวิทยาลัย โดยแบ่งออกเป็น

- กลุ่มคณะวิทยาศาสตร์ที่เปิดสอนในภาคปลาย ปีการศึกษา 2560 วิทยาเขตบางเขน จำนวน 10 คณะ ประกอบไปด้วย คณะวิทยาศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร คณะเกษตร คณะประมง คณะวนศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ คณะเทคนิคการสัตวแพทย์ และ คณะสิ่งแวดล้อม

- กลุ่มคณะวิชาสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่เปิดสอนในภาคปลาย ปีการศึกษา 2560 วิทยาเขตบางเขน จำนวน 5 คณะ ประกอบไปด้วย คณะบริหารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์

จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) ดำเนินการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 550 ชุด ภายหลังตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 504 คน ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษาครั้งนี้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามมาตรวัดของ Likert โดยแบ่งออกเป็น

2.1 แบบสอบถามทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy skills) พัฒนามาจากแนวคิดของอุษา บิ๊กกินส์ (2555) ประกอบไปด้วยทักษะ 4 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง (The ability to Access) ความสามารถในการวิเคราะห์

วิพากษ์ (The ability to Analyze) ความสามารถในการประเมินคุณค่าของสื่อ (The ability to Evaluate) และความสามารถในการสร้างสรรค์หรือสื่อสาร (The ability to Create or Communicate information in a variety of form) มีข้อคำถามด้านละ 6 ข้อ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มแบ่งระดับทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมออกเป็น 3 ระดับคือ

- 24.00 – 56.00 คะแนน = มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อในระดับน้อย
 56.01 – 88.00 คะแนน = มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง
 88.01 – 120.00 คะแนน = มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อในระดับมาก

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้จัดกลุ่มแบ่งระดับทักษะในการรู้เท่าทันสื่อรายด้าน ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- 6.00 – 14.00 คะแนน = มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อในระดับน้อย
 14.01 – 22.00 คะแนน = มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง
 22.01 – 30.00 คะแนน = มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อในระดับมาก

2.2 แบบสอบถามแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ (Code of Conduct) พัฒนามาจากแนวคิดของ แพรวพรรณ อัครประสา (2557) ประกอบไปด้วยแนวทางทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ สื่อคือสิ่งที่สร้างขึ้น (Media are Constructions) สื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจและโฆษณา (Media Constructions have Commercial purposes) สื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ (Media messages contain Values and Ideologies) สื่อส่งผลทางการเมืองและสังคม (Media messages have Social and Political Consequences) สื่อแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์และข้อจำกัด (Each Medium has a unique Aesthetic Form) มีข้อคำถามด้านละ 6 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งระดับแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อออกเป็น 3 ระดับ คือ

30.00 – 70.00 คะแนน = มีแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อในระดับน้อย

70.01 – 110.00 คะแนน = มีแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อในระดับปานกลาง

110.01 – 150.00 คะแนน = มีแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อในระดับมาก

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้จัดกลุ่มแบ่งระดับแนวทางในการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อรายด้านออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

6.00 – 14.00 คะแนน = มีแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อในระดับน้อย

14.01 – 22.00 คะแนน = มีแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อในระดับปานกลาง

22.01 – 30.00 คะแนน = มีแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อในระดับมาก

ส่วนที่ 3 แบบทดสอบดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทยฉบับสั้น 15 ข้อ (TMHI-15) ซึ่งมีคะแนนเต็มทั้งหมด 60 คะแนน โดยมีเกณฑ์ดังนี้

43 คะแนนหรือน้อยกว่า = มีสุขภาพจิตในระดับต่ำกว่าคนทั่วไป

44 – 50 คะแนน = มีสุขภาพจิตเท่ากับคนทั่วไป

51 – 60 คะแนน = มีสุขภาพจิตมากกว่าคนทั่วไป

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามของแบบสอบถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นนำไปทดลองใช้กับนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการหาค่าความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า

3.1 แบบสอบถามทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .907 โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

- ความสามารถในการเข้าถึง มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .737
- ความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .825
- ความสามารถในการประเมินคุณค่าของสื่อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .780
- ความสามารถในการสร้างสรรค์หรือสื่อสาร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .744

3.2. แบบสอบถามแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .943 โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

- สื่อคือสิ่งที่สร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .770
- สื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจและโฆษณา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .850
- สื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .827
- สื่อส่งผลกระทบการเมืองและสังคม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .839
- สื่อแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์และข้อจำกัด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .855

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product moment correlation)

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ระดับทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ ระดับแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ และระดับสุขภาพจิต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเพศชายร้อยละ 37.5 เพศหญิงร้อยละ 62.5 มีอายุ 18 ปี 19 ปี และ 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.40 61.51 และ 14.09 ตามลำดับ ศึกษาอยู่ในกลุ่มคณะวิทยาศาสตร์ ศึกษายุทธศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 70.44 และกลุ่มคณะวิทยาศาสตร์มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 29.56

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทักษะในการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 92.83$) เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทักษะในการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 23.43$) ความสามารถในการประเมินคุณค่าของสื่อ และความสามารถในการสร้างสรรค์หรือสื่อสาร ในระดับที่เท่ากัน ($\bar{X} = 23.24$) และความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์ ($\bar{X} = 22.93$)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), และระดับทักษะในการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ ระดับแนวทางการรู้เท่าทันสื่อ และระดับสุขภาพจิตของนิสิต

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ	92.83	9.42	สูง
ความสามารถในการเข้าถึง	23.43	2.85	สูง
ความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์	22.93	2.91	สูง
ความสามารถในการประเมินคุณค่าของสื่อ	23.24	2.67	สูง
ความสามารถในการสร้างสรรค์หรือสื่อสาร	23.24	3.06	สูง
แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ	121.91	13.67	สูง
สื่อคือสิ่งที่สร้างขึ้น	24.25	3.10	สูง
สื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจและโฆษณา	24.15	3.38	สูง
สื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ	24.47	3.18	สูง
สื่อส่งผลกระทบการเมืองและสังคม	24.32	3.42	สูง
สื่อแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์และข้อจำกัด	24.71	3.28	สูง
สุขภาพจิต	46.62	5.64	ปานกลาง

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีระดับแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 121.91$) เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่ออยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยสามารถเรียง

ตามลำดับได้ดังนี้ สื่อแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์และข้อจำกัด ($\bar{X} = 24.71$) สื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ ($\bar{X} = 24.47$) สื่อส่งผลกระทบทางการเมืองและสังคม ($\bar{X} = 24.32$) สื่อคือสิ่งที่สร้างขึ้น ($\bar{X} = 24.25$) และสื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจและโฆษณา ($\bar{X} = 24.15$)

ในส่วนของสุขภาพจิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสุขภาพจิตในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง หรือระดับสุขภาพจิตเท่ากับคนทั่วไป ($\bar{X} = 46.62$)

2. ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการรู้เท่าทันสื่อกับสุขภาพจิตของนิสิต

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของทักษะในการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิต เท่ากับ .351 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 นอกจากนี้ค่าสัมประสิทธิ์ของทักษะในการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับความสัมพันธ์กับสุขภาพจิตของนิสิตจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสามารถในการสร้างสรรค์หรือสื่อสาร (.325) ความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์ (.295) ความสามารถในการประเมินคุณค่าของสื่อ (.288) และ ความสามารถในการเข้าถึง (.242) ทุกค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 แสดงว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิต

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการรู้เท่าทันสื่อกับสุขภาพจิตของนิสิต

ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ	สุขภาพจิต	
	r	p
- ความสามารถในการเข้าถึง	.242***	.000
- ความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์	.295***	.000
- ความสามารถในการประเมินคุณค่าของสื่อ	.288***	.000
- ความสามารถในการสร้างสรรค์หรือสื่อสาร	.325***	.000
ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อโดยรวม	.351***	.000

Note: ***p < .001

3. ความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อกับสุขภาพจิตของนิสิต

จากตารางที่ 3 พบว่า แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิต เท่ากับ .223 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 นอกจากนี้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์กับสุขภาพจิตของนิสิตเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ สื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ (.257) สื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจและโฆษณา (.232) สื่อคือสิ่งที่สร้างขึ้น (.183) สื่อแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์และข้อจำกัด (.147) และสื่อส่งผลทางการเมืองและสังคม (.116) ทุกค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 แสดงว่าแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิต

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อกับสุขภาพจิตของนิสิต

แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ	สุขภาพจิต	
	r	p
- สื่อคือสิ่งที่สร้างขึ้น	.183***	.000
- สื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจและโฆษณา	.232***	.000
- สื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ	.257***	.000
- สื่อส่งผลทางการเมืองและสังคม	.116***	.000
- สื่อแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์และข้อจำกัด	.147***	.000
แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อโดยรวม	.223***	.000

Note: ***p < .001

การอภิปราย

1. จากการศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของนิสิต พบว่า นิสิตมีระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก โดยหากวิเคราะห์รายด้านจะพบว่า นิสิตมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าทำให้โลกพัฒนาไปถึงขั้นไร้พรมแดน หรือสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ นิสิตจัดเป็น Generation Z (อายุระหว่าง 15-24 ปี) ซึ่งเติบโตมากับเทคโนโลยี จึงมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อ (Ability to Access) แทบจะตลอดเวลา ยิ่งไปกว่านั้น ช่วงอายุของนิสิตเป็นช่วงอายุที่ใช้สื่อมากที่สุด ทั้งการใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาและด้านความบันเทิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่ออินเทอร์เน็ต ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจของ We are social และ Hootsuite (2018) ที่ทำการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก พบว่า ผู้ที่ใช้ Facebook ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมมากที่สุดในประเทศไทย คือช่วงอายุ 18-34 ปี ส่งผลให้นิสิตมีประสบการณ์ในการรับสื่อสูง และมีความสามารถในการวิเคราะห์สื่อต่าง ๆ ได้ดีกว่าคนในยุคก่อน ดังงานวิจัยของ นุติ หนูโพธิ์วงษ์ (2558) ได้ศึกษาการรู้ทันสื่อของประชากร Generation Y ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยีเริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิต โดยส่วนใหญ่มักใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ผลการวิจัยพบว่า Generation Y มีจุดอ่อนในเรื่องความสามารถและทักษะในการเข้าถึงข้อมูล ทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องความอ่อนไหวของการให้ข้อมูล ความเป็นส่วนตัวบนสื่อออนไลน์ การละเมิดลิขสิทธิ์ การทำธุรกิจของสื่อ และยากลำบากในการแยกแยะความคิดเห็นออกจากข้อเท็จจริงในสื่อได้ และงานวิจัยของ เพ็ญพักตร์ เตียวสมบูรณ์กิจ และณรงค์ ขาววิจิตร (2559) ที่ได้ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทย ซึ่งพบว่า ความสามารถในการเข้าถึงสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรู้เท่าทันสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ การที่นิสิตได้เข้ามาศึกษาต่อในระดับปริญญาตรียังเป็นการเปิดโอกาสให้นิสิตได้พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ (Critical thinking) อันเป็นทักษะที่สำคัญที่จะส่งเสริมให้นิสิตมีความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์ (Ability to

Analyze) ลือที่ได้รับ และมีความสามารถในการประเมินคุณค่าของลือ (Ability to Evaluate) ส่งผลให้เรียนรู้ที่จะใช้ลือให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558) ที่ทำการศึกษารู้อู่เท่าทันลือโฆษณาของเยาวชน พบว่า เยาวชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันลือโฆษณาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสรับข้อมูลข่าวสารมากกว่า มีโลกทัศน์มากขึ้น และตัดสินใจอย่างละเอียดรอบคอบมากขึ้น และการศึกษาของนัทรหทัย อุบล (2552) ที่พบว่า ความสามารถในการคิดวิเคราะห์กับการรู้เท่าทันลือหนังสือพิมพ์ในเด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ในส่วนขอบบพาทของนิสิตในการใช้ลือในยุคปัจจุบันส่วนใหญ่จะมี 2 ขอบบพาทร่วมกัน คือ เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร (Prosumer) อีกทั้งยังได้เสฟลือผ่านช่องทาง (Platform) ที่หลากหลาย (กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ, 2561; จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2559) จึงเป็นการเปิดโอกาสให้นิสิตได้พัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์หรือลือสาร (The ability to Create or Communicate information in a variety of form) โดยเป็นผู้สร้างลือด้วยตนเองและนำเสนอผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น YouTube, Facebook, Twitter หรือ Instagram เป็นต้น การที่นิสิตได้อยู่ในขอบบพาทของผู้สร้างลือนั้นส่งผลให้นิสิตเข้าใจมุมมองและกระบวนการในการสร้างลือ ในแง่มุมที่ว่าลือคือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นด้วยวัตถุประสงค์บางอย่าง และอาจส่งผลกระทบในวงกว้างทั้งต่อตนเองและผู้อื่น อันเป็นรากฐานในการพัฒนาแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์ลือ ส่งผลให้ระดับแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์ลือของนิสิตอยู่ในระดับมาก

2. ระดับสุขภาพจิตของนิสิตอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกับคนทั่วไป สะท้อนให้เห็นว่า นิสิตได้รับการส่งเสริมในด้านสุขภาพจิตในระดับที่เหมาะสมจากการได้ร่วมกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีนโยบายสนับสนุนให้นิสิตเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ กิจกรรมมหาวิทยาลัย กิจกรรมเสริมสร้างสมรรถนะ

และกิจกรรมเพื่อสังคม ในส่วนของกิจกรรมเสริมสร้างสมรรถนะ ประกอบด้วย กิจกรรมพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม กิจกรรมพัฒนาทักษะการคิดและการเรียนรู้ กิจกรรมพัฒนาทักษะเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการสื่อสาร กิจกรรมพัฒนาสุขภาพ ทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต (สภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2558; มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2559) การเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรนั้นเอื้อให้นิสิตได้เข้าถึงแหล่งสนับสนุนทางสังคม โดยเปิดโอกาสให้นิสิตได้สร้างสัมพันธ์ภาพกับเพื่อน ฝึกความสามัคคี สนุกสนาน ผ่อนคลาย และช่วยให้นิสิตปรับตัวได้ดีขึ้น (ขวัญเรือน สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, นัยนันต์ จิตประพันธ์, พันสยา วรธนวิไล และ เกษศิริรินทร์ ภูเพชร, 2559) นอกจากนั้นการทำกิจกรรมเสริมหลักสูตรยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับสภาวะสุขภาพจิตของนิสิต นักศึกษา (จตุพร อาญาเมือง, ปิยรัตน์ จิตรักดี, สุภาวัลย์ จาริยศิลป์, ทศนันท์ ทูมมานนท์ และดำรงศักดิ์ สอนแจ้ง, 2556)

3. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการรู้เท่าทันสื่อกับสุขภาพจิตของนิสิตชั้นปีที่ 1 พบว่า ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .001 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อแต่เนิ่น ๆ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยในการส่งเสริมพัฒนาการเด็ก (Navsaria & Sanders, 2015) ลดพฤติกรรมเสี่ยงและเพิ่มทักษะการคิดวิเคราะห์ (จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2559) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นทักษะสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาในยุคปัจจุบัน การมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อทำให้นิสิตมีความสามารถในการคัดกรอง เฝ้าระวังกับสื่อ และนำความรู้มาสร้างสรรค์การทำงาน ทำให้เกิดความมั่นคงทางจิตใจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ทำให้อยู่ในสังคมและโลกที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดังการศึกษาของ Bergsma (2004) ที่พบว่า การรู้เท่าทันสื่อมีความคล้ายคลึงกับการศึกษาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง (empowerment education) ในด้านการฝึกให้คนมีทักษะการคิดวิเคราะห์ (critical thinking) การตระหนักรู้ตัว และการเลือกวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งส่งเสริมให้บุคคลมีสภาวะที่ดีและลดความเสี่ยงของปัญหาสุขภาพ เช่น ลดปัจจัยเสี่ยงที่ก่อให้เกิดโรค Eating disorders ได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย (Wade, Davidson, & O'Dea, 2003)

นอกจากการรู้เท่าทันสื่อจะช่วยส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์ซึ่งสัมพันธ์กับการมีสุขภาวะที่ดีและลดความเสี่ยงทางสุขภาพจิตดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังพบว่าการที่นิสิตเป็นผู้สร้างสรรค์สื่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสุขภาพจิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leurs, Omerović, Bruinenberg, and Sprenger (2018) ซึ่งพบว่าการสอนทักษะการรู้เท่าทันสื่อผ่านการสร้างสรรค์สื่อ (Media Literacy through Making Media: MMM) ช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วม (Participation) และความยืดหยุ่นตัว (Resilience)

4. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อกับสุขภาพจิตของนิสิตชั้นปีที่ 1 พบว่า แนวทางการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .001 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้ แนวทางการรู้เท่าทันสื่อของนิสิตอยู่ในระดับสูงซึ่งสัมพันธ์กับสุขภาพจิต เนื่องจากการเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับสื่อ ช่วยให้หลีกเลี่ยงการตกเป็นเหยื่อของสื่ออย่างเข้าใจตามสภาพจริง ทั้งข้อดีและข้อเสีย มีศักยภาพในการรู้ทันสื่อและใช้สื่ออย่างมีเป้าหมาย แทนที่จะถูกสื่อครอบงำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Carbonell and Panova (2017) ที่กล่าวว่า สุขภาพจิตศึกษา (Psychoeducation) ที่สำคัญคือการสอนให้บุคคลปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมในการสื่อสารแบบใหม่ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social network sites: SNS) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม โดยทำความเข้าใจการทำงานของสื่อในการทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ (Gratification functions) จะช่วยให้บุคคลสามารถจัดการช่องทางการสื่อสารแบบใหม่และลดความเสี่ยงที่อาจจะได้รับจากช่องทางการสื่อสารนั้น ๆ ให้เหลือน้อยที่สุด และการศึกษาของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558) ซึ่งพบว่า เยาวชนที่มีการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาต่ำจะมีพฤติกรรมการบริโภคนิยมสูง อันแสดงให้เห็นว่าการรู้เท่าทันสื่อเป็นภูมิคุ้มกันไม่ให้เยาวชนผู้ซึ่งถูกโน้มน้าวชักจูงได้ง่ายส่งผลให้นิสิตสามารถจัดการกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความมั่นคงทางจิตใจ อันเป็นคุณลักษณะของการมีสุขภาพจิตที่ดี ดังเช่นการศึกษาของ Fardouly et al. (2018) ซึ่งพบว่า เด็กที่ใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าจะเปรียบเทียบ

รูปลักษณะของตนกับรูปลักษณะในโลกออนไลน์น้อยกว่า และมีสุขภาพจิตที่ดีกว่า กลุ่มเด็กที่พ่อแม่ไม่ได้ควบคุมเวลาในการใช้สื่อ สอดคล้องกับการศึกษาของ Burnette, Kwitowski, and Mazzeo (2017) ที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่นหญิงที่มีการรู้เท่าทันสื่อในระดับสูง จะมีการรับรู้รูปลักษณะของตนในเชิงบวก กล่าวคือ มีความสามารถในการชื่นชมความแตกต่าง และมีความมั่นใจในเรื่องรูปลักษณะของตน

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่าในยุคที่สื่อ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เข้ามามีบทบาทกับชีวิตของวัยรุ่นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะกิจกรรมในการดำเนินชีวิตส่วนมากของวัยรุ่นมักเกี่ยวข้องกับสื่อไม่ว่าจะเป็นการดำเนินชีวิตประจำวัน การติดต่อสัมพันธ์กับครอบครัวหรือเพื่อน รวมไปถึงการเรียนรู้ (ภัทรศิณี แสนลำแดง, 2557) ประกอบกับสื่อออนไลน์เพิ่งได้รับความนิยม ทำให้ยังไม่มีกฎหมายที่ครอบคลุมอย่างชัดเจนถึงสิ่งที่ทำได้และทำไม่ได้ (ณพล ผลการกุล และบุหงา ชัยสุวรรณ, 2559) ผู้ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้วัยรุ่นมีการเรียนรู้และตระหนักถึงเรื่องการใช้สื่ออย่างจริงจัง ทั้งในด้านการคัดเลือกสื่อที่เหมาะสม สามารถวิเคราะห์ถึงประโยชน์และคุณค่าของสื่อนำสื่อไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และสามารถผลิตสื่อที่มีคุณค่าออกมาเป็นประโยชน์ได้ ยิ่งไปกว่านั้น หากได้รับการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อแล้ว วัยรุ่นยังสามารถใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมสุขภาพจิตที่มีประสิทธิภาพ และเข้าถึงวัยรุ่นได้มากกว่าการสอนบอกในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว (Bergsma, 2011; Brown, 2006; Das et al., 2016)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ และแนวทางการรู้เท่าทัน และวิเคราะห์สื่อมีความสัมพันธ์ต่อระดับสุขภาพจิตของนิสิต ดังนั้น การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาสุขภาพจิตให้กับเยาวชนผู้ที่จะกลายมาเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์เป็นแนวทางในการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

1. พัฒนทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยจัดฝึกอบรมการรู้เท่าทันสื่อ ให้อยู่ในระดับมีโอกาสฝึกการเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ สืบสาวไปยังต้นแหล่งของข้อมูล เรียนรู้ที่จะวิเคราะห์ประโยชน์และโทษของสารที่ได้รับ และกระตุ้นให้อยู่ในระดับสนใจเนื้อหาข้อมูลที่หลากหลายจากสื่อหลายแหล่ง เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการใช้สื่อ และเพิ่มข้อมูลเปรียบเทียบในการคิดวิเคราะห์

2. พัฒนทักษะการคิดวิเคราะห์ โดยการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น เกม กิจกรรมนันทนาการ สถานการณ์สมมติ หรือกรณีศึกษา เพื่อเปิดโอกาสให้อยู่ในระดับได้พัฒนากระบวนการคิด และเรียนรู้วิธีวิเคราะห์แยกแยะสิ่งที่รับรู้ทั้งในชีวิตจริงและการรับรู้ผ่านสื่อ อันจะช่วยให้สามารถคัดกรองสื่อที่มีประโยชน์ออกจากสื่อที่มีอยู่มากมายและยังเป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตในด้านอื่น ๆ เช่น การเรียนการทำงาน เป็นต้น

3. กระตุ้นให้อยู่ในระดับสร้างสรรค์สื่อ โดยสอดแทรกในกิจกรรมการเรียนการสอน เช่น ให้นำเสนอรายงานในรูปแบบคลิปวิดีโอ หรือจัดทำเว็บเพจเผยแพร่องค์ความรู้ เป็นต้น เพื่อให้อยู่ในระดับมีประสบการณ์ในการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ เป็นการพัฒนาแนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อ โดยเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อสื่อจากผู้รับสารเป็นผู้ใช้สื่อในการส่งสาร เพื่อให้เข้าใจกระบวนการเกิดสื่อมากขึ้น

4. เสริมสร้างศักยภาพของอาจารย์ในการรู้เท่าทันสื่อเพื่อให้เป็นตัวแบบกับนิสิต โดยจัดฝึกอบรมทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้กับอาจารย์ รวมถึงการอบรมเทคนิควิธีการ และกิจกรรมที่จะช่วยเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพื่อให้อาจารย์สามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอนและพัฒนา นิสิตต่อไป

5. จัดตั้งกลุ่มเครือข่ายรู้เท่าทันสื่อ ในลักษณะเพื่อนช่วยเพื่อน เพื่อเป็นพื้นที่ให้อยู่ในระดับแบ่งปันประสบการณ์การใช้สื่อระหว่างกัน เช่น ให้เพื่อนในเครือข่ายแนะนำแอปพลิเคชันที่มีประโยชน์ แบ่งปันประสบการณ์ที่เคยเจอปัญหาในการใช้สื่อ แนะนำวิธีการรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นต้น เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อน หากสามารถสร้างเครือข่ายกลุ่มวัยรุ่นที่ช่วยกันให้คำแนะนำ แบ่งปันประสบการณ์ และคอยดูแลกันและกันในเรื่องการใช้สื่อ โดยมีผู้ใหญ่เป็นที่ปรึกษา ก็จะทำให้วัยรุ่นเข้าถึงแหล่งสนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ. (2561). การรู้ทันสื่อ การรู้ทันตนเองกับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย.
- วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 37(1), 200-213.
- ขวัญเรือน สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, นัยนันต์ จิตประพันธ์, พันสยา วรธนวิไล และเกษศิริพันธ์ ภูเพชร. (2559). ภาวะสุขภาพจิตและการปรับตัวของนักศึกษา วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา. **วารสารพยาบาลสงขลานครินทร์**, 36, 146-159.
- จตุพร อาญาเมือง, ปิยรัตน์ จิตรภักดี, สุภาวัลย์ จารีย์ศิลป์, ทศนันท์ ทูมมานนท์ และดำรงศักดิ์ สอนแจ้ง. (2556). สภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษาสาธารณสุข ชุมชน จังหวัดชลบุรี. **วารสารสาธารณสุขศาสตร์**, 43(2), 188-200.
- จกกฤษฎิยะ. (2557). **การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อการบริหาร งานก่อสร้าง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทคโนโลยีเดอร์ (2001) อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.
- จินตนา ต้นสุวรรณนท์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา กับ พฤติกรรมบริโภคนิยมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิจัยมสด**, 11(1), 93-111.
- _____. (2559). สร้างการรู้เท่าทันสื่อ คือ การพัฒนาคุณภาพสื่อและผู้บริโภคสื่อ ในสังคมไทยอย่างยั่งยืน. **วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์**, 9(2), 89-97.
- จุฑารัตน์ สติปัญญา และวัลลภา คชภักดี. (2551). **สุขภาพจิต**. สงขลา : นาคศิลป์โฆษณา. ฌพล ผลการกุล และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2559). ผลกระทบจากโฆษณาบนเฟซบุ๊ก และแนวทางการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาบนเฟซบุ๊ก. **วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า**, 2(1), 18-42.
- นัทรทัย อุบล. (2552). **แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการคิดวิเคราะห์ กับการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาสมุทรปราการ เขต 1**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

นุติ หนูไฟโรจน์. (2558). การประเมินความสามารถด้านการรู้สื่อของเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย. **วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์**, 9(2), 147-171.

พนม เกตุมาน. (ม.ป.ป.). **ปัญหาพฤติกรรมวัยรุ่น**. สืบค้นจาก http://www.psyclin.co.th/new_page_57.htm.

พิพัฒน์ อัมพพร, ทิพรรัตน์ ลิขธิวงศ์ และ ดิเรก ชีระกูธ. (2560). ผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้เชิงรุกวิชาการออกแบบและผลิตสื่อกราฟฟิกคอมพิวเตอร์ สำหรับนักศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี. **วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร**, 19(2), 145-154.

เพ็ญพักตร์ เตียวสมบูรณ์กิจ และณรงค์ ขำวิจิตร์. (2559). ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป. **วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา**, 9(1), 93-105.

แพรวพรรณ อัครประสา. (2557). แนวคิดและทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ. ใน **ฐานะวัฒน์ สุขวงศ์, ชมพูนุช นุตาคม, ชนิษฐา ปาลโมกษ์ และศศิพร ต่ายคำ (บรรณาธิการ), รู้เท่าทันสื่อ**. (น. 59-78). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ภัทรคินี แสงสำแดง. (2557). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่นในจังหวัดสกลนคร. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร**, 6(12), 47-58.

ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). **การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

มรรยาท รุจิวิซชญ์. (2556). **การจัดการความเครียดเพื่อสร้างเสริมสุขภาพจิต**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2559). **แนวปฏิบัติในการดำเนินกิจกรรมนิสิต หลักเกณฑ์การเทียบค่าประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมนิสิตตามโครงสร้างกิจกรรมเสริมหลักสูตร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รายงานสรุปข้อมูลนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำหรับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) สืบค้นจาก <https://regis.ku.ac.th>

- วิไลลักษณ์ พงศ์โสภา. (2555). **สุขวิทยาจิต**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีดา ตันทะอธิพานิช. (2555). **รู้เท่าทันสื่อ ICT**. กรุงเทพฯ : เอเชีย แปซิฟิก ออฟเซ็ท.
- สภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2558). **ข้อบังคับว่าด้วยการศึกษาขั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2558**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อภิชัย มงคล และคณะ. (2552). **การพัฒนาและทดสอบดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทย (Version 2007)**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- อุษา บิ๊กกินส์. (2555). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 26(80), 147-161.
- Bergsma, L. J. (2004). Empowerment Education : The Link between Media Literacy and Health Promotion. **American Behavioral Scientist**, 48(2), 152-164. doi:10.1177/0002764204267259
- Bergsma, L. J. (2011). Media Literacy and Health Promotion for Adolescents. **Journal of Media Literacy Education**, 3(1), 25-28.
- Brown, J. D. (2006). Media Literacy Has potential to Improve Adolescents' Health. **Journal of Adolescent Health**, 39, 459-460.
- Burnette, C. B., Kwitowski, M. A., & Mazzeo, S. E. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media:" A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. **Body Image**, 23, 114-125. doi:https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001
- Carbonell, X., & Panova, T. (2017). A critical consideration of social networking sites' addiction potential. **Addiction Research & Theory**, 25(1), 48-57. doi:10.1080/16066359.2016.1197915
- Choi, M., Park, S., & Cha, S. (2017). Relationships of Mental Health and Internet Use in Korean Adolescents. **Archives of Psychiatric Nursing**, 31(6), 566-571. doi:https://doi.org/10.1016/j.apnu.2017.07.007

- Das, J. K., Salam, R. A., Lassi, Z. S., Khan, M. N., Mahmood, W., Patel, V., & Bhutta, Z. A. (2016). Interventions for Adolescent Mental Health : An Overview of Systematic Reviews. **The Journal of Adolescent Health**, 59(4), S49-S60. doi:10.1016/j.jadohealth.2016.06.020
- Fardouly, J., Magson, N. R., Johnco, C. J., Oar, E. L., & Rapee, R. M. (2018). Parental Control of the Time Preadolescents Spend on Social Media: Links with Preadolescents' Social Media Appearance Comparisons and Mental Health. **Journal of Youth and Adolescence**, 47(7), 1456-1468. doi:10.1007/s10964-018-0870-1
- Leurs, K., Omerović, E., Bruinenberg, H., & Sprenger, S. (2018). Critical media literacy through making media: A key to participation for young migrants? **Communications**. 43, pp. 427.
- Navsaria, D., & Sanders, L. M. (2015). Early Literacy Promotion in the Digital Age. **Pediatric clinics of North America**, 62(5), 1273-1295. doi:10.1016/j.pcl.2015.06.002
- Wade, T. D., Davidson, S., & O'Dea, J. A. (2003). A preliminary controlled evaluation of a school-based media literacy program and self-esteem program for reducing eating disorder risk factors. **International Journal of Eating Disorders**, 33(4), 371-383. doi:doi:10.1002/eat.10136
- We are social and Hootsuite. (2018). **Digital in 2018 in Southeast Asia**. Retrieved from <http://www.slideshare.net/mobile/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-1-northwest-86866386>.
- Yamane, T. (1973). **An Introduction Analysis**, (3rd ed). New York : Harper and Row.

Translated Thai References

- Apichai Mongkol et al. (2009). **The Development and Testing of Thai Mental Health Indicator Version 2007**, Bangkok : The Agricultural Co-operative Federation of Thailand Commercial Printer. [in Thai].
- Chintana Tansuwannond. (2015) The Relationship between Advertising Media Literacy and Consumerism Behavior of Youth in Bangkok. **SDU Research Journal**, 11(1), 93-111. [in Thai].
- Chintana Tansuwannond. (2016) Enhancing Media Literacy is to Sustainably Develop the Quality of Media and Media Consumers in Thai Society. **The Journal of Faculty of Applied Arts**, 9(2), 89-97. [in Thai].
- Chutarat Sathirapanya and Wallapa Kotchabhakdi. (2008). **Mental Health**, Songkhla : Namsilp Advertising. [in Thai].
- Gritsanaporn Prasitwisate. (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. [in Thai].
- Jakkrit Piya. (2014). **A study of Social media for construction management Case study : Construction of Techno-BUILDER (2001) Limited Partnership Amphur Maung Nakhon Ratchasima**. (Thesis of Master's Degree). Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima. [in Thai].
- Jatuporn Ayamuang, Piya Rat Jitpakdee, Supawan Jariyasilp, and Thasanan Thummanon. (2013). Mental Health Conditions of Community Health Students in Chonburi Province. **Journal of**

Public Health, 43(2), 188-200. [in Thai].

Khwanruean Sanitwong Na Ayuttaya, Naiyanan Jitprapan, Pannatsaya Wannawilai, and Kedsirin Phuphet. (2016). Mental Health and Adjustment of Vocational College Students, Songkhla.

Songklanagarind Journal of Nursing, 36, 146-159. [in Thai].

Manyat Ruchiwit. (2013). **Stress Management for Enhancing Mental Health**, (2nd ed). Bangkok : Thammasat University. [in Thai].

Napol Palakorngul and Bu-nga Chaisuwan. (2016). Effect and Media Literacy Guideline for Facebook Advertising. **Journal of Communication and Management NIDA**, 2(1), 18-42. [in Thai].

Nudee Nupairoj. (2015). Media Literacy Needs Assessment for Thai Generation Y. **Dhurakij Pundit Communication Arts Journal**, 9(2), 147-171. [in Thai].

Nuthathai Ubol. (2009). **Relationship Pattern between Analytical Thinking Ability and Newspaper Literacy of High School Students, Samutprakarn Education Area 1' Office**. (Thesis of Master's Degree). Srinakharinwirot University, Bangkok. [in Thai].

Ousa Biggins. (2012). Media and Information Literacy. **Suthiparithat Journal**, 26(80), 147-161. [in Thai].

Panom Katumarn. (n.d.). **Problem Behavior in Adolescence**. Retrieved from http://www.psyclin.co.th/new_page_57.htm. [in Thai].

Panuwat Kongrach. (2011). **The Study of Teenagers' Behaviors in Using Social Networking Sites (SNSs) in Thailand : A Case Study of Facebook**. (Thesis of Master's Degree). Thammasat University, Bangkok. [in Thai].

- Patsinee Sansomedang. (2014). Teenagers' Skills of Knowing What's What and as Much as the Mass and Modern Media's Knowing in Sakon Nakhon Province. **Sakon Nakhon Rajabhat University Journal**, 6(12), 47-58. [in Thai].
- Penpak Tiaosombunkij and Narong Khamwijit. (2016). Media Literacy of Thai Television Audiences under the Changing Television Landscape. **Journal of Public Relations and Advertising**, 9(1), 93-105. [in Thai].
- Pipat Auttaput, Tipparat Sittiwong and Direk Teeraputon. (2017). The effects of using social network and active learning in the design and production of computer graphics course for undergraduate students. **Journal of Education Naresuan University**, 19(2), 145-154. [in Thai].
- Praewpan Akkaprasa. (2014). Concepts and Theories of Media literacy. In Thanawattana Sukwong, Chomphoonut Nutakom, Khanittha Palmoke and Sasiporn Taikham (Editors), **Media Literacy**. (P. 59-78). Bangkok : Suan Dusit Rajabhat University. [in Thai].
- Srida Tanthaatipanich. (2012). **ICT Media Literacy, Bangkok: Asia Pacific Offset Co., Ltd.** [in Thai].
- Wilailuck Pongsopha. (2012). **Mental Hygiene**, Bangkok : Chulalongkorn University. [in Thai].