



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเนอเรนซ์แซด โรงพยาบาลศูนย์
แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2



อัญชลี อินทเสนา

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารทางการพยาบาล
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์
แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารทางการพยาบาล
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด

โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2"

ของ อัญชลี อินทะเลน

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทางการพยาบาล

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.จรรยา สันตยากร)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรรัตน์ หรือตระกูล)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญาณัฐ สารกธรรณชัย)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรองกาญจน์ ชูทิพย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2
ผู้วิจัย	อัญชลี อินทะเสน
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรรัตน์ หรือตระกูล
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ พย.ม. การบริหารทางการพยาบาล, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2566
คำสำคัญ	การรู้เท่าทันสื่อ, เจนเนอเรชั่นแซด, พยาบาลวิชาชีพ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพยากรณ์ (Predictive research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 โดยเป็นพยาบาลวิชาชีพที่มีปีเกิดตามบัตรประจำตัวประชาชน ตั้งแต่ ปี พ.ศ.2540 - 2555 จำนวน 174 คน ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานต่างๆ ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportion Stratified Random Sampling) ของจำนวนพยาบาลวิชาชีพในแต่ละกลุ่มงาน จำนวน 9 กลุ่มงาน เพื่อให้ได้ตัวแทนเป็นสัดส่วนของแต่ละกลุ่มงาน จำนวน 185 คน จากจำนวนประชากร ทั้งหมด 290 คน จากนั้นดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน ให้ได้จำนวนตามที่ต้องการ คำนวณขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรในแต่ละแผนก เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย คำถาม 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2-3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม ที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามการรู้เท่าทันสื่อ ตามกรอบแนวคิดของ UNESCO (2013) ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน มีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.92 0.96 และ 0.94 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{x}=4.28$, $SD=0.48$) และ ปัจจัยภายในบุคคลได้แก่ การเลือกเปิดรับสื่อ การคิดวิจารณ์ญาณ และปัจจัยสภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซตโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ได้ร้อยละ 58.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($R^2 = .588$, $p < .05$)



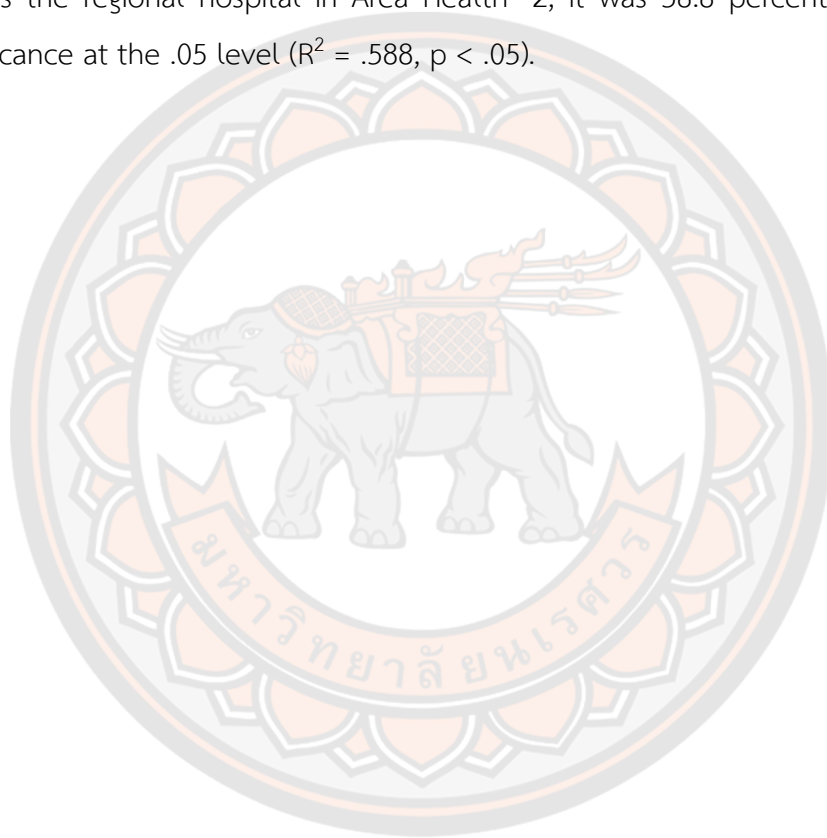
Title	FACTORS INFLUENCING MEDIA LITERACY AMONG GENERATION Z PROFESSIONAL NURSES, THE REGIONAL HOSPITAL IN AREA HEALTH 2
Author	Anchalee Intasan
Advisor	Assistant Professor Jirarat Ruetrakul, Ph.D.
Academic Paper	M.N.S. Thesis in Nursing Administration, Naresuan University, 2023
Keywords	Media literacy, Generation Z, Professional nurses

ABSTRACT

This research is a predictive research. The objective is to study factors that influence media literacy among Generation Z professional nurses, the regional hospital in Area Health 2, the population in this research is a Generation Z professional nurse. Working in a regional hospital in Area Health 2, there were 174 professional nurses with birth years listed on their national ID cards from 1997 - 2012. The researcher selected samples from various agencies using Proportion Stratified Random Sampling of the number of professional nurses in each work group, totaling 10 work groups, in order to obtain proportional representation of each work group. Number of 185 people out of a total population of 290 people. Then proceed with random sampling. Using simple random sampling (Simple random sampling) by drawing lots without returning. Get the desired amount. Calculate the sample size based on the population proportion in each department. The tool used in this research is a questionnaire, which the researcher created himself from reviewing the literature and related documents. It consists of 4 questions. Part 1 is a questionnaire on personal information of the sample group. Parts 2-3 are questionnaires on factors within the individual. Social factors, environment that relates to media literacy and part 4 is a media literacy questionnaire According to the UNESCO Conceptual Framework (2013), content validity was checked by 3 experts. The reliability of the questionnaire was 0.92, 0.96, and 0.94, respectively. Data were analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation and

stepwise multiple regression analysis.

The results of the research found that the media literacy level of Generation Z professional nurses, the regional hospital in Area Health 2, the overall level of media literacy was high ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.48$) and the factors within the individual included Selecting media exposure critical thinking and environmental factors It is a factor that influences media literacy among Generation Z professional nurses the regional hospital in Area Health 2, it was 58.8 percent, with statistical significance at the .05 level ($R^2 = .588$, $p < .05$).



ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรรัตน์ หรือตระกูล ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จรรยา สันตยากร ประธานสอบวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

กราบขอบพระคุณ ดร. รุ่งทิวา บุญประคม ดร. แสงเดือน อภิรัตน์วงศ์ ดร. กมลรจน์ วงษ์จันทร์หาญ ที่ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัยและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อปรับปรุงให้เครื่องมือวิจัยมีความเหมาะสมมากขึ้น

กราบขอบพระคุณ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวรที่กรุณารับรองจริยธรรมในมนุษย์เพื่อดำเนินการวิจัย ขอขอบพระคุณ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลพุทธชินราช พิษณุโลก และคณะกรรมการวิจัยโรงพยาบาลพุทธชินราช พิษณุโลก ที่เห็นชอบให้ดำเนินการวิจัย และที่สำคัญยิ่ง ต้องขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่เข้าร่วมการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว และเพื่อนร่วมงานของผู้วิจัยที่ให้การกำลังใจและให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างดีเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบ และอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อพยาบาลวิชาชีพทุกระดับที่จะมีการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและเป็นพยาบาลดิจิทัลที่มีคุณภาพเพื่อความสำเร็จของวิชาชีพการพยาบาล ต่อไป

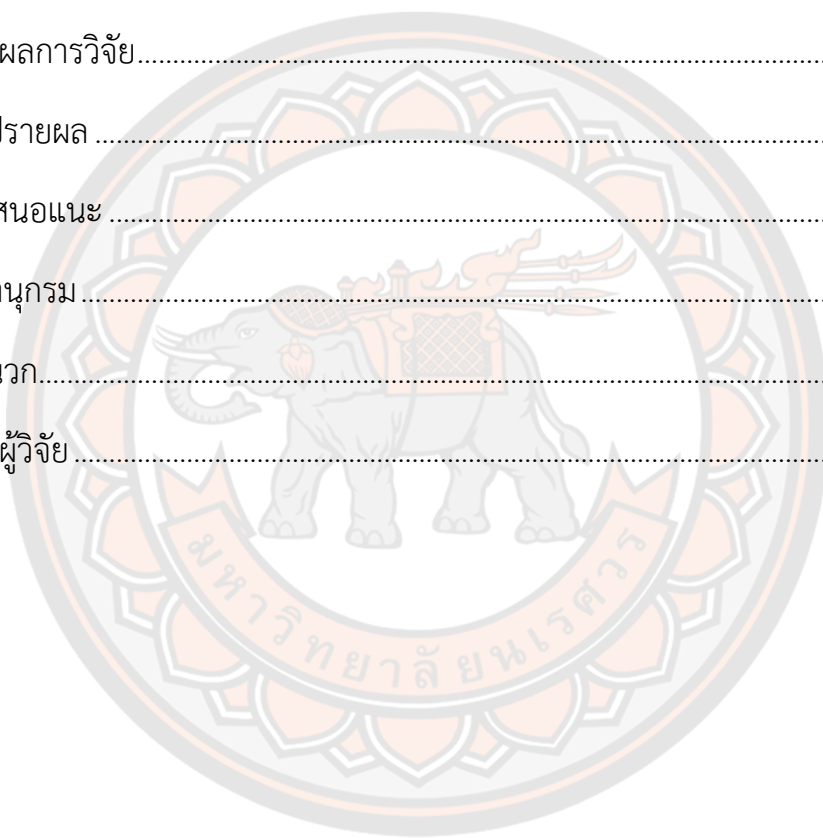
อัญชลี อินทเสนา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
ประกาศคุุณุปการ.....	ช
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
คำถามการวิจัย.....	5
สมมุติฐานการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. การรู้เท่าทันสื่อ.....	10
1.1 ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ.....	10
1.2 แนวคิด/ทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy).....	11

1.3 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์.....	18
1.4 การวัดการรู้เท่าทันสื่อ	24
2. พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต.....	25
2.1 การแบ่งเจเนอเรชั่น	25
2.2 ความหมายของเจเนอเรชั่นแซต.....	26
2.3 พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต	27
2.4 พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์	27
3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ.....	29
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ	47
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง	51
การวิเคราะห์ข้อมูล	52
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	54
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่ง หนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2.....	54
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมของ พยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซต ที่เกี่ยวข้องกับ การรู้เท่าทันสื่อ	56

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2	57
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และปัจจัยที่พยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อ ของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2	57
บทที่ 5 บทสรุป	61
สรุปผลการวิจัย	62
อภิปรายผล	63
ข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	73
ประวัติผู้วิจัย	83



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 สังเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ	32
ตาราง 2 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	46
ตาราง 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพิสัย ของข้อมูลส่วนบุคคล ของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2.....	55
ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัย ทางสังคมสภาพแวดล้อมของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2.....	56
ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2	57
ตาราง 6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคม สภาพแวดล้อม กับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์ ในเขตสุขภาพที่ 2.....	58
ตาราง 7 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (R) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยตัวแปร (R^2) และ ทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์เพิ่มขึ้น (Adjust R^2) ในการพยากรณ์การรู้เท่าทัน สื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 โดย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis).....	59
ตาราง 8 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนดิบ (b) และคะแนนมาตรฐาน (Beta) และผล การทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณที่ใช้พยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อ ของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2.....	60

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	44



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร ที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่ “ สังคมแห่งดิจิทัล ” ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทั่วโลก ทั้งด้านการติดต่อสื่อสารและการดำเนินการทางด้านธุรกิจค้าขายต้องพึ่งพาการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งผู้ใช้สามารถใช้เทคโนโลยีนี้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์แบบพกพา หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ เทคโนโลยีการสื่อสารนี้ ประกอบด้วย โปรแกรม (Program) และแอปพลิเคชัน (Application) จำนวนมาก ที่ถูกคิดค้นและพัฒนาอยู่ตลอดเวลาให้ก้าวล้ำทันสมัย และผู้ใช้ก็สามารถใช้งานได้อย่างง่ายและมีอิสระ (เอมีการ์ ศรีธาดู ,2560) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานวิจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า ประชากรประเทศไทย ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ตสูงเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยใช้เวลาเฉลี่ย 9 ชั่วโมง 38 นาที มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 57 ล้านคน จากประชากร 69.11 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 82 ของประชากรทั้งหมด พบร้อยละ 90 ใช้งานประเภทสื่อสังคมออนไลน์ คือ Facebook ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยม (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561)

สื่อสังคมออนไลน์ (social media) เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันมากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่บนโลกออนไลน์ที่ผู้คนแบ่งปันข้อมูล ข่าวสารสิ่งที่สนใจร่วมกันและสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันเป็นเครือข่าย โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง ทั้งในเรื่องส่วนบุคคล ภาคธุรกิจ หรือภาคส่วนต่าง ๆ สาเหตุที่สื่อสังคมออนไลน์ ได้รับความนิยมขึ้นเรื่อย ๆ มาจากการใช้งานที่ง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว มีการแสดงความคิดเห็นไปมา และสื่อที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะที่หลากหลาย เช่น ข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ (กชกร บุญยพิทักษ์สกุล, 2562) ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันอย่างมาก ในการติดตามข่าวสารทั้งในประเทศและต่างประเทศ ติดตามความเคลื่อนไหวของสังคม การซื้อขาย การเรียนและการพักผ่อน (วราพร คำจับ, 2562) สื่อสังคมออนไลน์เป็นการสื่อสารสองทาง หรือการสนทนาที่มีผู้เข้าร่วมได้ทีละหลายคน สามารถโต้ตอบกันได้ทันที ช่วยลดการผูกขาดการแพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียวของสื่อกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ถือเป็นปรากฏการณ์เชิงบวกที่เปิดโอกาสให้พลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมต่อประเด็นสาธารณะต่าง ๆ ในสังคม เป็นช่องทางที่ประหยัด สะดวก และรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูล

ความรู้ในสิ่งที่สนใจ ร่วมกันได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้นการสื่อสารออนไลน์จึงช่วยให้พันธะของโลก กระแสสังคมได้รวดเร็วมาก สามารถสร้างและต่อยอดความรู้ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่มีประโยชน์ จนเกิดเป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม เช่น Wikipedia และเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นช่องทางในการ ระดมทุน ความคิดเห็น หรือทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ เพื่อ การพัฒนาสังคมด้านใด ด้านหนึ่ง เป็นช่องทางในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น ภาพถ่าย บทความ วิดีโอต่าง ๆ ช่วย สร้างผลงานและรายได้แก่ตนเองและครอบครัว เช่น การขายของออนไลน์ เป็นช่องทางการ ประชาสัมพันธ์ทั้งแบบเร่งด่วนและไม่เร่งด่วน เช่น แจกจุดเกิดอุบัติเหตุ ขอรับบริจาคโลหิต สื่อสังคม ออนไลน์ สามารถเข้าถึงได้ง่าย ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน ที่สะดวกต่อการพกพา ช่วยคลายเครียด และ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากการสนทนากับเพื่อน และการเปิดรับความบันเทิงต่าง ๆ ได้ (กระทรวง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559) สื่อสังคมออนไลน์ แม้ลักษณะของเครือข่ายสังคม ออนไลน์จะเป็นสื่อให้ข้อมูลข่าวสารสามารถกระจายออกได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางมี คุณประโยชน์มากมายในด้านการติดต่อสื่อสาร แต่ก็เปรียบเสมือนดาบสองคม หากผู้ใช้ขาดคุณธรรม จริยธรรม สามัญสำนึก การรู้จักเคารพสิทธิของผู้อื่น และความระมัดระวังในการใช้แล้ว สังคม ออนไลน์เหล่านี้ก็จะเป็ "สังคมอันตราย"ที่จะเป็นด้านมืดของสังคมไทย (กระทรวงเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร, 2559) ด้วยสถานการณ์หลังการแพร่ระบาดของเชื้อCovid-19 สังคมต้อง เว้นระยะห่างทางสังคมจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ยิ่งทำให้คนนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น เพื่อติดตามข้อมูล หาความรู้ หาความบันเทิง และทำธุรกิจเป็นต้น ข้อมูลข่าวสารที่ถูกนำเสนอผ่าน สื่อสังคมออนไลน์นั้นมีมากมาย ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้รับสารสังคมออนไลน์เป็นหลัก มีการ เผยแพร่ข่าวรวมถึงคลิปเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมจำนวนมากให้ผู้รับสาร สามารถเลือก เปิดรับได้ตามความพึงพอใจ แต่ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ก็เชื่อว่าจะเป็นข่าวสารที่มี ความถูกต้องในทุกข่าวเสมอไป มีการสร้างข่าวเท็จ ขึ้น และถูกหยิบยกขึ้นมาเสนอในสื่อสังคม ออนไลน์ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น ขาดกระบวนการตรวจสอบ ความถูกต้องของข้อมูล และไม่จำเป็นต้องมีผู้รับผิดชอบต่อข่าวสารที่นำเสนอ (ชัชฎา อัครศรีวร และ คณะ, 2562) สิ่งสำคัญที่สุดคือ ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อของตัวเอง ที่จะช่วยให้ไม่ตก เป็นเหยื่อในการลวงได้อีกต่อไป (ชนินทร์ พุ่มบัณฑิต และกมลชนก ยวดยง, 2565)

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ถือเป็นเกราะป้องกันที่สำคัญของผู้รับสารในการเลือก เข้าถึง รวมถึงการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อย่างชาญฉลาด และไม่ตกเป็นเหยื่อของ ข่าวลือ ข่าวลอก ในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์มีความแตกต่างจากข่าวสารใน สื่อหลักอย่างหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ โดยข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นได้จากบุคคลที่ มีสื่อสังคมออนไลน์ในมือและนำเสนอ ตามความสนใจ ทัศนคติของตนเอง โดยข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อ สังคมออนไลน์บางข่าวขาดกระบวนการ กลั่นกรอง ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร จึงทำให้บ่อยครั้ง

ที่ ผู้รับสารสามารถ พบเจอข่าวสาร มากมายในสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ได้เป็นข่าวที่มีความถูกต้องเสมอไป ปัญหาการรู้เท่าทัน สื่อของคนในสังคมก็ยังสามารถพบเห็นได้อย่างแพร่หลาย ซึ่งปัญหาการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์นั้น ส่วนใหญ่เกิดจากการเชื่อเพื่อน ครอบครัว และบุคคลที่คิดว่าน่าเชื่อถือ ก่อให้เกิด พฤติกรรมการแชร์ บอกรับ และเชื่อในข้อมูลทันทีโดยขาดการตรวจสอบ ซึ่งส่งผลนำไปสู่ การเผยแพร่ข้อมูล ที่บิดเบือน หรือเข้าสู่ กระบวนการเป็นส่วนหนึ่งของผู้เผยแพร่ข่าวโดยไม่รู้ตัว (พิชราภา เอื้ออมรวนิช, 2561) การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) จึงเป็นทักษะชีวิตที่จำเป็นในยุคปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง การที่บุคคลจะรู้เท่าทันสื่อจำเป็นต้องมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งตามกรอบแนวคิดของ UNESCO 2013 ประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อ การประเมินค่าสื่อ และการสร้างสรรค์สื่อ ซึ่งทักษะเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่บุคคล โดยช่วยให้ตระหนักว่าเนื้อหาจากสื่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมอย่างไร นอกจากนั้นจะช่วยให้ไม่ถูกรบกวนจากสื่อ และหรือแหล่งผลิตสื่อที่คาดหวังผลกำไรที่จะหลอกล่อให้ซื้อสินค้า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อจะช่วยเสริมสร้างพลังอำนาจให้สามารถเลือกรับและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพในบริบทต่าง ๆ (ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน, 2562)

ด้านการแพทย์และสาธารณสุข ระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศ เป็นองค์ประกอบสำคัญด้านสุขภาพ ที่เป็นกลไกในการกำหนดทิศทางการพัฒนาทั้งนโยบายยุทธศาสตร์และมาตรการต่าง ๆ เพื่อการขับเคลื่อนการดำเนินงานสาธารณสุขให้บรรลุตามเป้าหมายซึ่งสารสนเทศสุขภาพ (Health Information) ที่ดีต้องมีความถูกต้อง ครอบคลุม พอเพียง ทันสมัย สามารถตอบสนองต่อความต้องการ จำเป็นด้านสุขภาพ (Health Needs)และสอดคล้องกับสถานการณ์สุขภาพที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะช่วยในการตัดสินใจเพื่อการพัฒนาสาธารณสุข ทั้งในด้านการรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การควบคุม ป้องกันโรค และการฟื้นฟูสุขภาพ (สรารัฐ ภูวสันติ และยอดชาย สุวรรณวงศ์, 2564) โรงพยาบาลหลายแห่งได้มีการนำเทคโนโลยีด้านสารสนเทศมาใช้บันทึกข้อมูลทางการแพทย์ และการใช้สื่อออนไลน์ในการสนับสนุนการให้การดูแลผู้ป่วยและการส่งข่าวสารข้อมูล การประเมินการดูแลผู้ป่วย เพื่อช่วยประหยัดเวลา ลดการใช้ทรัพยากรและลดการคลาดเคลื่อนในการรายงาน ผลการตรวจทางห้องปฏิบัติการตรวจทางรังสีต่าง ๆ หรือ การเฝ้าติดตามประเมินอาการของผู้ป่วยซึ่งในปัจจุบันมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรทางสุขภาพทุกระดับ ช่วยให้การบริหารจัดการในการดูแลรักษาพยาบาลเป็นไปอย่างรวดเร็วเที่ยงตรง ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนในการดูแลรักษาผู้ป่วย เช่น การถ่ายภาพเอ็กซเรย์การถ่ายภาพบาดแผล เพื่อพิจารณาให้การรักษาเพิ่มเติม เป็นต้น นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ ยังมีประโยชน์ในการเสริมสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคลากรและผู้ให้บริการ เช่น การให้ข้อมูลในการดูแลตนเองด้านสุขภาพแก่ผู้รับบริการ การเพิ่มช่องทางการให้คำปรึกษาเมื่อผู้ป่วยกลับบ้านเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถใช้ในการแก้ไขปัญหาด้วยตนเองเบื้องต้น หรือ ใช้ในการพัฒนาองค์ความรู้ทางการแพทย์ของวิชาชีพ เป็นแหล่งค้นข้อมูลความรู้ เป็นช่องทางในการปรึกษาคนไข้เฉพาะราย ปัจจุบัน

ผู้รับบริการสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับโรคที่ตนเป็นอยู่ การรักษา ยาต่าง ๆ ได้เอง (ทริยาพรรณ สุภามณี และกาญจนา ธารณะ, 2558) สำหรับโรงพยาบาลในเขตสุขภาพที่ 2 มีการจัดระดับศักยภาพหน่วยสถานบริการสุขภาพโดยในระดับตติยภูมิ ได้แก่ โรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลทั่วไปขนาดใหญ่ และโรงพยาบาลทั่วไปขนาดเล็ก โรงพยาบาลศูนย์ รับผิดชอบให้บริการ ประชากรในเขตสุขภาพที่ 2 จำนวน 3,527,388 คน (สำนักบริหารสาธารณสุข สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2556) มีศูนย์เชี่ยวชาญหลายสาขา เช่น สาขามะเร็ง สาขาโรคหัวใจ สาขาทารกแรกเกิด สาขาการปลูกถ่ายอวัยวะ และสาขาอุบัติเหตุ โรงพยาบาลศูนย์ให้บริการประชากรจำนวนมากจึงมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้ในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ได้แก่ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงพยาบาล และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

สำหรับพยาบาล ในยุคสังคมดิจิทัลคงปฏิเสธไม่ได้ว่าจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี ต่าง ๆ เหล่านี้ในฐานะที่พยาบาลเป็นส่วนหนึ่งของทีมสุขภาพมีหน้าที่ให้การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งการ ส่งเสริม ป้องกัน รักษาฟื้นฟู พยาบาลวิชาชีพนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการพัฒนาการบริการเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้รวดเร็ว การส่งเสริมภาวะสุขภาพของผู้ใช้บริการโดยการให้ความรู้สำหรับประชาชน และการพัฒนาแนวทางปฏิบัติเพื่อนำมาใช้ในการดูแล ผู้รับบริการ และพยาบาลวิชาชีพยังสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ และยังสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการค้นหา ข้อมูลการแลกเปลี่ยนความรู้ นำเสนอผลงานของตนเอง การประชาสัมพันธ์องค์กร ซึ่งถือได้ว่าเป็นการพัฒนาตนเองของพยาบาลและวิชาชีพพยาบาลอีกทางหนึ่งด้วย (ทริยาพรรณ สุภามณี และกาญจนา ธารณะ, 2558) ในปัจจุบันมีพยาบาลวิชาชีพที่กำลังปฏิบัติงานในระบบสุขภาพ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ช่วงวัย ได้แก่ พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่น บี (Baby Boomer Generation) พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) และพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด (Generation Z) (อนุชา ไทยวงษ์ และบุญพิชชา จิตต์ภักดี, 2563) ซึ่งพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด เป็นกลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ พ.ศ. 2540 - 2555 (จักรพล สงวนรัมย์, 2562) เป็นพยาบาลวิชาชีพรุ่นใหม่กลุ่มแรกในศตวรรษที่ 21 ที่เติบโตมาท่ามกลางสังคมแบบดิจิทัลดำเนินชีวิตแบบการติดต่อสื่อสารไร้สาย โดยอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต (Bencsik A, 2016) เป็นพยาบาลวิชาชีพที่กำลังเริ่มต้นการทำงาน ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา มีประมาณ 8,000-10,000คน ซึ่งจะกำลังสำคัญในระบบสุขภาพในการดูแลประชาชนให้มีสุขภาพดี พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด ยังเป็นน้องใหม่ที่ขาดทักษะและประสบการณ์ ชอบสื่อสารผ่านเทคโนโลยี สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าการสื่อสารกับตัวบุคคลทำให้มีทักษะในการสื่อสารระหว่างตัวบุคคลต่ำ เมื่อเกิดความสงสัยจะค้นหาคำตอบในโลกออนไลน์ มากกว่าจะสอบถามจากผู้มีประสบการณ์ ซึ่งอาจทำให้ได้รับ

ข้อมูลที่เป็นเท็จได้ อาจส่งผลเสียต่องานและต่อตนเอง พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซตมีลักษณะเฉพาะคือรักอิสระ มีความเป็นตัวของตัวเอง มีโลกส่วนตัวสูง ขาดทักษะการทำงานเป็นทีม มีความอดทนน้อยชอบความสะดวกสบาย ดังนั้น เมื่อรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มุ่งเน้นตนเองเป็นหลักอาจทำให้เกิดความเชื่อได้ง่าย (อนุชา ไทยวงษ์ และบุญพิชชา จิตต์ภักดี, 2564) ถึงแม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะให้ประโยชน์ต่าง ๆ มากมาย แต่ก็มีภัยที่แฝงมากับสื่อออนไลน์เช่นกัน จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันบุคลากรทางด้านสาธารณสุขเองเคยตกเป็นข่าวในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การเผยแพร่คลิปการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เขียนข้อความเล่าเหตุการณ์ทั้งจริงและเท็จเกิดอุบัติเหตุถูกคุกคาม ร้องเรียน โดยเฉพาะพยาบาลเป็นบุคลากรที่จะมีโอกาสเกิดความเสียหายนี้มากที่สุด เพราะต้องอยู่ใกล้ชิดกับผู้ป่วยตลอด ดังปรากฏตามภาพข่าวสื่อออนไลน์ต่าง ๆ พยาบาลควรมีความรู้และความสามารถในการใช้สื่ออย่างรู้เท่าทัน เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของสื่อสังคมออนไลน์

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในระดับนักเรียน นักศึกษา แม่บ้าน หน่วยงานเอกชน แต่การศึกษาในวิชาชีพพยาบาลมีน้อย อีกทั้งพยาบาลมีการใช้สื่อออนไลน์ทั้งส่วนตัวและใช้ในการทำงาน พยาบาลวิชาชีพใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำงานทั้งด้านการบริหาร ด้านบริการ และด้านวิชาการที่ผ่านมาพบปัญหาพยาบาลวิชาชีพใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ไม่เหมาะสมทั้งด้านการเข้าถึงสื่อ การเลือกใช้สื่อที่ขาดความน่าเชื่อถือ ขาดการประเมินค่าสื่อ และการสร้างสื่อที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดการร้องเรียนฟ้องร้องเสียหายทั้งส่วนตัวและองค์กร โดยเฉพาะในพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซตซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้การสื่อสารแบบสังคมออนไลน์มากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซตโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2

คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยภายในบุคคลมีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 หรือไม่ อย่างไร
2. ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 หรือไม่ อย่างไร

3. ระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 อยู่ในระดับใด

สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยภายในบุคคล ได้แก่ จิตสำนึก รายได้ การเลือกเปิดรับสื่อ การคิดวิจารณ์ญาณ และความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อ
2. ปัจจัยทางสังคม สภาพแวดล้อม มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถการรู้เท่าทันสื่อให้แก่พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซดโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2
2. ผลการศึกษาสามารถนำไปวางแผนพัฒนาบุคลากร ด้านการใช้สื่อของพยาบาลวิชาชีพ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพยากรณ์ (Predictive research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด ที่มีปีเกิดตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 - 2555 ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 จำนวน 290 คน
2. ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย
 - 2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่
 - 2.1.1 ปัจจัยภายในบุคคล ประกอบด้วย จิตสำนึก รายได้ การเลือกเปิดรับสื่อ การคิดวิจารณ์ญาณ และความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ
 - 2.1.2 ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย ครอบครัว/ตัวแบบ
 - 2.2 ตัวแปรตาม คือ การรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย การเข้าถึง (access) และการประเมินค่า (evaluation) และการสร้างสรรค์ (creation) (Unesco, 2013)

ข้อตกลงเบื้องต้น

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพยาบาล ในฝ่ายการพยาบาลของโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 และเป็นบริบทของโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลศูนย์ ในเขตสุขภาพที่ 2 หมายถึง ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่าปริญญาตรีขึ้นไปและได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพการพยาบาล และการผดุงครรภ์ชั้นหนึ่ง ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลศูนย์เขตสุขภาพที่ 2

2. พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด หมายถึง พยาบาลวิชาชีพที่มีปีเกิด ตามบัตรประชาชน ตั้งแต่ พ.ศ.2540 – 2555

3. ปัจจัยภายในบุคคล หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะบุคคลของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด ประกอบด้วย

3.1 จิตสำนึก หมายถึง พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด มีลักษณะของบุคคลที่มีจิตสำนึกส่วนบุคคลสูง สามารถควบคุมตนเองให้มีระเบียบ ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบสูง มีแบบแผนในชีวิต เมื่อได้รับมอบหมายให้ ปฏิบัติหน้าที่ใด ๆ จะเป็นผู้ที่สามารถทำให้สำเร็จได้ตั้งเป้าหมายที่คาดหวังไว้

3.2 รายได้ หมายถึง เงินเดือนและค่าตอบแทนที่ได้รับของพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซด ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลพุทธชินราช พิษณุโลก

3.3 การเลือกเปิดรับสื่อ หมายถึง พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซดมีการเลือกช่องทางในการเปิดรับสื่อ ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการโดยผ่านประสบการณ์ในการใช้มาก่อน

3.4 การคิดวิจารณ์ญาณ หมายถึง พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด มีการใช้สื่อได้อย่างพินิจพิเคราะห์ มีการพิจารณาไตร่ตรองข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาจากสื่อ มีความรู้ความเข้าใจที่จะแยกแยะเนื้อหาสาระที่ได้รับมาจากสื่อได้ว่าข้อมูลใดในสื่อเป็นข้อมูลที่เป็นความจริงข้อมูลใดเป็นข้อมูลเท็จ สิ่งที่ปรากฏในสื่อสิ่งใดควรเชื่อ ไม่ควรเชื่อ สิ่งใดเป็นสิ่งที่ดี เป็นสิ่งที่ไม่ดี สิ่งใดควรนำไปปฏิบัติตาม ไม่ควรนำไปปฏิบัติตาม

3.5 ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ หมายถึง พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด ใช้สื่อที่แสดงออกให้ผู้อื่นเห็นอย่างชัดเจนว่าตนคือผู้ที่ส่งต่อเฉพาะข้อมูล ข่าวสาร ที่มีประโยชน์ภายในสื่อสังคมออนไลน์เท่านั้น และเป็นบุคคลที่ยับยั้งตนเองไม่ให้เกิดการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลให้เกิดโทษต่อผู้อื่น ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และระดับสังคม

4. ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม หมายถึง การรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด ในการช่วยเหลือเกื้อกูล สนับสนุน ให้คำแนะนำในการใช้สื่อของครอบครัว และการรับรู้ถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลที่พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด ยึดเป็นต้นแบบในทางที่ดีในการใช้สื่อและทำให้มีการปฏิบัติที่เหมาะสม

5. การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซต เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่อสื่อ การเปิดรับสื่อได้หลายรูปแบบ ดึงข้อมูลจากสื่อ เข้าใจวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาของสื่อ ประเมินค่าสื่อ ใช้สื่อและสร้างสรรค์สื่อได้หลากหลายรูปแบบ ประกอบด้วย

5.1 การเข้าถึง (Access) หมายถึง พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซตได้รับสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ รวดเร็ว มีการแสวงหาความรู้ได้จากสื่อหลายประเภท ไม่ถูกจำกัด และสามารถดึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เข้าใจความหมายของศัพท์ และสัญลักษณ์และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสาร พัฒนากลยุทธ์เพื่อเข้าถึงข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่หลากหลาย

5.2 การประเมินค่า (Evaluation) หมายถึง พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซตตีความเนื้อหาตามองค์ประกอบหรือรูปแบบที่สื่อนำเสนอว่าสิ่งที่นำเสนอ กระบวนการผลิตมีคุณภาพหรือไม่ เมื่อเทียบกับสื่อประเภทเดียวกัน วิเคราะห์แยกแยะข้อเท็จจริง ข้อดีข้อเสียและผลกระทบที่มีต่อตนเองและผู้อื่น และให้เหตุผลสนับสนุนได้อย่างสมเหตุสมผล ประเมินคุณภาพของข้อมูล แยกแยะเนื้อหา สามารถตีความและแปลความของข้อมูลที่สื่อนำเสนอเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจ ตัดสินค่า ความถูกต้อง และเหมาะสมบนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม และหลักประชาธิปไตย

5.3 การสร้างสรรค์ (Create) หมายถึง พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซต สามารถการสร้างสื่อในแบบฉบับของตนเองขึ้นมาเพื่อนำเสนอข้อมูล เนื้อหาความรู้ ความคิดเห็นผ่านสื่ออย่างเหมาะสมและหลากหลาย และสร้างสื่ออยู่บนพื้นฐานความรับผิดชอบและจริยธรรม ผลิตสื่อด้วยการวางแผน ค้นคว้าข้อมูลเนื้อหาประกอบตามเทคโนโลยีของสื่อแต่ละประเภท เผยแพร่สื่อได้อย่างเหมาะสม รวมถึงแสดงความคิดเห็นของตนอย่างสร้างสรรค์ในการวิพากษ์วิจารณ์ข้อมูล

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซดโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิด และ ทฤษฎีต่าง ๆ จากเอกสาร บทความ หนังสือและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาสรุปสาระสำคัญ ดังนี้

1. การรู้เท่าทันสื่อ
 - 1.1. ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ
 - 1.2. แนวคิด/ทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ
 - 1.3. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.3.1 ความหมายสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.3.2 ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.3.3 โทษของสื่อสังคมออนไลน์
 - 1.4 การวัดการรู้เท่าทันสื่อ
2. พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด
 - 2.1. การแบ่งเจเนอเรชั่น
 - 2.2. ความหมายเจเนอเรชั่นแซด
 - 2.3. พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด
 - 2.4. พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซดกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์
3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ
 - 3.1 ปัจจัยภายในบุคคล
 - 3.2 ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. การรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อเกิดขึ้นจากพื้นฐานความเชื่อที่ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารทางใดทางหนึ่ง ในปัจจุบันภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นยุคที่สังคมบริโภคนิยม บุคคลต่างรับข้อมูลข่าวสารอย่างมากมายจากสื่อหลากหลายชนิด เนื้อหาและข่าวสารเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบทั้งต่อบุคคลและสังคม การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินชีวิตในสังคม

1.1 ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ

Potter, W. James (2005) ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ คือ การรู้เท่าทันสื่อเป็นมุมมองของบุคคลที่สร้างขึ้นจาก องค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดสื่อ และตีความสื่อด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ โดยวัตถุประสงค์ของการรู้เท่าทันสื่อ คือ การสร้างเกาะป้องกันการตกเป็นเหยื่อของสื่อ

UNESCO (2013) ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าสื่อ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ นำเสนอสื่อในแบบฉบับของตนเอง และผลิตสื่อเพื่อสื่อสารได้หลายรูปแบบ นอกจากนี้ การรู้เท่าทันสื่อยังหมายรวมถึงกิจกรรมทางการศึกษา เพื่อ พัฒนาทักษะการวิเคราะห์วิจารณ์และสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ

พรทิพย์ เียนจะบก (2552) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า การอ่านสื่อให้ออก เพื่อพัฒนาทักษะในการเข้าถึง การวิเคราะห์ การตีความสื่อ เข้าใจผลกระทบของสื่อ และสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อได้

ปกรณ์ ประจันบาน และอนุชา กอนพวง (2558) ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ คือ การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความรู้ความเข้าใจต่อสื่อ สามารถตีความเนื้อหาสาระที่สื่อนำเสนออย่างชัดเจน ตรงไปตรงมาและตีความจากความหมายแอบแฝงได้ พร้อมทั้งเข้าใจถึงกระบวนการผลิตสื่อ ผลผลิต อิทธิพลและผลกระทบของสื่อ มีความสามารถในการ วิเคราะห์และโต้ตอบสื่อ รวมไปถึงความสามารถในการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดการเปิดรับสื่อ ตลอดจนสามารถเลือกเปิดรับเนื้อหาสื่อที่มี ประโยชน์และหลีกเลี่ยงเนื้อหาไม่พึงประสงค์จากสื่อที่นำเสนอได้

นิธิตา วิวัฒน์พาณิชย์ (2558) ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ คือ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เป็นความสามารถที่ผู้ใช้สื่อแสดงออกถึง ความตระหนักต่อผลกระทบของสื่อ สามารถเข้าใจในสิ่งที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สามารถวิเคราะห์ตีความเนื้อหาสาระที่แฝงอยู่ในสาร สามารถประเมินคุณค่าสาร สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ตลอดจนสามารถนำเสนอ หรือเผยแพร่ข้อมูลในมิติผู้สร้างสรรค์เนื้อหาให้ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

อลิซ วาย แอล ลี (2558) ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า เป็นความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ ประเมินผล และสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ในรูปแบบที่หลากหลาย

แวนดา เตซาทวิวรรณ (2559) ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า การที่บุคคลมีความสามารถในการเข้าถึง และรับรู้สารสนเทศจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่เผยแพร่ในหลาย ๆ ช่องทาง โดยมีความเข้าใจ สามารถรับรู้ และใช้ประโยชน์อย่างถูกต้องในฐานะผู้รับสาร และใช้สื่ออย่างเข้าใจในอิทธิพลของสื่อ

ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน (2562) ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถในการอ่านสื่ออย่างเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ประเมินค่าตีความนัยยะแฝงในสื่อโดยไม่ถูกหลอกหรือถูกครอบงำ

นักรบ นาคสุวรรณ (2564) ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึงความสามารถในการใช้เครื่องมือและเข้าถึงเครื่องมือได้หลากหลายประเภท สามารถวิเคราะห์เนื้อหาของสาร ความเสี่ยงและสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อที่มีหลากหลายได้

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถเข้าถึงในการเปิดรับสื่อได้หลายรูปแบบ ทุกสถานการณ์ เมื่อใช้สื่อแล้วสามารถเข้าใจความหมายวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาของสาร และสามารถใช้อสื่อผลิตสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพหลากหลายรูปแบบ

1.2 แนวคิด/ทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) กล่าวถึงคนที่สามารถรู้เท่าทันสื่อได้ต้องมีความสามารถ ดังนี้

1. การเข้าถึง (Access) หมายถึง การได้รับสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ รวดเร็ว สามารถรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของสื่อ มีการแสวงหาความรู้ได้จากสื่อหลายประเภท และไม่ถูกจำกัดมากเกินไป สามารถเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์

1.1 อ่านเนื้อหาและเข้าใจอย่างถ่องแท้

1.2 จดจำและเข้าใจความหมายของคำศัพท์ สัญลักษณ์ และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสาร

1.3 พัฒนากลยุทธ์ เพื่อหาที่มาของข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ หลายที่

1.4 เลือกกรองข้อมูลประเภทต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2. การวิเคราะห์ (Analyze) หมายถึง การตีความเนื้อหา ตามองค์ประกอบหรือรูปแบบที่สื่อนำเสนอว่าสิ่งที่นำเสนอมีผลกระทบหรือไม่ อย่างไร โดยใช้พื้นฐานความรู้เดิมในการคาดการณ์ โดยอาจใช้วิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบ หรือวิเคราะห์เชิงเหตุเชิงผล ความสามารถในการ

วิเคราะห์ข้อมูลใช้แนวคิดจิตศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ ศิลปะ วรรณกรรม สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหา เช่น

- 2.1 ใช้ความรู้และประสบการณ์เดิมเพื่อทำนายผลที่จะเกิด
- 2.2 ตีความเนื้อหาโดยใช้หลักการวิเคราะห์พื้นฐาน เช่น วิเคราะห์จากวัตถุประสงค์
- 2.3 ผู้รับสาร, ความคิดเห็น, บุคลิก, อารมณ์, ภาพที่เห็น และเนื้อหา
- 2.4 ใช้ยุทธวิธีในการเปรียบเทียบ /หาความแตกต่าง , เหตุ/ผล
- 2.5 ใช้ความรู้เกี่ยวกับบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจซึ่งเป็นที่มาของการสร้างสรรค์และตีความ

3. การประเมินค่า (Evaluate) เป็นผลมาจากการวิเคราะห์สื่อที่ผ่านมา ทำให้สามารถที่จะ ประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาสารที่ส่งออกมาได้ว่ามีคุณค่าเพียงใด สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านใด มีคุณค่า อย่างไร สิ่งที่สื่อนำเสนอมีประโยชน์ต่อการเรียนรู้ศาสตร์ใด กระบวนการผลิตมีคุณภาพหรือไม่เมื่อเทียบกับสื่อ ประเภทเดียวกัน ความสามารถในการประเมินเนื้อหา โดยสร้างความเกี่ยวข้องของเนื้อหา กับประสบการณ์ พร้อมเสนอความเห็นในแง่มุมของคุณภาพ โดยวิธีดังนี้

- 3.1 ชื่นชอบ และเกิดความพึงพอใจในการตีความหมายสื่อ จากประเภทรายการ และ รูปแบบที่หลากหลาย
- 3.2 สนองตอบโดยการพิมพ์ หรือพูดถึงความซับซ้อนที่หลากหลายและเนื้อหาของสื่อ
- 3.3 ประเมินคุณภาพของเนื้อหา จากเนื้อหาสื่อ และรูปแบบ
- 3.4 ตัดสินให้คุณค่าของเนื้อหา โดยพิจารณาจากหลักจริยธรรม ศาสนา และหลักประชาธิปไตย

4. การสร้างสรรค์ (Create) การพัฒนาทักษะการสร้างสื่อในแบบฉบับของตนเอง ขึ้นมาเมื่อ ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ วิจัย ประเมินค่าสื่อได้อย่างถ่องแท้แล้ว ทุกคนจะต้องเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ผลิต ที่ต้องวางแผนค้นคว้าข้อมูลเนื้อหา มาประกอบ ตามเทคโนโลยีของสื่อแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถสื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ การพัฒนาทักษะนี้จึงเป็นข้อสรุปที่ทำให้ครบกระบวนการรู้เท่าทันสื่อได้สมบูรณ์ที่สุด และต้องสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่หลากหลายของการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ติดต่อ และเผยแพร่เนื้อหาดังกล่าว

- 4.1 ใช้ประโยชน์จากขั้นตอนการระดมสมอง วางแผน เรียบเรียงและแก้ไข
- 4.2 ใช้ภาษาเขียน ภาษาพูดอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดตามหลักของภาษาศาสตร์

4.3 สร้างสรรค์และเลือกภาพอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุเป้าหมายต่าง ๆ ที่กำหนดไว้

4.4 ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการวางโครงสร้างของเนื้อหา

Center for Media Literacy (2008) ได้ระบุในรายงาน Learning for the 21st Century ว่าทักษะที่จำเป็นในการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่

1. ทักษะการเข้าถึง (Access Skill) เป็นทักษะที่จะช่วยให้บุคคลสามารถรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมและมีประโยชน์ และสามารถทำความเข้าใจต่อความหมายของเนื้อหาจากสารที่สื่อ นำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Center for Media Literacy, 2008)

2. ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill) เป็นทักษะที่จะช่วยให้บุคคลสามารถตรวจสอบการออกแบบทั้งรูปแบบของเนื้อหาสาร โครงสร้างของเนื้อหาสาร และลำดับเหตุการณ์ของเนื้อหาสาร รวมถึงสามารถใช้แนวคิดต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองในการทำความเข้าใจบริบทของเนื้อหาสารที่นำเสนอ (Center for Media Literacy, 2008)

3. ทักษะการประเมินสื่อ (Evaluate Skill) เป็นทักษะที่จะช่วยให้บุคคลสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาสารไปยังประสบการณ์ส่วนบุคคลและทำการตัดสินใจเกี่ยวกับความถูกต้อง คุณภาพ และ ความเกี่ยวข้องของเนื้อหาสาร (Center for Media Literacy, 2008)

4. ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill) เป็นทักษะที่จะช่วยให้บุคคลสามารถเขียนความคิดของพวกเขาโดยใช้ข้อความ เสียง และ/หรือภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน รวมทั้งสามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาสารของตน (Center for Media Literacy, 2008)

5. ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) เป็นทักษะที่จะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมหรือปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Center for Media Literacy, 2008)

พอตเตอร์ (Potter, 2005) อธิบายว่าการรู้เท่าทันสื่อ คือ มุมมองของบุคคลต่อการเปิดรับสื่ออย่าง มีประสิทธิภาพด้วยตนเอง สามารถตีความความหมายของสารจากสื่อที่พบด้วย มุมมองโครงสร้างความรู้ที่มีอยู่ ของส่วนบุคคล ซึ่งโครงสร้างของความรู้จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ และวัตถุดิบเหล่านี้ คือ ทักษะในการบริโภค สารจากสื่อทุกประเภท และสารจากโลกที่แท้จริง เพื่อการสื่อความหมายจากสารด้วยความตระหนักรู้ และรับ สารจากสื่ออย่างมีสติ โดยแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านการรู้คิด หมายถึง กระบวนการทางความคิดและจิตใจ การรู้คิด คือความสามารถตระหนักรู้ในสัญลักษณ์ เข้าใจความหมายของ สารที่แท้จริงของผู้ผลิตที่ ผลิตออกมาอย่างซับซ้อน หรือผลิตออกมาเพื่อให้ตรงกับกระแสในโลกปัจจุบัน องค์ประกอบนี้เป็นองค์ประกอบ

ทางปัญญา ซึ่งต้องอาศัยโครงสร้างขององค์ความรู้อย่างมากของบุคคลที่จะ เข้าใจความหมายที่แท้จริงของสื่อที่ต้องการนำเสนอ

2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ หมายถึง ความรู้สึก บางคน มีความสามารถของประสบการณ์ และความสามารถของอารมณ์น้อยต่อการจัดการกับ ความรู้สึกของตนเอง ในขณะที่เปิดรับสื่อ หรือใช้สื่อในขณะที่สื่อต่าง ๆ พยายามสร้างขึ้นมาเพื่อชี้้นำให้มีความรู้สึกคล้อยตามสื่อ เช่น ใน วัยเด็กเมื่อเด็กเปิดรับสื่อภาพยนตร์ที่มีความรุนแรงความน่ากลัวมาก ๆ เด็กไม่สามารถหายจากความกลัวที่เห็น ในภาพยนตร์ได้ เนื่องจากในวัยเด็กยังขาดประสบการณ์ต่อการใช้สื่ออย่างมีความเข้าใจว่าสิ่งที่เห็นเป็นเพียง แค่ภาพยนตร์ไม่ใช่เรื่องจริง ความรู้สึกที่กล่าวมานี้อาจประกอบไปด้วย ความโกรธ ความกลัว ความต้องการ ทางเพศ ความเกลียด หรือความรู้สึก ต่าง ๆ ซึ่งผู้ผลิตสื่อจะมีวิธีสร้างสัญลักษณ์กลไกต่าง ๆ เพื่อผลิตสื่อออกมา ให้ผู้รับสื่อมีความเชื่อและ คล้อยตามสื่อ ซึ่งเราในฐานะผู้ใช้สื่อควรมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเข้าใจ และสามารถจัดการกับอารมณ์ของตนเองให้ไม่คล้อยตามสื่อให้ได้

3. องค์ประกอบด้านสุนทรียะ หมายถึง ความสามารถเรื่องการมีความสนุกสนาน และเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหาที่เป็นมุมมองด้านศิลปะของสื่อ มีระดับความรู้ที่จะสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างความเป็นศิลปะแท้กับศิลปะเทียมของผู้ผลิตสื่อ

4. องค์ประกอบด้านศีลธรรม หมายถึง ความสามารถในการรับสื่อที่ไม่ก่อให้เกิดความเครียด เราสามารถบำบัด ความเครียดที่ได้รับจากสื่อได้ด้วยวิธีการหยุดรับสื่อเครียด แล้วมาเสพละครตลกและสื่อที่ทำให้รู้สึกจรรโลงใจ หรือทำให้เรามีอารมณ์ขันมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นเครื่องมือแก้ไขความเครียดได้

Potter (2005) ได้เสนอทฤษฎีการ รู้เท่าทันสื่อ (The Theory of Media Literacy : A Cognitive Approach) เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่เป็น องค์ประกอบหลักของการพัฒนาความรู้ด้านการรู้เท่าทันและทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยให้ความสำคัญกับ ปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ โครงสร้างความรู้ (Knowledge structure) แรงจูงใจในการตัดสินใจ (Decisions motivated) เครื่องมือของการประมวลข้อมูลข่าวสาร (Information processing tools) (Media Literacy skill) และการไหลของการประมวลข้อมูลข่าวสาร (Information processing task)

เรนนี่ฮ็อบส์ (Hobbs R, 2010) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมินและผลิตสื่อได้หลากหลาย และได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ คือ

1. ความสามารถในการเข้าถึง คือ รู้วิธีการเข้าถึง รู้แหล่งข้อมูล สามารถแยกแยะเลือกรับข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ตามความต้องการ

2. ความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์ คือ สามารถวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ กระบวนการสร้าง เทคนิคการผลิตสื่อ หรือสามารถแยกแยะลักษณะของข้อมูลสารสนเทศในสื่อออกตามประเภทและลักษณะรวมถึงวิเคราะห์เป้าหมาย ความต้องการของสื่อได้

3. ความสามารถในการประเมินคุณค่าสื่อ คือ ให้คุณค่าเชิงระดับ เช่น ดีเลว ผิดชอบ หรือสวยงาม ไม่สวยงาม จากเนื้อหาหรือประเมินความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา การนำเอาความรู้ ความคิดที่ได้ไปสร้างเป็นผลลัพธ์ให้ตนเอง ทั้งในแง่ความรู้ แร่งบันดาลใจ การเลียนแบบ

4. ความสามารถในการสร้างสรรค์ หรือสื่อสาร คือ ความสามารถในการผลิตสื่อได้เอง รู้เทคนิควิธีการสร้าง การสื่อความหมาย ผลิตสื่อด้วยความเข้าใจ ตระหนักและรับผิดชอบ

5. ความสามารถในการมีส่วนร่วม สามารถทำงานเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม เพื่อแบ่งปันความรู้ และแก้ปัญหาในครอบครัว ที่ทำงาน ละชุมชน

องค์การ UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) (2013) ได้นิยามการรู้เท่าทันสื่อ Media and Information Literacy (MIL) ว่าเป็นชุดของสมรรถนะซึ่งเสริมสร้างพลังให้พลเมืองที่จะเข้าถึงข้อมูล (Accessibility) เข้าใจ ประเมินค่า (Evaluation) และ สร้าง (Creation) รวมถึงแบ่งปันสารสนเทศและเนื้อหาในสื่อทุกรูปแบบ โดยมีทักษะ การรู้เท่าทันการใช้เครื่องมือสื่อสารที่หลากหลายอย่างมีวิจารณญาณ มีจริยธรรมและมีประสิทธิผล ทั้งนี้ UNESCO ได้พัฒนารอบการประเมินการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ออกเป็นระดับสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ โดยกำหนดแนวทางการประเมินเป็น 2 ระดับ ได้แก่

1. ระดับแรกเป็นการวัดความพร้อมสำหรับระดับประเทศ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการศึกษา การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ การเข้าถึงการใช้สื่อและสารสนเทศ และภาคประชาสังคม

2. ระดับที่สองเป็นสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศที่มีเป้าหมายไปยังพลเมืองทุกคน ซึ่งยูเนสโกได้กำหนด The MIL Competency Matrix สำหรับการประเมินความสามารถในระดับบุคคล ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึง (Access) คือ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล ดึงข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและเนื้อหาของสื่อโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม รวมถึงความสามารถในการรับรู้ถึงความต้องการข้อมูลเนื้อหา สามารถค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ ในหลาย ๆ รูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ประกอบด้วย กำหนดและสื่อสารชัดเจนเกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศ ค้นหาและระบุตำแหน่งของสารสนเทศและเนื้อหาในสื่อ การเข้าถึงสารสนเทศ เนื้อหาในสื่อและผู้ให้บริการสารสนเทศและสื่อ การเรียกและจัดเก็บสารสนเทศและเนื้อหาในสื่อได้

องค์ประกอบที่ 2 การประเมินค่า (Evaluation) คือ การทำความเข้าใจ วิเคราะห์ และ การประเมินค่าข้อมูล สารสนเทศและเนื้อหา ซึ่งเป็นความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ประเมินข้อมูล เนื้อหาสื่อ ผลของสื่อ หน้าที่ของสื่อ คุณภาพของสื่อ ภายใต้บริบทของสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพ ประกอบด้วย ความเข้าใจสารสนเทศ และเนื้อหาในสื่อ วิเคราะห์สารสนเทศ และเนื้อหาสื่อ รวมทั้งผู้ ให้บริการสารสนเทศและสื่อประเมินค่าสารสนเทศ และเนื้อหาสื่อรวมทั้งผู้ให้บริการ สารสนเทศและ สื่อจัดระเบียบสารสนเทศและเนื้อหาในสื่อ

องค์ประกอบที่ 3 การสร้างสรรค์ (Create) คือ การสร้างการใช้ประโยชน์และการ ตรวจสอบข้อมูลเนื้อหาของสื่อมีความรู้ในการผลิตข้อมูลเนื้อหาสื่อ ความรู้ใหม่ ๆ และสื่อสารกับคน อื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การสร้างความรู้และการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ การ สื่อสารข้อมูล เนื้อหาผ่านสื่ออย่างมีประสิทธิภาพบนพื้นฐานจริยธรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สาธารณะในฐานะพลเมืองตื่นรู้ การเฝ้าระวังอิทธิพลของสารสนเทศและเนื้อหาสื่อ การผลิตและการ ใช้ความรู้ รวมถึงผู้ให้บริการสารสนเทศและสื่อ

โดย องค์การ UNESCO การออกแบบสำรวจระหว่างการเรียนรู้เท่าทันสื่อกับการเข้าใจดิจิทัล ทั่วโลก กรอบความเข้าใจดิจิทัลมีประเด็นย่อยค่อนข้างเยอะ เช่น มีการแยกสมรรถนะหลักและ สมรรถนะย่อย รวมทั้งหมด 12 ด้าน โดยสามารถนำสมรรถนะมาใช้ในการออกแบบกรอบวิเคราะห์ เพื่อทำตัวชี้วัดในด้านพฤติกรรม อย่างไรก็ตามแต่ละประเทศต้องนำสมรรถนะในแต่ละด้านไปปรับให้ สอดคล้องกับวิธีการศึกษาของตนเอง เช่น อาจนำสมรรถนะไปผนวกเข้ากับทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่า ทันสื่อเพื่อสร้างกรอบตัวชี้วัด รวมถึงการสร้างกรอบตัวชี้วัด รวมถึงการทำแบบสอบถามเพื่อใช้เป็น แบบสำรวจการรู้เท่าทันสื่อของประชากรในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

ปรกรณ์ ประจันบาน และอนุชา กอนพวง (2558) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความรู้ ความเข้าใจ ต่อสื่อ สามารถตีความเนื้อหาที่สื่อนำเสนออย่างชัดเจนตรงไปตรงมาและตีความจาก ความหมายแอบแฝงได้ พร้อมทั้งเข้าใจถึงกระบวนการผลิตสื่อ ผลผลิต อิทธิพลและผลกระทบของสื่อ มีความสามารถในการวิเคราะห์ และโต้ตอบสื่อ รวมไปถึงความสามารถในการผลิตและเผยแพร่สื่อ เพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ รวมถึงการตระหนัก ถึงผลกระทบที่จะเกิดการเปิดรับสื่อ ตลอดจนสามารถ เลือกรับเนื้อหาสื่อที่มี ประโยชน์และหลีกเลี่ยง เนื้อหาไม่พึงประสงค์จากสื่อที่นำเสนอได้

นิธิตา วิวัฒน์พาณิชย์ (2558) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เป็นความสามารถ ที่ผู้ใช้ สื่อแสดงออกถึง ความตระหนักต่อผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าใจในสิ่งที่ถูก นำเสนอผ่านสื่อ สังคม ออนไลน์ สามารถวิเคราะห์ตีความเนื้อหาสาระที่แฝงอยู่ในสาร สามารถ ประเมินคุณค่าสารในสื่อสังคม ออนไลน์สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและ สังคมตลอดจนสามารถนำเสนอ หรือ เผยแพร่ข้อมูลในมิติผู้สร้างสรรค์เนื้อหาให้ปรากฏในสื่อสังคม ออนไลน์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย และได้แบ่งการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ไว้ออกเป็น

5 องค์ประกอบ คือ

1. ความตระหนัก หมายถึง การที่ บุคคลมีความสามารถรับรู้อย่างมีสติเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง และผลกระทบของ สื่อสังคมออนไลน์

2. การเข้าใจ หมายถึง การที่บุคคลเข้าใจธรรมชาติสภาพความเป็นสื่อสังคมออนไลน์ และ เข้าใจว่าข้อมูลต่าง ๆ ถูกสร้างขึ้นด้วยการนำเสนอจากความเจตนาเสมอ

3. การวิเคราะห์ หมายถึง การที่ บุคคลสามารถแยกแยะสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ภายในสื่อตีความนัยยะที่แฝงอยู่ในสาร ทราบจุดประสงค์และ กลุ่มเป้าหมายของสารสื่ออื่น ๆ

4. การประเมิน หมายถึง การที่บุคคลสามารถประเมินคุณค่าของสื่อสังคม ออนไลน์ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลสามารถเชื่อมโยงเนื้อความในสื่อสังคมออนไลน์ กับบริบทอื่น ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง

5. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การที่บุคคลสามารถสร้างเนื้อหา และเผยแพร่ เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

มาริษา สุจิตวนิช และดวงใจ คงคาลวง (2558) อธิบายว่าการรู้เท่าทันสื่อหมายถึง ความสามารถของบุคคลในการ เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ตนต้องการ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์เข้าใจ สามารถตีความเนื้อหาสาร ประเมินสาร และสามารถสร้างสรรค์ผลิตสารในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้บริบทที่หลากหลาย การรู้เท่าทันสื่อจะ สามารถเกิดขึ้นได้นั้นมาจากการก่อร่างของ องค์ประกอบ 3 ส่วน ดังนี้

1. โครงสร้างความรู้ หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ เนื้อหาของสื่อ อุตสาหกรรมสื่อ โลกแห่งความเป็นจริงและรู้จักตนเอง

2. การใช้ เครื่องมือ หมายถึง เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการสร้างความรู้ ของผู้รู้เท่าทัน สื่อประกอบด้วย การวิเคราะห์ (Analysis) การประเมิน (Evaluation) การจำแนกกลุ่ม (Grouping) การใช้เหตุผลแบบอุปนัย (Induction) การใช้ เหตุผลแบบนิรนัย (Deduction) การสังเคราะห์ (Synthesis) และการสรุปสาระสำคัญ (Abstracting)

3. ความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ

กชกร บุญยพิทักษ์สกุล (2561) ได้สังเคราะห์องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อได้ คือ (1) องค์ประกอบความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ (2) องค์ประกอบความสามารถในการเข้าใจสื่อ (3) องค์ประกอบความสามารถในการประเมินสื่อ (4) องค์ประกอบความตระหนักถึงผลกระทบของบุคคล และ สังคม (5) องค์ประกอบความสามารถในการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้รวม องค์ประกอบ ความสามารถในการ วิเคราะห์สื่อ องค์ประกอบความสามารถในการเข้าใจสื่อ และ องค์ประกอบ ความสามารถในการประเมินสื่อ ไว้ ในองค์ประกอบการมีทักษะการคิดวิจารณ์ญาณ

องค์กร UNESCO (2013) ได้ให้ความสำคัญ และได้ระบุแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเป็นแนวคิดหนึ่งในยุทธศาสตร์ การดำเนินการด้านการสื่อสารมวลชน ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องการส่งเสริมเสรีภาพในการ แสดงออก และการสร้างเสริมสมรรถภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม การ ที่บุคคลจะมีทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อการจะเท่าทันสื่อต้องมีทักษะที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้าถึง (Access) ความเข้าใจ (Understand) และการประเมินค่า (Evaluate) การสร้างสรรค์ (Create)

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ UNESCO (2013) มีองค์ประกอบทั้งหมด 3 องค์ประกอบ ได้แก่ เข้าถึง (Access) การประเมินค่า (Evaluate) การสร้างสรรค์ (Create) (UNESCO,2013) มาใช้เป็นกรอบในการวิจัยครั้งนี้

1.3 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อที่สามารถแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร หรือแพร่กระจายข่าวสารสู่สังคมได้อย่างรวดเร็ว มีการปฏิสัมพันธ์เป็นวงกว้าง ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของสื่อสังคมออนไลน์ด้วยวิธีการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งการแพร่กระจายทางสังคมนี้ ทำให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นกระแสของสังคมได้อย่างมาก เช่น ข้อมูลข่าวสารและคลิปวิดีโอที่มีผู้ใช้แบ่งปัน (Share) ข้อมูลกันมาก ๆ จนทำให้ข่าวสารและคลิปวิดีโอออนไลน์เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยมีการแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ไว้ดังนี้ (มนลภัส รัตนพันธ์, 2558; เษรา วสุพันธ์จิต, 2557)

ประเภทที่ 1 บล็อก (Blog) แต่เดิมเรียกว่า เว็บล็อก (Weblog) สื่อส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น บันทึกส่วนตัว โดยสามารถแบ่งปันให้บุคคลอื่น ๆ โดยผู้รับสาร สามารถเข้าไปอ่านหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ ซึ่งการแสดงเนื้อหาของบล็อกนั้นจะเรียงลำดับจากเนื้อหาใหม่ไปสู่นี้อีกเก่า ผู้เขียนและผู้อ่านสามารถค้นหาเนื้อหาย้อนหลังเพื่ออ่าน และแก้ไขเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา เช่น Exteen, Bloggang, Wordpress, Blogger, Okanation ฯลฯ และยังมีบล็อกในประเทศไทย อีกมากมายที่ให้บริการทางด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จนทำให้เกิดบล็อกเกอร์รายใหม่ ๆ ถือว่าเป็นการสร้างอาชีพได้อีกอาชีพหนึ่งเลยที่เดียว ดังตัวอย่างบล็อกของเว็บไซต์ travelvoka ที่เป็นเว็บไซต์หลักที่ให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการจองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรม รถรับส่งสนามบิน ฯลฯ

ประเภทที่ 2 ไมโครบล็อก (Microblog) หรือที่เรียกกันว่า “บล็อกจิ๋ว” ซึ่งเป็นเว็บไซต์หรือเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป สำหรับให้ผู้ใช้บริการเขียนข้อความสั้น ๆ ประมาณ 140 ตัวอักษร ที่เรียกว่า “Status” หรือ “Notice” เพื่อแสดงสถานะของตนเองที่กำลังทำอะไรอยู่หรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ แก่กลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือ Twitter

ประเภทที่ 3 ชุมชนออนไลน์ (Social Networking) หรือ เครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม (Social Community) เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันทั้งด้านธุรกิจ การเมือง การศึกษา เช่น Facebook, Hi5, Ning, Linked in, MySpace, Youmeo, Friendste, Instagram, Line ฯลฯ

ประเภทที่ 4 บริการสื่อแลกเปลี่ยน (Media Sharing Service) ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเนื้อหาที่น่าสนใจในวิดีโอออนไลน์ไม่ถูกจำกัดโดยผังรายการที่แน่นอนและตายตัว ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถติดตามชมได้อย่างต่อเนื่อง เพราะไม่มีโฆษณาคั่นรวมทั้งผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการและยังสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้จำนวนมากอีกด้วย เช่น YouTube, MSN, Yahoo, Line TV

ประเภทที่ 5 สื่อสังคมข่าว (Social News) หรือสื่อบุ๊กมาร์ก (Bookmarking) เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาใดในระบบอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้บุคคลอื่น ๆ ได้ทำการให้คะแนน เพื่อใช้เป็นการวัดความนิยม หรือความน่าสนใจของบทความ

ประเภทที่ 6 บริการรับส่งข้อความขนาดสั้น (SMS/Voice, Instant Messaging) เช่น สื่อสังคมออนไลน์ประเภท ไลน์ (Line), วัตแอป (Whats App), สไกป์ (Skype) เป็นต้น

ประเภทที่ 7 เว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/Knowledge) ซึ่งผู้เขียนส่วนใหญ่อาจจะเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่าง ๆ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนหรือแก้ไขข้อมูลได้อย่างอิสระ เช่น Wikipedia , Google

สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์มีให้เลือกใช้หลากหลายประเภท และมีวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกัน โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอันดับหนึ่ง คือ เฟสบุ๊ก (Facebook) อันดับสอง คือ ไลน์ (Line) (อุทัย วรเทวีศรีสกุล และโสวิทย์ บำรุงภักดิ์ , 2559) ดังต่อไปนี้

เฟสบุ๊ก (Facebook) ผู้ใช้งานมีจำนวน ทำให้เฟสบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ และมีอิทธิพลมากที่สุด เป็นช่องทางที่สะดวกในการติดต่อกับครอบครัว เพื่อนฝูง มีความสามารถในการค้นหา หรือหาเพื่อนใหม่ ๆ ที่มีความชอบหรือสนใจเรื่องเดียวกัน เฟสบุ๊กยังมีการปรับปรุงการทำงานในการนำเสนอข้อมูลให้ผู้ใช้อยู่ตลอดเวลา เช่น ข้อมูลข่าวสารของครอบครัว เพื่อน ข่าวสารที่มีประโยชน์และผู้ใช้สนใจ การสมัครเป็นสมาชิกทำได้ง่าย นอกจากเฟสบุ๊กจะใช้เพื่อวัตถุประสงค์ส่วนตัวแล้ว ยังสามารถสร้างธุรกิจและความก้าวหน้าทางอาชีพ เช่น การสร้างบัญชีเฟสบุ๊กเป็นสินค้าและบริการ หรือสร้างแฟนเพจที่สามารถกระตุ้นการมองเห็นสู่กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสร้างกลุ่มเพื่อนที่มีความสนใจร่วมกัน นอกจากนี้การใช้ไอเดียในการดึงดูดให้คนเข้ามามีปฏิสัมพันธ์และกดไลค์ ในเพจ

ให้มีจำนวนมากก็สามารถสร้างรายได้จากการรับฝากโฆษณาได้เช่นกัน เฟสบุ๊คยังคงมีลูกเล่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้เสมอ เช่น การแจ้งเตือนวันเกิด การสร้างวิดีโอครบรอบการเป็นเพื่อน เป็นต้น

ไลน์ (Line) คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่มีบริการแบบผสมผสาน ระหว่างบริการการส่งข้อความตัวอักษร (Messaging) บริการการส่งข้อความเสียง (Voice Over IP) และบริการการส่งรูปภาพและวิดีโอ (Photo Graphic) นำมารวมกันทำให้เกิดแอปพลิเคชัน (Application) ที่อยู่ภายใต้ของสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้ใช้สามารถใช้ได้โดยเชื่อมต่อกับระบบคอมพิวเตอร์

ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นเครือข่ายสังคมที่สามารถแชร์ข่าวสาร รูป หรือส่งข้อความได้เหมือนเครือข่ายสังคมอื่น ๆ แต่มีจุดเด่นที่การกระจายข้อมูลนั้นทำได้ในลักษณะข้อมูลที่สรุปแล้ว เพราะถูกจำกัดจำนวนตัวอักษร มีการปฏิสัมพันธ์นอกจากการโพสต์ข้อความทั่วไปได้ 3 ช่องทาง คือ

1. การรีทวีต (Retweets) เป็นการแชร์ข้อความต้นฉบับหรือเพิ่มความคิดเห็นเข้าไปด้วย
2. การตอบ (Reply) เป็นการตอบข้อความที่โพสต์ แบบสาธารณะที่ผู้อื่นสามารถมองเห็นได้
3. การส่งข้อความส่วนตัว (DM หรือ Direct Message) เป็นการส่งข้อความส่วนตัวกับสมาชิก สามารถส่งรายบุคคลหรือกลุ่มก็ได้

อินสตราแกรม (Instagram) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจุดเด่นในด้านการสื่อสารด้วยรูปภาพ วิดีโอ พร้อมข้อความสั้น ๆ นอกจากความสวยงามของรูปภาพแล้วอินสตราแกรมยังมีศักยภาพในการสร้างธุรกิจได้ บริษัทหลายบริษัทเลือกใช้อินสตราแกรมในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร รวมทั้งศิลปินก็สามารถ เผยแพร่ผลงานเสมือนเป็นแกลลอรีออนไลน์ได้อีกด้วย

ยูทูป (You Tube) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจุดเด่นคือการให้บริการชมวิดีโอออนไลน์ ที่มีหลากหลายประเภท เช่น ภาพยนตร์ ข่าว มิวสิควิดีโอ สารคดี คลิปรีวิวลินค้าต่าง ๆ โดยสามารถดูย้อนหลังได้ตามต้องการ สามารถบันทึกช่องที่ชื่นชอบได้ สามารถเขียนความเห็นได้

เว็บบล็อก (Weblog) เป็นเว็บไซต์สำหรับการเขียนบันทึกเล่าเรื่องราวประจำวัน กิจกรรม บทความ ข้อมูลข่าวสาร โดยสามารถแบ่งปันให้บุคคลอื่น ๆ โดยผู้รับสารสามารถเข้าไปอ่านหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ ซึ่งการแสดงเนื้อหาของบล็อกนั้นจะเรียงลำดับจากเนื้อหาใหม่ไปสู่เนื้อหาเก่า ผู้เขียนและผู้อ่านสามารถค้นหาเนื้อหาย้อนหลังเพื่ออ่าน และแก้ไขเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา เช่น Exteen, Bloggang, Wordpress, Blogger, Okanation ฯลฯ และยังมีบล็อกในประเทศไทย อีกมากมายที่ให้บริการทางด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จนทำให้เกิดบล็อกเกอร์รายใหม่ ๆ ถือว่าเป็นการสร้างอาชีพได้อีกอาชีพหนึ่งเลยทีเดียว

1.3.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งแต่เดิมมีการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในยุคแรกผู้ใช้สามารถเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแต่เพียงทางเดียว ต่อมาได้มีวิวัฒนาการการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ สื่อออนไลน์ให้สามารถเป็นได้ทั้งผู้รับ และผู้ส่งสารในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเวลาเดียวกัน โดยมีผู้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ไว้มากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2559) ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ว่าหมายถึง สื่อข้อมูล สารสนเทศ ภาพ มัลติมีเดียที่ใช้ช่องทางการติดต่อแบบสามารถโต้ตอบผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต หรือระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ บุคคลสื่อสาร แบ่งปันข้อมูลได้โดยใช้ คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ เกิดเป็นเครือข่ายสังคมของบุคคลทั่วโลก

กชกร บุญยพิทักษ์สกุล (2561) ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นสื่อที่สร้างจากการปรับปรุงสื่อเก่า ด้วยวิธีทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ที่ออกแบบให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อกันได้สองทาง ซึ่งสารดังกล่าวเป็นรูปภาพ เสียง และข้อความตัวอักษรพร้อมกันได้ ทั้งยังสร้างความเสมือนจริงภายในสื่อ เพื่อความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ใช้งาน เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram)

ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และนุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2562) ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ว่าเป็น สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ระหว่างเครือข่ายสังคมผ่านอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยสามารถผลิตสารขึ้นเอง หรือส่งต่อสาร เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ยูทูบ (You Tube) เป็นต้น

วราพร ดำจับ (2562) ให้ความหมายว่า คือช่องทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนหรือบุคคล ที่มีบทบาทในชีวิตปัจจุบัน ในการติดต่อสื่อสาร ติดตามความเคลื่อนไหวในสังคม การซื้อขาย การเรียน และการพักผ่อนผ่อนคลาย สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ผู้ส่งสารสามารถแบ่งปันข้อมูลได้หลายรูปแบบ ส่งไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยที่สามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง

ราชบัณฑิตยสถาน Office of the Royal Society of Thailand (2563) ได้บัญญัติคำว่า “Social Media” ไว้ว่า “สื่อสังคม” หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งใช้เป็นสื่อกลางที่บุคคลสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งมีหลายรูปแบบ ทั้งประเภทเครื่องมือ และการประยุกต์ใช้งานที่หลากหลาย

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดย เน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสาร และผู้รับสาร มีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเองในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง

1.3.2 ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์

ทุกวันนี้โลกออนไลน์ของเราพัฒนาไปไกลมาก การสื่อสารออนไลน์จึงกลายเป็นสิ่งที่เข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตของคนเรามากขึ้น ดังจะเห็นได้จากทุก ๆ วันเราจำเป็นต้องมีการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการรับหรือส่งก็ตามดังนั้นปฏิเสธไม่ได้จริง ๆ ว่านี่คือโลกสมัยใหม่ที่ไม่ได้มีแค่เรื่องของความเชื่อซ้าอีกต่อไป แต่ทุกอย่างต้องเร็วและสามารถเข้าถึงได้ง่ายดายด้วย ซึ่งการสื่อสารออนไลน์นี้มีประโยชน์หลายด้าน (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559) ประโยชน์สำคัญของการสื่อสารออนไลน์

1) สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการสื่อสารสองทาง หรือการสนทนาที่มีผู้เข้าร่วมได้ทีละหลายคน สามารถโต้ตอบกันได้ทันที ช่วยลดการผูกขาดการแพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียวของสื่อกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ถือเป็นปรากฏการณ์เชิงบวกที่เปิดโอกาสให้พลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมต่อประเด็นสาธารณะต่าง ๆ ในสังคม

2) เป็นช่องทางที่ประหยัด สะดวก และรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจ ร่วมกันได้อย่างกว้างขวาง สืบเนื่องจากหากมีกระแสข่าวที่หลายคนให้ความสนใจ สื่อออนไลน์จะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนรับรู้ได้เป็นอันดับแรก ดังนั้นการสื่อสารออนไลน์จึงช่วยให้พันกระแสของโลก กระแสสังคมได้รวดเร็วมาก สามารถสร้างและต่อยอดความรู้ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่มีประโยชน์จนเกิดเป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดใหญ่ เช่น Wikipedia และเว็บบอร์ดต่าง ๆ

3) เป็นช่องทางในการระดมทุน ความคิดเห็น หรือทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ เพื่อ การพัฒนาสังคมด้านใดด้านหนึ่ง

4) เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น ภาพถ่าย บทความ วิดีโอต่าง ๆ ทั้งที่เป็นประโยชน์ และความบันเทิง ช่วยสร้างผลงานและรายได้แก่ตนเองและครอบครัว เช่น การขายของออนไลน์ การไลฟ์สด และอื่น ๆ เป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มเงินในกระเป๋าของหลาย ๆ คนได้เป็นอย่างดีหากว่า เลือกใช้การสื่อสารออนไลน์ได้อย่างถูกวิธี

5) เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ทั้งแบบเร่งด่วนและไม่เร่งด่วน เช่น แจ้งจุดเกิดอุบัติเหตุ แจ้ง เตือนภัยธรรมชาติ ขอรับบริจาคโลหิต

6) เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้า สำหรับบริษัทและองค์กรต่าง ๆ เพื่อ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า

7) สื่อสังคมออนไลน์ สามารถเข้าถึงได้ง่าย ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนที่สะดวกต่อการพกพา ช่วยคลายเครียด และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากการสนทนากับเพื่อน และการเปิดรับความบันเทิงต่าง ๆ ได้

1.3.3 โทษของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ แม้ลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์จะเป็นสื่อให้ข้อมูลข่าวสารสามารถกระจายออกไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางมีคุณประโยชน์มากมายในด้านการติดต่อสื่อสาร แต่ก็เปรียบเสมือนดาบสองคม หากผู้ใช้ขาดคุณธรรมจริยธรรม สามัญสำนึก การรู้จักเคารพสิทธิของผู้อื่น และความระมัดระวังในการใช้แล้ว สังคมออนไลน์เหล่านี้ก็จะเป็น"สังคมอันตราย"ที่จะเป็นด้านมืดของ สังคมไทย (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559) ข้อเสียของสื่อสังคมออนไลน์ มีดังนี้

- 1) การแสดงความคิดเห็นด้วยถ้อยคำหยาบคาย ลามก อนาจาร และที่เกี่ยวข้องกับการพนัน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน
- 2) ข้อมูลที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง เช่น ข่าวลือ ข่าวปลอม ข่าวที่ส่งต่อมาโดยแม้จะไม่เจตนา หลอกลวง แต่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น หรือส่งผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยของสังคมและ ความมั่นคงของชาติ
- 3) ข้อมูลที่มีนัยซ่อนเร้น (hidden agenda) มีลักษณะโฆษณาชวนเชื่อมากกว่าการนำเสนอ ข้อเท็จจริงอย่างรอบด้าน หรือมีลักษณะจงใจบิดเบือนหรือทำให้ผู้รับเข้าใจผิด เพื่อสร้างความแตกแยก เกือบขัดแย้ง หรือเพื่อเป็นเครื่องมือในการต่อสู้ทางการเมืองของกลุ่มการเมืองชั่วคราว ๆ
- 4) โฆษณาหลอกลวง เกินจริง
- 5) เป็นช่องทางที่อาจนำไปสู่การถูกล่อลวงของมิจฉาชีพ
- 6) เป็นช่องทางให้ถูกละเมิดสิทธิ ขโมยผลงานได้โดยง่าย เช่น การนำเอาภาพของบุคคลหนึ่งมาติดต่อกับภาพที่ไม่เหมาะสม เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อต่าง ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้เป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยการสร้างสรรค์เนื้อหา ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ขึ้นเอง โดยสื่อสังคมออนไลน์มีการสร้างขึ้นหลากหลายประเภทตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์เป็นเหมือนดาบสองคมคือมีทั้งประโยชน์และโทษ หากผู้ใช้ขาดคุณธรรมจริยธรรม สามัญสำนึก การรู้จักเคารพสิทธิของผู้อื่น จะก่อให้เกิดความวุ่นวายในสังคมทันที ในงานวิจัยผู้วิจัยเน้นการสื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตราแกรม (Instagram) ยูทูบ (YouTube) และเว็บบล็อก (Weblog) ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นสิ่งจำเป็นในสังคมปัจจุบัน

1.4 การวัดการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อสามารถวัดได้หลายวิธีทั้ง การสัมภาษณ์ การสังเกต การสอบถาม รวมถึงการทดสอบ เป็นต้น โดยวิธีการสัมภาษณ์และการสังเกตจะเป็นวิธีการวัดที่เข้าใจความเป็นจริงแต่ต้องใช้ระยะเวลาและงบประมาณสูง วิธีการสอบถามและการทดสอบจึงเป็นวิธีการวัดที่ได้ข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้นแต่อาจจะเข้าถึงความเป็นจริงไม่เท่ากับสองวิธีแรก (สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน, 2565) เครื่องมือที่ใช้ในแต่ละวิธีวัดมีดังนี้

1.4.1 การสัมภาษณ์ มักใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ แบบบันทึก หรือแบบตรวจสอบรายการ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลผ่านการพูดคุยซักถาม โดยหากผู้รับการสัมภาษณ์ไม่เข้าใจคำถามสามารถสอบถามผู้สัมภาษณ์ระหว่างการสัมภาษณ์ได้

1.4.2 การสังเกต มักใช้เครื่องมือเป็นแบบบันทึก แบบสังเกต หรือแบบตรวจสอบรายการ ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมที่ต้องการศึกษาโดยตรง มักวัดความสามารถเชิงทักษะปฏิบัติจากการลงมือทำ

1.4.3 การสอบถาม มักใช้เครื่องมือวัดเป็นแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลแสดงสภาวะหรือสภาพการณ์ของบุคคล รวมถึงความคิดเห็นของบุคคลต่อสิ่งที่ศึกษา

1.4.4 การทดสอบ มักใช้เครื่องมือวัดเป็นแบบทดสอบ แบบวัด มาตรฐานวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ และคุณลักษณะความคิดความรู้สึภายในของบุคคล แต่อาจมีข้อด้อยในการวัดศักยภาพในเชิงทักษะการปฏิบัติ เมื่อเทียบกับการสังเกต ดังนั้น เพื่อเข้าถึงคุณลักษณะในสิ่งที่สนใจศึกษามากที่สุด อาจจะต้องใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ภายใต้การคำนึงถึงเงื่อนไขของเวลา งบประมาณ และช่วงวัยของกลุ่มประชากรที่จะศึกษา (สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน, 2565) การรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยที่ผ่านมาพบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนามาตรวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ดังตัวอย่าง

ปกรณ์ ประจันบาน และอนุชา กอนพ่วง (2558) พัฒนาแบบวัดทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา มีลักษณะเป็นแบบทดสอบสถานการณ์แบบปรนัย 4 ตัวเลือก และการให้คะแนนในการตอบคำถามแบบทดสอบสถานการณ์ คือถ้าตอบถูกให้คะแนนเป็น 1 เมื่อตอบผิดให้คะแนนเป็น 0 คะแนน และแบบมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ

ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน (2562) ศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาดทางอารมณ์ ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ใช้เครื่องมือการประเมินตนเอง มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับต่ำมาก	ช่วงคะแนน	1.00-1.80
ระดับค่อนข้างต่ำ	ช่วงคะแนน	1.81-2.60

ระดับปานกลาง	ช่วงคะแนน	2.61-3.40
ระดับค่อนข้างสูง	ช่วงคะแนน	3.41-4.20
ระดับสูง	ช่วงคะแนน	4.21-5.00

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การวัดการรู้เท่าทันสื่อสามารถทำได้หลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประชากรที่ต้องการศึกษา

2. พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซด

2.1 การแบ่งเจนเนอเรชัน

ทศนี ศรีกิตติศักดิ์ (2554) การแบ่งเจนเนอเรชันนั้น เป็นการแบ่งรุ่นด้วยปีที่เกิด ซึ่งค่อนข้างมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับ แต่ละตำรา ซึ่งจากการศึกษาพบว่ายังไม่มีแบ่งใดที่เป็นมาตรฐานสากลชัดเจน ทำให้เกิดการทับซ้อนของการกำหนดช่วงปี เพราะในความเป็นจริงไม่มีสิ่งบ่งชี้ใด ๆ ที่จะสามารถระบุชัดเจนได้ว่ายุคของใครคนหนึ่ง ๆ จะสิ้นสุดลงในช่วงเวลาใด และยุคของใครรุ่นถัดไปควรจะเริ่มต้นจากช่วงเวลาใด

สรพรเพชร ไชยสิริยะสวัสดิ์ (2557) นักวิชาการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์กล่าวว่า สังคมปัจจุบัน แบ่งกลุ่มเจนเนอเรชัน ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1) เจเนอเรชัน บี (Baby Boomer Generation) หรือ Gen-B ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุในปัจจุบัน (พ.ศ. 2489-2507) มีประสบการณ์หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยคนกลุ่มนี้จะได้เรียนรู้ความลำบากของพ่อแม่ ความยากจนทางเศรษฐกิจ ความวุ่นวายต่าง ๆ ทำให้มีความอดทนสูง สู้งาน เนื่องจากมีประชากรเกิดในช่วงเดียวกันมากทำให้เกิดการแข่งขันสูง ยังมีวัฒนธรรมยึดระบบชนชั้นองค์ความรู้ตกอยู่ในคนชนชั้นสูง หรือชนชั้นปกครอง ฉะนั้น คนกลุ่มนี้จึงรับฟังและเชื่อในผู้นำ คนในกลุ่มนี้ใช้ชีวิตเรียบง่าย

2) เจเนอเรชัน เอ็กซ์ (Generation X) หรือเรียกว่า Gen-X เป็นกลุ่มคนที่เป็นวัยทำงานในปัจจุบัน (พ.ศ. 2508-2522) เป็นเป็นช่วงต่อจากการผลิตประชากรมากจนต้องเกิดการคุมกำเนิดอย่างจริงจัง เทคโนโลยีเริ่มทันสมัยมากขึ้น เริ่มมีตัวเลือกในการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น คนเกิดความอดทนน้อยลง ยึดระบบชนชั้นน้อยลง เลือกทำงานที่ชอบ รักอิสระ และมีความคิดสร้างสรรค์ไม่มีการอบตายเป็นตัว

3) เจเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือเรียกว่า Gen-Y เป็นกลุ่มคน (พ.ศ. 2523-2540) เป็นกลุ่มคนที่เกิดมาพร้อมเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ความอดทนมีน้อยลง สมารถคัดลอก Copy - Paste และเปลี่ยนงานบ่อย ไม่ชอบชนชั้น เด็กยุคนี้ชอบทำงานเป็นทีม ทำงานร่วมกันมากกว่าฟังคำสั่งจากหัวหน้าอย่างเดียว

4) เจเนอเรชันซี หรือ แซด (Generation Z) หรือเรียกว่า Gen-Z กลุ่มคน (พ.ศ. 2540 ขึ้นไป) กลุ่มคนที่เริ่มต้นทำงาน คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ได้รับการเลี้ยงดูที่เพียบพร้อม มีเทคโนโลยีทันสมัย องค์ความรู้มีตัวเลือกมาก ทำให้ชอบความสะดวกสบาย ไม่ชอบพิธีการ และมีความสามารถทำอะไรหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน

Mc Crindle (2015) ได้กล่าวว่า เจเนอเรชันถัดจากเจเนอเรชัน Z ได้แก่ประชากรที่เกิดตั้งแต่ปี 2010 เป็นต้นมา โดยเรียกเจเนอเรชันกลุ่มนี้ว่า เจเนอเรชันอัลฟา (Generation Alpha) โดยเป็นกลุ่มคนที่ได้สัมผัสถึงเทคโนโลยีดิจิทัลตั้งแต่พวกเขาเกิด ได้แก่ iPads และ Smart phone ส่งผลให้พวกเขาสามารถเชื่อมต่อโลกออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว เรียกได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคสมัยใหม่อย่างแท้จริง เช่นเดียวกับ TCDC (2558) ได้กล่าวว่า เจเนอเรชันอัลฟา ได้แก่ประชากรรุ่นที่เกิดหลังจากปี 2010 และจะสิ้นสุดที่ประมาณปี 2025 โดยอัลฟา คือ เจเนอเรชันของผู้คนที่เกิดในศตวรรษ ที่ 21 อย่างแท้จริง เจเนอเรชันนี้สามารถปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยีตั้งแต่ยังเล็กมากกว่าเจเนอเรชันอื่น ๆ เพราะพวกเขาไม่คิดว่าเทคโนโลยีเป็นเพียงเครื่องมือ แต่พวกเขา รวมเทคโนโลยีเหล่านั้นไว้เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิต ด้วยเหตุนี้บางครั้งเจเนอเรชันอัลฟาจึงถูกเรียกว่า Screenagers หรือ Generation Glass

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การแบ่งเจเนอเรชันไม่มีการแบ่งที่ตายตัวแล้วแต่บริบทในแต่ละพื้นที่ โดยส่วนใหญ่แบ่งเจเนอเรชันตาม พ.ศ.เกิดไว้ทั้งหมด 4 เจเนอเรชัน คือ Generation Baby boomers Generation X , Generation Y และ Generation Z และหลังจากเจเนอเรชันแซดจะแบ่งตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เช่น เจเนอเรชันอัลฟา

2.2 ความหมายของเจเนอเรชันแซด

ศศิธร ยุวโกศล และพัชสิริ ชมพู่คำ (2564) ให้ความหมายของเจเนอเรชันแซดว่า กลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมเทคโนโลยี ทำให้เกิดความคุ้นเคยกับสื่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ เรียนรู้เร็ว เป็นกลุ่มคนที่รับข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด และมากกว่ากลุ่มคนเจเนอเรชันอื่น เป็นกลุ่มวัยที่เป็นกลุ่มคนทำงานตอนต้น

ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ โอปอล์ สุวรรณเมฆ (2563) ให้ความหมายของเจเนอเรชันแซดว่า “คนรุ่นใหม่” ในยุคปัจจุบันเติบโตมาในยุคความเจริญอย่างรวดเร็วของ Social Network ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จึงเปิดรับข้อมูลที่หลากหลายผ่านสื่อดิจิทัลมากที่สุด สามารถสื่อสารแบบ Multi-Task มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีทักษะการคิดวิเคราะห์ มีความสงสัยอยากรู้อยากเห็น ตลอดจนมีทางเลือกสำหรับชีวิตอย่างเป็นอิสระเพื่อแสดงความเป็นตัวเองอย่างชัดเจน มีทัศนคติว่าผู้ชายและผู้หญิงมีคุณค่าและความเสมอภาคเท่ากัน มีอิสระที่จะคิดและแสดงออกถึงความต้องการของตนเอง

สุธีย์ จุฬากาญจน์ และพันธ์ทิพา คนฉลาด (2566) ให้ความหมายของเจเนอเรชันแซดว่า กลุ่มคนที่ได้รับอิทธิพลจากอุปกรณ์ เทคโนโลยีมากกว่ากลุ่มคนรุ่นก่อนๆ เป็นกลุ่มคนที่อาศัย เทคโนโลยีการสื่อสาร และผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อการสื่อสารการมีปฏิสัมพันธ์ การเข้าถึง เครือข่ายสะดวกและง่าย เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในมีการเชื่อมต่อกับทั่วโลกตลอดเวลา

2.3 พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซด

อนุชา ไทยวงษ์ และบุญพิชชา จิตต์ภักดี (2564) อธิบายว่า พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซด คือ พยาบาลวิชาชีพรุ่นใหม่ กลุ่มแรกในศตวรรษที่ 21 กำลังเริ่มต้นทำงานในระบบสุขภาพ เป็นกลุ่มคนที่เกิดมาในสังคมดิจิทัล ดำเนินชีวิตแบบมีการสื่อสารแบบไร้สายโดยอินเทอร์เน็ต มีการเรียนรู้ และรับข่าวสารรวดเร็ว มีการตัดสินใจรวดเร็ว ไม่ชอบการรอคอย มีความอดทนน้อย เน้นการอธิบาย ด้วยข้อมูลสั้น ๆ เข้าใจ ง่าย

Bencsik A (2016) อธิบายว่า พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซด เป็นน้องใหม่ยังขาด ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ลักษณะเด่นเฉพาะและพฤติกรรมของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซด สรุปได้ คือ 1) มีทักษะการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย คือมีทักษะมากกว่าช่วงวัยอื่น อินเทอร์เน็ต กลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน มีปฏิสัมพันธ์กับโลกออนไลน์มากกว่าโลกความเป็นจริง 2) เรียนรู้เร็ว มีความสามารถหลากหลาย ชอบการเรียนรู้แบบใหม่ ๆ สนใจข้อมูลที่เป็นกราฟ ภาพ ข้อมูลสถิติ มากกว่าตัวหนังสือ 3) รักอิสระ ความเป็นตัวของตัวเอง มีโลกส่วนตัวสูง 4) ต้องการความเข้าใจ ความรัก และความห่วงใยจากผู้ใหญ่ 5) มีความกังวลต่ออนาคต และกลัวความ เสี่ยง

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซด คือพยาบาลวิชาชีพที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2540 - 2555 เป็นกลุ่มที่เริ่มการทำงานในระบบสุขภาพ ยังขาดประสบการณ์และทักษะในการ ทำงาน แต่เป็นกลุ่มที่มีการเรียนรู้เร็ว มีความสามารถหลายด้าน โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล รูปแบบต่าง ๆ

2.4 พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซด กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์

พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซด เป็นกลุ่มคนที่เกิดหลังปี 2540 เป็นกลุ่มคนที่เกิดมา พร้อมเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการใช้งานสื่อที่หลากหลายรูปแบบ มีการศึกษาการใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์ของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซด เพื่ออธิบายพฤติกรรมการใช้งานสื่อและ ผลกระทบจากสื่อที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

Bencsik A (2016) ให้ความเห็นว่า พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซด เป็นกลุ่มคนที่ เติบโตมาท่ามกลางสังคมดิจิทัล อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน ทำให้มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เรียนรู้และรับข่าวสารทางอย่างรวดเร็วผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

เอมิกา ศรีธาตุ และประทุม ฤกษ์กลาง (2560) อธิบายว่า เจเนอเรชันแซต เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟสบุ๊กมากที่สุด รองลงมาคือ ยูทูป และ ไลน์ ตามลำดับโดยพบการใช้งานทุกวัน ส่วนสื่อที่เข้าใช้งานเกือบทุกวัน คือ Google และ Instagram และยังพบว่าเจเนอเรชันวายมีการใช้งานเฟสบุ๊ก มากกว่าเจเนอเรชันแซต และพบสถิติการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันแซตสูงสุด 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อเพื่อการติดต่อสื่อสารเป็นหลัก

ทริยาพรรณ สุภามณี และกาญจนา ธานะ (2558) อธิบายเพิ่มเติมว่า สื่อสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนดาบสองคมที่อาจเกิดผลดี และผลร้ายต่อวิชาชีพพยาบาลได้พอ ๆ กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ระบบออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรสุขภาพในโรงพยาบาล ซึ่งโรงพยาบาลหลายแห่งได้นำเทคโนโลยีด้านสารสนเทศมาใช้บันทึกข้อมูลทางการแพทย์ และใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการ สนับสนุนการให้การดูแลผู้ป่วยและการส่งข่าวสารข้อมูล การประเมินการดูแลผู้ป่วย เพื่อช่วยประหยัดเวลา ลดการใช้ทรัพยากร และลดการคลาดเคลื่อนในการรายงาน นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังมีประโยชน์ในการเสริมสร้างสัมพันธภาพ ระหว่างพยาบาลวิชาชีพและผู้ให้บริการ เช่น การให้ข้อมูลในการดูแลตนเองด้านสุขภาพแก่ผู้รับบริการให้ทันเวลา การให้ความรู้และการตอบคำถามเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถใช้ในการแก้ไขปัญหาด้วยตนเองเบื้องต้น หรือใช้ในการพัฒนาองค์ความรู้ทางการแพทย์ของวิชาชีพ เผยแพร่ความรู้ โดยจัดทำเป็นเว็บไซต์ Blog หรือ Online Forums ต่าง ๆ หรือสื่อในลักษณะของการประชุมปรึกษาในการดูแลผู้ป่วย ในทางตรงกันข้ามหากพยาบาลใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยปราศจากการกลั่นกรองแล้ว อาจกระทบต่อความเป็นส่วนตัวและความลับของผู้ป่วยได้และอาจเกิดผลกระทบต่อน้ำที่การทำงานของ พยาบาลเอง

นิพนธ์ ชาญอัมพร และชาติรี ใต้ฟ้าพูล (2558) ให้ความเห็นไว้ว่า การพัฒนาทางเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด อินเทอร์เน็ตสร้างโลกที่ไร้ขอบเขต สมาร์ทโฟน สื่อออนไลน์ และอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อของคนเจเนอเรชันแซต จนทำให้ปัจจุบันคนเจเนอเรชันแซตเริ่มปฏิเสธสื่อโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

ศศิธร ยุวโกศล และพัชสิรี ชมพู่คำ (2564) อธิบายไว้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเป็นสื่อหลักของคนในสังคมปัจจุบัน กลุ่มเจเนอเรชันแซตนิยมใช้ YouTube Google Facebook เป็นอันดับต้น ๆ โดยเจเนอเรชันแซตใช้ YouTube เป็นอันดับหนึ่ง เพื่อหาความรู้ เรียนรู้ทักษะต่าง ๆ ไม่ใช่ใช้เพื่อความบันเทิงอย่างเดียว กลุ่มเจเนอเรชันแซตใช้ Facebook เพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของผู้ใช้ ด้านความบันเทิง YouTube ยังเป็นสื่อหลักในด้านนี้ YouTube จัดเป็นพื้นที่สำหรับผ่อนคลายของคนรุ่นใหม่ ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม Line เป็นสื่ออันดับแรกในการสร้างสัมพันธภาพ

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด เป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้หลากหลายประเภท และมีพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน พยาบาลเป็นกลุ่มวิชาชีพที่มักจะได้รับผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารทั้งด้านการทำงาน และการใช้ชีวิตส่วนตัว ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิของผู้ป่วย พยาบาลควรมีการพิจารณา ไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนมีการสื่อสารข้อความหรือรูปภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ

กชกร บุญยพิทักษ์สกุล และพิชญาณี พูนพล (2562) อธิบายถึงปัจจัยการรู้เท่าทันสื่อแบ่งออกเป็นปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ การมีจิตสำนึก การมีวิจารณญาณ การมีทักษะในการใช้เทคโนโลยี และปัจจัยด้านสังคม คือ การได้รับการสนับสนุนทางสังคม อิทธิพลจากตัวแบบที่มีชื่อเสียง

เมตตา แสงวงลาภ, สุกัญญา แซ่มซ้อย และรัตนะ บัวสนธ์ (2561) อธิบายถึงปัจจัยการรู้เท่าทันสื่อว่า ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่เป็นสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการบริหาร จัดการ ปัจจัยด้านลักษณะของชุมชน ปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนจาก องค์กร และปัจจัยด้าน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ชัชฎา อัครศรีวรร นากาโอคะ และกฤษณ์ท แสนทวิ (2562) อธิบายถึงปัจจัยการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) การคิดวิจารณ์ญาณ เป็นปัจจัยภายในที่สำคัญและเป็นหัวใจการเรียนรู้สื่อ หลักการคือการตั้งคำถามอย่างวิพากษ์ตั้งข้อสงสัยในสื่อ การคิดวิเคราะห์รอบด้าน 2) ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ เข้าใจในผลกระทบของสื่อช่วยให้ผู้รับสื่อป้องกันได้ 3) การรู้เท่าทันตนเอง คือ การวิเคราะห์ตนเองเพื่อการพัฒนา โดยใช้หลักพุทธเข้ามาร่วมในการวิเคราะห์

ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน (2562) อธิบายถึงปัจจัยการรู้เท่าทันสื่อว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความฉลาดทางอารมณ์

บาคกิงแฮม และคณะ (Buckingham et al., 2005) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ มีดังนี้ 1) อายุ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึงสื่อ คนที่มีอายุมากมีระดับการเข้าถึงสื่อใหม่น้อย 2) สถานทางเศรษฐกิจและสังคม คือ รายได้ การศึกษา ระดับชั้นทางสังคมมีผลต่อการเข้าถึง ความเข้าใจและการสร้างสรรค์สื่อ 3) เพศ เพศชายมีระดับการสร้างสรรค์สื่อสูงกว่า 4) ความพิการ เป็นอุปสรรคสำคัญในการใช้สื่อ 5) สื่อที่ง่ายต่อการใช้งาน จะช่วยให้ใช้ทักษะน้อยลง 6) ความตระหนักของผู้บริโภค เป็นสิ่งสำคัญช่วยให้มีความเชื่อถือในสื่อ 7) คุณค่าที่รับรู้ได้ เช่น อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีค่ารับรู้ได้ จึงทำให้การรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น 8) ความสามารถในตน เป็นการร่วมกันระหว่างทักษะและความมั่นใจ 9) เครือข่ายสังคม ส่งเสริมให้ได้รับและคงไว้ซึ่งการเข้าถึงสื่อ 10) ครอบครัว 11) ที่

ทำงาน 12) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่วนที่เกี่ยวข้องในการทำให้ประชาชนมีความชำนาญด้านสื่อ ย่อมส่งผลให้การรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น

วัชรวิ มนัสสนิทธิ และคณะ (2562) ได้อธิบายองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่

1) การรับสารอย่างมีวิจารณญาณ คือ การรับสารโดยใช้ความคิดอย่างมีเหตุผลการหาข้อสรุป หัวใจหลักของการรู้เท่าทันสื่อ คือ หลักของการสืบสวน และตั้งคำถามกับสื่อโดยอาศัยทักษะการคิด วิจารณญาณ และการสังเกตเป็นพื้นฐาน เช่นเดียวกับอุลิสซา ครุฑเสน (2556) เห็นว่า การคิดอย่างมี วิจารณญาณเป็นปัจจัยภายในที่มีความสำคัญที่สุดต่อการรู้เท่าทันสื่อ และเป็นสิ่งสำคัญของกระบวนการ เรียนรู้เท่าทันสื่อ 2) ความรู้และความตระหนักเกี่ยวกับสื่อ คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรสื่อ การผลิตสื่อ การใช้สื่ออย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และความตระหนักในอิทธิพลของสื่อเป็น องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อซึ่งสอดคล้องกับนักวิชาการหลายท่าน ซึ่งเห็นว่าบุคคลมีความรู้และ ประสบการณ์เกี่ยวกับสื่อมากเท่าใดจะมีการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นเท่านั้น 3) การเลือกเปิดรับสาร คือ ความสามารถในการเลือกรับหรือไม่รับสารตามความต้องการของตนเอง สามารถแสวงหาข่าวสารได้ จากสื่อหลายประเภทโดยไม่ถูกจำกัด ซึ่งสอดคล้องกับ อุลิสซา ครุฑเสน (2556) กล่าวว่า การเปิดรับสื่อที่สร้างสรรค์หลากหลายในปริมาณที่มากพอเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อได้ 4) อิทธิพลจากผู้ปกครอง คือ พฤติกรรมการมีส่วนร่วม และส่งเสริมเรื่องการรับสารอย่างรู้เท่าทันจากผู้ปกครอง โดยการมีบทบาทและส่วนร่วมในการเปิดรับสื่อ และการวิพากษ์ วิจารณ์สื่อร่วมกันกับผู้ ใกล้ชิดเป็นองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับบุบผา เมฆศรีทองคำ (2555) ที่ศึกษา พบว่า การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ คือ ครอบครัว สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน โดยทำ หน้าที่ให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อ สอนแทรกเนื้อหาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เข้าไป บทเรียน และณรงค์การใช้สื่อในทางที่ถูกต้อง 5) ความตระหนักรู้ตนเองในขณะที่ใช้ สื่อ คือ การรับรู้ อย่างมีสติเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของตนเอง โดยตระหนักในวัตถุประสงค์การเปิดรับสื่อ และมี สมาธิใช้ความคิดขณะที่รับสาร ซึ่งสอดคล้องกับ Potter (2004) ที่กล่าวว่าในการเปิดรับสื่อ ผู้บริโภค สื่อต้องใช้สติ อย่าเปิดรับสื่อโดยไม่ใช้ความคิด ต้องรู้จักและเข้าใจตนเองรวมทั้งรู้เท่าทันอารมณ์ของ ตน และ 6) การมีส่วนร่วมกับสังคมในการรับสาร คือ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคมด้วยการร่วม แสดงความคิด วิพากษ์ วิจารณ์ และประเมินสารร่วมกับผู้อื่นอย่างสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบและ จริยธรรม ร้องเรียนกับหน่วยงานที่รับผิดชอบเมื่อพบสารที่มีผลกระทบด้านลบกับตนเอง

ปริณดา เริงศักดิ์ (2561) อธิบายในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพแตกต่างกัน มีความเชื่อในเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์จำแตกต่างกันด้วย และ ชนิดของสื่อ ระยะเวลา เนื้อหาที่เปิดรับต่างกันจะมีความเชื่อถือนในสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

เช่นเดียวกับ รพีพร เทียมจันทร์ (2562) ที่อธิบายว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนของประชาชน มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยได้สังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ได้ดังนี้



ผู้ทักวิจัย ปี	ชื่อเรื่อง	วารสาร	ปีที่	ฉบับ	หน้า	คอลัมน์
	ใบขอใบพิมพ์					
อัญมณี ภักดีवलชน (2560)	ปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่า ทันสื่อเรื่องเพศของ นักเรียนระดับอุดมศึกษา ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงใหม่					
รพีพร เขียมจันทร์ (2562)	การรู้เท่าทันสื่อการ จำหน่ายสินค้าสุขภาพทาง อินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน					
ภาพพรหมินทร์ วัชรวัฒน์นานนท์ (2561)	การเสริมสร้างรูปแบบการ รู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก					
พนม คดีฉายา (2562)	การรู้เท่าทันสื่อมวลชน กระแสหลักของคน กรุงเทพฯ					
ธีรพัฒน์ วงศ์มุสิลิน (2562)	ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การ รู้เท่าทันสื่อ และความ ฉลาดทางอารมณ์ของ นักศึกษาปริญญาตรี					

จากตารางการสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ที่ได้มีผู้ศึกษาไว้ข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่นักวิชาการเห็นตรงกันเป็นจำนวนมากที่สุด มี 9 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

- 1) อายุ
- 2) การศึกษา
- 3) รายได้
- 4) อาชีพ
- 5) จิตสำนึก
- 6) การเลือกเปิดรับสื่อ
- 7) สังคม สิ่งแวดล้อม /ครอบครัว
- 8) การคิดวิจารณ์ญาณ
- 9) ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ

เนื่องจากผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซด จึงตัดปัจจัยด้าน อายุ การศึกษา อาชีพ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะคล้ายคลึงกันมากออก จึงเหลือปัจจัยที่จะเป็นตัวแปรต้นของการศึกษาคั้งนี้ คือ

- 1) จิตสำนึก
- 2) รายได้
- 3) การเลือกเปิดรับสื่อ
- 4) การคิดวิจารณ์ญาณ
- 5) ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ
- 6) สังคมสภาพแวดล้อม

3.1 ปัจจัยภายในบุคคล หมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคล จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยพบว่าปัจจัยภายในบุคคลที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อในการวิจัยคั้งนี้ ได้แก่ จิตสำนึก รายได้ การเลือกเปิดรับสื่อ การคิดวิจารณ์ญาณ ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 จิตสำนึก หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่สามารถควบคุมตนเองให้มี มีระบบระเบียบ (Organized) ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบสูง มีแบบแผนในชีวิตมีเป้าหมายชัดเจน โดยแบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การมีความสามารถ 2) ความเป็นระเบียบ 3) การมีความรับผิดชอบ 4) ความต้องการสัมฤทธิ์ผล 5) ความมีวินัยในตนเอง 6) มีแนวคิดที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

3.1.2 รายได้ หมายถึง ผลตอบแทนจากการทำงาน หรือรายรับจากช่องทางอื่น ที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ในงานวิจัยคั้งนี้ รายได้ผู้วิจัยหมายถึง ค่าตอบแทนหรือเงินเดือนของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด

3.1.3 การเลือกเปิดรับสื่อ หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารนับเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของบุคคล รวมทั้งเพื่อประโยชน์อย่างอื่นในการดำรงชีวิต บุคคลจะไม่เปิดรับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด และจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เองตามที่ตนต้องการ โดยจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์กับตน นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความสามารถ ของสื่อที่เห็นว่าสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในใจหรือไม่ โดยจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) ในการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารเองเป็นตัวกำหนด ซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ทศนคติ ความเชื่อ และความต้องการ อันเป็นผลทำให้พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันออกไป (กชกร บุญยพิทักษ์สกุล และพิชญาณี พูนพล , 2562)

3.1.4 การคิดวิจารณ์ญาณ หมายถึง การที่ผู้รับสื่อมีความรู้ มีความเข้าใจในเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ สามารถวิเคราะห์ ตีความเนื้อหาสาระรวมถึงนัยยะที่แฝงอยู่ในสื่อได้ และสามารถประเมินความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของสื่อได้ พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณ์ญาณ คือการที่บุคคลใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อทำกิจกรรมด้านการสื่อสาร การค้นคว้าและด้านความบันเทิง โดยที่บุคคลพิจารณาไตร่ตรอง ตัดสินใจที่จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารโดยคำนึงถึงคุณภาพและคุณประโยชน์ที่จะได้รับ (ชัชฎา อัครศรีวร นากาโอคะ และกฤษณ์ท สนั่นทวิ , 2562)

3.1.5 ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ หมายถึง คำว่าตระหนักมีความหมายลึกซึ้งกว่าคำว่ารู้หรือรับรู้ เพราะการตระหนักคือสภาวะที่เกิดขึ้นในกระบวนการทางสมองและจิตใจของมนุษย์ที่จะใช้เพื่อการรับรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างรู้แจ้ง รู้ประจักษ์ เนื่องจากคำว่าตระหนักมักใช้ร่วมกับคำอื่น ๆ ที่มักมีผลตามมา คำว่าตระหนักไม่ได้เกิดจากกระบวนการทางสมองอย่างเดียวแต่เป็นการรับรู้ทางจิตใจด้วย จึงทำให้การตระหนักในอิทธิพลของสื่อจึงหมายถึง การใช้งานหรือการกระทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยบุคคลรับรู้ได้ว่า ข้อมูลข่าวสารที่พบในสื่อสังคมออนไลน์เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์หรือโทษ ส่งผลต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคมอย่างไร (กชกร บุญยพิทักษ์สกุล และพิชญาณี พูนพล, 2562)

3.2 ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม จากการทบทวนเอกสาร และงานวิจัยพบว่าปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครอบครัวและตัวแบบครอบครัว บุคคลที่มีความใกล้ชิดเป็นแรงสนับสนุนทางสังคม ชนิดการสนับสนุนนี้แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1)การสนับสนุนทางอารมณ์ 2) การสนับสนุนด้านการประเมินผล 3) การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร 4) การสนับสนุนด้านเครื่องมือ คำว่าตัวแบบ โดยทั่วไปสามารถใช้ได้หลากหลายคำ เช่น ต้นแบบ แบบอย่าง ซึ่งตัวแบบมีความสำคัญและอำนาจสามารถบันดาลให้ผู้อื่นคล้อยตามหรือทำตามได้ (กชกร บุญยพิทักษ์สกุล และพิชญาณี พูนพล , 2562)

4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กชกร บุญยพิทักษ์สกุล และพิชญาณี พูนพล (2562) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ด้านรวม สามารถร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 55 มีตัวทำนายที่สำคัญลำดับแรก คือ การมีภูมิคุ้มกันทางจิต 2) ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ สามารถร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 33 มีตัวทำนายที่สำคัญลำดับแรก คือ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก 3) ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างตระหนักถึงผลกระทบต่อบุคคลและสังคม สามารถร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 35 มีตัวทำนายที่สำคัญลำดับแรก คือ การได้รับการสนับสนุนทางสังคม 4) ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 10 มีตัวทำนายที่สำคัญลำดับแรก คือ การมี ภูมิคุ้มกันทางจิต สมการถดถอย คือ $y^{\wedge} = 18.793 + 0.468 + 0.303 + 0.377 + 0.233$ ผลการวิจัยนี้ได้ชี้แนะแนวทางการเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในสังคม

เมตตา แสงวลาภ,สุกัญญา แซ่ม้อย และ รัตนะ บัวสนธ (2561) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของครู: ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่เป็นสาเหตุ และแนวทางแก้ไขพัฒนา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่เป็นสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อของครู ประกอบด้วย ปัจจัยสาเหตุ 6 ตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลิกของครู ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านคุณลักษณะนักเรียน ปัจจัยด้านลักษณะของชุมชน ปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนจากองค์กร และปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยผล ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อของครู โดยผลการตรวจสอบโมเดลมีความสอดคล้อง กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ชัชฎา อัครศรีวรร นากาโอคะ และกฤษณ์ท แสนทวี (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อดิจิทัลมากที่สุด 3 ลำดับ คือ ดูคลิปวิดีโอ ส่งข้อความพูดคุย เล่นเกมออนไลน์ (2) การตระหนักรู้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ทุกด้านอยู่ในระดับมาก (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแบ่งตามรายด้าน คือ ด้านสุขภาวะจากการใช้สื่อออนไลน์ ด้านจริยธรรมและสำนึกร่วม สามารถร่วมกันอธิบายทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลได้ ร้อยละ 52 ($R^2 = 0.52$) ส่วนแบ่งรายคุณลักษณะ คือ เรื่อง (1) ควรศึกษาวิธีการป้องกันและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าและจากการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ (2) ควรเข้าใจถึงสิทธิ์ของตนเองในการใช้สื่อออนไลน์และ (3) ควรโพสต์ข้อความอย่างรับผิดชอบ สามารถร่วมกันอธิบายทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัล ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ ร้อยละ 51.9 ($R^2 = 0.519$)

ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน (2562) ศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาดทางอารมณ์ ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1,467 คน การวิจัยพบว่า (1) นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาดทางอารมณ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง (2) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับความฉลาดทางอารมณ์ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ (3) การรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความฉลาดทางอารมณ์ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ศุภากรค์ บันตา (2562) ศึกษาสถานการณ์การใช้สื่อกับการพัฒนากระบวนการ รู้เท่าทันสื่อ เพื่อเยาวชนจังหวัดสุรินทร์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การใช้สื่อของเยาวชนในจังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่รับชมทีวีต่อวัน 1-2 ชั่วโมง ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน 3 ชั่วโมงขึ้นไป เยาวชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันรับชมทีวีต่อวัน และใช้เครื่องมือในการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน แต่มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือต่อวัน การใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน ระยะเวลาในการคุยโทรศัพท์ต่อวัน ประเภทของสื่อที่เปิดรับเป็นประจำ ประเภทของรายการที่เปิดรับ และ สาเหตุในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีการรู้เท่าทันสื่อทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงสื่อ ด้านการวิเคราะห์สื่อ ด้านการประเมินสื่อ ด้านการสร้างสรรคสื่อให้เกิดประโยชน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการเสริมสร้างและพัฒนากระบวนการ รู้เท่าทันสื่อ ผลการวิจัย พบว่า เยาวชนได้ใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันผนวกกับกิจกรรมการสื่อสารของโรงเรียนเพิ่ม ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าและสามารถผลิตสื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่าง สร้างสรรค เช่น สื่อ “ละครสอนน้อง” สื่อ “นักข่าวพลเมืองสุรินทร์” สื่อ “ตีใจวัยใส” สื่อ “โปสเตอร์รณรงค์” และสื่อ “ละครพื้นบ้าน”

รพีพร เทียมจันทร์ (2562) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อการจำหน่ายสินค้าสุขภาพทางอินเทอร์เน็ตของประชาชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 235 คน ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นผลการศึกษาพฤติกรรม的开รับสื่อ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับสื่อการจำหน่ายสินค้าสุขภาพทางอินเทอร์เน็ตทุกวันโดยใช้สมาร์โฟน และใช้เวลาในการเปิดรับข้อมูล 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง วัตถุประสงค์ในการสั่งซื้อสินค้าสุขภาพคือต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารครั้งละ 1-2 ชิ้น และมีมูลค่าเฉลี่ย 1,300 บาท นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การรู้เท่าทันสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ พบว่าในภาพรวมประชาชนมีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง ($x = 3.26 \pm 0.74$) เพศ และการมีโรค/ไม่มีโรคประจำตัวของประชาชนไม่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ($p = 0.77$ และ 0.92 ตามลำดับ) ในขณะที่อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนของประชาชน มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.02, 0.00$ และ 0.02 ตามลำดับ)

อุลธิษา ครุฑทะเล (2556) ศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยส่งเสริม

1.1 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน พบว่ามี 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) การคิดวิจารณ์ 2) ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ 3) การรู้เท่าทันตนเอง

1.2 ปัจจัยส่งเสริมที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชนพบว่ามี 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) กลุ่มเพื่อนและกลุ่มครู 2) การเปิดรับสื่อสร้างสรรค์และการใช้สื่อและเทคโนโลยีสื่ออย่างสร้างสรรค์ 3) การอ่าน 4) สุนทรียภาพ

2. องค์ประกอบกระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน พบว่ามี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) กระบวนการเรียนรู้ 2) ผู้จัดกระบวนการเรียนรู้ 3) การออกแบบกระบวนการเรียนรู้ ประกอบด้วย (3.1) การเรียนรู้เชิงรุก (3.2) กระบวนการกลุ่มและการวิเคราะห์ข้อถกเถียงแลกเปลี่ยน (3.3) การมีส่วนร่วม (3.4) การใช้สื่อที่เหมาะสมในกิจกรรมการเรียนรู้ (3.5) กิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย (3.6) เนื้อหาการเรียนรู้ที่หลากหลายและบูรณาการเข้ากับวิถีชีวิต (3.7) บรรยากาศการเรียนรู้ผ่อนคลาย 4) ความต่อเนื่องในกระบวนการเรียนรู้

3. แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน จากผลการศึกษาพบว่ามี 4 แนวทาง ดังนี้ 1) แนวทางการฝึกคิด วิเคราะห์วิจารณ์ 2) แนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันอิทธิพลของสื่อ 3) แนวทางการเรียนรู้จากกระบวนการผลิตสื่อ 4) แนวทางการรู้เท่าทันตนเอง

นักรบ นาคสุวรรณ (2564) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาไทยในยุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 70 คน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาสามารถรู้เท่าทันสื่อเป็นส่วนใหญ่ ดังนี้ 1) รู้วิธีใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ 2) สามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงในสื่อว่าน่าเชื่อถือเพียงใด เว็บไซต์ที่มีข้อมูลเกินจริงและอคติจะไม่เข้าไปดู 3) ทราบประโยชน์และโทษจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากเกินไป

พลอยวไล ทองรักษ์ (2562) ศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อและสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 504 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) นิสิตทักษะการรู้เท่าทันสื่อ แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่ออยู่ในระดับสูง 2) ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ 3) แนวทางการรู้เท่าทันสื่อและวิเคราะห์สื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพจิตของนิสิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ปองปรารณ สุนทรเกษม (2564) ศึกษา การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 86 คน ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีความเข้าใจว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการเข้าใจการทำงานของสื่อ รู้ถึงผลกระทบของสื่อ หลีกเลี่ยงการใช้งานสื่อในทางที่ผิด โดยสื่อที่นิยม คือ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ข่าวออนไลน์ต่าง ๆ นักศึกษามีระดับการรู้เท่าทันสื่อระดับปานกลาง องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อ ด้านที่รู้มากที่สุด คือ การเข้าถึงสื่อ รองลงมา คือ ความเข้าใจ การตีความสื่อ ประเมินสื่อ และการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ ตามลำดับ

นิพนธ์ ชาญอัมพร และธাত্রี ใต้ฟ้าพูล (2558) ศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ของเด็กเจนเนอเรชั่นแซด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กเจนเนอเรชั่นแซด แบ่งออกเป็น 7 รูปแบบ คือ (1) กลุ่มเด็กสมัยนิยม เป็นกลุ่มเด็กที่ชื่นชอบเทคโนโลยีชอบความสนุกสนาน (2) กลุ่มเด็กกระตือรือร้น เป็นกลุ่มที่ชอบกิจกรรมกลางแจ้ง เล่นกีฬา และอ่านหนังสือ (3) กลุ่มชอบสังคม เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับเพื่อน และครอบครัว ชอบทำกิจกรรมเป็นกลุ่ม (4) กลุ่มช่างฝัน เป็นกลุ่มที่ชอบทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีโลกส่วนตัวสูง (5) กลุ่มเด็กฉลาด เป็นเด็กที่ชอบกิจกรรมพัฒนาสมอง ไหวพริบ (6) กลุ่มเด็กเมือง คืออาศัยอยู่ในเมือง แต่ใช้ชีวิตเหมือนเด็กทั่วไป (7) กลุ่มเด็กอยากรู้ อยากเห็น เป็นเด็กที่ชื่นชอบประสบการณ์ใหม่ ๆ หาสิ่งใหม่ให้ตัวเองเสมอ และความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ พบว่า เกมโชว์และการตอบปัญหาเป็นรายการที่สนใจที่สุด ส่วนตัวบุคคลชื่นชอบบุคคลที่มีน้ำเสียงไพเราะ สถานที่ที่ชื่นชอบคือสวนสนุก และภาพในรายการที่ชื่นชอบคือภาพแอนิเมชัน เสียงเพลงสนุกสนาน นอกจากนี้ยังพบว่าการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ทำให้เด็กมีความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศศิธร ยวโกศล และพัชสิริ ชมพู่คำ (2564) ศึกษา เจเนอเรชั่นกับความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้สื่อในยุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่าง 454 คน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ หรือวิทยุ สื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมทั้งสามเจเนอเรชั่น คือ ไลน์ เฟสบุ๊ก ด้านการเลือกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน ทั้งค้นหาความรู้ ด้านการแสดงตน ด้านความบันเทิง และการสื่อสารกับผู้อื่น การใช้โทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชันเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับสื่อสารติดต่อกับเพื่อนและครอบครัว ส่วนคนที่ไม่ค่อยรู้จักสื่อออนไลน์ประเภทข้อความ ภาพ มีความเหมาะสม คนเจนเนอเรชั่นแซดที่เกิดมาพร้อมกับสื่อออนไลน์กลับอยากเจอหน้ากับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานสูงกว่าคนเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย

ฉัตรเมือง เฝ้ามานะเจริญ (2565) ศึกษา แรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นแซด กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 440 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของเจนเนอเรชั่นแซดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน 2) การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ของเจ

เนอเรชั่นแซดร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ได้ร้อยละ 96.9 โดยสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม 3) แรงจูงใจภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ได้แก่ ความสะดวกสบาย ความจำเป็นพื้นฐาน การพักผ่อน ผ่อนคลาย ความทันสมัย ความภาคภูมิใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้า 4) แรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า แพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกมาก ราคาถูกกว่า ชำระเงินได้สะดวกกว่า ภาพลักษณ์ของสินค้าน่าเชื่อถือ รีวิวจากผู้ซื้อสินค้าหรือเคยใช้สินค้า ดารานักร้องแนะนำสินค้า เพื่อนและคนในครอบครัวแนะนำ

วัชร มนัสสนิท และคณะ (2562) ศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยกรณีศึกษา: เยาวชนในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 367 คน ผลการวิจัย พบว่า ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่า องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความรู้และความตระหนักเกี่ยวกับสื่อ 2) การรับสารอย่างมีวิจารณญาณ 3) การเลือกเปิดรับสาร 4) อิทธิพลจากผู้ปกครอง 5) ความตระหนักตัวตนในขณะใช้สื่อ และ 6) การมีส่วนร่วมกับสังคมในการรับสาร ผลการวิจัยตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบใหม่ ทั้ง 6 องค์ประกอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน จังหวัดเชียงรายมีความตรงเชิงโครงสร้าง และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง พบว่าองค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน จังหวัดเชียงรายที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เอมิกา ศรีธาตุ และประทุม ฤกษ์กลาง (2560) ศึกษาพฤติกรรมการใช้และการรับรู้อิทธิพลของสื่อดิจิทัล ต่อเจเนอเรชั่นวายและเจเนอเรชั่นแซด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า เยาวชนที่มีเพศ เจเนอเรชั่น การศึกษา รายได้ ครอบครัว และประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ มีพฤติกรรมการใช้สื่อด้านการเข้าถึง การรู้สื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน ส่วนเยาวชนที่มีเพศเจเนอเรชั่น การศึกษา รายได้ครอบครัว และประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์มีการรับรู้อิทธิพลด้านลบที่มาจากสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้การมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ และการรับรู้ถึงอิทธิพลด้านลบของสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติ เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก และมีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ

วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2562) ศึกษาการบริโภคสื่อกับการรู้เท่าทันสื่อของคนไทย เป็นวิจัยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นกรอบในการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมาย 10 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) การบริโภคสื่อของประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ในเมืองเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ใช้เวลาต่อครั้งในการรับข้อมูลข่าวสารน้อยลงแต่ถี่ขึ้น กิจกรรมที่นิยมทำกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ การส่งข้อความ แบ่งปันรูปภาพ ถ่ายภาพ ลักษณะพูดคุยผ่านทางอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ

2) การบริโภคสื่อสังคมออนไลน์ที่มากขึ้นส่งผลต่อสังคมในทางบวกและลบ ผลกระทบในทางบวกคือ ผู้รับสารสามารถเป็นผู้ส่งสารได้อย่างรวดเร็วทำให้สังคมสามารถรวมกลุ่มและสร้างพลังต่อรองได้มากขึ้น ผลกระทบในทางลบส่งผลให้สังคมขาดการพิสูจน์ทราบและกลายเป็นสังคมแห่งการลอกเลียนและตัดแปะข้อมูลมากกว่าการค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะส่งหรือแบ่งปันกัน 3) การรู้เท่าทันสื่อของคนไทยน้อย เนื่องจากมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อไม่มากนัก เช่น ความเป็นเจ้าของสื่อ การไม่พยายามวิเคราะห์เนื้อหา ข่าวสารที่ได้รับแยกไม่ออกระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น 4) แนวทางการสนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อ รัฐ เอกชน และองค์กรอิสระควรร่วมมือกันจัดการเรื่องการรู้เท่าทันสื่อทั้งในและนอกระบบการศึกษา ควรจัดให้มีการเรียนการสอนเรื่องการรู้เท่าทันสื่อตั้งแต่ระดับอนุบาลต้องฝึกให้นักศึกษาคิดวิเคราะห์ รัฐสนับสนุนด้านกฎหมาย หรือ พระราชบัญญัติในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงประชาชน

ชนิษฐา จิตแสง (2557) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 379 ราย ผลการวิจัย พบว่าเพื่อนให้คำแนะนำเกี่ยวกับโปรแกรมใหม่ ๆ แก่เยาวชนมากที่สุด (ร้อยละ 19.20) สมาชิกในครอบครัวได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเว็บไซต์ในการสืบค้นมากที่สุด (ร้อยละ 16.80) และโรงเรียนได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่สืบค้นมากที่สุด (ร้อยละ 16.80) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นพบว่า การให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเพื่อนและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 และการให้คำแนะนำในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของครอบครัวและโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จินตนา ดันสุวรรณนท์ (2558) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา กับพฤติกรรมบริโภคนิยมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 404 คน ผลการวิจัยพบว่า การรู้เท่าทันสื่อโฆษณามีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมบริโภคนิยมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบทางลักษณะประชากรศาสตร์กับการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน รายได้แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมบริโภคนิยมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันและมีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมบริโภคนิยมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ปริญดา เรืองศักดิ์ (2561) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความเชื่อถือในข่าวบันเทิงที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 434 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือข่าวบันเทิงในสื่อออนไลน์ด้านเนื้อหาระดับปานกลาง

2) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพแตกต่างกัน มีความเชื่อในเนื้อหาข่าวบันเทิงที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน 3) ชนิดของสื่อ ระยะเวลา เนื้อหาที่เปิดรับต่างกันมีความเชื่อถือในข่าวบันเทิงที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทั้งนี้ คนที่มีอายุน้อยมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนอายุมาก คนที่มีระดับการศึกษาต่ำมีความเชื่อในข่าวบันเทิงในสื่อออนไลน์สูงกว่า และอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้านจะเชื่อข่าวสารในสื่อออนไลน์มากกว่า

จุฬารัตน์ บุขงก์ (2563) ศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในจังหวัดศรีสะเกษ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 354 คน ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ศึกษาอยู่ชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งผลการวิจัยทักษะการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในจังหวัดศรีสะเกษ มีจำนวน 5 องค์ประกอบ ซึ่งในภาพรวมทั้งหมด ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับมาก ($X = 3.92$, $S.D. = 0.43$) เมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่ 1) ทักษะการเข้าถึง (Access Skill) โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ทักษะการ วิเคราะห์ (Analyze Skill) โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ทักษะการประเมินสื่อ (Evaluate Skill) โดยรวมอยู่ในระดับมาก 4) ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill) โดยรวมอยู่ในระดับมาก 5) ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) โดยรวมอยู่ในระดับมาก

อพัชชา ช่างขวัญยืน (2561) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 170 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) นิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวรส่วนใหญ่เพศหญิง มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่บ้าน/ที่หอพัก ซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์มากกว่า 4 ปี สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อย คือ เฟสบุ๊ก และใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือ และมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง เพลิดเพลิน 2) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

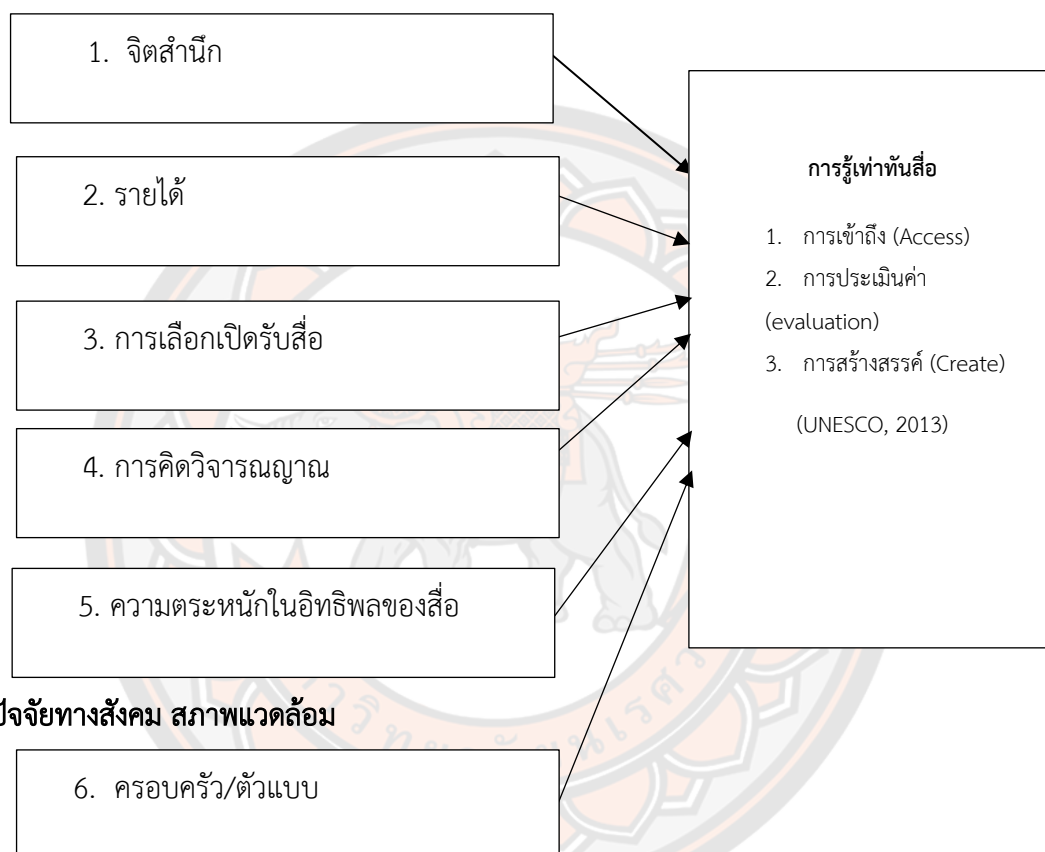
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นขอบเขตงานวิจัย โดยยึดแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อของ UNESCO 2013 เนื่องจากเป็นแนวคิดที่มีความสอดคล้องกับบริบทของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด

1. จากการทบทวน ตำรา เอกสารงานวิจัย ผู้วิจัยสังเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ เป็นตัวแปรต้น ได้แก่ จิตสำนึก รายได้ การเลือกเปิดรับสื่อ การคิดวิจารณ์ญาณ และ ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม

2. แนวคิดองค์ประกอบความรู้เท่าทันสื่อขององค์กร UNESCO (2013) มีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วย การเข้าถึง (access) การประเมินค่า (evaluation) และการสร้างสรรค์ (creation) เป็นตัวแปรตาม

ปัจจัยภายในบุคคล



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพยากรณ์ (Predictive research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเฉพาะโรคในโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 โดยมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พยาบาลวิชาชีพเฉพาะโรคในเขตสุขภาพที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพการพยาบาลชั้นหนึ่งจากสภาการพยาบาล ปฏิบัติงานในสังกัดฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 โดยไม่รวมผู้ลาศึกษาต่อ/ลาคลอดบุตร/รักษาตัวในโรงพยาบาล จำนวนทั้งหมด 290 คน (กลุ่มการพยาบาล โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง คือ พยาบาลวิชาชีพเฉพาะโรคในเขตสุขภาพที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพการพยาบาลชั้นหนึ่งจากสภาการพยาบาล ปฏิบัติงานในสังกัดฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 โดยไม่รวมผู้ลาศึกษาต่อ/ลาคลอดบุตร/รักษาตัวในโรงพยาบาล เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random sampling)

โดยมีเกณฑ์คัดเข้า (Inclusion criteria) ดังนี้

1. มีปีเกิดตามบัตรประชาชน ตั้งแต่ พ.ศ. 2540-2555
2. ปฏิบัติงานในกลุ่มงานการพยาบาล
3. ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria) ดังนี้

1. ผู้ที่ลาศึกษาต่อ/ลาคลอด
2. ผู้ที่กำลังรักษาตัวในโรงพยาบาล

โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) และขนาดอิทธิพล (Effect size) จากสูตรของ Taro Yamane ที่ความคลาดเคลื่อน 5% ระดับความเชื่อมั่น 95% และแทนค่าใน สูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad \text{คือ} \quad n = \frac{290}{1+290(0.05 \times 0.05)} \quad \text{คำนวณได้จำนวน 168 คน}$$

และเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 เพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลหรือกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2553) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 185 คน

2. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานต่างๆด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportion Stratified Random Sampling) ของจำนวนพยาบาลวิชาชีพในแต่ละกลุ่มงาน จำนวน 9 กลุ่มงาน เพื่อให้ได้ตัวแทนเป็นสัดส่วนของแต่ละกลุ่มงานจำนวน 185 คน จากจำนวนประชากร ทั้งหมด 290 คน จากนั้นดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน ให้ได้จำนวนตามที่ต้องการ คำนวณขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรในแต่ละแผนก (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2553)

ตาราง 2 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ลำดับ	งานการพยาบาล	จำนวน ประชากร(คน)	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง (คน)
1	งานอุบัติเหตุ – อุกฉิน	19	13
2	งานการพยาบาลผู้ป่วยวิกฤต	46	32
3	งานการพยาบาลห้องผ่าตัด	21	15
4	งานการพยาบาลผู้ป่วยศัลยกรรม	41	30
5	งานการพยาบาลผู้ป่วยศัลยกรรมกระดูกและข้อ	20	14
6	งานการพยาบาลผู้ป่วยจักษุ โสต ศอ นาสิก	4	3
7	งานการพยาบาลผู้ป่วยอายุรกรรม	96	48
8	งานการพยาบาลผู้ป่วยสูติ – นรีเวชกรรม	17	12
9	งานการพยาบาลผู้ป่วยกุมารเวชกรรม	26	18
	รวม	290	185

เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามเป็นลักษณะของการเลือกคำตอบและเติมคำ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ อายุ สถานภาพ รายได้ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานประจำ ระยะเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน การอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยภายในบุคคล ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือขึ้นโดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ จิตสำนึก รายได้ การเลือกเปิดรับสื่อ การคิดวิจารณ์ญาณ ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ โดยปัจจัยด้านรายได้ผู้วิจัยปรับให้อยู่ในส่วนที่ 1 แบบสอบถาม เป็นคำถามเชิงบวกปลายปิด จำนวน 17 ข้อ

จิตสำนึก	6 ข้อ	(ข้อ 1-6)
การเลือกเปิดรับสื่อ	3 ข้อ	(ข้อ 7-9)
การคิดวิจารณ์ญาณ	5 ข้อ	(ข้อ 10-14)
ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ	3 ข้อ	(ข้อ 15-17)

ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดระดับปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมไว้ 5 ระดับ ให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มีระดับคะแนนและความหมาย ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมาก
3 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อยที่สุด

ในการพิจารณาแบ่งเกณฑ์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยภายในบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต ได้กำหนดเกณฑ์ไว้เป็น 5 ระดับ โดยนำคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละข้อมารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย และใช้หลักการแปลคะแนนค่าเฉลี่ย (บุญใจ ศรีสถิตยัณราภรณ์, 2553) ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย
ข้อคำถามเกี่ยวกับครอบครัว/ตัวแบบ เป็นแบบสอบถามเชิงบวกลายปิด จำนวน 6 ข้อ

ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดระดับปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมไว้ 5 ระดับ ให้
เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มีระดับคะแนนและความหมาย ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมาก
3 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อยที่สุด

ในการพิจารณาแบ่งเกณฑ์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการ
การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซด ได้กำหนดเกณฑ์ไว้เป็น 5 ระดับ โดยนำคะแนน
ของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละข้อมารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย และใช้หลักการแปลคะแนนค่าเฉลี่ย
(บุญใจ ศรีสถิตยน์รากูร, 2553) ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบประเมินเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซด
โรงพยาบาลศูนย์ ในเขตสุขภาพที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ตามแนวคิด
UNESCO,2013 ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้ 1. การเข้าถึง (Access) 2. การประเมินค่า (Evaluate)
3. การสร้างสรรค์ (Create) แบบสอบถามเป็นคำถามเชิงบวกลายปิด จำนวน 28 ข้อ

การเข้าถึง (Access)	8 ข้อ (ข้อ 1-8)
การประเมินค่า (Evaluate)	10 ข้อ (ข้อ9-18)
การสร้างสรรค์ (Create)	10 ข้อ (ข้อ19-28)

ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต
(Likert Scale) โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชัน
แซด ไว้ 5 ระดับ ให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มีระดับคะแนนและความหมาย ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมาก
3 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อยที่สุด

ในการพิจารณาแบ่งเกณฑ์เพื่อให้ทราบถึงระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชันแซต ได้กำหนดเกณฑ์ไว้เป็น 5 ระดับ โดยนำคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละข้อมารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย และใช้หลักการแปลคะแนนค่าเฉลี่ย (บุญใจ ศรีสถิตยน์รากูร, 2553) ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	เท่ากับ	การรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ความตรง (Validity)

เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามการรู้เท่าทันสื่อ แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซต ในโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความตรงของแบบสอบถามแต่ละหัวข้อกับหัวข้อย่อยในแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ และความถูกต้องของภาษา พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นนำแบบสอบถามส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความตรงเกี่ยวกับความครอบคลุมของเนื้อหา ความสอดคล้องของเนื้อหาในประเด็นหลักและประเด็นย่อย และความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา วัตถุประสงค์ และความรัดกุมของการใช้ภาษากับกลุ่มตัวอย่าง โดยถือเกณฑ์ความเห็นสอดคล้อง ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปร โดยกำหนดดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามที่ใช้ได้มีค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (บุญใจ ศรีสถิตยน์รากูร, 2555) จากการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามพบว่าส่วนที่ 2 มีจำนวน 17 ข้อคำถาม มีดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.76-1.0 ส่วนที่ 3 มีจำนวน 6 ข้อคำถาม มีดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.72 – 1.0 และส่วนที่ 4 มีจำนวน 28 ข้อคำถาม มีดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.92-1.0 หลังจากรวบรวมข้อเสนอแนะจาก

ผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาให้ความเห็นอีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ของเครื่องมือ

2. ความเที่ยง (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไข และผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ นำผลที่ได้จากการทดสอบมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient) โดยกำหนดเกณฑ์ในการยอมรับค่าความเที่ยงของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า .70 (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2555) โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อได้ค่าความเที่ยง 0.92 ในส่วนที่ 3 ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมได้ค่าความเที่ยง 0.96 และส่วนที่ 4 การรู้เท่าทันสื่อได้ค่าความเที่ยง 0.94

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือ พร้อมกับส่งแบบสอบถามขออนุญาตผู้อำนวยการโรงพยาบาลพุทธชินราช พิษณุโลก เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขออนุญาตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซด ในโรงพยาบาลพุทธชินราช พิษณุโลก

2. เมื่อได้รับอนุญาตให้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการเข้าพบหัวหน้า กลุ่มการพยาบาลโรงพยาบาลพุทธชินราช พิษณุโลก พร้อมแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย รายละเอียด วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน และคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล และขออนุญาตแจกแบบสอบถามพยาบาลวิชาชีพ กลุ่มตัวอย่างผ่านหัวหน้าหอผู้ป่วยหรือหัวหน้าแผนก

3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่าในการตอบแบบสอบถาม จะไม่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างและหน่วยงานที่สังกัด โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไว้เป็นความลับและอยู่ในที่ปลอดภัย การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ ในภาพรวม โดยใช้เหตุผลทางวิชาการเท่านั้น และไม่นำข้อมูลหรือความลับของกลุ่มตัวอย่าง มาเปิดเผยหรือเสนอผลการศึกษาเป็นข้อมูลรายบุคคล โดยหลังจากดำเนินการวิจัยเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะทำลายเอกสารทั้งหมดเพื่อพิทักษ์สิทธิ์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง และขอความร่วมมือกลุ่มตัวอย่าง ตอบแบบสอบถามส่งกลับคืนแก่ผู้วิจัยภายใน 2 สัปดาห์ โดยการใส่ซองสีน้ำตาลปิดผนึกและรวบรวมไว้ที่หอผู้ป่วยหรือแผนกของกลุ่มตัวอย่าง และ

ผู้วิจัยจะมารับแบบสอบถามด้วยตนเอง ในกรณีที่ กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ส่งแบบสอบถามคืนภายในเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยจะติดตามแบบสอบถามคืน โดยการแจ้งผ่านหัวหน้าหอผู้ป่วยหรือหัวหน้าแผนก

4. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม 2567 ถึง 10 กุมภาพันธ์ 2567

การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซดในโรงพยาบาลศูนย์ แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 เป็นแบบสอบถามระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพ ผู้วิจัยจึงตระหนักว่าการพิทักษ์สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัยมีความสำคัญอย่างยิ่ง จึงได้กำหนดการป้องกันผลกระทบด้านจริยธรรมที่อาจเกิดขึ้นแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้อง จึงพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่างตลอดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย โดยข้อมูลทั้งหมดของพยาบาลวิชาชีพจะถูกเก็บเป็นความลับและนำเสนอผลการวิจัยเป็นภาพรวม ซึ่งนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้นและดำเนินการเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ในโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง และได้กำหนดการป้องกันผลกระทบด้านจริยธรรมที่อาจเกิดขึ้นแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและโรงพยาบาล ดังนี้

1. ขออนุมัติการทำวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวรเลขที่ COA No. 004/2024 IRB No. P2-0449/2566 วันที่รับรอง 08 มกราคม 2567 โดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบเรื่องจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เพื่อนำไปเป็นหลักฐานประกอบการขออนุเคราะห์เก็บข้อมูลในการวิจัยหลังจากผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์ จึงจะดำเนินการขอความยินยอมและดำเนินการวิจัย

2. มีเอกสารชี้แจงข้อมูล และคำแนะนำแก่ผู้เข้าร่วมวิจัย (Participant Information Sheet) ชี้แจงสิทธิของผู้ตอบแบบสอบถามให้ทราบว่า มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมในการวิจัย ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

3. มีการป้องกันผลกระทบต่อบุคคล โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องระบุชื่อ และนามสกุล ในแบบสอบถาม

4. มีการปกปิดข้อมูล แบบสอบถามทุกฉบับจะบรรจุลงในซองเอกสารสีน้ำตาล ไม่มีการระบุชื่อ-สกุล ของผู้ตอบแบบสอบถามที่หน้าซอง เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามใส่แบบสอบถามกลับคืนให้แก่ผู้วิจัย ถือเป็นการปกปิดข้อมูลเป็นความลับ และไม่สามารถระบุถึงตัวผู้ตอบแบบสอบถามได้ พร้อมทั้งส่งแบบสอบถามคืนตามเวลาที่กำหนดด้วยตนเองโดยจะมีกล่องรับแบบสอบถามคืนที่ฝ่ายการพยาบาล และผู้วิจัยจะมารับแบบสอบถามคืนจากกล่องรับแบบสอบถามที่ฝ่ายการพยาบาลด้วยตนเอง

5. อาจถอดถอนท่านออกจากการเข้าร่วมการวิจัย เมื่อผู้สนับสนุนยุติการดำเนินงานวิจัย หรือในกรณีดังต่อไปนี้ 1) การเข้าร่วมในโครงการวิจัยครั้งนี้เป็นไปโดยความสมัครใจ หากท่านไม่สมัครใจจะเข้าร่วมการศึกษาแล้ว ท่านสามารถปฏิเสธการเข้าร่วมได้ 2) ท่านจะได้รับทราบว่าการยินยอมเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้ ในกรณีท่านได้ให้อนุญาตผู้วิจัยส่งแบบสอบถามแล้ว ท่านสามารถมีเวลาในการถอดถอนข้อมูลเพียง 2 สัปดาห์หลังจากวันที่ส่งแบบสอบถาม 3) การปฏิเสธเข้าร่วมการวิจัย หรือการขอถอนตัวออกจากโครงการวิจัย ท่านจะไม่ได้รับผลกระทบใด ๆ ทั้งสิ้น

6. ป้องกันผลกระทบทางลบต่อภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล คำตอบที่ได้รับถูกนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ แปลผลข้อมูลโดยไม่มีการอ้างอิงถึงตัวบุคคล และแผนก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสังกัดอยู่ และการรายงานผล ผู้วิจัยนำเสนอผลงานวิจัยโดยภาพรวมเท่านั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ ประมวลผล เพื่อนำเสนอ และสรุปผลการวิจัย ซึ่งมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลของตัวแปร พบว่า มีการกระจายข้อมูลแบบโค้งปกติ (Multivariate Normal Distribution) ตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linearity) ค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนพหุคูณ (Homoscedasticity) มีค่าคงที่ โดยไม่มีความสัมพันธ์พหุคูณเชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.474-0.681 ค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.469-2.110 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 สรุปได้ว่าข้อมูลตัวแปรเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ รายได้ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานประจำ ระยะเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน การอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการหาค่า ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพิสัย

2. วิเคราะห์ระดับปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมของพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) จำแนกรายด้าน

3. วิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) จำแนกโดยรวมและรายด้าน

4. วิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมกับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

(Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

4.1 โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation) โดยเกณฑ์การแปลผลระดับความสัมพันธ์ มีดังนี้ (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2553) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ความหมายของระดับสหสัมพันธ์
0.00	ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน
0.01 - 0.29	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.30 - 0.69	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.70 - 0.99	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
1.00	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

4.2 วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติ (Level of Significant) ที่ใช้ในการทดสอบทั้งหมดที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซตในโรงพยาบาลศูนย์ แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซตที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 จำนวน 185 คน ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ 10 มกราคม 2567 ถึงวันที่ 24 มกราคม 2567 และได้แบบสอบถามคืนจำนวน 174 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 95.08 ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบตาราง ประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมของพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซต ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ คือ จิตสำนึก การเลือกเปิดรับสื่อ การคิดวิจารณ์ญาณ ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ และสังคมสภาพแวดล้อม

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และปัจจัยที่พยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2

เป็นการนำข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 174 คน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพิสัย ของอายุ สถานภาพ รายได้ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานประจำ การอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และระยะเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวัน มีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตาราง 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพิสัย ของข้อมูลส่วนบุคคลของ
พยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	151	86.78
คู่	23	13.22
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย	86	49.42
เพียงพอต่อการใช้จ่าย	80	45.98
มีเหลือเก็บ	8	4.60
ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานประจำ		
Line	150	86.20
Facebook	142	81.60
Instagram	142	81.60
You Tube	129	74.10
Twitter	52	29.90
Weblog	2	1.10
การอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
ไม่เคย	104	59.77
เคย	70	40.23
อายุ เฉลี่ย (\bar{x}) = 24.83 ปี, SD = 1.67 , Range = 22 - 27 ปี		
ระยะเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน เฉลี่ย (\bar{x}) = 6.63 ชั่วโมง , SD = 4.35		
Range = 2 - 20 ชั่วโมง		

จากตาราง 3 ข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า พยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 อายุเฉลี่ย 24.83 ปี (\bar{x} = 24.83, SD = 1.67) มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 22-27 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพโสด ร้อยละ 86.78 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย ร้อยละ 49.42 ส่วนใหญ่ยังไม่เคยผ่านการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 59.77 มีระยะเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวันคือ 6.63 ชั่วโมง (\bar{x} = 6.63, SD =

4.35) และประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานประจำ นิยมใช้มากที่สุดคือ Line ร้อยละ 86.20 รองลงมาคือ Facebook , Instagram, You Tube, Twitter และ Weblog ร้อยละ 81.60, 81.60, 74.10, 29.90, 1.10 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมของพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซต ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมของพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ โดยใช้สถิติพื้นฐานหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) จำแนกโดยรวมและรายด้านแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังรายละเอียดในตาราง 4

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	\bar{x}	SD	การแปลผล
ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม	4.31	0.60	มาก
การคิดวิจารณ์ญาณ	4.30	0.52	มาก
ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ	4.28	0.59	มาก
จิตสำนึก	4.20	0.47	มาก
การเลือกเปิดรับสื่อ	4.17	0.53	มาก
รายได้	3.24	0.58	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่า พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 มีการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยภายในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต พบว่า การรับรู้ด้านสังคมสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.31$, $SD = 0.60$) รองลงมาคือด้านการคิดวิจารณ์ญาณ ($\bar{x} = 4.30$, $SD = 0.52$) ด้านความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.59$) จิตสำนึก ($\bar{x} = 4.20$, $SD = 0.47$) การเลือกเปิดรับสื่อ ($\bar{x} = 4.17$, $SD = 0.53$) และรายได้ ($\bar{x} = 3.24$, $SD = 0.58$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2

วิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 ในภาพรวมและรายด้าน ใช้สถิติพื้นฐานหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) แปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังรายละเอียดในตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2

ตัวแปร	\bar{x}	SD	การแปลผล
การเข้าถึงสื่อ (Access)	4.31	0.49	มาก
การประเมินค่า (Evaluation)	4.26	0.51	มาก
การสร้างสรรค์ (Create)	4.24	0.52	มาก
รวม	4.28	0.48	มาก

จากตาราง 5 พบว่า พยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 มีระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.48$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการเข้าถึงสื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.31$, $SD = 0.49$) รองลงมาเป็นด้านการประเมินค่า ($\bar{x} = 4.26$, $SD = 0.51$) และด้านการสร้างสรรค์สื่อ ($\bar{x} = 4.24$, $SD = 0.52$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และปัจจัยที่พยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เป็นตัวพยากรณ์กับการรู้เท่าทันสื่อ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์กับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 รายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 6-8

ตาราง 6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยทางสังคม
สภาพแวดล้อม กับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด
โรงพยาบาลศูนย์ในเขตสุขภาพที่ 2

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	
	กับการรู้เท่าทันสื่อ	การแปลผล
การคิดวิจารณ์ญาณ	.701**	สูง
ครอบครัว/ตัวแบบ	.624**	ปานกลาง
การเปิดรับสื่อ	.565**	ปานกลาง
ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ	.551**	ปานกลาง
จิตสำนึก	.519**	ปานกลาง
รายได้	.286*	ต่ำ

* $p < .05$

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมกับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกตัว เมื่อพิจารณารายด้านค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง 1 ตัว คือ การคิดวิจารณ์ญาณ ($r = .701$) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง 4 ตัว ลำดับแรก ได้แก่ ครอบครัว/ตัวแบบ การเปิดรับสื่อ ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ และจิตสำนึกตามลำดับ ($r = .624, .565, .551, .519$) และรายได้อาศัยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ($r = .286$)

ตาราง 7 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (R) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยตัวแปร (R^2) และทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์เพิ่มขึ้น (Adjust R^2) ในการพยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

Model	ลำดับขั้นตัวพยากรณ์	R	R^2	Adjust R^2	F	P-value
1	- การคิดวิจารณ์ญาณ	.701	.491	.488	165.900	.000*
2	- การคิดวิจารณ์ญาณ - ครอบครัว/ตัวแบบ	.753	.568	.563	112.296	.000*
3	- การคิดวิจารณ์ญาณ - ครอบครัว/ตัวแบบ - การเลือกเปิดรับสื่อ	.767	.588	.581	80.968	.000*

* $p < .05$

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่า

Model ที่ 1 ปัจจัยด้านการคิดวิจารณ์ญาณ สามารถพยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ได้ร้อยละ 49.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ .491

Model ที่ 2 เมื่อเพิ่มตัวแปรครอบครัว/ตัวแบบ เข้าไปใน Model ที่ 1 สามารถร่วมกันพยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ได้ร้อยละ 56.8 เพิ่มจาก Model ที่ 1 อีกร้อยละ 7.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายเพิ่มขึ้น (Adjust R^2) เท่ากับ .563

Model ที่ 3 เมื่อเพิ่มตัวแปรด้านการเลือกเปิดรับสื่อเข้าไปใน Model ที่ 2 สามารถร่วมกันพยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ได้ร้อยละ 58.8 เพิ่มจาก Model ที่ 2 อีกร้อยละ 2.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายเพิ่มขึ้น (Adjust R^2) เท่ากับ .581

ตาราง 8 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนดิบ (b) และคะแนนมาตรฐาน (Beta) และผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณที่ใช้พยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2

ตัวพยากรณ์	b	SE.b	Beta	t	P-value
การคิดวิจารณ์ญาณ	.396	.066	.365	5.547	.000*
การเลือกเปิดรับสื่อ	.186	.058	.168	2.913	.004*
ครอบครัว/ตัวแบบ	.329	.047	.262	5.518	.000*

Constance (ค่าคงที่)= .875, R= .767, F=80.96, R² = .588, Adjust R² = .588

* p < .05

จากตาราง 8 พบว่า ตัวพยากรณ์ที่มีค่ามาตรฐานสูงสุด คือ การคิดวิจารณ์ญาณ (Beta= .396) รองลงมา คือ ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม ครอบครัว/ตัวแบบ (Beta= .329) และการเลือกเปิดรับสื่อ (Beta= .186) แสดงว่าการคิดวิจารณ์ญาณมีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการพยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 รองลงมาคือปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม และการเลือกเปิดรับสื่อ

เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สามารถร่วมทำนายการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 จากการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณพบว่าตัวแปรที่เลือกทำนายตามลำดับค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณได้ร้อยละ 58.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ปัจจัยภายในบุคคล ได้แก่ การเลือกเปิดรับสื่อ การคิดวิจารณ์ญาณและปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม ส่วนปัจจัยด้านจิตสำนึก และความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ ไม่สามารถร่วมพยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพยากรณ์ (Predictive research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซต ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 โดยเป็นพยาบาลวิชาชีพที่มีปีเกิดตามบัตรประจำตัวประชาชน ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 - 2555 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร YAMANE ที่ระดับความเชื่อมั่น .95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ จำนวน 168 คน และเพื่อทดแทนข้อมูลที่อาจไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้งให้การวิเคราะห์ผลมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 ทำให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เป็นจำนวน 185 คน โดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็นในการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ในขั้นแรกใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random sampling) ในงานการพยาบาลต่าง ๆ ทั้ง 9 งานการพยาบาล ชั้นที่สองสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับสลากชื่อพยาบาลวิชาชีพ แบบไม่ใส่คืน ให้ได้ครบตามจำนวน ใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม 2567 ถึงวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2567

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการทบทวนตำราเอกสาร ทฤษฎีและวรรณกรรม ประกอบด้วย คำถาม 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ สถานภาพ รายได้ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานประจำ การอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสนเทศ และระยะเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวัน ส่วนที่ 2,3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยทางสังคม สภาพแวดล้อม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ ตามกรอบแนวคิดขององค์กร UNESCO (2013) โดยลักษณะข้อคำถามในส่วนที่ 2,3 และ 4 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน จากการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามพบว่าส่วนที่ 2 มีดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.76-1.0 ส่วนที่ 3 มีดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.72 – 1.0 และส่วนที่ 4 มีดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.92-1.0 หลังจากรวบรวมข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาให้ความเห็นอีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ของเครื่องมือ และ

ตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่าแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม และแบบประเมินเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.92 0.96 และ 0.94 ตามลำดับ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์ในระยะเวลาที่กำหนด จำนวน 174 ชุด คิดเป็นร้อยละ 95.08 ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษานี้ สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 พบว่า พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 มีอายุเฉลี่ย 24.83 ปี ($\bar{x} = 24.83$, $SD = 1.67$) มีอายุระหว่าง 22-27 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพโสด ร้อยละ 86.78 รายได้ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย ร้อยละ 49.42 ยังไม่เคยผ่านการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสนเทศ ร้อยละ 59.77 ระยะเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวันคือ 6.63 ชั่วโมง ($\bar{x} = 6.63$, $SD = 4.35$) และประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานประจำ นิยมใช้มากที่สุดคือ Line ร้อยละ 86.20 รองลงมาคือ Facebook, Instagram, You Tube, Twitter และ Weblog ร้อยละร้อยละ 81.60, 81.60, 74.10, 29.90, 1.10 ตามลำดับ

2. ข้อมูลด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพ เจเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 พบว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยภายในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต ด้านการคิดวิจารณ์ญาณ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$, $SD = 0.52$) รองลงมาเป็นด้านความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.59$) จิตสำนึก ($\bar{x} = 4.20$, $SD = 0.47$) และการเลือกเปิดรับสื่อ ($\bar{x} = 4.17$, $SD = 0.53$) ตามลำดับ และพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 มีการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยครอบครัว/ตัวแบบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$, $SD = 0.60$)

3. ข้อมูลระดับของการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซต โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 มีระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.48$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการเข้าถึง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.31$, $SD = 0.49$) รองลงมาเป็นด้าน

การประเมินค่า ($\bar{x} = 4.26$, $SD = 0.51$) และด้านการสร้างสรรค์สื่อ ($\bar{x} = 4.24$, $SD = 0.52$) ตามลำดับ

4. ปัจจัยภายในบุคคล ได้แก่ การคิดวิจารณ์ญาณ การเลือกเปิดรับสื่อ และปัจจัยครอบครัว/ตัวแบบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ได้ร้อยละ 58.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านรายได้ จิตสำนึก และความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ ไม่สามารถร่วมพยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2

อภิปรายผล

จากข้อค้นพบในการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยมีประเด็นในการนำมาอภิปราย ผลตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่งในเขตสุขภาพที่ 2 ระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.48$) อภิปรายได้ว่าเนื่องจากพยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด เป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาท่ามกลางสังคมดิจิทัล อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน ทำให้มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าช่วงวัยอื่น ประกอบกับโลกเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มตัว ความสามารถในการใช้สื่อและการรู้เท่าทันสื่อเป็นนโยบายระดับประเทศ กระทรวงสาธารณสุขโดยกองการพยาบาลสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุขประกาศกลยุทธ์การขับเคลื่อนกองการพยาบาลไปสู่ความเป็นสากล ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์การพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการพยาบาล ดังนั้นโรงพยาบาลนำโดยกลุ่มภารกิจด้านการพยาบาลต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาคน พัฒนางานด้านดิจิทัล มีการจัดอบรมเรื่องการใช้งานดิจิทัลภายในโรงพยาบาลเพิ่มมากขึ้น และสนับสนุนการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ในการทำงานมากขึ้นสอดคล้องกับการศึกษาของพลอยไฉ ทองรักษ์ (2562) ศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อและสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี พบว่าระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับสูง และกันยรัตน์ อุบลวรรณ (2566) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันพระบรมราชชนก พบระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อจะเห็นว่า

ด้านการเข้าถึง (Access) พบว่า พยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด มีระดับการรู้เท่าทันสื่อในด้านการเข้าถึงสื่ออยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.31$, $SD = 0.49$) พยาบาลวิชาชีพเจนเนอร์เรชั่นแซด เข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ รวดเร็ว มีการแสวงหาความรู้ได้จากสื่อหลายประเภท

ไม่ถูกจำกัด และสามารถดึงข้อมูลจากสื่อมาใช้ประโยชน์ได้ ทั้งนี้เนื่องจากโรงพยาบาลมีนโยบายที่ชัดเจน ในการสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลมาใช้ในการทำงาน บุคลากรทุกคนสามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ฟรี สะดวก รวดเร็ว กลุ่มตัวอย่างพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซตมีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เฉลี่ย 6.63 ชั่วโมง ต่อวัน ส่วนใหญ่อุปกรณ์ที่ใช้เป็นโทรศัพท์มือถือ ทำให้การเข้าถึงข้อมูลง่าย สามารถเข้าได้ทุกหนทุกแห่งที่มีสัญญาณเชื่อมถึงการเปิดรับข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ที่ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารที่มีการปรับเปลี่ยนบทบาทของผู้ใช้สื่อให้สามารถเป็นทั้งผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับข้อมูล ข่าวสาร (Receiver) ในคนเดียวกัน สื่อที่เป็นการส่งสารทางเดียวจึงมีบทบาทน้อยลง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ประเภท Line Facebook ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมจากคนทั่วโลกเนื่องจากการใช้งานที่สะดวก มีข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย

ด้านการประเมินค่า (evaluation) พบว่า ภาพรวมพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซต มีระดับการรู้เท่าทันสื่อในด้านการประเมินค่าอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.26$, $SD = 0.51$) ซึ่งสามารถอภิปรายได้ว่าอาจเป็นเพราะกระบวนการในการพัฒนาศักยภาพทางความคิด ประสบการณ์ในการใช้สื่อมีมาก ทำให้เกิดเป็นกระบวนการในการป้องกันผลกระทบในด้านลบจากสื่อ พยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซตสามารถรับรู้เข้าใจเนื้อหาต่าง ๆ ของสื่อ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายของสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการวิเคราะห์ (Analyses) คือการตีความเนื้อหาสื่อตามรูปแบบที่สื่อแต่ละประเภทนำเสนอและโดยวิธีจากการตรวจสอบจากหลายแหล่งข้อมูลแล้วนำมาอธิบาย โดเถียง เพื่อช่วยในการตัดสินใจ รวมถึงการพยายามทำความเข้าใจเจตนาของผู้ส่งสารว่านำเสนอข้อมูลข่าวสารไปเพื่อประโยชน์ใด เพื่อไม่ให้ตนเองหลงเชื่อข้อมูลเหล่านั้นทันที มีการประเมินค่าสื่อ (Evaluation) ซึ่งเป็นผลมาจากการวิเคราะห์ทำให้สามารถประเมินคุณภาพของสื่อ ประกอบกับนโยบายที่เข้มแข็งของรัฐบาลไทยที่มีความเข้มงวดกับข่าวสารมากขึ้น มีการคัดกรองและให้ข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารปลอมมีศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมของประเทศไทย จึงอาจสอดคล้องกับการเชื่อถือข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ และสามารถนำสื่อไปใช้ประโยชน์ได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพของกฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ (2561) ศึกษาการรู้ทันสื่อ การรู้ทันตนเองกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่านักศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อในด้านการวิเคราะห์สื่อสูง และสอดคล้องกับปาริชาติ เสารยะวิเศษ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสารสนเทศของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในประเทศไทย พบว่า นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในประเทศไทยมีการรู้เท่าทันสารสนเทศการวิเคราะห์สื่อออนไลน์อยู่ในระดับสูง

ด้านการสร้างสรรค์ (Create) พบว่าภาพรวมพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด มีระดับการรู้เท่าทันสื่อในด้านการสร้างสรรค์สื่ออยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.24$, $SD = 0.52$) การพัฒนาทักษะในการสร้างสื่อเพื่อที่จะใช้สื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร สามารถอธิบายได้ว่าพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซดกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเป็นเวลานาน และมีการใช้สื่อตั้งแต่วัยเรียนจึงทำให้เกิดทักษะในการผลิตสื่อ และเกิดการเรียนรู้ถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเมื่อมีการสร้างสื่อที่ไม่ถูกต้อง ผิดจริยธรรม ผิดต่อกฎหมายจึงมีการไตร่ตรองก่อนที่จะส่งต่อหรือเผยแพร่ข้อมูล สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬารัตน์ บุชขงก์ (2561) ที่ศึกษาการพัฒนาารูปแบบการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่าการรู้ทันสื่อด้านการสร้างสรรค์สื่อออนไลน์อยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซดโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 ปัจจัยภายในบุคคลได้แก่ การเลือกเปิดรับสื่อ การคิดวิจารณ์ญาณ และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด โรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2 ได้ร้อยละได้ร้อยละ 58.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($R^2 = .588$, $p < .01$) เป็นไปตามสมมุติฐานของงานวิจัย อภิปรายได้ว่า การคิดวิจารณ์ญาณ (Critical thinking) เป็นปัจจัยภายในที่มีความสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการรู้ทันสื่อและเป็นหัวใจของกระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อ หลักการรู้เท่าทันสื่อคือหลักการของการตั้งคำถามอย่างวิพากษ์ พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซดถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีประสบการณ์ผ่านการเรียนรู้ทั้งจากสถาบันการศึกษา และจากประสบการณ์ของตนเองจึงทำให้มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ที่ไตร่ตรองรอบด้าน การเปิดรับสื่อเป็นความสามารถที่เกิดจากประสบการณ์การใช้สื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด สอดคล้องกับ Bencsik A (2016) ที่ให้ความเห็นว่า พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด เป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาท่ามกลางสังคมดิจิทัล อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน ทำให้มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เรียนรู้และรับข่าวสารทางอย่างรวดเร็วผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับการศึกษาของ ชัชฎา อัครศรีวรร นากาโอคะ และกฤษณัท แสนทวิ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครพบว่ามีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน ได้แก่ การเปิดรับสื่อ และการตระหนักรู้ด้านจริยธรรมสามารถร่วมกันอธิบายทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลได้ร้อยละ 52 ($R^2 = 0.52$) และปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซด อภิปรายได้ว่า พยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชั่นแซดให้ความสำคัญกับครอบครัวและตัวแบบ ลักษณะของคนในเจนเนอเรชั่นแซดให้ความสำคัญกับตนเองและครอบครัว พยาบาลเจนเนอเรชั่นแซดมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเนื่องจากส่วนใหญ่มีพ่อแม่เป็นเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ซึ่งเป็นเจนเนอเรชั่นที่เกิดมาในยุคไซเบอร์มีเดียและอินเทอร์เน็ต มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความคุ้นเคยกับการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ เกิดเป็นความคิดสร้างสรรค์ และมีความรับผิดชอบในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง

พยาบาลเป็นอาชีพที่อาศัยการทำงานเป็นทีมสัมพันธ์ภาพจึงมีลักษณะเป็นครอบครัว มีการเคารพนับถือกัน ในลักษณะพี่น้องจึงส่งผลต่อการเกิดอิทธิพลหลายด้าน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้บริหารทางการพยาบาลสามารถนำผลการวิจัยประเด็นของการคิดวิจารณ์ญาณ, การเปิดรับสื่อ, ครอบครัวและตัวแบบ ที่พบว่ามามีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อมาใช้ในการพัฒนาพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันแซตให้มีการรู้เท่าทันสื่อให้เพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในพยาบาลวิชาชีพเจเนอเรชันอื่น ๆ เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อและเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพของพยาบาลวิชาชีพ

2.2 ควรมีการศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมที่ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยเน้นเรื่องของการคิดวิจารณ์ญาณ ที่พบว่ามามีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อมากเป็นกรอบในการสร้างโปรแกรม

บรรณานุกรม



มหาวิทยาลัยสุรินทร์

บรรณานุกรม

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). *เอกสารรายงานการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2558*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- กชกร บุญยพิทักษ์สกุล และพิชญานี พูนพล. (2562). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 25(2), 39-59.
- กนิษฐา เทพสุด และมนต์ ขอเจริญ. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุที่เป็นเบาหวานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยแพทย์*, 29(1), 67-82.
- ชนิษฐา จิตแสง. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตเทศบาล 46 นครขอนแก่น. *Information*, 21(1), 46-60.
- จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2551). ผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 14(1), 21-32
- ศุภางค์ นันตา. (2562). สถานการณ์การใช้สื่อกับการพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเยาวชนจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 39(2), 52-67.
- จักรพล สงวนรัมย์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของประชากรเจนเนอเรชั่นแซด (Z) จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 2(1), 24-28.
- จุฬารัตน์ บุชบงก์. (2561). การพัฒนารูปแบบการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *วารสารราชภัฏศรีสะเกษ*, 40(2), 68-79.
- ชนินทร์ พุ่มบัณฑิต และกมลชนก ยอดยง. (2565). ความหลงในสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 16(3), 244-257.
- ชัชฎา อัครศรีวร นากาโอคะ และกฤษณ์ท แสนทวิ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัลของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(1), 55-62.
- ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี. (2562). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน เพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

- ทริยาพรรณ สุภามณี และกาญจนา ธานะ. (2558). สื่อสังคมออนไลน์กับข้อคำนึงสำหรับพยาบาล. *วารสารพยาบาลสาร*, 42(2), 164-178.
- เทอดศักดิ์ ไม้เท้าทอง. (2557). การรู้เท่าทันสื่อ: ทักษะสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่21. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 32(3), 74-91.
- ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน. (2562). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาดทางอารมณ์ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 45(2), 127-161.
- นักรบ นาคสุวรรณ. (2564). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนไทยในยุคดิจิทัล. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 490-502.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2558). เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย = Social network in a networked society. *วารสารวิจัย สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, 8(2), 119-127.
- นิธิดา วิวัฒน์พาณิชย์. (2558). การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 9(3), 209-219.
- นิพนธ์ ชาญอัมพร และชาตรี ใต้ฟ้าพูล. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิตและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ของเด็กเจนเนอเรชั่นแซด. *วารสารประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 8(2), 73-92.
- ปกรณ์ ประจันบาน และอนุชา กอนพวง. (2559). การวิจัยและพัฒนาแบบวัดทักษะในศตวรรษที่21 ด้านการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 18(1), 144-155.
- ปริญดา เรืองศักดิ์. (2561). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความเชื่อถือในข่าวบันเทิงที่น่าเชื่อพานสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 12(1), 110-125.
- ปองปรารณ สุนทรเกษข. (2564). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 10(1), 51-62.
- พนม คลี่ฉายา. (2562). การรู้เท่าทันสื่อมวลชนกระแสหลักของคนกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 32(2), 1-24.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). *ถอดรหัส ลับความคิด เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ*. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ทครีเอชั่น.
- พลอยวไล ทองรักษ์. (2562). ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ แนวทางการรู้เท่าทันและวิเคราะห์สื่อและสุขภาพจิตของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 45(1), 1-29.
- พัชรภา เอื้ออมรวนิช. (2561). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 24(พิเศษ), 22-30.

- เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ และณรงค์ ขำวิจิตร. (2559). ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทย ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 9(1), 93-105.
- ภพพรหมินทร์ วโรตม์พัฒนานนท์ และบุหงา ชัยสุวรรณ.(2561).การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อ ตามวิถีอโคส.*Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(1),2900-2914.
- เมตตา แสงวลาภ, สุกัญญา แซ่ม้อย และรัตนะ บัวสนธิ์. (2561). การรู้เท่าทันสื่อของครู.ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่เป็นสาเหตุและแนวทางแก้ไขพัฒนา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 12(3), 112-126.
- มาริษา สุจิตวนิช และดวงใจ คงคาลวง. (2557). แนวทางการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในกลุ่มเจนเอเรชั่นเน็ต. *วารสารวิชาการร้อยแก่นสาร*, 5(2),152-166.
- รพีพร เทียมจันทร์. (2562). การรู้เท่าทันสื่อการจำหน่ายสินค้าสุขภาพทางอินเทอร์เน็ตของประชาชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.*วารสารพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 5(3),506-514.
- วราพร คำจับ. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่21.*วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 7(2), 143-159.
- วัชรီ มนต์สนธิ,จักรพันธ์ ชัยทัศน์และคณะ. (2562). การวิเคราะห์องค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อของ เยาวชนไทยกรณีศึกษา: เยาวชนในจังหวัดเชียงราย.*Veridian E-Journal,Silpakorn University*, 12(6),279-299.
- แววตา เตชาทวิวรรณ, และอัจฉรา ประเสริฐสิน. (2559). การพัฒนาแบบวัดการรู้ดิจิทัลสำหรับ นักศึกษาระดับปริญญาตรี. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศศิธร ยูวโกศล, และพัชสิริ ชมพูคำ. (2564). เจเนอเรชันกับความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้สื่อในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 9(2), 10-34.
- ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ โอปอล์ สุวรรณเมฆ. (2563). รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันแซด. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรจน์*, 11(1). 23-43.
- ศุภาวดี นันทา. (2562). สถานการณ์การใช้สื่อกับการพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเยาวชน จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 39(2), 56-67.
- สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน. (2563). *ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลระดับบุคคลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

- สรรพชญ ไชยสิริยะสวัสดิ์. (2561). *สแกนนิสัย“คน 4 เจเนอเรชั่น” แม้ต่างกันก็อยู่ร่วมกันได้*. สืบค้น 5 มกราคม 2566, จาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1401795159.2142018JOURNAL
- สรารุช ภูวสันติ และยอดชาย สุวรรณวงศ์. (2564). การศึกษาโอกาสในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านสุขภาพ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการด้านการแพทย์และสาธารณสุขของจังหวัดสระบุรี. *วารสารสถาบันป้องกันควบคุมโรคเขตเมือง*, 6(1),125-152.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561*. กรุงเทพฯ: สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สำนักบริหารการสาธารณสุข สำนักงานปลัดกระทรวงกระทรวงสาธารณสุข. (2556). *การพัฒนาการจัดการกำลังคนของสหวิชาชีพ ปี 2555*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน. (2565). การเท่าทันสื่อเพื่อสร้างเมืองของทุกคน. *วารสารสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย)*, 40(2),43-52.
- สุธีร์ จุฬากาญจน์ และพันธธิพา คนฉลาด.(2566). รูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับกลุ่มเจเนอเรชั่นแซต. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 11(1),82-93.
- สุภารักษ์ จูตระกูล. (2559). ครอบครัวยุคใหม่กับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) ของดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives). *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 11(1),131-150.
- อนุชา ไทยวงษ์, และบุญพิชชา จิตต์ภักดี. (2563). พยาบาลวิชาชีพ Generation Z ในระบบสุขภาพประเทศไทย: กลวิธีที่ท้าทายในการบริหารสำหรับผู้บริหารการพยาบาล. *วารสารแพथ์นาวิ*, 48(1), 199-209.
- ลี, อลิซ วาย แอล. (2558, 26-27 พฤศจิกายน). การทำความเข้าใจเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (MIL). ใน *การประชุมสัมมนาว่าด้วยการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในยุคดิจิทัล* (น. 20-27). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- อังคณา แวซอเหาะ. (2564). การรู้เท่าทันสื่อ: ทักษะที่ต้องรู้และนำไปใช้ในยุคสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารศิลปศาสตร์(วังนางเลิ้ง) มทร*, 1(1), 38-55.
- อพัชชา ช่างขวัญยืน. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนครสวรรค์. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 16(1), 188-197.
- อุษา บิ๊กกิน. (2565). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 26(80). 147-161.

- เอมิการ์ ศรีธาตฺ, และประทุม ฤกษ์กลาง. (2560). พฤติกรรมการใช้และการรับรู้อิทธิพลของสื่อดิจิทัล ต่อเจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันแซด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 11(3),20-30.
- Bencsik A, Horvath-Csikos G, & Juhasz T. (2016). Y and Z generation at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 39-42.
- Center for Media Literacy. (2008). *Literacy for the 21st century: An overview & Orientation guide to media literacy education*. Malibu, CA: Center for media literacy.
- Hobbs, R. (2010). Measuring the acquisition of media literacy skill. *Reading Research Quarterly*, 38(3), 330-355.
- Mc. Crindle. (2015). *Gen Z and Gen Alpha Infographic Update*. Retrieved 20 January 2021 from <https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-z/gen-z-and-gen-alpha-infographic-update/>
- Potter, W.J. (2005). *Media literacy* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schoch T. (2012). Turning the Ship Around with a Four-Generation Crew. *Information Management Journal*, 46, 25-29.
- UNESCO. (2013). *Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Country Readiness and Competencies*. Paris. UNESCO.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยนครพนม

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ชื่อโครงการวิจัย: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซด ในโรงพยาบาลศูนย์แห่งหนึ่ง ในเขตสุขภาพที่ 2

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้สำหรับพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซด (มีปีเกิดตามบัตรประจำตัวประชาชนตั้งแต่ ปี 2540 ขึ้นไป)
2. แบบสอบถามมีจำนวนข้อคำถาม 57 ข้อ ประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน คือ
ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ
ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในบุคคล จำนวน 17 ข้อ
ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม จำนวน 6 ข้อ
ส่วนที่ 4 แบบประเมินเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 28 ข้อ
3. โปรดอ่านคำชี้แจงก่อนตอบแบบสอบถามในแต่ละตอน และตอบคำถามให้ครบ ทุกข้อ ตามความเป็นจริงที่สุดเพื่อความถูกต้อง และสมบูรณ์ของการวิเคราะห์ข้อมูล
4. ข้อมูลของท่านจะถือเป็นความลับและนำมาใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อการปฏิบัติงาน และการดำเนินชีวิตของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง และเติมคำลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด (โปรดตอบทุกข้อ)

1. อายุ

ปัจจุบันท่านอายุ.....ปี (.....เดือน)

2. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. คู่ 3. หม้าย/หย่า/แยก

3. ท่านมีรายได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายหรือไม่

1. ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย
 2. เพียงพอต่อการใช้จ่าย
 3. มีเหลือเก็บ

4. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ท่านใช้งานประจำ

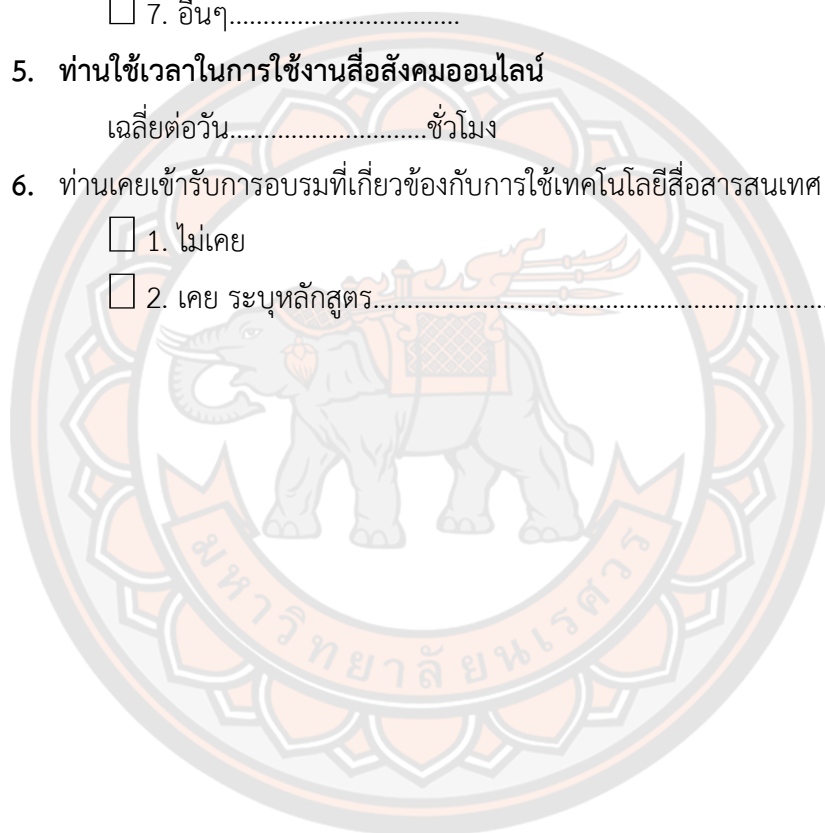
- 1. Facebook
- 2. Line
- 3. Twitter
- 4. Instagram
- 5. You Tube
- 6. Weblog
- 7. อื่นๆ.....

5. ท่านใช้เวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

เฉลี่ยต่อวัน.....ชั่วโมง

6. ท่านเคยเข้ารับการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสนเทศ

- 1. ไม่เคย
- 2. เคย ระบุหลักสูตร.....



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยภายในบุคคล ประกอบด้วย 4 ด้าน จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 17 ข้อ

ได้แก่	จิตสำนึก	6 ข้อ	(ข้อ 1-6)
	การเลือกเปิดรับสื่อ	3 ข้อ	(ข้อ 7-9)
	การคิดวิจารณ์ญาณ	5 ข้อ	(ข้อ 10-14)
	ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ	3 ข้อ	(ข้อ 15-17)

ประกอบด้วยตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ในการเลือกตอบ ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมาก
3 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อยที่สุด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อที่	ปัจจัยภายในบุคคล	ระดับการรับรู้				
		5	4	3	2	1
การมีจิตสำนึก						
1	ท่านมีสติ รู้ตัวตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต					
2	ท่านสามารถควบคุมตนเองให้ทำสิ่งต่างๆตามระเบียบขององค์กร					
3	ท่านเป็นคนตรงต่อเวลาเสมอ					
4	ท่านทำงานในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายสำเร็จได้ด้วยตนเอง					
5	ท่านมีแบบแผนในการดำเนินชีวิต มีวิธีการจัดการชีวิตอย่างมีระบบ					
6	ท่านตั้งเป้าหมายการทำงานอย่างชัดเจน และมีการปฏิบัติอย่างเป็นขั้นตอนมุ่งสู่เป้าหมายนั้น					
การเลือกเปิดรับสื่อ						
7	ท่านเลือกรับสื่อเฉพาะที่ตนเองสนใจเท่านั้น					
8	ท่านเลือกรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการทำงานผ่านทางสื่อ					

ข้อที่	ปัจจัยภายในบุคคล	ระดับการรับรู้				
		5	4	3	2	1
	ออนไลน์ที่มาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ					
9	เมื่อท่านค้นหาคลิปวิดีโอเพื่อผ่อนคลายหรือสร้างความสนุก ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ท่านจะเลือกดูเฉพาะคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาไม่ละเมิดสิทธิและสร้างสรรค์					
การคิดวิจารณ์ญาณ						
10	ปกติท่านจะพิจารณาไตร่ตรองข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ อย่างละเอียดรอบคอบเสมอ					
11	ท่านจะให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารให้ถี่ถ้วนก่อนพิมพ์แสดงสถานะความรู้สึก(Status)ลงในสื่อสังคมออนไลน์					
12	ท่านจะให้ความสนใจเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏที่หน้าสื่อว่าเป็นข้อมูลที่เป็นจริงหรือข้อมูลที่เป็นเท็จก่อนตัดสินใจเชื่อ					
13	ท่านประเมินตรวจสอบข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ด้วยตนเองว่าข้อมูลที่ปรากฏเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดี					
14	ท่านปฏิบัติตามเฉพาะข้อมูล ข่าวสารที่ท่านพิจารณาแล้วว่า เป็นสิ่งดีมีประโยชน์					
การตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ						
15	ท่านไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้บุคคลอื่นในสังคมเสื่อมเสีย					
16	ท่านเคยส่งต่อ ข้อความ รูปภาพ ที่ท่านคิดว่ามีประโยชน์แก่ผู้อื่นลงในสื่อสังคมออนไลน์					
17	ท่านแนะนำแหล่งข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ที่เป็นประโยชน์แก่คนรอบข้าง					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับครอบครัว/

ตัวแบบ จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ประกอบด้วยตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ในการเลือกตอบ ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมาก
3 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อยที่สุด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อที่	ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อม	ระดับการรับรู้				
		5	4	3	2	1
1	บุคคลในครอบครัวพร้อมรับฟังเมื่อท่านต้องการระบายความทุกข์					
2	บุคคลในครอบครัวให้คำแนะนำที่ดีแก่ท่าน					
3	บุคคลในครอบครัวสนับสนุนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของท่าน เช่น ติดตั้งเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					
4	ท่านชื่นชมบุคคลที่มีความสามารถ และท่านพยายามที่จะฝึกฝนตนเองให้มีความสามารถเหมือนบุคคลนั้น					
5	ท่านชื่นชมบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการทำงาน และท่านยึดบุคคลนั้นเป็นต้นแบบในการทำงาน					
6	ท่านมีบุคคลต้นแบบในการใช้ชีวิต และท่านปฏิบัติตามในสิ่งที่ถูกต้อง เหมาะสม					

ส่วนที่ 4 แบบประเมินเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของพยาบาลวิชาชีพเจนเนอเรชันแซด โรงพยาบาลศูนย์
ในเขตสุขภาพที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ตามแนวคิด UNESCO,2013
ประกอบด้วย 3 ด้าน จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 30 ข้อ ดังนี้

1. การเข้าถึง (Access) 8 ข้อ (ข้อ 1-8)
2. การประเมินค่า (Evaluate) 10 ข้อ (ข้อ 9-18)
3. การสร้างสรรค์ (Create) 10 ข้อ (ข้อ 19-28)

ประกอบด้วยตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ในการเลือกตอบ ดังนี้

- | | | |
|---------|---------|--------------------------------------|
| 5 คะแนน | หมายถึง | รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมากที่สุด |
| 4 คะแนน | หมายถึง | รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นมาก |
| 3 คะแนน | หมายถึง | รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นปานกลาง |
| 2 คะแนน | หมายถึง | รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อย |
| 1 คะแนน | หมายถึง | รับรู้เกี่ยวกับข้อความนั้นน้อยที่สุด |

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อที่	การรู้เท่าทันสื่อ	ระดับการรับรู้				
		5	4	3	2	1
การเข้าถึง (Access)						
1	ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้ง่าย รวดเร็ว ภายในเวลาที่กำหนด					
2	ท่านพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อการสืบค้นข้อมูล ข่าวสาร จากสื่อต่าง ๆ ได้					
3	ท่านดึงข้อมูล ข่าวสารเก็บรวบรวมและเลือกประเภทของ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เป็นประโยชน์ตามจุดมุ่งหมายของ ตนเองจากสื่อต่าง ๆ หลายช่องทาง					
4	ท่านสามารถเลือกใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ จากสื่อที่หลากหลาย					
5	ท่านระบุคำสำคัญ (Keywords) หรือหัวข้อที่จะใช้ในการ สืบค้นได้					
6	ท่านเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร จากสื่อต่าง ๆ โดยคำนึงถึง ลิขสิทธิ์ และความถูกต้องตามกฎหมาย					
7	ท่านจดจำ เข้าใจ และอธิบายความหมายของคำศัพท์					

ข้อที่	การรู้เท่าทันสื่อ	ระดับการรับรู้				
		5	4	3	2	1
	สัญลักษณ์ และเทคนิคเฉพาะของการสื่อสารแบบต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ					
8	ท่านเลือกเข้าใช้งานเว็บไซต์สื่อที่ไม่ผิดกฎหมาย ไม่ผิด ศีลธรรม ไม่เป็นภัยต่อสังคม					
การประเมินค่า (Evaluate)						
9	ท่านตรวจสอบเสมอว่าใครเป็นผู้สร้างเนื้อหาของสื่อ กระบวนการผลิตสื่อมีคุณภาพหรือไม่					
10	ท่านประเมินได้ว่ารูปแบบและเนื้อหาที่สื่อแนะนำเสนอเป็นไป ตามหลักจริยธรรมและกฎหมาย					
11	ท่านแยกแยะข้อมูล ข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงและ ข้อคิดเห็นที่สื่อแนะนำเสนอได้					
12	ท่านตีความเนื้อหาของสื่อได้ว่า สื่อนั้นมีรูปแบบการ นำเสนอเนื้อหาที่แฝงผล ประโยชน์ทางการค้า/เชิง พาณิชย์หรือไม่					
13	ท่านวิเคราะห์ผลดีผลเสียของข้อมูลที่สื่อแนะนำเสนอที่มีต่อ ตนเอง ผู้อื่น และสังคม					
14	ท่านจะใช้วิจารณญาณและประสบการณ์ของตนเพื่อ ประเมินความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล ข่าวสารที่ สื่อแนะนำเสนอเสมอ					
15	ท่านตัดสินใจได้ว่าควรนำข้อมูล ข่าวสารที่ได้จากสื่อไปใช้ ประโยชน์ต่อหรือไม่					
16	ท่านปิดกั้นหรือปฏิเสธสื่อที่ไม่สร้างสรรค์และไม่เป็น ประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น					
17	ท่านวิเคราะห์แยกแยะ ข้อเท็จ ข้อจริง ข้อเสนอเกินจริง ความคิดเห็น และการโฆษณาชวนเชื่อ จากการนำเสนอ ของสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
18	ท่านให้เหตุผลเพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์สื่อของ ตนเองได้อย่างสมเหตุสมผล					

ข้อที่	การรู้เท่าทันสื่อ	ระดับการรับรู้				
		5	4	3	2	1
การสร้างสรรค์ (Create)						
19	ท่านสามารถเรียบเรียงเนื้อหาข้อมูลโดยบูรณาการความรู้เดิมและความรู้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
20	ท่านหลีกเลี่ยงการคัดลอกผลงานของผู้อื่นและให้ความสำคัญต่อการอ้างอิง					
21	ท่านออกแบบสื่อในลักษณะต่างๆเพื่อนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ องค์ความรู้ และความคิดเห็นของตนเอง					
22	ท่านดำเนินการแก้ไขข้อมูลที่ผิดพลาดเมื่อได้รับการทักท้วงจากบุคคลอื่น และตรวจ สอบแล้วว่าไม่ถูกต้อง					
23	ท่านเลือกช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารได้อย่างเหมาะสม					
24	ท่านนำเสนอข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อ อย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา และอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจริยธรรมของตนเอง					
25	ท่านผลิตสื่อโดยผ่านกระบวนการวางแผนเขียนบท และค้นคว้าข้อมูลเนื้อหา เพื่อนำมาออกแบบสื่อตามรูปแบบหรือเทคโนโลยีของสื่อที่เหมาะสม					
26	ท่านวิพากษ์และแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่เผยแพร่ในลักษณะต่างๆให้เกิดความถูกต้อง และเป็นประโยชน์					
27	เมื่อท่านมีโอกาสท่านจะเข้าร่วมกับผู้อื่นเพื่อสร้างสื่อ หรือใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม					
28	ท่านเคารพในสิทธิ เสรีภาพในการนำเสนอความคิดเห็นของผู้อื่นผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ					

ขอบคุณมากค่ะ สำหรับการตอบแบบสอบถาม



ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยสุรินทร์

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	อัญชลี อินทะเสน
วัน เดือน ปี เกิด	7 มิถุนายน 2521
ที่อยู่ปัจจุบัน	24/1 หมู่ที่ 8 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000
ที่ทำงานปัจจุบัน	โรงพยาบาลพุทธชินราช พิษณุโลก 90 ถนนศรีธรรมไตรปิฎก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2544 พย.บ. มหาวิทยาลัยนเรศวร

