



กทปส



บทความวิชาการ (เอกสารแนบ ฉบับที่ 3)

โครงการขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจากเงินกองทุนวิจัยและพัฒนา
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

โครงการ

การเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทัน
ที่มีต่อความผูกพันและความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน

The Development of Thai People's Competence in Digital Intelligence
and Literacy on their Engagement and Risk from Social Media

หัวหน้าโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร. พนม คลีฉายา
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2564

ได้รับทุนอุดหนุนจาก

กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

(สำนักงาน กสทช.)

สัญญาเลขที่ B2-118/1-61

สารบัญ
(เอกสารแนบฉบับที่ 3)

	หน้า
บทความวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์	1
เรื่อง ความผูกพัน ความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และความรอบรู้ทางดิจิทัล และการรู้เท่าทันของประชาชน (วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 38 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม 2563)	
ร่าง บทความวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์	17
เพิ่มความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เรื่อง ต้นแบบเว็บไซต์เรียนรู้เพิ่มความสามารถและจัดการความเสี่ยง จากสื่อสังคมออนไลน์	

บทความวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์

เรื่อง ความผูกพัน ความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์
และความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันของประชาชน

(วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 38 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม 2563)

ความผูกพัน ความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันของประชาชน

วันที่รับบทความ: 24 กุมภาพันธ์ 2563 / วันที่แก้ไขบทความ: 13 เมษายน 2563 / วันที่ตอบรับบทความ: 26 พฤษภาคม 2563

พนม คลีฉายา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความผูกพันและความเสี่ยงจากเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน และวัดระดับความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของประชาชน ดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) เริ่มจากการสัมภาษณ์สนทนา จากนั้นดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชน 4 กลุ่มวัย ได้แก่ อายุ 15-22 ปี อายุ 23-39 ปี อายุ 40-59 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวนรวม 2,580 คน จากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ ที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด ได้แก่ ไลน์ เฟซบุ๊ก และยูทูบ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 7-8 ครั้งในแต่ละวัน ในแต่ละครั้งใช้เวลาครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง ใช้เพื่อ ความบันเทิง ติดต่อกับเพื่อน อ่านข่าว และติดต่อเรื่องงานหรือเรื่องเรียน กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันบนสื่อออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการกดถูกใจ (ไลค์) เลิฟ โพสต์ข้อความ ภาพ คลิป ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างโพสต์เนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะบางเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ความเสี่ยงบนสื่อสังคมออนไลน์ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) เนื้อหาที่มีความรุนแรง 2) โฆษณาสินค้าที่ไม่ได้การรับรองความปลอดภัย 3) เนื้อหาสุขภาพที่ไม่น่าเชื่อถือ 4) ข่าวปลอม 5) เนื้อหาด้านเพศ ความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามความสามารถที่อยู่ระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ และ การติดต่อสื่อสารทางสังคม

คำสำคัญ: ความผูกพัน, ความเสี่ยง, รู้เท่าทันสื่อ, สื่อสังคมออนไลน์

พนม คลีฉายา (นศ.ด. นิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543; Email: phnom.k@chula.ac.th) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และหัวหน้าหน่วยปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อ (DIRU) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันที่มีต่อความผูกพันและความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน” ได้รับการสนับสนุนเงินทุนวิจัยจากกองทุนวิจัยและพัฒนาโครงการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (สำนักงาน กสทช.)

Thai People's Engagement, Risk from Social Media and Competence in Digital Intelligence and Literacy

Received: February 24, 2020 / Received in revised form: April 13, 2020 / Accepted: May 26, 2020

Phnom Kleechaya

Abstract

The research aims to explore engagement and risk of social media uses and to measure level of digital intelligence and literacy of Thai people. The mix-method approach is applied. The interview was conducted to develop questionnaire for. The sample are 4 age-groups; 15-22, 23-39, 40-59 and 60 ups years old. The survey was conducted with 2,580 sample from nationwide. The survey results indicate that sample mostly use LINE, Face Book, and Youtube. They frequently use such media 7-8 times in a day with duration time spending of half to one hour. They mostly use social media for entertainment, chatting and working or studying. Regarding to sample's social media engagement, they indicate their engagement with social media in moderate level. They post their story on social media. The survey result indicates top 5 risk situation that the sample experienced from social media that is firstly violent content, illegal advertisement, fabulous health content, fake news and sexual content. The sample obtain digital intelligence and literacy in high level. However, the sample have moderate ability in media text understanding and social communication.

Keywords: Engagement, Risk, Literacy, Social, Media

Phnom Kleechaya (Ph.D., Communication Arts, Chulalongkorn University, 2000; Email: phnom.k@chula.ac.th), is currently an Associated Professor in Department of Public Relations, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University and Head of Digital Intelligence and literacy Research Unit (DIRU)

This article is a part of a research "The Development of Thai People's Competence in Digital Intelligence and Literacy on their Engagement and Risk from Social Media" funded by The Broadcasting and Telecommunications Research and Development Fund for Public Internet (BTFFP) (Office of the NBTC)

บทนำ

รัฐบาลได้ให้ความสำคัญและผลักดันนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในขณะที่ยังมีประชาชนที่เผชิญกับความเสี่ยงจากการใช้เทคโนโลยีหรือสื่อดิจิทัล ตามข้อค้นพบงานวิจัยต่าง ๆ ในด้านการใช้งานสื่อดิจิทัลซึ่งค้นพบไปทางทิศเดียวกันว่า ประชาชนมีโอกาสที่ได้รับผลกระทบหรืออันตรายจากการใช้สื่อดิจิทัลในหลาย ๆ เรื่อง ไม่ว่าจะเป็นการกลั่นแกล้งบนออนไลน์ การชักชวนให้มีเพศสัมพันธ์ ความเป็นส่วนตัว การชักชวนเจอหน้ากัน รวมทั้งเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและอาจก่อให้เกิดอันตราย เช่น ภาพโป๊เปลือย เนื้อหารุนแรง และการเข้าสู่กิจกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือต้องห้าม ผิดกฎหมาย เช่น การพนัน การดื่มแอลกอฮอล์ และ ยาเสพติด (Yamakami, 2012; Blank, & Lutz, 2016; Chang et al., 2016; Bhatt, 2017; พิมพ์พร พุฒิสาร, 2553; เอมิกา เหมมินทร์, 2556; สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง, 2558; พนม คลีณา, 2559, 2560; คณะกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน, 2560) การผลักดันนโยบายการพัฒนาสังคมสู่สังคมดิจิทัลจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน โดยเฉพาะในประเด็นด้านความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประชาชนพบเจอความเสี่ยงของการใช้งาน โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเป็นช่องทางบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงผู้ใช้ถึงกัน เปิดให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานและบุคคลในเครือข่าย และผู้ใช้งานสามารถผลิต เผยแพร่ แบ่งปันเนื้อหา สารสนเทศที่ตนเองสร้างสรรค์ได้ด้วยตนเอง Bhatt (2017) ชี้ให้เห็นว่า เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วย ข้อมูลข่าวสาร (information) ที่มีลักษณะข้อมูลแบบบอกต่อปากต่อปาก (word-of-mouth) ด้วยเหตุนี้จึงมีความเป็นไปได้ว่า ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะเป็นมุมมองของผู้โพสต์มือคิด ขาดการคัดกรองซึ่งเสี่ยงต่อการเกิดผลเสีย และมีนัยยะทางธุรกิจลักษณะโฆษณาแฝง รวมทั้งสามารถรวบรวมกำลังพลไปสู่การปฏิบัติการเคลื่อนไหวทางสังคมอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งในเรื่องการเมือง และความบันเทิงได้นอกจากนี้ยังเป็นแพลตฟอร์มที่สามารถตอบสนองความจำเป็นในด้านการเข้าถึงสังคมของบุคคล และช่วยให้บุคคลสามารถเขาไปผูกพันกับเรื่องราวในสังคมรู้สึกเมื่อมีอำนาจ

ทำได้โดยทันทีรวดเร็วตามที่ต้องการ และยังสามารถสร้างให้เกิดการมีวัฒนธรรมร่วมกันของคนทั้งโลกได้

การเพิ่มความสามารถของประชาชนให้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างปลอดภัย สามารถนำแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) มาใช้เป็นแนวทางได้ ทั้งนี้แนวคิดนี้มีความเกี่ยวข้องกันกับความเป็นพลเมืองดิจิทัล ดังที่ Jones, & Mitchell (2015) ชี้ให้เห็นว่าความเป็นพลเมืองบนสื่อดิจิทัลนั้น (Digital Citizenship) เป็นแนวคิดที่ต่อยอดจากแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) และนำมาสู่แนวคิด “ความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทัน” (Digital Intelligence and Literacy) ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสามารถและทักษะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างปลอดภัยและเกิดประโยชน์ สอดรับกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนากำลังคนให้พร้อมสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตพลเมืองให้มั่นคงและยั่งยืน ตามแนวคิดประเทศไทย 4.0 ดังนั้นจำเป็นต้องมีการเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทัน เพื่อลดความเสี่ยงจากอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับประชาชนที่เข้าถึงและผูกพัน (engagement) กับเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ เพราะทุกวันนี้เทคโนโลยีได้ผสมผสานไปกับชีวิตเรามากขึ้น และมีความผูกพันกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เนื่องจากความแปลกใหม่และความสวยงามที่ปรากฏในระบบเทคโนโลยี จึงทำให้ดึงดูดให้บุคคลสนใจ จดจ่อ และรู้สึกเกี่ยวพันเทคโนโลยี (O'Brien, 2011, 2016) ดังนั้นจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถดำเนินงานได้คือ การเพิ่มความสามารถให้ประชาชนในด้านความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทัน โดยมีพื้นฐานจากองค์ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการใช้งาน ความผูกพันและความเสี่ยงจากเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้เป็นออกแบบวิธีการเพิ่มความสามารถ งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งค้นหาองค์ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ ความผูกพัน (engagement) กับเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน สืบหาความเสี่ยงอันตรายอันเกิดจากการความผูกพันบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำองค์ความรู้นี้มาพัฒนาวิธีการเพิ่มความสามารถด้านความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับประชาชน ให้สามารถใช้งาน

สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน เกิดประโยชน์และสร้างสรรค์ เสริมสร้างและพัฒนาทักษะที่จำเป็นของประชาชนเพื่อรองรับสังคมดิจิทัลในอนาคตอันใกล้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างองค์ความรู้อธิบายความผูกพันและความเสี่ยงจากเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนที่จะนำไปกำหนดแนวทางการเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของประชาชน
2. เพื่อวัดระดับความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันของประชาชนที่มีต่อเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์และใช้เป็นองค์ความรู้พื้นฐานนำไปพัฒนาแนวทางการเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของประชาชน

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้ได้ทบทวนเอกสาร ตำรา งานวิจัย เพื่อทำความเข้าใจแนวคิดหลักสำคัญ ดังต่อไปนี้

ความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ความเสี่ยง (Risk) แตกต่างจากอันตราย (Danger) กล่าวคือ ความเสี่ยง เป็นสภาพการณ์ที่บุคคลคาดคะเนว่าสิ่งนั้นจะส่งผลร้ายหรือว่าอันตรายต่อตัวเขาหรือไม่ มากน้อยเพียงใด แต่เมื่อใดที่เราเผชิญอันตรายต่อหน้า สภาวะนี้ถือเป็นเรื่องของอันตรายมิใช่ความเสี่ยง นอกจากนี้ความเสี่ยงยังเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่กระตุ้นบุคคล แล้วบุคคลสามารถคาดการณ์ว่าสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้จากสิ่งเร้านั้นจะเป็นอย่างไร สามารถสร้างภาพสถานการณ์ (scenario) ที่จะเกิดจากสิ่งเร้าที่เผชิญ นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับโอกาสที่จะเป็นไปได้ และตัวแปรที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องกับการชะลอ (differing) อันตรายที่จะเกิดขึ้น (Mowlabocus, 2015) สรุปได้ว่าความเสี่ยง เป็นสภาวะที่บุคคลได้รับสิ่งเร้า หรือเผชิญกับสิ่งเร้า ที่เขาคาดการณ์ด้วยการสร้างภาพสถานการณ์อันตรายที่จะเกิดขึ้นจากสิ่งเร้า นั้น และคาดการณ์ถึงความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจริง ซึ่งสามารถที่จะชะลอมิให้เกิดอันตรายขึ้นได้ สำหรับแนวคิดความเสี่ยงมีความเกี่ยวพันกับสื่อดิจิทัล ซึ่งหมายถึงความเสี่ยงเป็นผลเชิงลบต่อการใช้ดิจิทัล หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นความเสี่ยง

จากการใช้สื่อดิจิทัล โดยที่จะต้องมึทักษะของการใช้สื่อดิจิทัลอย่างปลอดภัย โดยไม่เกิดอันตรายและและมีการรู้เท่าทันดิจิทัล และในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาได้มีการถกเถียงกันในเรื่องนี้เกี่ยวกับความเสี่ยงและโอกาสที่เทคโนโลยีดิจิทัลอาจมีต่อวัยรุ่น โดยนักวิจัยบางท่านมีความคิดเห็นว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการเพิ่มโอกาสทางออนไลน์และหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทางออนไลน์ด้วยก็คือ การเพิ่มทักษะทางดิจิทัลให้แก่บุคคล (Rodríguez-de-Dios, van Oosten, & Igartua, 2018) ทั้งนี้ White, Gummerum, Wood, & Hanoch (2017) ระบุว่าหากบุคคลใช้อินเทอร์เน็ตมากก็จะสามารถนำไปสู่ความเสี่ยงทางออนไลน์มากขึ้นตามมา จึงได้เสนอว่าควรมีการฝึกสอนกลยุทธ์พื้นฐานในการท่องโลกออนไลน์อย่างปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เป็นวัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ตอนต้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือวัยรุ่นสูงอายุ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องชี้ให้เห็นความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์หลายประเด็น ดังเช่น คณะกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน (2560) ได้สรุปงานวิจัยของ วรัชัญญ์ คุรุจิต โดยพบว่ารูปแบบผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ที่เกิดขึ้นมี โดยสรุปดังนี้ 1) การล่อลวง 2) เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม 3) การกลั่นแกล้งกันทางออนไลน์ 4) การก่อให้เกิดความไม่พอใจ 5) การก่อให้เกิดความเข้าใจผิด 6) การใช้เวลาที่ไม่สร้างสรรค์ 7) การกระทำผิดกฎหมาย 8) การก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ประเด็นดังกล่าวซึ่ง Chang et al. (2016) ได้สำรวจเอกสาร และวิเคราะห์โดยเขาได้สรุปให้เห็นว่าวัยรุ่นเผชิญความเสี่ยงบนอินเทอร์เน็ต และมีโอกาสได้รับผลเสียในหลายเรื่อง เช่นการกลั่นแกล้งบนออนไลน์ การชักชวนให้มีเพศสัมพันธ์ ความเป็นส่วนตัว การชักชวนเจอหน้ากัน รวมทั้งเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและอาจก่อให้เกิดอันตราย เช่น ภาพโป๊เปลือย เนื้อหารุนแรง การพนัน และการเข้าสู่กิจกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือต้องห้าม ผิดกฎหมาย เช่นการพนัน การดื่มแอลกอฮอล์ และยาเสพติด หรือแม้แต่ข้อสรุปผลจากเอกสารวิจัยหลักสูตรจิตวิทยาความมั่นคง สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง (2558) ซึ่งพบว่าประเด็นสภาพปัญหาด้านเครือข่ายสังคม ออนไลน์จากมุมมองของนักวิชาการด้านสื่อมวลชนและเยาวชน คือ เนื้อหาสาระชวนบันเทิงไม่สร้างสรรค์ เนื้อหารุนแรง ไม่มีการกำหนดด้วยอายุที่ยังไม่

สมควรในเนื้อหาบางข่าวหรือบางเว็บไซต์ เนื้อหากำหนดจากผู้บริโภค สื่อที่ขาดสติยั้งคิด โปสเตอร์ภาพลามกอนาจารของตนเองและแชร์ภาพอนาจารของผู้อื่น ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิมนุษยชน กฎหมายยังไม่ทันสถานการณ์ ไม่เด็ดขาด บทลงโทษไม่รุนแรง ยังมีข้อค้นพบที่วิเคราะห์เนื้อหาทางยูทูปในงานวิจัยของ มัทนา นันตา (2556) ได้วิเคราะห์เว็บไซต์ยูทูปพบว่าการผลิตเนื้อหาทางเว็บไซต์สามารถกระจายได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะประเด็นการเมืองการที่สร้างความเกลียดชังเรื่องการเมือง และยังพบว่าการวิเคราะห์เนื้อหาหาพบว่ามีคลิปมีคลิปที่ระดับร้ายแรง ของรูปแบบของการเกลียดชัง และใช้เป็นเครื่องมือโจมตีใส่ร้ายฝ่ายตรงข้ามได้ (พิมพ์พร พุฒิสาร, 2553) อีกทั้งยังมีประเด็นเกี่ยวกับการมุ่งประสงค์ร้าย จากพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคล และบริษัทธุรกิจการค้า และการใช้เทคนิคด้านเกม (gamification technique) เพื่อการทำกำไรจากธุรกิจเกม จากการทำให้ผู้เล่นเกมเสียเงินจ่ายเงินให้กับบริษัทเกม (Yamakami, 2012) และข้อสรุปดังกล่าวยังเชื่อมโยงกับงานวิจัยของ พนม คล้ายยา (2560) ซึ่งพบว่าในกลุ่มตัวอย่างที่เคยเล่นเกมดิจิทัลได้ระบุว่าทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพร่างกาย เช่น เสียสายตา รวมทั้งเสียเงิน เสียเวลา เสียงานการ และหากแยกแยะไม่ได้ก็อาจจะไปก่ออาชญากรรมได้ งานวิจัยของ Gainsbury et al (2015) ชี้ให้เห็นว่าการพนันออนไลน์เป็นความเสี่ยงที่ทำให้คนเล่นยิ่งแยลงมากกว่าการเล่นการพนันในสถานที่เล่นการพนัน การเปิดเผยรายละเอียดส่วนบุคคลนั้นสามารถก่อให้เกิดปัญหามากมายตามมาได้ โดยเฉพาะหากถูกเว็บไซต์ออนไลน์ที่เป็นมิถิฉาชีพ หลอกลวงเอาข้อมูลส่วนตัวโดยหลอกให้อัพเดทข้อมูลส่วนตัวหรือยืนยันตัวตนของผู้ใช้งาน เพื่อฉ้อโกงเงินหรือต้มตุ๋นเงินทอง (Chang et al., 2016; White, Gummerum, Wood, & Hanoch, 2017) ส่วนในงานวิจัยของ Yamakami (2012) ได้สรุปประเด็นสาระที่สำคัญในเรื่องของความเป็นส่วนตัวซึ่งเป็นเรื่องของความเสี่ยงจากการนำข้อมูลส่วนตัวถูกนำไปใช้ในการติดต่อสื่อสารกิจกรรมทางออนไลน์ ก่อให้เกิดความเสี่ยงอันตรายเชื่อมโยงมายังประเด็นเรื่องการรักษาความปลอดภัย (security) ในการใช้งาน นอกจากนี้ Nelson, & Taneja (2018) พบในงานวิจัยว่า นักขาวนักวิชาการ และผู้กำหนดนโยบายต่างกังวลใจผลกระทบที่

เกิดจากการแพร่กระจายของข่าวปลอมเป็นอย่างมาก เนื่องจากข่าวที่ออกไปทำให้ผู้บริโภคข่าวสารรู้สึกสับสนว่าข่าวใดจริง ข่าวใดปลอม โดยมีสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก เป็นแหล่งที่มีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายข่าวปลอม

ความรอบรู้ทางดิจิทัลและรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

นักวิชาการได้เสนอความคิดว่า เป็นสิ่งจำเป็นในเรื่องการสร้างการรู้เท่าทันสื่อ ความฉลาดทางดิจิทัลที่จะต้องผนวกรวมเรื่องการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไว้ด้วย Helsper (2015) ได้สรุปภาพรวมที่สำคัญว่า ความฉลาดทางดิจิทัลจำเป็นต้องเพิ่มเติมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไว้ด้วย และเสนอว่าการวัดควรเน้นทักษะ (skill) และผลที่เกิดขึ้น (outcome) ในด้านทักษะได้ชี้ให้เห็นว่าทักษะสำคัญในการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลได้แก่การใช้งาน (operational skill) การเข้าถึงค้นหาข้อมูลข่าวสาร (information navigation skill) การสื่อสารกับคนในสังคม (social communication skill) และการสร้างสรรค์ (creative skill) ในด้านผลที่เกิดขึ้นได้แก่ ผลระดับบุคคลในด้านการพักผ่อนหย่อนใจ การตระหนักในศักยภาพของตนเอง สุขภาพ ผลระดับทางสังคม เครือข่ายทางการเมือง เครือข่ายสังคมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผลระดับวัฒนธรรมในด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในสังคม อัตลักษณ์ ผลระดับพฤติกรรมในด้านการศึกษา การจ้างงาน การเงิน และทรัพย์สิน

นอกจากนี้ Donoso, & Verdoodt (n.d.) ยังได้เสนอว่าควรเพิ่มเติมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (social media literacy) เข้ากับการรู้เท่าทันสื่อของบุคคล และควรเป็นประเด็นที่จะต้องดำเนินการในเรื่องการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ โดยเสนอว่าต้องส่งเสริมและพัฒนาให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เข้มแข็งขึ้นด้วยการมีนโยบายในเรื่องการปกป้องข้อมูล และความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานมากขึ้น อีกทั้งต้องส่งเสริมมาตรการที่จะทำให้สื่อสังคมออนไลน์มีความโปร่งใสในเรื่องของการกำหนดข้อตกลงเบื้องต้นในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Term of use) การส่งเสริมให้ตระหนักถึงอันตรายจากความเสี่ยงในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ยังมีข้อเสนอความเห็นของ Yamakami (2012) ได้เสนอกรอบการสร้างการรับรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในยุคที่ผู้ใช้งาน

อินเทอร์เน็ตเข้าสู่โลกเสมือนจริงและโลกความจริงว่า นอกจากพัฒนาในด้านการรู้เท่าทันสื่อและอินเทอร์เน็ตต้องเพิ่มเติม การรู้เท่าทันสังคมดิจิทัล (digital social literacy) เป็นความสามารถของบุคคลในการจัดการเรื่องความเป็นส่วนตัว (private) และการรักษาความปลอดภัย (security) ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ควรมีการเข้าใจถึงการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะในด้านการซื้อขายสินค้าต่าง ๆ ผ่านอัตลักษณ์ตัวตนเสมือนและตัวตนจริงในโลกจริง มีความเข้าใจความตั้งใจมุ่งหมายของบริษัทผู้ทำธุรกิจการค้าที่แฝงมากับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชันเชิงพาณิชย์ต่าง ๆ รวมทั้งมีทักษะการตอบสนองอย่างปลอดภัยเหมาะสมต่อการใช้บริการทางการค้า ซื้อขาย ใช้บริการต่าง ๆ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ สรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสังคมดิจิทัลประกอบด้วย 5 ส่วนได้แก่ การจัดการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ตัวตนในโลกจริง การรู้จะใช้อัตลักษณ์ตัวตนในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นให้น้อยลง รู้ที่จะใช้อัตลักษณ์ตัวตนได้อย่างปลอดภัย ในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นบนโลกเสมือน รู้ทันในการทำธุรกรรม ซื้อขายสินค้าบนโลกเสมือน และมีการรู้เท่าทันในการยืนหยัดในความปลอดภัย (persistence) อีกทั้ง งานวิจัยของ Helsper, Deursen, & Eynon (2016) ที่ศึกษาการใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยแบ่งกลุ่มลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ การใช้งานเกี่ยวกับเศรษฐกิจ (Economic Field) การใช้งานเกี่ยวกับวัฒนธรรม (cultural field) การใช้งานเกี่ยวกับสังคม (social field) และการใช้งานเกี่ยวกับส่วนตัว (personal field)

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า ความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งจำเป็น ที่ต้องเพิ่มเติมขึ้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันของผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ โดยเพิ่มเติมบริบทของสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างตนเองกับเครือข่ายเพื่อน ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางสังคม (social communication) เพิ่มเติมประเด็นความเป็นส่วนตัว (privacy) ความเป็นสาธารณะ (public) ความปลอดภัยของบุคคล (security) รวมทั้งการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานทั้งด้านการซื้อขาย การรวมกลุ่มและสร้างวัฒนธรรม การใช้งานเชิงเครือข่ายสังคมระหว่างบุคคล

กับคนรอบข้างหลากหลายกลุ่ม และการแสดงตัวตนของผู้ใช้งาน ดังนั้นการวัด ความรอบรู้ทางดิจิทัลและรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ สามารถประยุกต์แนวคิดความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันมาใช้ โดยเพิ่มเติมบริบทของสื่อสังคมออนไลน์ตามที่กล่าวมา ดังนั้นงานวิจัยนี้กำหนดกรอบการวัดความรู้ทางดิจิทัลและรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (Digital Intelligence and Literacy on Social Media) กำหนดกรอบการวัดความสามารถและทักษะ 7 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 การเข้าถึงและการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Access) ประกอบด้วย ความสามารถในการสืบค้นข้อมูลที่ต้องการ (search) การนำข้อมูลเผยแพร่กระจายต่อ (dissemination) ได้อย่างเหมาะสม การใช้งานหลาย ๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน (multitask skill) การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ขยายขอบเขตการรับรู้ การควบคุมเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้ด้วยตนเอง การควบคุมการผูกพัน (engagement) กับเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์

ด้านที่ 2 ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ (Media Text Understanding) เป็นความสามารถในการตีความหมายเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งในรูปแบบสารที่เป็นตัวอักษร ภาพ วิดีโอ การไลฟ์เหตุการณ์สด (live) โดยสามารถเข้าใจความหมายตรง ความหมายโดยนัย ความหมายแฝง ความสามารถในการผสมผสานเนื้อหาเข้ามาสร้างความหมายได้ ความสามารถในการติดตามเนื้อหาเรื่องเดียวกันที่นำเสนอหลายช่องทางและเชื่อมโยงเป็นเรื่องเดียวกันได้ (transmedia navigation) ของสื่อสังคมออนไลน์ ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตรายการบนสื่อสังคมออนไลน์

ด้านที่ 3 การประเมินข้อมูลข่าวสาร (Information Evaluation) ประกอบด้วย ความสามารถในการประเมินความถูกต้องของข้อมูล การประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล การประเมินเชิงจริยธรรมของข้อมูล การแยกแยะข้อมูลได้อย่างถูกต้อง เช่นแยกข่าวออกจากโฆษณา การคิดตั้งคำถามกับข้อมูล บนสื่อสังคมออนไลน์

ด้านที่ 4 การใช้ประโยชน์ (Utilization) ประกอบด้วย ความสามารถในการนำเหตุการณ์ที่เรียนรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ มาช่วยแก้ปัญหาได้ ความสามารถในการแสดงบทบาทที่หลากหลายเพื่อปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม

สื่อดิจิทัล ใช้ความฉลาดทางอารมณ์ควบคุมการใช้งานและตอบสนองต่อสื่อสังคมออนไลน์ ได้อย่างเหมาะสม ความสามารถในการปรับตัวกับการเผชิญสถานการณ์ ปัญหาที่ท้าทายเฉพาะหน้า การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ในด้านการซื้อขายสินค้า การรวมกลุ่ม การแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาหรือเรื่องที่เป็นกังวลเกี่ยวกับตนเอง การใช้เพื่อดูแลสุขภาพของตนเอง การพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ชมคลิป เข้าร่วมกิจกรรม เล่นเกม

ด้านที่ 5 การติดต่อสื่อสารทางสังคม (Social Communication) ประกอบด้วย ความสามารถในการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงเครือข่ายบุคคลในการสื่อสาร เป็นการพัฒนาและใช้เนื้อหาในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

ด้านที่ 6 การแสดงตัวตนและความเป็นพลเมือง (Identity and Citizenship) ประกอบด้วย ความสามารถในการทำความเข้าใจวัฒนธรรมที่หลากหลายบนสื่อสังคมออนไลน์ การปรับตัวให้เข้ากับบรรทัดฐาน (norm) ของกลุ่มบนสื่อออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม ความเป็นพลเมือง (Citizenship) เคารพสิทธิ รู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบ มีมารยาท มีความเข้าใจความรู้สึกผู้อื่น เห็นอกเห็นใจผู้อื่น มีส่วนร่วมในกิจการของสังคม เข้าใจความเป็นพื้นที่ส่วนตัว และความเป็นสาธารณะบนสื่อสังคมออนไลน์

ด้านที่ 7 การลดความเสี่ยง (Risk Reduction) ประกอบด้วย ความสามารถในการจัดการกับข้อมูลส่วนตัว ได้อย่างปลอดภัย การรักษาความลับของข้อมูลส่วนตัว (privacy) ความเข้าใจเรื่องร่องรอยบนสื่อดิจิทัล (digital footprint) การไม่สนับสนุนและจัดการกับการกลั่นแกล้งบนสื่อสังคมออนไลน์ การลดความเสี่ยงในเรื่องการล่อลวง การคุกคาม เข้าถึงเนื้อหาผิดกฎหมายหรืออันตราย รุนแรง ภัยคุกคาม ลามกอนาจาร การพนัน บนสื่อสังคมออนไลน์

การวัดระดับความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยเพิ่มความสามารถในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างปลอดภัย ลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการใช้งานและการผูกพันกับเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน

แนวคิดความผูกพัน (Engagement) บนสื่อสังคมออนไลน์

คำว่า “ความผูกพัน” (Engagement) มีการใช้ในความหมายของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับเทคโนโลยี ความผูกพันเป็นประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อเทคโนโลยี เริ่มต้นจากความแปลกใหม่และความสวยงามที่ปรากฏในระบบเทคโนโลยี (novelty and aesthetic appeal) ดึงดูดให้บุคคลสนใจ จดจ่อ และรู้สึกเกี่ยวพัน (focused attention and felt involvement) เกิดเป็นการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (perceived usability) จนนำไปสู่การยึดติดอยู่ (endurability) ดังนั้นความผูกพันของผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ (user engagement) จึงเป็นทั้งกระบวนการและผลผลิตของการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมที่มีคอมพิวเตอร์เป็นตัวกลาง ดังนั้นการวิเคราะห์ความผูกพันจึงสามารถพิจารณาได้ทั้งในระหว่างและหลังการมีปฏิสัมพันธ์ของบุคคลกับคอมพิวเตอร์ และทั้งระดับจุลภาค และมหภาค โดยหน่วยการวิเคราะห์ (unit of analysis) สามารถวิเคราะห์ทั้งในสถานการณ์ที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา ระบบคอมพิวเตอร์ และสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่ความผูกพัน ความผูกพันนี้มีทั้งด้านความรู้สึก พฤติกรรม และการเรียนรู้ ซึ่งการพิจารณาความผูกพันต้องระบุหน่วยวิเคราะห์และด้านของความผูกพัน นอกจากนี้ความผูกพันยังถือเป็นประสบการณ์ของผู้ใช้งานที่มีระดับตามการลงทุนลงแรงในการมีปฏิสัมพันธ์ ตั้งแต่ระดับผิวเผินจนถึงลึกซึ้ง และเกิดขึ้นทั้งจากความต้องการแบบรู้ตัว (conscious goal and need) และไม่รู้ตัว (unconscious goal and need) ที่สำคัญคือบริบทถือเป็นตัวแปรสำคัญในการมีความผูกพันของผู้ใช้งาน (O'Brien, 2016) โดยที่ความผูกพันเกิดขึ้นเมื่อมีความเกี่ยวพันกับความรู้สึกและทัศนคติ ผู้เข้าร่วมกลุ่มจึงมีปฏิสัมพันธ์ ได้ตอบ รวมถึงแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และทัศนคติกันโดยไม่มีใครบังคับว่าต้องเห็นด้วยกับใคร

จากที่กล่าวนิยามข้างต้นนั้น ยังมีคุณลักษณะหลัก ๆ ของการเกิดความผูกพันโดยที่ Oh, Bellur, & Sundar (2018) ได้ระบุว่ามี 4 คุณลักษณะที่รวมตัวกันแล้วจะก่อให้เกิดแนวคิดความผูกพันกับผู้ใช้งานที่เที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ ได้แก่ 1) การปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพ (physical interaction) 2) การประเมินส่วนต่อประสาน (interface

assessment) 3) การดูคลิก ซึ่งในที่นี้หมายถึงความถี่ ความถี่ ความสัมพันธ์กับสื่ออย่างลึกซึ้ง (absorption) และ 4) การขยายบริการทางดิจิทัล (digital outreach) โดยการปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพกับการประเมินส่วนต่อประสานในเชิงบวกที่มากขึ้น จะสามารถทำนายทัศนคติและผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านการดูคลิกกระบวนการทางความคิดและเนื้อหาสาระ ซึ่งจะถูกรวมเข้ากับการทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรมในการจัดการและกระจายเนื้อหาสาระทางดิจิทัลตามลำดับ ต่อด้วยแนวคิดของ Balasooriya, Mor, & Rodriguez (2018) ยังได้สรุปความผูกพันในระบบดิจิทัล (engagement in digital system) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดการมีใจจดจ่อ (immersion) และประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (user experience) ได้ว่า ความผูกพันในเชิงการศึกษา (engagement in education) นั้นสามารถอธิบายได้ใน 3 มิติ ได้แก่ ความผูกพันทางพฤติกรรม (behavioral) กระบวนการความคิด (cognitive) และอารมณ์ (emotional) เช่นกัน

จากที่กล่าวมางานวิจัยนี้มุ่งเน้นการสำรวจความผูกพันบนสื่อสังคมออนไลน์ ในสภาพการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยีที่สามารถดึงดูดให้บุคคลสนใจ เริ่มต้นจากการเข้าถึงและรู้สึกสนใจ ชื่นชอบ จดจ่อ เกี่ยวพัน รับรู้ว่ามีประโยชน์ในการใช้งาน จนยึดติดอยู่กับสื่อสังคมออนไลน์ สามารถพิจารณาได้จาก 1) ปริมาณการใช้งาน 2) ลักษณะการใช้งาน เช่น ด้านข่าวสาร ความบันเทิง การแสวงหาประโยชน์รางวัล การสร้างความสัมพันธ์ การซื้อขายสินค้า 3) บริบททางสังคม เช่น จำนวนเพื่อน จำนวนเพจหรือบุคคลที่ให้ความสนใจและติดตาม 4) ปริมาณกิจกรรมที่ทำ ได้แก่ การโพสต์ (post) การแสดงความรู้สึกต่อเนื้อหา เช่น ไลค์ (like) เลิฟ (love) เศร้า (sad) การแชร์ (share) การแสดงความเห็น (comment) 5) การแสดงตัวตน 6) ประสบการณ์ที่ได้รับ 7) การร่วมกันสร้างสรรค์ให้ความช่วยเหลือกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจเป็นหลัก และใช้การสัมภาษณ์สนทนาเป็นวิธีรองเพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยเริ่มจากการสัมภาษณ์สนทนาประชาชน

ในพื้นที่เก็บข้อมูล โดยกำหนดคุณสมบัติเบื้องต้นคือ ต้องมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างน้อยหนึ่งประเภทเป็นประจำ มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ เพื่อสนทนาเกี่ยวกับการใช้งาน การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Youtube, LINE, Twitter, Instagram) และกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ต ความผูกพันบนสื่อสังคมออนไลน์ ความเสี่ยงในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และการรับรู้และการลดความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ รวมจำนวน 66 คน จากกลุ่มวัย 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุ 15-22 ปี จำนวน 18 คน กลุ่มอายุ 23-39 ปี จำนวน 11 คน กลุ่มอายุ 40-59 ปี จำนวน 16 คน และ กลุ่มอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 14 คน

หลังจากนั้นดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นลำดับ เริ่มจากการแบ่งภูมิภาคทั่วประเทศเป็น 10 ส่วนดังนี้ ภาคเหนือ ตอนบนและตอนล่าง ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน ตอนล่าง และตอนกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคใต้ตอนบน และตอนล่าง สุ่มเลือกด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ด้วยการจับฉลากจังหวัดจากภูมิภาคต่างๆ รวม 10 จังหวัด เมื่อได้จังหวัดแล้ว จับฉลากเลือกพื้นที่ชุมชนในเขตอำเภอเมืองหรือเทศบาลเมือง และนอกเขตอำเภอเมืองหรือนอกเขตเทศบาลของจังหวัดนั้น แล้วจับฉลากเลือกชุมชนในพื้นที่ละ 1 ชุมชน แล้วลงพื้นที่เก็บข้อมูลในชุมชน กำหนดกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชน 4 กลุ่มวัย ได้แก่ อายุ 15-22 ปี อายุ 23-39 ปี อายุ 40-59 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวนรวม 2,580 คน จากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดหนองคาย จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดสงขลา สำหรับกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้การจับฉลากชุมชนร่วมกับการเก็บข้อมูลในแหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่การค้า สถานที่ราชการ โดยกระจายพื้นที่ให้ครอบคลุมทั่วกรุงเทพมหานคร

การวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลคำถามเกี่ยวกับการใช้งานและความเสี่ยงได้พัฒนาขึ้นจากข้อมูลการสัมภาษณ์สนทนาและการทบทวนวรรณกรรม

บางส่วน สำหรับคำถามวัดความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม กำหนดการวัด 7 ด้านตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้กล่าวมา โดยผ่านตรวจสอบคุณภาพความถูกต้อง เครื่องมือวัดในด้านเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของตัวสร้าง (Construction Validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ในส่วนของการวัดตัวแปรมาตรวัดประเมินค่า (Summated Rating Scale) นำมาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยมีผลการทดสอบตัวแปรลักษณะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ $\alpha = 0.84$ ความผูกพันบนสื่อสังคมออนไลน์ $\alpha = 0.82$ ความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม $\alpha = 0.94$ และ ความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ $\alpha = 0.93$ นอกจากนี้ยังได้ผ่านการตรวจสอบจริยธรรมการวิจัยในคน โดยคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบันชุดที่ 2 สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์ ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เลขที่โครงการ 046/62 เลขที่ใบรับรอง COA No. 050/2562 รับรองวันที่ 22 สิงหาคม 2562

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย มีอายุ 15-22 ปี อายุ 23-39 ปี อายุ 40-59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีกลุ่มอายุช่วง 23-39 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษา และอนุปริญญา ปวช./ปวส. มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ไม่มีรายได้ และ รายได้ 20,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพต่าง ๆ หลากหลาย

ความผูกพันบนสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เรียงลำดับได้ดังนี้ โลกออนไลน์ (ร้อยละ 89.96) เฟซบุ๊ก (ร้อยละ 88.80) ยูทูบ

(ร้อยละ 72.36) สำหรับอินสตาแกรม (ร้อยละ 34.34) และ ทวิตเตอร์ (ร้อยละ 15.66)

กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยความถี่เฉลี่ยในระดับ 7-8 ครั้งในแต่ละวัน และในแต่ละครั้งกลุ่มตัวอย่างใช้งานอยู่ในช่วงครึ่งชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมง

กลุ่มตัวอย่างใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มาก ในเรื่องความบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง ดูคลิป ตลก ติดต่องาน พูดคุยถามไถ่สารทุกข์สุกดิบคนในครอบครัว ญาติ เพื่อน คนใกล้ชิด อ่านข่าว ติดตามความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคม และติดต่องาน หรือเรื่องเรียน

กลุ่มตัวอย่างสามารถระบุจำนวนเพื่อน (friend) บนสื่อสังคมออนไลน์ของตนเองได้ว่า เฉลี่ยอยู่ในระดับ 101-500 คน ซึ่งเป็นระดับปานกลาง จำนวนสื่อสังคมออนไลน์ที่ติดตาม (follow) บนสื่อสังคมออนไลน์ของตนเองได้ว่า เฉลี่ยอยู่ในระดับ 16-25 เพจ ซึ่งเป็นระดับปานกลาง จำนวนกลุ่มสนทนาบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าร่วมได้ว่า เฉลี่ย 11-20 กลุ่ม ซึ่งเป็นระดับน้อย

กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันบนสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสามารถสรุป ดังนี้

ความผูกพันบนสื่อออนไลน์ที่ทำบ่อยครั้ง หรือระดับมาก ได้แก่ กดถูกใจ (ไลค์) เลิฟ โพสต์ข้อความ ภาพคลิป ในขณะที่ มีการแชร์ ส่งต่อ แสดงความเห็น กดแชร์ กดโทรธ ระดับปานกลาง และไลฟ์สด (live) ในระดับน้อย

กลุ่มตัวอย่างโพสต์เนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ด้วยความถี่ในระดับปานกลาง หรือโพสต์เฉพาะบางเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ได้รับประสบการณ์ที่ดีบนสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง หรือได้รับประสบการณ์ที่ดีบ้าง กลุ่มร่วมทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมกับคนบนสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง หรือทำในบางครั้ง รู้สึกอึดอัดใจที่ถูกบังคับให้กดใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง

ความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างพบเจอความเสี่ยงบนสื่อสังคมออนไลน์ 15 เรื่อง เรียงลำดับและจำแนกแยกตามกลุ่มวัยได้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ การพบเจอความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

การพบเจอความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เรื่องต่าง ๆ	อายุ 15-22 ปี	อายุ 23-39 ปี	อายุ 40-59 ปี	อายุ 60 ปี ขึ้นไป	รวมทุกกลุ่มอายุ	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
1. พบเห็นภาพ คลิป คำพูด รุนแรง ถ้อยคำหยาบคาย	467 (28.7)	485 (29.8)	399 (24.5)	275 (16.9)	1,626 (100)	63.02 %
2. พบเห็น โฆษณา าวดอ้างสรรพคุณเกินจริง	437 (26.9)	503 (31.0)	425 (26.2)	257 (15.8)	1,622 (100)	62.87 %
3. ได้รับเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทั่วไปที่ส่งต่อ ๆ กันมา ซึ่งอาจจะไม่ถูกต้องตามหลักการแพทย์	398 (25.4)	438 (28.0)	418 (26.7)	311 (19.9)	1,565 (100)	60.66 %
4. ได้รับ ข่าวปลอม ที่ส่งต่อกันมา หรือขึ้นในหน้าจอของตนเอง	454 29.1	436 28.0	385 24.7	283 18.2	1,558 (100)	60.39 %
5. เห็นเน็ตไอดอล นุ่งน้อยห่มน้อย ไปในแนว โป๊ เปลือย อนาคต	375 (28.2)	410 (30.8)	326 (24.5)	220 (16.5)	1,331 (100)	51.59 %
6. ได้รับเลขเด็ด ไป ห่วย บนเฟซบุ๊ก หรือไลน์ แล้วเชิญชวนเข้ากลุ่มเล่นหวย	218 (18.9)	350 (30.4)	325 (28.2)	258 (22.4)	1,151 (100)	44.61 %
7. ถูกชักชวนให้สมัครเป็นสมาชิกเพจการ พนัน บ่อนออนไลน์ หรือกลุ่มเล่นพนันออนไลน์	318 (28.1)	380 (33.6)	298 (26.4)	134 (11.9)	1,130 (100)	43.80 %
8. สั่งซื้อสินค้า แล้วได้ของที่ไม่มีคุณภาพ	261 (25.3)	368 (35.7)	262 (25.4)	141 (13.7)	1,032 (100)	40.00 %
9. ถูกเชิญชวนให้สมัครงาน ทำอาชีพเสริมที่ให้ผลตอบแทนสูง แต่กลับกลายเป็นการเสนอขายสินค้า	301 (30.3)	327 (32.9)	243 (24.4)	123 (12.4)	994 (100)	38.53 %
10. โฆษณาที่ส่งมาถึงเราโดย ระบบคอมพิวเตอร์	232 (26.3)	297 (33.6)	230 (26.0)	124 (14.0)	883 (100)	34.22 %
11. ถูกเชิญชวนจากสมาชิกในกลุ่มสนทนาให้สมัครเข้ากลุ่ม แชร์ออนไลน์	182 (24.4)	227 (30.5)	183 (24.6)	153 (20.5)	745 (100)	28.88 %
12. การแจ้งว่า ได้รับโชค แล้วให้กดลิงค์ที่นำไปสู่เนื้อหาที่อาจนำไปสู่การ หลอกลวง ได้	201 (28.7)	194 (27.7)	202 (28.8)	104 (14.8)	701 (100)	27.17 %
13. ถูกบังคับให้ต้องกรอก ข้อมูลส่วนตัว เมื่อสมัครใช้งานเพจ หรือเข้ากลุ่มออนไลน์	120 (29.8)	151 (37.5)	103 (25.6)	29 (7.2)	403 (100)	15.62 %

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ การพบเจอความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (ต่อ)

การพบเจอความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เรื่องต่าง ๆ	อายุ 15-22 ปี	อายุ 23-39 ปี	อายุ 40-59 ปี	อายุ 60 ปีขึ้นไป	รวมทุกกลุ่มอายุ	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
14. ถูกเชิญชวนให้เข้าร่วมเล่นหุ้นกับเว็บไซต์หุ้นออนไลน์จากในและต่างประเทศ	102 (25.6)	144 (36.1)	102 (25.6)	51 (12.8)	399 (100)	15.47 %
15. เพื่อน หรือคนอื่นแกล้งโพสต์เรื่องที่เสียหาย นำอับอายเกี่ยวกับตัวเรา	138 (39.9)	120 (34.7)	67 (19.4)	21 (6.1)	346 (100)	13.41 %

ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า กลุ่มอายุ 23-39 ปี เป็นกลุ่มที่พบเจอความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในเกือบทุกเรื่อง อย่างไรก็ตามกลุ่มอายุ 15 - 22 ปี พบเจอความเสี่ยงเรื่องข่าวปลอม และ การถูกกลั่นแกล้ง มากกว่ากลุ่มอื่น และพบเจอความเสี่ยงเรื่อง ข้อมูลส่วนตัวถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์อื่นจนเกิดความเสียหาย ใกล้เคียงกับกลุ่มอายุ 23 - 39 ปี นอกจากนี้กลุ่มอายุ 40 - 59 ปี พบเจอความเสี่ยงจากการถูกลอกลวงจากคนแปลกหน้ามากกว่ากลุ่มอื่น ในขณะที่

กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี พบเจอความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุดในทุกเรื่อง

ความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านสรุปได้ตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ 7 ด้าน

ความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การเข้าถึงและการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Access)	3.45	0.77	มาก
2. ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ (Media Text Understanding)	3.38	0.72	ปานกลาง
3. การประเมินข้อมูลข่าวสาร (Information Evaluation)	3.49	0.80	มาก
4. การใช้ประโยชน์ (Utilization)	3.41	0.78	มาก
5. การติดต่อสื่อสารทางสังคม (Social Communication)	3.28	1.08	ปานกลาง
6. การแสดงตัวตนและความเป็นพลเมือง (Identity and Citizenship)	3.88	0.76	มาก
7. การลดความเสี่ยง (Risk Reduction)	3.81	0.74	มาก
ความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ รวม 7 ด้าน	3.53	0.64	มาก

ความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่ 1 การเข้าถึงและการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Access) ด้านที่ 3 การประเมินข้อมูลข่าวสาร (Information Evaluation) ด้านที่ 4 การใช้ประโยชน์ (Utilization) ด้านที่ 6 การแสดงตัวตนและความเป็นพลเมือง (Identity and Citizenship) และด้านที่ 7 การลดความเสี่ยง (Risk Reduction) อยู่ในระดับมาก

ในขณะที่ความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ด้านที่ 2 ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ (Media Text Understanding) และ ด้านที่ 5 การติดต่อสื่อสารทางสังคม (Social Communication) อยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอประเด็นการอภิปรายผลการวิจัยตามตัวแปรสำคัญของการวิจัย ดังต่อไปนี้

ความผูกพันบนสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ ที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด ได้แก่ ไลน์ รองลงมาคือ เพชบุ๊ก ยูทูบ และเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยที่สุด ข้อสรุปดังกล่าวใกล้เคียงกับผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) ปี 2560 สื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ YouTube (97.1%) Facebook (96.6%) Line (95.8%) Instagram (56%) และเมื่อพิจารณารายละเอียดผลการวิจัย ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ระดับมาก ได้แก่ ความบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง ดูคลิป ตลก ติดต่อนักแสดง ดารา ไก่สารทุกซอกทุกคนในครอบครัว ญาติ เพื่อน คนใกล้ชิด อ่านข่าว ติดตามความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคม และติดต่อนื่องานหรือเรื่องเรียนยังใกล้เคียงกับข้อมูลสำนักสถิติแห่งชาติ (2560) ได้ชี้ให้เห็นจากผลการสำรวจว่าประชาชนส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Twitter, Google, Line, Instagram) ร้อยละ 94.0 โดยที่มีการใช้งาน เช่น โหลดภาพ ดูหนังฟังเพลง และซื้อสินค้าและบริการ

สำหรับผลการวิจัยในด้านของความผูกพันบนสื่อออนไลน์ซึ่งพบว่า ความผูกพันบนสื่อออนไลน์ที่ทำบ่อยครั้งหรือระดับมาก ได้แก่ กดถูกใจ (ไลค์) เลิฟ โพสต์ข้อความ ภาพ คลิป ในขณะที่ มีการแชร์ ส่งต่อ แสดงความเห็น กดแชร์ กดโกรธ ระดับปานกลาง และไลฟ์สด (live) ในระดับน้อย ข้อสรุปวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ถึงความเห็นของ Avidar (2018) ที่เห็นว่าความผูกพันเกิดขึ้นเมื่อมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและทัศนคติ ผู้เข้าร่วมกลุ่มจึงมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ รวมถึงแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และทัศนคติกันโดยไม่มีใครบังคับว่าต้องเห็นด้วยกับใคร โดยย่อมเกี่ยวพันกับช่องทางในการติดต่อสื่อสาร และตามที่ Oh, Bellur, & Sundar (2018) มองว่าความผูกพันบนสื่อดิจิทัลของผู้ใช้งานในเชิงพฤติกรรมซึ่งสามารถสังเกตได้จากการคลิกเข้ามา ระยะเวลาที่ผู้ใช้งานมีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื้อหาสาระ เช่น การอ่านเรื่องราวในเว็บไซต์ และความเต็มใจในการจัดการเนื้อหาสาระ และกระจายหรือแบ่งปันเนื้อหาสาระในสังคมนำไปสู่ความผูกพันในเชิงจิตวิทยา ซึ่งสามารถสังเกตได้จากระดับความผูกพันเชิงเนื้อหา โดยการประเมินทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาสาระ การประเมินความยากง่ายในการใช้งาน ความเพลิดเพลินไปกับเนื้อหา การจดจำเนื้อหาได้ มีความสามารถ

ในการยกระดับความเข้าใจเนื้อหาสาระได้อย่างลึกซึ้ง ขณะเดียวกันยังใกล้เคียงกับมุมมองของ Cvijikj, & Michahelles (2013) ความผูกพันออนไลน์บนเพชบุ๊กเพจ ที่แสดงออกผ่านการกดไลค์ (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) 3) การแบ่งปันข้อมูล (Share)

ความเสี่ยงบนสื่อสังคมออนไลน์

สำหรับข้อค้นพบในด้านความเสี่ยงนั้น งานวิจัยนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างพบเจอความเสี่ยงบนสื่อสังคมออนไลน์ตรงกับงานวิจัยหลายเรื่องในด้านการใช้งานสื่อดิจิทัล โดยพบว่าประชาชนมีโอกาสที่ได้รับผลกระทบหรืออันตรายจากการใช้สื่อดิจิทัลในหลาย ๆ เรื่อง ไม่ว่าจะเป็น การกลั่นแกล้งบนออนไลน์ การชักชวนให้มีเพศสัมพันธ์ ความเป็นส่วนตัว การชักชวนเจอหน้ากัน รวมทั้งเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและอาจก่อให้เกิดอันตราย เช่น ภาพโป๊เปลือย เนื้อหารุนแรง และการเข้าสู่กิจกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือต้องห้าม ผิดกฎหมาย เช่น การพนัน การดื่มแอลกอฮอล์ และยาเสพติด (Yamakami, 2012; Blank, & Lutz, 2016; Chang et al., 2016; Bhatt, 2017; พิมพ์พร พุฒิสาร, 2553; เอมิกา เหมมินทร์, 2556; สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง, 2558; พนม คลีฉายา, 2559, 2560; คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน, 2560) ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง **เรื่อง “ภาพ คลิป คำพูดที่มีความรุนแรง”** โดยพบเห็นภาพ คลิป คำพูดรุนแรง ถ้อยคำหยาบคาย ซึ่งสามารถสรุปตามข้อค้นพบของ งานวิจัยของพนม คลีฉายา (2559) ซึ่งพบว่าสิ่งที่นักเรียนพบจากการใช้สื่อดิจิทัลก็คือ โพสต์คำคนที่ไม่ถูกกัน ด้วยถ้อยคำที่ไม่ควรพูดเมื่ออยู่ต่อหน้าพ่อแม่/ผู้ปกครอง หรืออาจารย์ เล่นเกมส์ โหด ๆ เกือบ ๆ ต่อสู้ ยิงกัน ชกต่อย ทุบทำลายสิ่งของ เป็นต้น ในขณะที่ข้อค้นพบ **เรื่อง “โฆษณาสินค้าที่ไม่ได้การรับรองความปลอดภัย สินค้าผิดกฎหมาย”** โดยพบเห็นโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง และเรื่อง **“เนื้อหาสุขภาพที่ไม่น่าเชื่อถือ”** โดยได้รับเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทั่วไปที่ส่งต่อ ๆ กันมา ซึ่งอาจจะไม่ถูกต้องตามหลักการแพทย์ ข้อค้นพบจากงานวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ Bhatt (2017) ได้ชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีเนื้อหาประเภทการนำเสนอการใช้งานผลิตภัณฑ์โดยบุคคล หรือรีวิว (review) สินค้าซึ่งมีทั้งแบบได้รับการสนับสนุน หรือว่าจ้างจากบริษัทที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ และแบบที่ผู้บริโภคเขียนขึ้นเอง ถือ

เป็นการโฆษณาผ่านการบอกต่อปากต่อปากบนสื่อสังคมออนไลน์นั่นเอง ซึ่งการโฆษณาลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะเรียกร้องความสนใจได้ดี และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นตามมีสิ่งที่มีบริษัทที่ใช้การว่าจ้างให้ผู้บริโภค รีวิวแต่เชิงบวกหรือเป็นการรีวิวแบบหลกหลวงด้วย สำหรับข้อค้นพบในเรื่อง **“ข่าวปลอม ข่าวลือ ข่าวลวง”** โดยได้รับข่าวปลอมที่ส่งต่อกันมา หรือขึ้นในหน้าจอของตนเอง ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวนี้อธิบายตามแนวความเห็นของ Nelson, & Taneja (2018) ระบุว่าเนื่องจากข่าวที่ออกไปทำให้ผู้บริโภคข่าวสารรู้สึกสับสนว่าข่าวใดจริง ข่าวใดปลอม โดยมีสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก เป็นแหล่งที่มีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายข่าวปลอม และเรื่อง **“การเข้าถึงเนื้อหาด้านเพศ ลามก อนาจาร”** โดยเห็นเน็ตไอดอล นุ่งน้อยห่มน้อยไปในแนวเป๋ เปลือย อนาจาร สามารถอธิบายเทียบเคียงกับงานวิจัยของ Couch, Liamputtong, & Pitts (2012) ซึ่งสรุปว่า ความรุนแรงทางเพศ รวมทั้งความอันตรายต่ออารมณ์และร่างกาย เกิดจากบุคคลที่ไม่น่าไว้วางใจบนสื่อออนไลน์ และยังพบว่าการรับรู้ความเสี่ยงเหล่านี้เป็นการรับรู้แบบเป็นความเสี่ยงของบุคคลอื่นที่เกิดขึ้นกับคนอื่น

เรื่อง **“ทวยออนไลน์”** โดยได้รับเลขเด็ด ไข่มวยบนเฟซบุ๊ก หรือไลน์ แล้วเชิญชวนเข้ากลุ่มเล่นหวย เรื่อง **“การชักชวนเล่นการพนัน”** โดยถูกชักชวนให้สมัครเป็นสมาชิกเพจการพนัน บ่อนออนไลน์ หรือกลุ่มเล่นพนันออนไลน์ เรื่อง **“แชร์ออนไลน์”** โดยถูกเชิญชวนจากสมาชิกในกลุ่มสนทนา ให้สมัครเข้ากลุ่มแชร์ออนไลน์ และ **“หุ้นออนไลน์”** โดยถูกเชิญชวนให้เข้าร่วมเล่นหุ้นกับเว็บไซต์หุ้นออนไลน์จากในและต่างประเทศ ข้อค้นพบกลุ่มดังกล่าวนี้เป็นกลุ่มพนัน ดังนั้นสามารถอธิบายได้ด้วยงานวิจัยของ Gainsbury et al (2015) ซึ่งให้เห็นว่า การพนันออนไลน์เป็นความเสี่ยงที่ทำให้คนเล่นยิ่งแย่มากกว่าการเล่นการพนันในสถานที่เล่นการ และยังเห็นว่าผู้ที่มีปัญหาจากการเล่นพนันออนไลน์ยังมีความคิดผิด ๆ โดยเชื่อว่าผลเสียจากการพนันนั้นน้อยกว่าเงินกำไรที่ได้จากการเล่นการพนัน และเป็นไปตามข้อสรุปของ White, Gummerum, Wood, & Hanoch (2017) ศึกษาพฤติกรรมความเสี่ยงทางออนไลน์ ประชาชนเกือบ 6,000 คน ต้องสูญเสียทรัพย์สินกว่า 86 ล้าน ดอลลาร์เนื่องจากถูกลอก ถูกฉ้อโกง โดยการสูญเสียทรัพย์สินเงินทองนั้นมักเกิดขึ้นกับผู้ใหญ่ทุกช่วงอายุ

สำหรับข้อค้นพบในเรื่อง **“ข้อมูลส่วนตัวถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์อื่นจนเกิดความเสียหาย”** โดยถูกบังคับให้ต้องกรอกข้อมูลส่วนตัว เมื่อสมัครใช้งานเพจ หรือเข้ากลุ่มออนไลน์ตามที่ Yamakami (2012) ระบุว่ากรอกนำข้อมูลส่วนตัวถูกนำไปใช้ในการติดต่อสื่อสารกิจกรรมทางออนไลน์ ก่อให้เกิดความเสี่ยงอันตรายเชื่อมโยงมายังประเด็นเรื่องการรักษาความปลอดภัย (security) ในการใช้งาน เช่น การป้องกันการถูกขโมยรหัสล็อกอิน หรือถูกแฮ็กจากการล็อกอิน รวมทั้งยังสอดคล้องกับค้นพบของ Trepte et al. (2015) พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะแสดงออกว่าตนคำนึงถึงการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบนอินเทอร์เน็ต แต่พวกเขาก็ยังส่งต่อหรือแชร์ (share) รายละเอียดข้อมูลส่วนตัวของตนเอง และบางครั้งก็รวมไปถึงข้อมูลของผู้ใกล้ชิดในสภาพแวดล้อมทางออนไลน์แบบต่าง ๆ เนื่องจากขาดความรู้เท่าทันอย่างเพียงพอในการปกป้องความเป็นส่วนตัวตามทัศนคติและความต้องการของตนเอง ต่อมายังมีข้อค้นพบเรื่อง **“การถูกกลั่นแกล้งจนเกิดความเสียหาย”** โดยเพื่อน หรือคนอื่นแกล้งโพสต์เรื่องที่เสียหาย นำอับอายเกี่ยวกับตัวเรา ข้อสรุปในประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuipers (2006) ให้ความสำคัญกับอารมณ์บนออนไลน์และมีข้อสันนิษฐานว่าการใช้อารมณ์บนโลกออนไลน์เป็นอันตรายโดยชี้ให้เห็นว่า อารมณ์ขันถือเป็นการบันเทิงที่ใช้กันแพร่หลายบนสื่อออนไลน์ โดยมีกพบว่าเป็นการใช้อารมณ์ขันในเรื่องที่อาจจะไม่สามารถใช้ได้หรือไม่เหมาะสมในที่สาธารณะ เช่น อารมณ์ขันในเรื่องเพศ มักใช้มุกตลกล้อเลียนชาติพันธุ์ ล้อเลียนกลุ่มเพศที่ถูกให้ความสำคัญน้อยหรือเป็นคนกลุ่มน้อยในสังคม ตลกบนความรุนแรง อารมณ์ขันเหล่านี้ไม่มีการควบคุมบนสื่อออนไลน์ จากข้อสรุปเรื่องความเสี่ยงแต่ละเรื่องดังกล่าวนี้ กล่าวได้ว่าผู้ใช้สื่อดิจิทัลย่อมมีความเสี่ยงอยู่แล้ว ตามที่ White, Gummerum, Wood, & Hanoch (2017) กล่าวว่าหากบุคคลใช้อินเทอร์เน็ตมากก็จะสามารถนำไปสู่ความเสี่ยงทางออนไลน์มากขึ้นตามมา

ความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า ความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ระดับมาก ได้แก่ ด้านที่ 1 การเข้าถึงและการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Access) ด้านที่ 3 การประเมินข้อมูลข่าวสาร (Information Evaluation) ด้าน

ที่ 4 การใช้ประโยชน์ (Utilization) ด้านที่ 6 การแสดงตัวตน และความเป็นพลเมือง (Identity and Citizenship) และ ด้านที่ 7 การลดความเสี่ยง (Risk Reduction) ข้อสรุปดังกล่าวอธิบายด้วยแนวคิดของ Yamakami (2012) ได้เสนอกรอบการสร้างการรับรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในยุคที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเข้าสู่โลกเสมือนจริงและโลกความจริงว่า นอกจากพัฒนาในด้านการรู้เท่าทันสื่อและอินเทอร์เน็ตต้องเพิ่มเติม การรู้เท่าทันสังคมดิจิทัล (digital social literacy) เป็นความสามารถของบุคคลในการจัดการเรื่องความเป็นส่วนตัว (private) และการรักษาความปลอดภัย (security) ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ควรมีการเข้าใจถึงการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะในด้านการซื้อขายสินค้าต่าง ๆ ผ่านอัตลักษณ์ตัวตนเสมือนและตัวตนจริงในโลกจริง มีความเข้าใจความตั้งใจมุ่งหมายของบริษัทผู้ทำธุรกิจการค้าที่แฝงมากับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชันเชิงพาณิชย์ต่าง ๆ รวมทั้งมีทักษะการตอบสนองอย่างปลอดภัยเหมาะสมต่อการใช้บริการทางการค้า ซื้อขาย ใช้บริการต่าง ๆ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ สรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสังคมดิจิทัลประกอบด้วย 5 ส่วนได้แก่ การจัดการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ตัวตนในโลกจริง การรู้จะใช้อัตลักษณ์ตัวตนในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นให้น้อยลง รู้ที่จะใช้อัตลักษณ์ตัวตนได้อย่างปลอดภัย ในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นบนโลกเสมือน รู้ทันในการทำธุรกรรม ซื้อขายสินค้าบนโลกเสมือน และมีการรู้เท่าทันในการยืนหยัดในความปลอดภัย (persistence)

ข้อเสนอแนะสำหรับการประยุกต์ใช้

การเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันของประชาชน ให้สามารถใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างรู้เท่าทันและได้ประโยชน์ ควรให้ความสำคัญในประเด็นต่อไปนี้

1. เน้นการเพิ่มความสามารถในการใช้สังคมออนไลน์ประเภท โลก เฟซบุ๊ก และยูทูบ ซึ่งผลวิจัยบ่งชี้ว่าเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้งานมาก ดังนั้นจึงมีโอกาสพบความเสี่ยงจากกาการใช้งาน ดังนั้นหน่วยงานด้านการป้องกันอันตรายจากกาใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ควร

ดำเนินกิจกรรมการเพิ่มความรู้และทักษะการใช้งานอย่างปลอดภัย โดยเน้นตามลักษณะการใช้งานของ ได้แก่ ความบันเทิง ติดต่อกับผู้คนที่คนใกล้ชิด ติดตามข่าวสาร การติดต่อเรื่องงานหรือเรื่องเรียน

2. จากผลสำรวจความเสี่ยงจากกาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่พบว่ามีถึง 15 เรื่อง ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มความสามารถในการลดความเสี่ยงอันตรายจากกาใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยหนุ่มสาวที่พบความเสี่ยงในหลายเรื่อง ในขณะที่วัยก่อนวัยควรเพิ่มความสามารถและทักษะการใช้งานอย่างปลอดภัยโดยเน้นการตอบสนองต่อสถานการณ์ความเสี่ยงที่เผชิญหน้าในเรื่องเนื้อหาที่มีความรุนแรง โฆษณาสินค้าที่ไม่ได้การรับรองความปลอดภัย เนื้อหาสุขภาพที่ไม่น่าเชื่อถือ ข่าวปลอม เนื้อหาด้านเพศ ลามก อนาจาร การพนัน หวย ทุนออนไลน์ การซื้อสินค้าออนไลน์ การถูกหลอกจากคนแปลกหน้า โดยให้ความสำคัญตามลำดับคือ กลุ่มคนหนุ่มสาววัยทำงาน กลุ่มเม่นักเรียนนิสิตนักศึกษา ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ

3. ผลการวิจัยบ่งชี้ว่าความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันของประชาชนในด้าน ความสามารถในการทำความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ และ ความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางสังคมกับคนบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นควรเพิ่มความสามารถใน 2 ด้านนี้ให้มากขึ้นเพื่อสร้างสังคมดิจิทัลที่ดี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยต่อเนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ ควรดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) จากประชาชนทุกกลุ่มวัย กำหนดแนวทางการเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันของคนทุกช่วงวัย และนำแนวทางที่สรุปได้พัฒนาเป็นกิจกรรมการเพิ่มความสามารถของประชาชน ดำเนินงานตามกิจกรรม เก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัยเพื่อพัฒนาเป็นต้นแบบวิธีการการเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันให้แก่ประชาชน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- คณะกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน. (2560). *ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะการปฏิรูปการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media)*. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ, คณะกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน.
- พนม คลี่ฉายา. (2559). *การใช้งาน ความเสี่ยง การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล และแนวทางการสอนเพื่อการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาในประเทศไทย*. โครงการวิจัยระยะที่ 1-2. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- พนม คลี่ฉายา. (2560). *การรู้เท่าทันเกมส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาในประเทศไทย*. รายงานการวิจัย. คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์พร พุฒิสาร. (2553). *แรงจูงใจ พฤติกรรม และผลกระทบของวิดีโอคลิปออนไลน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- มัทนา นันทา. (2556). *เว็บไซต์ยูทูบ(ภาษาไทย)กับการสื่อสารความเกลียดชัง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง. (2558). *แนวทางการปฏิรูปการสื่อสารมวลชนด้านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในทศวรรษหน้าของประเทศไทย*. เอกสารวิจัย, คณะนักศึกษาศาสตรบัณฑิตวิทยาลัยความมั่นคง กลุ่มที่ ๔ รุ่นที่ ๑๑๕, สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง, สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) (2560). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560*. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.).
- สำนักสถิติแห่งชาติ (2560). *สรุปผลที่สำคัญการสำรวจการมีผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2560*. สำนักสถิติแห่งชาติ. ศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ.
- เอมิกา เหมมินทร์. (2556). *พฤติกรรมการใช้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะสถิติประยุกต์.

ภาษาอังกฤษ

- Avidar, R. (2018). *Engagement, Interactivity, and Diffusion of Innovations The Case of Social Businesses*. In K. A. Johnston and M. Taylor (eds), *The Handbook of Communication Engagement*. (pp. 505-514), First Edition, John Wiley & Sons, Inc. Published 2018 by John Wiley & Sons, Inc.
- Balasooriya, I., Mor, E., & Rodríguez, M. E. (2018). *Understanding User Engagement in Digital Education*. In P. Zaphiris and A. Ioannou (Eds.), *Learning and Collaboration Technologies. Learning and Teaching*, (pp. 3-15). Springer Nature.
- Bhatt, S. (2017). *How Digital Communication Technology Shapes Markets, Redefining Competition, Building Cooperation*. *Palgrave Advances in the Economics of Innovation and Technology*.
- Blank, G., & Lutz, C. (2016). *Benefits and harms from Internet use: A differentiated analysis of Great Britain*. *new media & society*, 1-23.
- Chang, F.-C et al. (2016). *Urban-rural differences in parental Internet mediation and adolescents' Internet risks in Taiwan*. *Health, Risk & Society*, 18(3-4), 188-204.

- Couch, D., Liamputtong, P., & Pitts, M. (2012). What are the real and perceived risks and dangers of online dating? Perspectives from online daters. *Health, Risk & Society*, 14(7-8), 697-714.
- Cvijikj, I. P., & Michahelles, F. (2013). Online engagement factors on Facebook brand pages. *Soc. Netw. Anal. Min.*, 38, 843–861.
- Gainsbury, S. M et al. (2015). How risky is Internet gambling? A comparison of subgroups of Internet gamblers based on problem gambling status. *media & society*, 17(6), 861–879.
- Helsper, E., & Eynon, R. (2013). Pathways to digital literacy and engagement. *European Journal of Communication*, 28(6), 696-713.
- Helsper, E. J. (2015). *Inequalities in digital literacy: definitions, measurements, explanations and policy implications*. Retrieved September 13, 2019, from <http://eprints.lse.ac.uk/68329/>
- Jones, L. M., & Mitchell, K. J. (2015). Defining and measuring youth digital citizenship. *New Media & Society*, 17(6), 1-17.
- Kuipers, G (2006). The social construction of digital danger: debating, defusing and inflating the moral dangers of online humor and pornography in the Netherlands and the United States. *new media & society*, 8(3), 379-400.
- Mowlabocus, S. (2015). ‘Y’all need to hide your kids, hide your wife’: Mobile applications, risk and sex offender databases. *media & society*, 18(11) 2469–2484.
- Nelson, J. L., & Taneja, H. (2018). The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption. *new media & society*, 1–18.
- O’Brien, H. (2016). *Theoretical Perspectives on User Engagement*. In H. O’Brien, P. Cairns (eds.), *Why Engagement Matters*, (pp. 1-26).
- O’Brien, H. L. (2011). Exploring User Engagement in Online News Interactions. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology* 48(1), 1-10.
- Oh, J., Bellur, S., & Sundar, S. S. (2018). Clicking, Assessing, Immersing, and Sharing: An Empirical Model of User Engagement with Interactive Media. *Communication Research*, 45(5) 737–763.
- Rodríguez-de-Dios, I., van Oosten, J. M. F., & Igartua, J.-J. (2018). A study of the relationship between parental mediation and adolescents’ digital skills, online risks and online opportunities. *Computers in Human Behavior*, 82, 186-198.
- Trepte, S. et al (2015). Do People Know About Privacy and Data Protection Strategies? Towards the “Online Privacy Literacy Scale” (OPLIS). In S. Gutwirth et al. (eds), *Reforming European Data Protection Law*. (pp. 333-365). Law, Governance and Technology Series, vol 20. Springer, Dordrecht.
- White, C. M., Gummerum, M., Wood, S., & Hanoch, Y. (2017). Internet Safety and the Silver Surfer: The Relationship Between Gist Reasoning and Adults’ Risky Online Behavior. *Journal of Behavioral Decision Making, J. Behav. Dec. Making*, 30, 819–827.
- Yamakami, T. (2012). *Digital Social Literacy: Literacy Demands for the Virtual-World*. In R. Benlamri (Ed.) *Networked Digital Technologies, Part II* (pp. 429–437). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

ร่าง บทความวิชาการ
สำหรับการเผยแพร่ผลงานวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์
เพิ่มความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

เรื่อง ต้นแบบเว็บไซต์เรียนรู้เพิ่มความสามารถและจัดการความเสี่ยงจากสื่อสังคมออนไลน์

ต้นแบบเว็บไซต์เรียนรู้เพิ่มความสามารถและจัดการความเสี่ยงจากสื่อสังคมออนไลน์ *

The Prototype Version of Learning Website Enhancing Competence to Handle
Risk from Social Media

พนม คลีณาญา **

หน่วยปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อ

Phnom Kleechaya, Digital Intelligence and Literacy Research Unit

Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

Email: phnom.k@chula.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยพัฒนาเว็บไซต์นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแพลตฟอร์มการเรียนรู้เพิ่มความสามารถในการลดและจัดการความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ พัฒนาขึ้นโดยมีแนวคิดหลักคือ สร้างเว็บไซต์ที่ใช้งานได้ง่ายสำหรับ 4 กลุ่มวัย ได้แก่ วัยรุ่นและเยาวชน วัยหนุ่มสาว วัยผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ มุ่งเน้นกระบวนการเพิ่มความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างปลอดภัยได้ประโยชน์ 3 กระบวนการ ได้แก่ 1) การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อการเรียนรู้แบบปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Interactive Learning Object) 2) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านเนื้อหาที่ช่วยลดความเสี่ยงและอันตรายจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 3) การลงมือปฏิบัติผ่านเครื่องมือสนับสนุนการตรวจสอบความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือข้อมูล ข่าว ที่สงสัยว่าจะไม่เป็นจริง พัฒนาขึ้นบนเว็บไซต์ชื่อ “คิด คью คั่น” (www.คิดค्यूคั่น.net) เปิดให้ประชาชนได้ใช้เว็บไซต์เป็นเวลา 4 เดือน มีจำนวนสมาชิกรวม 602 คน สมาชิกเว็บไซต์ที่มีช่วงอายุ 13-22 ปีเข้าเรียนบทเรียนมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 23-35 ปี โดยสนใจเรียนบทเรียนเรื่อง “การติดต่อสื่อสารทางสังคม” มากที่สุด รองลงมาคือเรื่อง “ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์” เท่ากับเรื่อง “ความเสี่ยงจากการถูกหลอกลวง” เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นฐานความรู้ความสามารถก่อนเรียน และ ความรู้ความสามารถหลังเรียนบทเรียนครบ สรุปได้ว่า ความรู้ความสามารถหลังเรียนบทเรียนครบ อยู่ในระดับมากกว่าพื้นฐานความรู้ความสามารถก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อที่มีต่อความผูกพันและความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน” ได้รับการสนับสนุนเงินทุนวิจัยจากกองทุนวิจัยและพัฒนาโครงการกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (สำนักงาน กสทช.)

** รองศาสตราจารย์ ดร. พนม คลีณาญา นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต หัวหน้าหน่วยปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อ (DIRU) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลการใช้งานเว็บไซต์พบว่า เข้าชมเนื้อหาบทความเสริมความรู้รวม 378 ครั้ง เข้าชมกระทู้สนทนา รวม 68 ครั้ง

Abstract

This research aims to create an educational website, and offer tips for enhancing their competence and literacy in social media content. The website was designed on user friendly technique for various groups; adolescence, youth, adult and elderly. The website drawn from three learning processes: 1) self-learning through online interactive learning objects, 2) learning from content additionally shared in the comments forum, and 3) learning through the use of fact-checking tools that evaluate the validity and the reliability of the content. The prototype version named “Kit Kui Kon” (www.คิดคุยค้น.net) was launched for four months, the results show that users aged between 13-22 take online courses the most. The second most engaging group is those aged between 23-35 who are interested in taking “Social Communication” classes the most, followed by “Media Text Understanding” classes and “Risks from Deception” classes, both equally. When evaluating the results from the pre-test and the post-test exercises, the results found that the post-test scores are higher than the pre-test scores at the significance level of .05. Moreover, the statistics from the website show that the contents from the additional informative articles were accessed 378 times, and the comments forum was accessed 68 times.

บทนำ

ประเทศไทยได้ก้าวสู่สังคมดิจิทัล และประชาชนได้ยอมรับสื่อดิจิทัลมาเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของตน สะท้อนให้เห็นจากผลการสำรวจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนปี 2560 ของสำนักสถิติแห่งชาติ พบว่าประชากรกลุ่มอายุ 15-24 ปี มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 89.8 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 80.3 ข้อมูลสถิติชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 52.9 ทำนองเดียวกันมีผู้ใช้มือถือสมาร์ทโฟนในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงถึงร้อยละ 93.7 (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2560) ภาครัฐให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงนี้ โดยแผนยุทธศาสตร์ที่จะพัฒนาสู่ “Digital Thailand หมายถึง ประเทศไทยที่สามารถสร้างสรรค์ และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่นใด เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ ไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559) หากประชาชนมีทักษะดิจิทัลที่สูงแล้วจะทำให้มีการรู้เท่าทันสื่อได้เป็นอย่างดี ดังความเห็นของ จินตนา ต้นสุวรรณ

นนท์ (2559) ได้ระบุว่าจำเป็นจะต้องสร้างภูมิคุ้มกันในด้านการรู้เท่าทันสื่อเพราะว่าสื่อมีการพัฒนาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา การสร้างการรู้เท่าทันสื่อมิได้เป็นเพียงแค่การพัฒนาคุณภาพผู้บริโภคสื่อเท่านั้น แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพสื่อในสังคมไทยให้เป็นไปตามความต้องการของคนในสังคม และยังสอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 ที่ได้กำหนดเป้าหมายครอบคลุมใน 4 มิติ โดยในมิติที่ 3) การยกระดับคุณภาพมนุษย์ ด้วยการพัฒนาคนไทยให้เป็น “มนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ 21” ควบคู่ไปกับการเป็น “คนไทย 4.0 ในโลกที่หนึ่ง” (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559) นอกจากนี้ยังมีแผนยุทธศาสตร์รู้เท่าทันสื่อเพื่อความเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตยของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ กำหนดนโยบายทางด้าน วิสัยทัศน์ ; ประชาชนได้รับการพัฒนาให้มีความรู้เท่าทันสื่อเพื่อสร้างความเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตย โดยมีเป้าหมาย ; ภายในปี พ.ศ. 2560 สังคมไทยมีระบบและกลไกในการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อเพื่อความเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตย (กสทช., ม.ป.ป., น. 3)

แนวทางหนึ่งที่สามารถดำเนินงานได้คือ การพัฒนา สร้างแพลตฟอร์มที่ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้เพื่อเพิ่มความสามารถในด้านความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทัน ด้วยการสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อการเรียนรู้เสริมสร้างความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทัน รวมทั้งแลกเปลี่ยน ร่วมมือกันตรวจสอบ เตือนภัย เพื่อลดความเสี่ยงจากเนื้อหาอันตราย ทั้งนี้เพราะด้วยลักษณะการรวมตัวกันเป็นชุมชน ซึ่งเป็นการรวมตัวของบุคคลที่มีเป้าหมายเดียวกัน ความเป็นสมาชิกที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ที่มีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กันและสนับสนุนระหว่างสมาชิกด้วยกัน ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างสมาชิกชุมชน นำไปสู่ชุมชนแห่งการเรียนรู้ได้ (Vesely, Bloom, & Sherlock, 2007; Kawasaki, 2011; Cuthbertson, & Falcone, 2014; Dolan, Kain, Reilly, & Bansal, 2017) เช่นกันกับความเห็นของ Holmes (2013) มองว่าการมีปฏิสัมพันธ์กันบนเป้าหมายร่วมกัน ถือเป็นคุณลักษณะสำคัญของชุมชนออนไลน์ ซึ่งลักษณะของสภาพแวดล้อมชุมชนออนไลน์ที่ช่วยเอื้อต่อความเชื่อใจกัน ความเคารพ และการแบ่งปันกัน บนศูนย์กลางของความต้องการในการพัฒนาประโยชน์ด้านการเรียนรู้ การสร้างแพลตฟอร์มควรสอดคล้องกับการใช้งาน และความเสี่ยงจากเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งออกแบบสร้างแพลตฟอร์ม แบบเรียน และเนื้อหาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มความสามารถด้านความรู้ทางดิจิทัล และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับประชาชนได้ใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มความสามารถของตนเอง ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน ลดและจัดการความเสี่ยงที่เผชิญในขณะที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้ อันเป็นการเสริมสร้างและพัฒนาทักษะที่จำเป็นของประชาชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาแนวทาง และสร้างแพลตฟอร์ม แบบเรียน และเนื้อหาเพื่อเพิ่มความสามารถ ในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์สำหรับประชาชน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทักษะการเรียนรู้ที่จำเป็นต้องได้รับการสอนในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องเน้น การคิดเชิง วิพากษ์ การคิดเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสาร รวมถึงการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล (Digital literacy) ซึ่งหมายถึงความถึง ความสามารถในการใช้งาน เข้าใจเทคโนโลยีด้านการประเมินผล และ เข้าใจกลยุทธ์และหลักการทางเทคโนโลยีซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาวิธีแก้ปัญหาต่าง ๆ ตามเป้าหมายที่ ต้องการ (Bekker, Bakker, Douma, van der Poel, & Scheltenaar, 2015; สุรศักดิ์ ปาเฮ, 2560, น. 58) ใจทิพย์ ณ สงขลา (2561, น. 13) เสนอแนวทางการเรียนแนวดิจิทัล (Digital Learning) ซึ่ง เป็นการเรียนรู้ที่สนับสนุนด้วยเทคโนโลยีทั้งสภาพแวดล้อมเสมือนและผสมผสาน ครอบคลุมการ ดำเนินวิถีชีวิตประจำวันและการเรียนรู้ ดังนั้นการเรียนจึงมีหลายรูปแบบที่ทำให้เกิดความรู้เป็นทั้ง รายบุคคลและรายกลุ่ม จนถึงการสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ที่เกิดจากเครือข่ายสังคม เป็นวัฒนธรรม การเรียนรู้ที่บุคคลเรียนอย่างดิจิทัลด้วยสารสนเทศจากผู้เผยแพร่และผู้รู้ ขณะเดียวกันสามารถ เผยแพร่สาระความรู้ไปสู่สาธารณชนได้เช่นกัน การเรียนจึงมุ่งสู่ศูนย์กลางที่ผู้เรียนรายบุคคลสามารถ เลือกรับความรู้ตามวัตถุประสงค์ เชื่อมโยง คัดสรรเอง เรียนรู้และต่อยอดด้วยตนเอง Howell, & O'Donnell (2017, pp.7-17) ชี้ให้เห็นสภาพแวดล้อมและต้นแบบการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยี ควรเน้น การเรียนรู้ส่วนบุคคล (Personalized Learning) โดยเปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้อย่างอิสระทั้งด้านเวลา สถานที่ ด้วยอุปกรณ์เทคโนโลยีและช่องทางที่แต่ละคนต้องการ สามารถเรียนรู้ทางออนไลน์ซึ่งถือเป็นการ เรียนรู้แบบเสมือนจริง (Virtual/Online Learning) นอกจากนี้ยังเสนอแนวทางการเรียนรู้แบบ ห้องสมุดการเรียนรู้รวม (Library Learning Commons) เป็นเสมือนสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ในอุดมคติ ที่ให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมและบรรลุผลสำเร็จไปในทิศทางเดียวกัน

รูปแบบเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้

Center for Digital Education (2014) แบ่งประเภทเนื้อหาดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ ออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ 1) ตำราอิเล็กทรอนิกส์ (E-texts) ซึ่งรวมถึงข่าวสาร บทเรียนฉบับเต็ม หรือหนังสือเรียนฉบับสมบูรณ์ สามารถอ่านได้จากโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ 2) วัตถุการเรียนรู้ (Learning objects) คือกิจกรรมและแบบทดสอบซึ่งอาจเป็นได้ทั้งภาพ เสียง วิดีโอ และสื่อ หลากหลายชนิด เช่น แผนภาพ ข้อมูลที่สรุปออกมาในรูปแบบภาพ (info graphics) เกมตอบคำถาม 3) แหล่งวัสดุเปิด (Open source materials) เป็นวิดีโอขององค์กรที่อธิบายหรือชี้แจงในเรื่องต่าง ๆ 4) แอปและเกม (Apps and games) ซึ่งสามารถช่วยให้นักเรียนสนุกและเข้าถึงเนื้อหาได้หากมีเกม เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ 5) การประเมินผลออนไลน์ (Online assessments) เพื่อให้เข้ากับหลักสูตร การศึกษาแบบดิจิทัล ทั้งนี้ทำให้การตอบสนองของนักเรียนในระหว่างการเรียนรู้เป็นสิ่งที่เป็น

ในการเรียนรู้ส่วนบุคคล และประเภทสุดท้าย 6) เนื้อหาเฉพาะทาง (Modular content) เป็นการรวมตัวของวัตถุการเรียนรู้ ซึ่งผู้สอนสามารถวางแผน ออกแบบบทเรียนได้ตามความต้องการด้วยการยกเลิกหรือปรับใช้วัตถุการเรียนรู้ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ทำให้รูปแบบการเรียนรู้มีความแตกต่าง

ในด้านรูปแบบการเรียนการสอนผ่านเทคโนโลยีรูปแบบหนึ่งคือ การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้เรียนเรียนได้ตามความสนใจของตนเอง และเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา ใช้การจัดเรียนด้วยซอฟต์แวร์บริหารจัดการเรียนรู้ เป็นชุดเครื่องมือที่จำเป็นในการเรียนรู้รวมไว้ที่เดียวทำให้อำนวยการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ได้แก่ การจัดการผู้เรียนเข้าสู่ระบบ การเผยแพร่เนื้อหาในรูปแบบสื่อต่าง ๆ การสื่อสารจัดการเกี่ยวกับการเรียนการติดตามความก้าวหน้าในการเรียนรู้ของผู้เรียน และประเมินผลการติดตาม ซึ่งระบบดังกล่าวมีความหลากหลาย สื่อมัลติมีเดีย สื่อประกอบเสียงบรรยาย วิดีทัศน์ ฯลฯ ซึ่งสามารถพูดคุยกัน ปรีक्षाแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันได้ ทั้งผู้เรียนและผู้สอน (ใจทิพย์ ณ สงขลา, 2561, น. 16) การเรียนลักษณะนี้นอกจากจะใช้ในการเรียนในระบบการศึกษาแล้ว ยังสามารถนำมาใช้ในการฝึกอบรมบุคลากร เพราะสามารถประหยัดต้นทุนในการเดินทางไปมา นอกจากนี้ยังสะดวกในด้านเวลาและสถานที่ สามารถเข้าถึงเนื้อหาการเรียนรู้ได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งสิ่งสำคัญในการใช้การเรียนแนวทางนี้ให้ได้ผลดีคือ ควรกำหนดความต้องการด้านความสามารถ และประสิทธิผลในการทำงานให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานการฝึกฝนไว้ในระบบอย่างเป็นทางการ (Mohammadyari, & Singh, 2015) สุรศักดิ์ ปาเฮ (2560, น. 251) ชี้ให้เห็นอีกว่า การเรียนลักษณะนี้สามารถจัดการเรียนรู้ได้ทั้ง การเรียนรู้เนื้อหาด้วยตนเอง (Standalone Courses) ตามความสามารถทางการเรียนของแต่ละบุคคล การเรียนรู้จากการใช้เกมและสถานการณ์จำลอง (Learning Game and Simulation) เป็นการฝึกจากเกมและสถานการณ์จำลองเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่ได้จากการเรียนแบบสืบค้นหรือทดลองจากโปรแกรม การเรียนรู้จากห้องเรียนเสมือน (Virtual-classroom Courses) เป็นการเรียนรู้จากห้องเรียนที่จำลองสถานการณ์คล้ายสภาพจริงจากวิทยากรด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารทางไกลในการนำเสนอเนื้อหาสาระให้กับผู้เรียน

แพลตฟอร์มเพื่อการเรียนรู้

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ แพลตฟอร์มเพื่อการเรียนรู้ ใจทิพย์ ณ สงขลา (2561, น. 18-19) อธิบายว่า แพลตฟอร์มการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพการเรียนการสอน ควรส่งเสริมและจัดสร้างสิ่งแวดล้อมบรรยากาศทางการเรียน มีระบบการบริหารจัดการเรียนรู้ (Learning Management System – LMS) ที่มุ่งไปสู่การให้บริการที่ตอบสนองเป้าหมายในการเรียนรู้ของผู้เรียน สามารถพิจารณาเลือกใช้ได้หลายรูปแบบ ได้แก่ 1) อีเลิร์นนิ่งแพลตฟอร์ม (E-Learning Platform) เป็นซอฟต์แวร์ที่รวบรวมเครื่องมือทำหน้าที่สนับสนุนการจัดการระบบการเรียนการสอน ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของหลักสูตร รายวิชา การจัดการเรียนการสอน กำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ การสะสมเชื่อมโยงสาระความรู้ การกำหนดกิจกรรม การสื่อสาร การประเมินผล 2) แพลตฟอร์มการเรียนรู้แบบเปิด (Open Learning Platform) เป็นองค์ประกอบทางคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์หรือซอฟต์แวร์ที่เป็นระบบปฏิบัติการ เปิดกว้างให้การติดตั้งซอฟต์แวร์ประยุกต์ หรือแอปพลิเคชัน

(ขนาดเล็ก) เช่น ระบบการบริหารจัดการเรียนการสอนที่ใช้กับอีเลิร์นนิ่ง หรือคอร์สแวร์เปิดสำหรับมวลชน (Massive Open Online Courseware – MOOCs) 3) แพลตฟอร์มเครือข่ายสังคม (Social Media Platform) ระบบนี้ใช้คุณสมบัติของบล็อกให้สมาชิกมีพื้นที่ส่วนตัวในการเขียน สะสมภาพ วิดีทัศน์ แบ่งปันแลกเปลี่ยนสื่อสารระหว่างสมาชิก 4) แพลตฟอร์มชุมชน (Community platform) ระบบการสื่อสารและการจัดการชุมชน เช่น การใช้บล็อกโพลสด หรือชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น 5) แพลตฟอร์มอรรถประโยชน์ (Utility Platform) ซอฟต์แวร์ระบบการให้บริการแบบเปิด เช่น การให้บริการสืบค้น

การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ควรให้ความสำคัญกับ การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ (Collaboration) เป็นสภาพการณ์ทางการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถสื่อสารข้อมูลร่วมกันกับผู้อื่นจากระบบสื่อออนไลน์ การวัดผลและการประเมิน (Assessment) จะต้องมีการประเมินผลความก้าวหน้าของผู้เรียน วัตถุประสงค์ประการอ้างอิง การเรียนหรือสร้างงานในการเรียนรู้แบบผสมผสานต้องมีการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์จากการศึกษาค้นคว้า และอ้างอิงหลากหลายแหล่งข้อมูลเพื่อเพิ่มคุณภาพทางการเรียนให้สูงขึ้น (สุรศักดิ์ ปาเฮ 2560, น. 273)

ชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์

แนวคิดชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์ เป็นแนวคิดที่ขยายโอกาสการเรียนรู้ได้ กล่าวคือ การรวมกลุ่มเป็นชุมชนสามารถนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ของแต่ละคน มาพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ของตนเองกับคนอื่น วรากร หงษ์โต, และ ฐาปนีย์ ธรรมเมธา (2555) ชี้ให้เห็นว่าชุมชนออนไลน์ สามารถพัฒนาเป็นชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์ได้ และเสนอว่ารูปแบบชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ 1) ฐานทรัพยากรบนชุมชน การเรียนรู้ออนไลน์ 2) กลุ่มการเรียนรู้ออนไลน์ 3) เครื่องมือที่ใช้แลกเปลี่ยนเรียนรู้บนชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์ฯ และ 4) เทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานร่วมกันบนชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์ และในการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ในลักษณะ ของรูปแบบและสิ่งแวดล้อมของการเรียนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (e-learning) ซึ่งจะมีเนื้อหาสาระของความรู้ ผู้สอน และผู้เรียนโดยใช้ เทคโนโลยีเป็นสื่อกลาง Cuthbertson, & Falcone (2014) ได้เสนอแนวทางการบ่มเพาะชุมชนออนไลน์เพื่อยกระดับความผูกพันของนักเรียนและเพิ่มแรงจูงใจในภาพรวม ได้แก่ 1) ให้พื้นที่แก่ผู้เรียนในการได้เป็นตัวของตัวเอง และได้แบ่งปันประสบการณ์ ความคิด ความสนใจ เห็นคุณค่าของการมีส่วนร่วม ยอมรับที่จะแบ่งปันความสนใจและมองผู้อื่นในฐานะของแหล่งทรัพยากรจากการได้พูดคุยเชื่อมโยงกัน 2) เปิดให้บุคคลหรือกลุ่มอภิปรายหัวข้อทางวิชาการ หรือกรณีตัวอย่าง เพื่อเสริมการคิดเชิงลึกและให้ผู้เรียนได้ค้นหาคำตอบอย่างหลากหลายผ่านประสบการณ์ของตนเองโดยไม่มีถูกผิด 3) สนับสนุนให้มีการส่งต่อคำแนะนำซึ่งกันและกัน เพื่อให้รู้สึกว่าการได้รับประโยชน์จากคำแนะนำของเพื่อน 4) ใช้การสื่อสารแบบประสานเวลาหรือพร้อมกัน (Synchronous communications) เพื่อเสริมสร้างความผูกพันในชุมชนห้องเรียน เช่น การประชุมออนไลน์ ที่สามารถสื่อสารแบบเผชิญหน้าทางออนไลน์ได้

จะเห็นได้ว่า ด้วยลักษณะการรวมของชุมชน ที่เป็นการรวมตัวของบุคคลที่มีเป้าหมายเดียวกัน มีความเป็นสมาชิกที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ที่มีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กันและสนับสนุนระหว่างสมาชิกด้วยกัน นำไปสู่แนวคิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Vesely, Bloom, & Sherlock, 2007) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้สามารถนำมาประยุกต์สู่การสร้างชุมชนเรียนรู้ทางออนไลน์เพื่อเพิ่มความสามารถในความรู้รอบทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ได้ และจากแนวคิด “ชุมชนออนไลน์” สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและสร้างระบบบนแพลตฟอร์มที่เหมาะสมที่จะใช้เป็นพื้นที่ในการเพิ่มความสามารถในด้านความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน

ระเบียบวิธีวิจัย

การพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ เริ่มต้นจากการนำผลการสำรวจความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ปี 2563 (พนม คลีณา, 2563) มาเป็นพื้นฐานองค์ความรู้ จากนั้นจัดการประชุมผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ นำข้อสรุปเข้าสู่กระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ต้นแบบตามลำดับขั้น ดังนี้

1. การพัฒนาระบบ ออกแบบ และสร้างเว็บไซต์ตามแนวคิดการพัฒนาระบบสารสนเทศ (System Development Life Cycle; SDLC) การออกแบบและผลิตแบบเรียน และเนื้อหาเพื่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

2. การพัฒนา ออกแบบ แบบเรียนรู้ด้วยตนเองออนไลน์ ดำเนินการกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เขียนเค้าโครงบทเรียน กำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ แบบประเมินตนเองท้ายบทเรียน การออกแบบบทเรียนด้วยตนเองจะเน้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับเนื้อหาบทเรียน ดำเนินการตรวจสอบบทเรียนที่ออกแบบเสร็จแล้วโดยผู้เชี่ยวชาญสาขาวิชาครุศาสตร์ และผู้เชี่ยวชาญสาขานิติศาสตร์ และนำมาปรับปรุงบทเรียน นำบทเรียนที่ตรวจสอบแล้วมาผลิตเป็นแบบเรียนด้วยตนเองบนเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมออกแบบบทเรียนบนเว็บไซต์

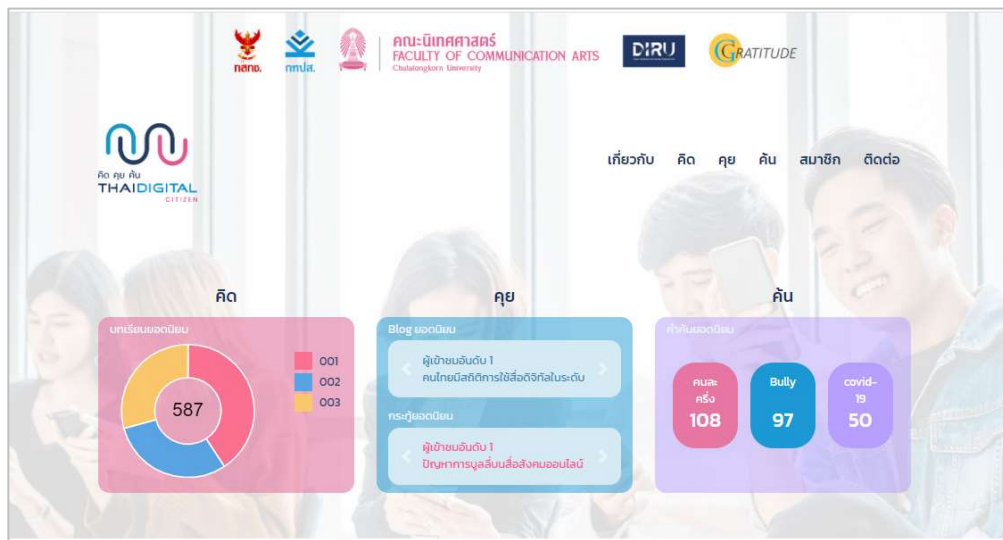
3. การออกแบบและผลิตเนื้อหาเสริมลดความเสี่ยงและยกระดับความรู้ทางดิจิทัล และรู้เท่าทันในรูปแบบข้อความ ภาพ คลิป อินโฟกราฟิก สำหรับเผยแพร่บนเว็บไซต์

4. เปิดการใช้งานจริงเป็นเวลา 4 เดือน ช่วงเดือน ตุลาคม 2563 - มกราคม 2564 มีสมาชิกเข้าใช้งานรวม 602 คน วิเคราะห์ข้อมูลการใช้งาน กิจกรรมบนเว็บไซต์ และการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้วิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้พื้นฐานก่อนเรียนกับความรู้หลังเรียนบทเรียนครบ โดยใช้สถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย t-test

ต้นแบบเว็บไซต์เรียนรู้เพิ่มความสามารถและจัดการความเสี่ยง

เว็บไซต์เพื่อการเพิ่มความสามารถในความรู้ทางดิจิทัล และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนในโครงการวิจัยนี้ พัฒนาขึ้นโดยมีแนวคิดหลักคือ สร้างเว็บไซต์ที่ใช้งานได้ง่ายสำหรับ 4 กลุ่มวัย ได้แก่ วัยรุ่นและเยาวชน วัยหนุ่มสาว วัยผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ มุ่งเน้นกระบวนการ

เพิ่มความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างปลอดภัยได้ประโยชน์ 3 กระบวนการ ได้แก่ 1) การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อการเรียนรู้แบบปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Interactive Learning Object) 2) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านเนื้อหาที่ช่วยลดความเสี่ยงและอันตรายจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ร่วมกับการสร้างกลุ่มสนทนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกผู้ใช้งาน 3) การลงมือปฏิบัติผ่านเครื่องมือสนับสนุนการตรวจสอบข้อมูล ข่าว ที่สงสัยว่าถูกต้อง เป็นจริง น่าเชื่อถือหรือไม่ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญเพื่อความรอบรู้และรู้เท่าทัน กระบวนการทั้ง 3 ส่วนนี้ นำเสนอบนเว็บไซต์ “คิด คุย ค้น” มีที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตคือ <https://www.thaidigitalcitizen.net/> ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 หน้าแรกของเว็บไซต์ “คิด คุย ค้น”

ที่มา : <https://www.thaidigitalcitizen.net/>

เว็บไซต์ออกแบบแผนผังเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ระบบการจัดการสมาชิก สำหรับการสมัครเข้าใช้งาน ระบบการจัดการเรียนรู้ สำหรับการเข้าเรียนบทเรียน ทำกิจกรรมในบทเรียน และการประเมินผลการเรียนรู้ ระบบจัดการแลกเปลี่ยนความรู้ สำหรับการตั้งกระทู้สนทนาได้โดยสมาชิก และสามารถแสดงความเห็นได้กระทู้ ระบบจัดการสืบค้น สำหรับการสืบค้นเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง น่าเชื่อถือได้ด้วยตนเองผ่านเครื่องมือค้นหาที่กำหนดตัวกรองแหล่งข้อมูลที่ต้องการและน่าเชื่อถือ

เว็บไซต์เพื่อการเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์			
ระบบจัดการสมาชิก	ระบบจัดการเรียนรู้	ระบบจัดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	ระบบจัดการสืบค้น
	คิด	คุย	ค้น
ระบบสมัครสมาชิกเว็บไซต์ กำหนดให้สมาชิกลงทะเบียน username & password ในการเข้าสู่บทเรียน	บทเรียนเชิงปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ 8 เรื่อง 1. การสื่อสารทางสังคม 2. ความเข้าใจตัวบทสื่อสังคมออนไลน์ 3. ความเสี่ยงจากการสูญเสียเงินบนโลกออนไลน์ 4. ความเสี่ยงจากความรุนแรง 5. ความเสี่ยงจากเนื้อหาที่ไม่จริง 6. ความเสี่ยงจากการถูกหลอกลวง 7. ความเสี่ยงเรื่องเพศ 8. ความเสี่ยงจากอันตรายจากระบบ	เนื้อหาเสริมความสามารถ - บทความ 15 เรื่อง - อินโฟกราฟิก 10 เรื่อง - วิดีทัศน์ 5 เรื่อง กระตุ่นทนา สมาชิกตั้งกระทู้ และแสดงความคิดเห็น	เครื่องมือสืบค้นข้อมูล ข่าวที่นำเชื่อถือ - กำหนดตัวกรองให้สืบค้นจากเว็บไซต์น่าเชื่อถือ - เชื่อมต่อกับเว็บไซต์ตรวจสอบข่าวปลอม “Thai DI Machine” (www.thaidimachine.org)

ภาพที่ 2 แผนผังเว็บไซต์ “คิด คุย ค้น”

เว็บไซต์ “คิด คุย ค้น” มีแนวทางการพัฒนาและสร้างเป็นรายการใช้งานหลัก 3 ส่วน ดังนี้

1. “คิด” บทเรียนเพิ่มทักษะและความสามารถลดความเสี่ยง

คิด คือ การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อการเรียนรู้แบบปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Interactive Learning Object) เป็นกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองตามอัธยาศัย เพื่อให้มีความรู้ ฝึก

ทักษะ และการตอบสนองอย่างปลอดภัยต่อเหตุการณ์ความเสี่ยง ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ ฝึกทักษะการตอบสนองต่อเหตุการณ์ความเสี่ยง ผ่านบทเรียนสื่อการเรียนรู้แบบมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวน 8 เรื่อง ดังต่อไปนี้

เรื่องที่ 1 การติดต่อสื่อสารทางสังคม (Social Communication) เน้นการเรียนรู้ และฝึกทักษะการสื่อสารในสังคมออนไลน์ได้อย่างมีมารยาท รวมถึงรู้จักวัฒนธรรมการสื่อสารบนสังคมออนไลน์ เนื้อหาบทเรียนมีความยาว 13.30 นาที

เรื่องที่ 2 ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ (Media Text Understanding) เน้นความเข้าใจเรื่องการตีความ การทำความเข้าใจเนื้อหา ภาพ คลิปบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยสามารถเข้าใจทั้งความหมายตรง และความหมายแฝงที่อยู่ในเนื้อหา เนื้อหาบทเรียนมีความยาว 12.00 นาที

เรื่องที่ 3 ความเสี่ยงจากการสูญเสียทรัพย์สินบนโลกออนไลน์ ประกอบด้วย ความเสี่ยงบนโลกออนไลน์ เรื่องห่วยออนไลน์ หุ่นออนไลน์ การพนันออนไลน์ และแชร์ออนไลน์ เน้นทักษะความรู้ทางดิจิทัลด้านการประเมินข้อมูลข่าวสาร และความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรู้เท่าทันการชักชวนเข้าสู่การพนันและการเสี่ยงจากการสูญเสียทรัพย์สินที่แฝงมากับเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ เนื้อหาบทเรียนมีความยาว 9.20 นาที

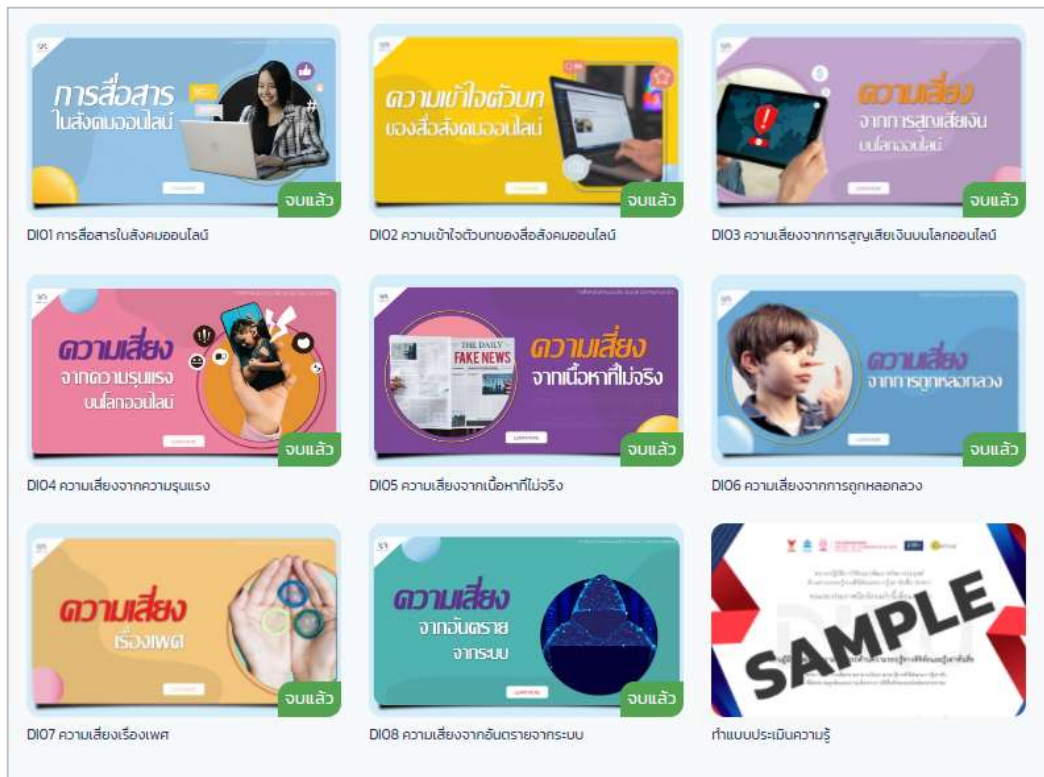
เรื่องที่ 4 ความเสี่ยงจากความรุนแรงบนโลกออนไลน์ ประกอบด้วย ความเสี่ยงบนโลกออนไลน์เรื่อง ความรุนแรงและการถูกกลั่นแกล้ง (Bully) เน้นทักษะความรู้ทางดิจิทัลด้านความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ การประเมินข้อมูลข่าวสาร และการลดความเสี่ยงเพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าถึงเนื้อหาความรุนแรง และไม่หลงไปกับเนื้อหาเหล่านี้ เนื้อหาบทเรียนมีความยาว 13.15 นาที

เรื่องที่ 5 ความเสี่ยงจากเนื้อหาที่ไม่จริง ประกอบด้วย ความเสี่ยงบนโลกออนไลน์เรื่องข่าวปลอม (Fake news) ข้อมูลสุขภาพที่ไม่จริง และโฆษณาเกินจริง บทเรียนนี้เน้นทักษะความรู้ทางดิจิทัลด้านความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ การประเมินข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงและใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ด้านค้นหา สืบค้นข้อมูลที่จริงและมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาบทเรียนมีความยาว 12.15 นาที

เรื่องที่ 6 ความเสี่ยงจากการถูกหลอกลวง ประกอบด้วย ความเสี่ยงบนโลกออนไลน์เรื่องการถูกหลอกจากคนแปลกหน้า การซื้อสินค้าออนไลน์ และการถูกชวนให้ทำงาน เน้นทักษะความรู้ทางดิจิทัลด้าน ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ การประเมินข้อมูลข่าวสาร และการลดความเสี่ยง เนื้อหาบทเรียนมีความยาว 7.40 นาที

เรื่องที่ 7 ความเสี่ยงเรื่องเพศ ประกอบด้วย ความเสี่ยงบนโลกออนไลน์เรื่องเพศและภาพลามกอนาจาร ทักษะความรู้ทางดิจิทัลด้านความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ การประเมินข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงและใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเตือนและระมัดระวังการเปิดเผยและเก็บรักษาข้อมูลตัวตนบนโลกออนไลน์อย่างปลอดภัย เนื้อหาบทเรียนมีความยาว 3.40 นาที

เรื่องที่ 8 ความเสี่ยงจากอันตรายจากระบบคอมพิวเตอร์ ประกอบด้วย ความเสี่ยงบนโลกออนไลน์ เรื่องภัยจากระบบคอมพิวเตอร์และถูกหลอกให้กรอกข้อมูลส่วนตัว (Phishing) เน้นทักษะความรู้ทางดิจิทัลด้านความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ การประเมินข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์จากคอมพิวเตอร์เพื่อมิให้ได้รับความเสียหายอันเกิดจากระบบโปรแกรมที่จงใจทำอันตรายผู้ใช้งาน เนื้อหาบทเรียนมีความยาว 8.40 นาที



ภาพที่ 3 บทเรียน 8 เรื่อง ในรายการ “คิด”
ที่มา : <https://www.thaidigitalcitizen.net/kid>

การประเมินความรู้ผู้เข้าเรียนบทเรียน “คิด”

เว็บไซต์กำหนดการประเมินผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนด้านความรู้ เกี่ยวกับความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อ 7 ด้าน ดังนี้

- ด้านที่ 1 การเข้าถึงและการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Access)
- ด้านที่ 2 ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ (Media Text Understanding)
- ด้านที่ 3 การประเมินข้อมูลข่าวสาร (Information Evaluation)
- ด้านที่ 4 การใช้ประโยชน์ (Utilization)
- ด้านที่ 5 การติดต่อสื่อสารทางสังคม (Social Communication)
- ด้านที่ 6 การแสดงตัวตนและความเป็นพลเมือง (Identity and Citizenship)

ด้านที่ 7 การลดความเสี่ยง (Risk Reduction)

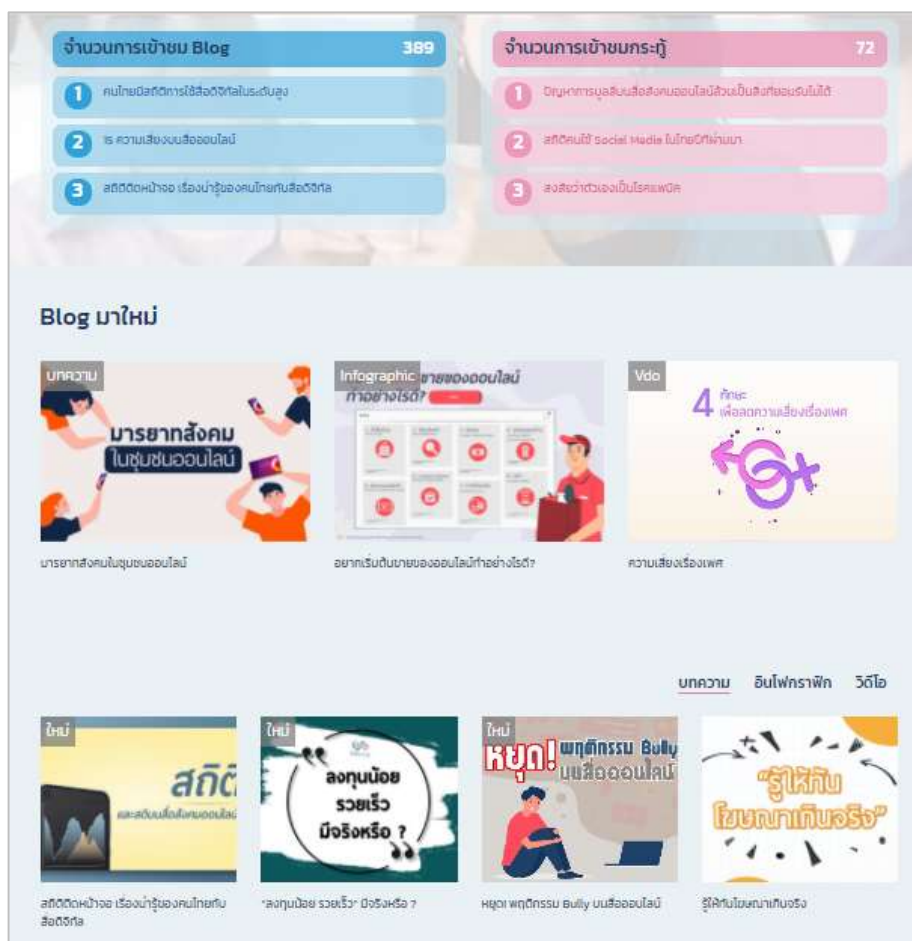
จัดทำเป็นแบบประเมิน 2 ชุด ดังนี้

1. แบบวัดพื้นฐานความรู้ ความสามารถของตนเอง ด้วยคำถาม 9 ข้อ ระบบปฏิบัติการของเว็บไซต์จะเสนอให้สมาชิกทำแบบวัดเพื่อประเมินความรู้และความสามารถพื้นฐาน 7 ด้านข้างต้นเมื่อสมาชิกเข้าสู่รายการใช้งาน “คิด” และจะเริ่มเรียนบทเรียนแรก ทั้งนี้ระบบเปิดให้สมาชิกตัดสินใจเลือกทำแบบวัดพื้นฐานนี้ได้ตามความสมัครใจ เมื่อสมาชิกทำแบบวัดพื้นฐานเสร็จแล้ว ระบบจะแจ้งผลคะแนน และแนะนำเบื้องต้นว่า สมาชิกควรเข้าเรียนบทเรียนใดตามผลการวัดของแต่ละคน อย่างไรก็ตามระบบเสนอแนะให้สมาชิกเท่านั้น มิได้บังคับให้สมาชิกต้องเรียนตามที่เสนอ สมาชิกสามารถเรียนได้ตามอัธยาศัย

2. แบบวัดความรู้ ความสามารถหลังเรียนบทเรียนครบ 8 เรื่อง ด้วยคำถาม 9 ข้อ ระบบปฏิบัติการของเว็บไซต์จะเสนอให้สมาชิกทำแบบวัดเพื่อประเมินความรู้และความสามารถหลังเรียนครบ 8 เรื่อง ซึ่งเป็นบทเรียนเพิ่มความรู้ ความสามารถ และทักษะ 7 ด้านตามเนื้อหาในบทเรียน ระบบเปิดให้สมาชิกตัดสินใจเลือกทำแบบวัดประเมินนี้ได้ตามความสมัครใจ หลังจากที่สมาชิกเรียนครบ 8 เรื่อง เมื่อสมาชิกทำแบบประเมินหลังเรียนเสร็จแล้ว ระบบจะแจ้งผลคะแนน และหากสมาชิกได้คะแนนมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไป ระบบจะเสนอให้สมาชิกขอรับประกาศนียบัตรรับรองความรู้ ความสามารถ และทักษะความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อจากโครงการวิจัย ซึ่งจะสร้างขึ้นในระบบ สมาชิกสามารถระบุชื่อและนามสกุลของตนเอง บันทึกไฟล์ และส่งพิมพ์ได้ตามความประสงค์ อย่างไรก็ตามระบบเสนอแนะให้สมาชิกเท่านั้น มิได้บังคับให้สมาชิกต้องทำแบบวัดประเมินและขอรับประกาศนียบัตร

2. “คุย” เนื้อหาเสริมความรู้และการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนประสบการณ์

คุย คือ ส่วนของเนื้อหาที่ให้ความรู้ เตือน แนะนำการปฏิบัติตน ที่ช่วยลดความเสี่ยงและอันตรายจากการใช้งานที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา นำเสนอเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ ๆ และยังสามารถเชื่อมโยงไปยังเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูป ของโครงการวิจัย นอกจากนี้ในเว็บไซต์ยังสร้างกระดานที่สมาชิกแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แสดงความเห็น เป็นพื้นที่ส่วนกลางที่กระตุ้นการสร้างกลุ่มระหว่างสมาชิกผู้ใช้งาน ในการเพิ่มทักษะและความสามารถด้วยการเรียนรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ใช้งานทุกช่วงวัย และคาดหวังจะสร้างชุมชนคนรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ได้



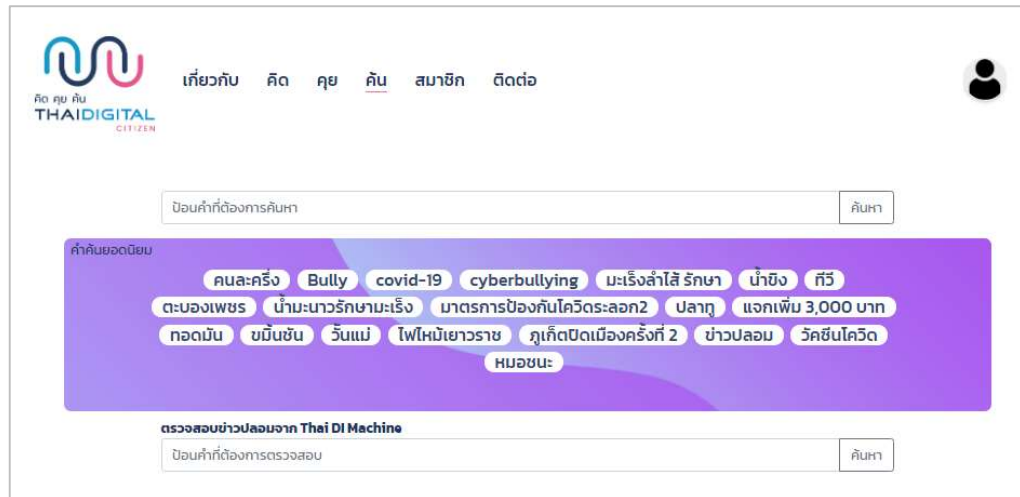
ภาพที่ 4 กระทู้ และเนื้อหาเสริมการเรียนรู้ในรายการ “คุย”

ที่มา : <https://www.thaidigitalcitizen.net/kui>

3. “คั่น” เครื่องมือตรวจสอบเนื้อหา ข่าว ที่สงสัย

คั่น คือ เครื่องมือสืบค้นสำหรับการตรวจสอบเนื้อหา ข่าวสารที่ผู้ใช้งานได้รับการส่งต่อมาจากสื่อสังคมออนไลน์ และต้องการตรวจสอบว่าเป็นจริงหรือไม่ มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ได้อย่างสะดวกสบาย โดยจัดทำเป็นช่องใส่คำค้น 2 ส่วน คือ 1) ช่องใส่คำค้นสำหรับการตรวจสอบที่ใช้หลักการสืบค้นข้อมูลที่ผ่านตัวกรองที่กำหนดให้สืบค้นตรวจสอบจากเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือที่เว็บไซต์ได้กำหนดขึ้น 2) ช่องคำค้นเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ตรวจสอบข่าวปลอมชื่อ “Thai DI Machine” ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้นสำหรับการตรวจสอบข่าวปลอมตามโครงการวิจัยของหน่วยปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อ (DIRU) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และให้ความร่วมมือกับโครงการด้วยการให้เว็บไซต์โครงการเชื่อมต่อเข้าไปสืบค้นจากเว็บไซต์ Thai DI Machine ได้ รายการใช้งานเครื่องมือสืบค้นตรวจสอบที่พัฒนาขึ้นบน

เว็บไซต์นี้จะช่วยสนับสนุนให้ประชาชนมีทักษะและความสามารถในการสืบค้นข้อมูล และประเมินความถูกต้องของข้อมูลเนื้อหา ข่าวสาร ที่มีการตั้งคำถามถึงความถูกต้องได้ด้วยตนเอง ก่อนที่จะส่งต่อข้อมูลทันที ช่วยลดการแพร่กระจายของเนื้อหาที่ไม่ถูกต้องและข่าวปลอม รวมถึงช่วยลดปัญหาที่เกิดจากการแพร่กระจายของเนื้อหาที่ไม่ถูกต้องและข่าวปลอมนั้น



ภาพที่ 5 เครื่องมือสืบค้นเพื่อตรวจสอบข่าวสาร ในรายการ “ค้น”

ที่มา : <https://www.thaidigitalcitizen.net/kon>

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

สมาชิกเว็บไซต์ทั้งสิ้นรวม 602 คน เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่น 13 - 22 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ วัยหนุ่มสาว และช่วงอายุ 36 ปีขึ้นไป สมาชิกเว็บไซต์มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาเป็นการศึกษาระดับปริญญาโท ใกล้เคียงกับระดับมัธยมศึกษา เมื่อพิจารณาอาชีพพบว่า เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา มากที่สุด รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความสนใจเรื่องท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือเรื่องอาหาร ความบันเทิง

การเข้าบทเรียนในรายการ “คิด”

สมาชิกเว็บไซต์เข้าใช้งานรายการ “คิด” บทเรียนเรื่อง “การติดต่อสื่อสารทางสังคม” (Social Communication) มากที่สุด รองลงมาคือเรื่อง “ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์” (Media Text Understanding) เท่ากับเรื่อง “ความเสี่ยงจากการถูกหลอกหลวง”

สมาชิกเว็บไซต์ที่เข้าเรียนบทเรียนในรายการ “คิด” มากที่สุดทุกเรื่อง คือ กลุ่มอายุ 13-22 ปี รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 23-35 ปี

สมาชิกเว็บไซต์ใช้เวลาในการเรียนบทเรียนรวมการชมเนื้อหา และทำกิจกรรมในบทเรียนเรื่อง “การติดต่อสื่อสารทางสังคม” เรื่อง “ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์” เรื่อง “ความเสี่ยงจากการสูญเสียทรัพย์สินบนโลกออนไลน์” และ เรื่อง “ความเสี่ยงจากความรุนแรงบนโลกออนไลน์” ตามเวลาที่กำหนดในบทเรียน คือ 15-20 นาที

สำหรับเรื่อง “ความเสี่ยงจากเนื้อหาที่ไม่จริง” เรื่อง “ความเสี่ยงจากการถูกลอกหลวง” เรื่อง “ความเสี่ยงจากอันตรายจากระบบคอมพิวเตอร์” สมาชิกใช้เวลาในการเรียนบทเรียนรวมการชมเนื้อหาและทำกิจกรรมในบทเรียน ตามเวลาที่กำหนด คือ 5-14 นาที และเรื่อง “ความเสี่ยงเรื่องเพศ” ตามเวลาที่กำหนด คือ น้อยกว่า 5 นาที

การใช้งานรายการ “คุย”

สมาชิกเข้าชมเนื้อหาบทความเสริมความรู้รวม 378 ครั้ง และเข้าชมกระตุ้สนทนา รวม 68 ครั้ง เมื่อจำแนกตามรูปแบบเนื้อหาสรุปได้ว่า เนื้อหาในรูปแบบบทความ เรื่อง “สถิติติดหน้าจอรื่องนำรัฐของคนไทยกับสื่อดิจิทัล” มีจำนวนครั้งการเข้าชมมากที่สุด รองลงมาคือเรื่อง “รู้ให้ทันโฆษณาเกินจริง” และ เรื่อง “หยุด! พฤติกรรม Bully บนสื่อออนไลน์”

สำหรับเนื้อหารูปแบบอินโฟกราฟิก เรื่อง “คนไทยมีสถิติการใช้สื่อดิจิทัลในระดับสูง” มีสมาชิกเว็บไซต์เข้าชมมากที่สุด รองลงมาคือเรื่อง “15 ความเสี่ยงบนสื่อออนไลน์” และ เรื่อง “ทักษะจำเป็น 7 ด้าน เพื่อความรอบรู้ทางดิจิทัล”

เนื้อหารูปแบบวิดีโอที่สมาชิกเข้าชมมากที่สุดเป็นจำนวนเท่ากัน คือ เรื่อง “ความเสี่ยงจากการลอกหลวง” และเรื่อง “ความเสี่ยงจากความรุนแรง” รองลงมาคือเรื่อง “ความเสี่ยงจากอันตรายจากระบบ”

สมาชิกเว็บไซต์เข้าชมกระตุ้สนทนาในรายการ “คุย” รวมทั้งสิ้น 68 ครั้ง เข้าชมกระตุ้เรื่อง “ปัญหาการบูลลี่บนสื่อสังคมออนไลน์ล้วนเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้” มากที่สุด รองลงมาคือเรื่อง “สถิติคนใช้ Social Media ในไทยปีที่ผ่านมามา” และ เรื่อง “สงสัยว่าตัวเองเป็นโรคแพนิค”

การใช้งานรายการ “ค้น”

สมาชิกเว็บไซต์ใช้งานในรายการ “ค้น” โดยสืบค้นรวมทั้งสิ้น 411 ครั้ง สืบค้นข้อมูลด้วยคำค้นว่า “คนละครึ่ง” มากที่สุด รองลงมาคือคำค้นว่า “bully” “cyberbullying” “covid-19”

พื้นฐานความรู้ความสามารถของสมาชิกเว็บไซต์

ในภาพรวมของสมาชิกเว็บไซต์มีพื้นฐานความรู้ความสามารถอยู่ในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาความเสี่ยงที่สมาชิกเว็บไซต์ตอบผิดมากที่สุดคือ ความเสี่ยงจากเนื้อหาที่ไม่เป็นจริง รองลงมาคือ ทักษะการติดต่อสื่อสารทางสังคม (Social Communication)

ความรู้ความสามารถหลังเรียนบทเรียน

สมาชิกเว็บไซต์ที่เข้าเรียนบทเรียนครบ 8 เรื่อง มีจำนวนรวม 34 คน ในจำนวนนี้มีความรู้ความสามารถอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาความเสี่ยงที่สมาชิกเว็บไซต์ตอบผิดมากที่สุด

คือ ความเสี่ยงจากเนื้อหาที่ไม่เป็นจริง และ ทักษะการติดต่อสื่อสารทางสังคม (Social Communication) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า สมาชิกเว็บไซต์ยังมีความรู้ความสามารถในสองด้านนี้น้อยกว่าด้านอื่น เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นฐานความรู้ความสามารถ และ ความรู้ความสามารถหลังเรียนบทเรียนครบ 8 เรื่อง สรุปได้ว่า ความรู้ความสามารถหลังเรียนบทเรียนครบ 8 เรื่อง มากกว่าพื้นฐานความรู้ความสามารถก่อนเรียนของสมาชิกเว็บไซต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเว็บไซต์ช่วยเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ได้

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์เพิ่มความรอบรู้ทางดิจิทัลและรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ มีประเด็นสำคัญที่จะนำเสนอการอภิปรายดังต่อไปนี้

สมาชิกเว็บไซต์

ผลการวิจัยพบว่าสมาชิกเว็บไซต์ทั้งสิ้นรวม 602 คน เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย โดยเป็นเพศหญิง และมีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่น 13 - 22 ปี รองลงมาคือ วัยหนุ่มสาว ช่วงอายุ 23 - 35 ปี มีช่วงอายุ 36 ปีขึ้นไปจนถึงอายุ มากกว่า 60 ปี ผลวิจัยดังกล่าวนี้ เป็นปัจจัยในการผูกพันทางดิจิทัลของบุคคลในพื้นที่ทางสังคมและลักษณะประชากร (Helsper, & Eynon, 2013) และตามความเห็นของ Besley (2015) ได้ระบุว่าลักษณะทางประชากร เช่น เพศและอายุ ยังมีผลกับความผูกพันด้วย โดยพบว่าเพศหญิงสนใจด้านความผูกพันมากกว่าเพศชาย ไม่ว่าจะเป็นการเขียนบทความออนไลน์ การเขียนบล็อก และการตอบข้อความทางออนไลน์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Park (2017) อีกเช่นกัน โดยได้กล่าวในงานวิจัยว่าความผูกพันทางจิตใจของผู้ใช้งานเทคโนโลยีจนถึงกับผูกพันติดตัวไปด้วยทุกหนแห่งเพราะรู้สึกว่าเขาไม่ได้ ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับผู้ใช้งานวัยหนุ่มสาวเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นกับวัยผู้ใหญ่ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปอีกด้วย

เมื่อวิเคราะห์ถึงรายละเอียดจะเห็นจากผลการศึกษาที่ชี้ว่าผู้ใช้งานในเว็บไซต์นั้นมีความสนใจเรื่องท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือความสนใจเรื่องอาหาร และความบันเทิง จำนวน 357 คน ตามลำดับ ตามที่ สุวดี ยาป่าคาย (2551) ที่ศึกษาประเด็นด้านการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่าสมาชิกที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น จะเข้าร่วมเฉพาะกิจกรรมที่ตนสนใจเท่านั้น เพื่อให้ได้ประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นกับสมาชิกคนอื่น ๆ ที่สนใจเรื่องเดียวกัน รวมถึงเทียบเคียงบทสรุปงานวิจัยของ Hagel, & Armstrong (1997, Cited in Plant, 2004) ได้ชี้ให้เห็นว่า ชุมชนออนไลน์สามารถแบ่งเป็นหลายประเภทตามเป้าหมายการรวมตัว ได้แก่ ชุมชนที่มีความสนใจเรื่องเดียวกัน เช่น เว็บไซต์แหล่งรวมเนื้อหาเฉพาะด้าน ชุมชนที่มีเป้าหมายเพื่อการแลกเปลี่ยนเชิงความสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น เว็บบอร์ดแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสนทนาาร่วมกัน นอกจากนี้มีข้อสรุปงานวิจัยที่เห็นพ้องว่าการเป็นชุมชนหรือสมาชิกมักจะมีคามเหมือน และสมาชิกที่คล้ายกันถึงจะมีการแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน

การเข้าบทเรียน และการใช้งานเนื้อหา

สมาชิกเว็บไซต์เข้าใช้งานรายการ “คิด” บทเรียนเรื่องที่ 1 การติดต่อสื่อสารทางสังคม (Social Communication) มากที่สุด รองลงมาคือเรื่องที่ 2 ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ (Media Text Understanding) โดยประเด็นผลวิจัยด้านการติดต่อสื่อสารทางสังคมนั้นพ้องกับแนวคิดความพลเมืองบนสื่อดิจิทัลของ Ribble (2011, pp. 15-44) ซึ่งได้พูดถึงประเด็นนี้ว่า การสื่อสารบนสื่อดิจิทัลนั้น (digital communication) ก็คือทำให้บุคคลสามารถใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่นได้อย่างเหมาะสม มีความรู้เข้าใจกฎหมาย ทางเลือกและบรรทัดฐานของการสื่อสารในแต่ละช่องทางบนดิจิทัล เช่น อีเมล โทรศัพท์เคลื่อนที่ การส่งข้อความ ภาพ และการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ประเด็นวิจัยในเรื่องความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ ก็ยังอธิบายได้ด้วยความเห็นของ Helsper, Deursen, & Eynon (2016) กล่าวว่าเป็นการใช้งานเกี่ยวกับสังคม (social field) เป็นการใช้งานสถานะเกี่ยวข้องกับและผูกโยงเครือข่ายที่ช่วยให้บุคคลนั้นได้เข้าถึงความรู้ และการสนับสนุนจากบุคคลอื่น เครือข่ายทางสังคมช่วยสร้างความสนใจร่วมกัน แบ่งปันกิจกรรมที่ทำเหมือน ๆ กัน และครอบครัว และยังเป็นสิ่งผูกโยงที่ทำให้คนรวมกลุ่มกัน และมักจะเกิดเป็นพื้นที่ส่วนตัวเฉพาะกลุ่ม การใช้งานลักษณะนี้ได้แก่ การใช้อินเทอร์เน็ตติดต่อเชื่อมโยงสมาชิกในครอบครัวไว้ด้วยกัน การแชร์ภาพ หรือการแสดงความชอบในสิ่งที่เพื่อนทำ นอกจากนี้รวมถึงการใช้งานในการมีส่วนร่วมับประชาสังคม การเมือง ชุมชน

เมื่อพิจารณารายละเอียดงานวิจัยจะพบว่า สมาชิกในเว็บไซต์ที่มีช่วงอายุ 13-22 ปีเข้าเรียนบทเรียนในรายการ “คิด” มากที่สุดทุกเรื่อง รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 23-35 ปี ซึ่งใกล้เคียงกับผลวิจัยของ Creer (2018) พบว่าความผูกพันที่มีต่อการใช้สื่อดิจิทัลในมุมมองของกลุ่มวัยรุ่นนั้นส่วนมากผูกพันกับการใช้สื่อดิจิทัล (Digital Media) ทุกวันเพื่อฝึกฝนหาความรู้ด้านการเรียน เช่น การอ่านและเขียนบนจอภาพ และการสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อนฝูงด้วยสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ อีเมล และการส่งข้อความโต้ตอบด้วยอินเทอร์เน็ต โดยพวกเขามีโอกาสในการออกแบบและสร้างข้อความด้วยตนเองทั้งแบบตัวอักษร สี สัน รูปภาพ

สำหรับผลวิจัยด้านระยะเวลาในการเรียนบทเรียนรวมทั้งการชมเนื้อหาและทำกิจกรรมในบทเรียนโดยรวมแต่ละบทเรียน และจำนวนครั้งในการเข้า มีการใช้ไม่เท่ากัน ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวนี้ Oh, Bellur, & Sundar (2018) มองว่าความผูกพันบนสื่อดิจิทัลของผู้ใช้งานในเชิงพฤติกรรมซึ่งสามารถสังเกตได้ก็คือ 1) การคลิกเข้าชม 2) ระยะเวลาที่ผู้ใช้งานมีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื้อหาสาระ เช่น การอ่านเรื่องราวในเว็บไซต์ และ 3) ความเต็มใจในการจัดการเนื้อหาสาระ และกระจายหรือแบ่งปันเนื้อหาสาระในสังคม นำไปสู่ความผูกพันในเชิงจิตวิทยา ซึ่งสามารถสังเกตได้จากระดับความผูกพันเชิงเนื้อหาสาระ โดยการประเมินทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาสาระ การประเมินความยากง่ายในการใช้งาน ความเพลิดเพลินไปกับเนื้อหา การจดจำเนื้อหาได้ มีความสามารถในการยกระดับความเข้าใจเนื้อหาสาระได้อย่างลึกซึ้ง รวมถึงความเห็นของ Creer (2018) ก็ระบุถึงการติดต่อสื่อสารที่ยืดหยุ่นในการส่งข้อความ ทั้งช่วงเวลาเดียวกันหรือต่างช่วงเวลา และความผูกพันทางเว็บไซต์ในการสื่อสารกับบุคคลอื่นผ่าน

วิธีการอันหลากหลายที่ไม่ใช่การอ่านสิ่งพิมพ์ในรูปแบบเดิม เช่น วิธีการอ่านจากซ้ายไปขวา หรือ จากบนลงล่าง

อย่างไรก็ตามนั้นมีข้อค้นพบว่า ความเสี่ยงเรื่องเพศ สมาชิกใช้เวลาในการเรียนบทเรียนรวมการชมเนื้อหาและทำกิจกรรมในบทเรียน ตามเวลาที่กำหนด หรือ น้อยกว่า 5 นาที ข้อค้นพบจากงานวิจัยดังกล่าวนี้ใกล้เคียงกับแนวทางความเห็นของ O'Brien (2011) มองว่าความผูกพันต่อเนื้อหานั้นย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยผู้รับสารบางคนอาจรู้สึกสนใจเนื้อหาในช่วงแรกและติดตามต่อเนื่องไปจนจบ บางคนอาจไม่ค่อยสนใจในช่วงแรกแต่สนใจมากขึ้นเรื่อย ๆ จนวางเนื้อหาเรื่องราวนี้ไม่ลง (Engagement) ส่วนบางคนอาจรู้สึกสนใจในช่วงแรกแต่กลับกลายเป็นรู้สึกเบื่อหน่าย ผิดหวังในช่วงหลัง (Disengagement) เพราะเนื้อหาที่ขาดความน่าสนใจก็ไม่ได้ ดังนั้นปัจจัยที่สำคัญที่สุดซึ่งก็คือความสนใจที่โดดเด่นของแต่ละบุคคลด้วย เพราะหากปราศจากความสนใจในเรื่องนั้น ๆ แล้ว แม้เนื้อหาจะได้รับการออกแบบมาดีที่สุดในเชิงใด ก็ไม่อาจจะดึงดูดความสนใจของคุณคนหนึ่งได้อย่างต่อเนื่องและก่อให้เกิดความผูกพันได้

สำหรับการใช้งานรายการ “ค้น” ผลวิจัยพบว่าสมาชิกเว็บไซต์สืบค้นข้อมูลด้วยคำค้นว่า “คนละครึ่ง” มากที่สุด เป็นจำนวน 107 ครั้ง รวมทั้งคำค้นว่า “Covid-19” เป็นจำนวน 50 ครั้ง ทั้งนี้ในการวิจัยเป็นการเปิดให้สมาชิกได้ใช้ข้อมูลซึ่งอยู่ในช่วงระหว่างที่มีเหตุการณ์สำคัญ คือรัฐบาลกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 โดยให้เปิดลงทะเบียนโครงการ “คนละครึ่ง” ซึ่งเป็นที่สนใจของกลุ่มตัวอย่างรวมถึงยังสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์และสื่อสารแบ่งปันข้อมูลให้แก่คนอื่น ๆ ได้ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิด “ความรู้รอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อ” (Digital Intelligence and Literacy) ที่มีประเด็นกล่าวถึง ทักษะการใช้ประโยชน์ (Utilization) ประกอบด้วยความสามารถในการนำสภาพเหตุการณ์ที่เรียนรู้จากสื่อดิจิทัลมาช่วยแก้ปัญหาได้ ความสามารถในการแสดงบทบาทที่หลากหลายเพื่อปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมสื่อดิจิทัล ใช้ความฉลาดทางอารมณ์ควบคุมการใช้งานและตอบสนองต่อสื่อดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม ความสามารถในการปรับตัวกับการเผชิญสถานการณ์ ปัญหาที่ทำนายเฉพาะหน้า การใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลตามที่ต้องการได้ รวมถึงการติดต่อสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย ความสามารถในการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงเครือข่ายบุคคลในการสื่อสาร เป็นการพัฒนาและใช้เนื้อหาในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ บนออนไลน์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม (พนม คลีฉายา, 2556, 2559; Literat, 2014; Digital Intelligence Quotient Institute; DIQI., 2017; ปณิตา วรรณพิรุณ และนำโชค วัฒนานัน, 2560)

ในประเด็นที่สมาชิกใช้งานในรายการค้นคำว่า “Bully” เป็นจำนวน 96 ครั้ง และ “cyberbullying” เป็นจำนวน 38 ครั้ง อาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างยังไม่เข้าใจความหมายของคำว่า “Bully” หรือเนื้อหาของคำเป็นที่น่าสนใจ สมาชิกจึงค้นคำดังกล่าว ดังนั้นสิ่งสำคัญที่จำเป็นก็คือนำเสนอให้รู้ถึงคำนิยามความหมายของ “cyberbullying” ผลดังกล่าวนี้ยังสอดคล้องกับผลเชิงสำรวจของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (ดีป้า) (2561) โดยพบว่าภัยออนไลน์หรือปัญหาจากการใช้

ชีวิตดิจิทัลของเด็กไทยที่พบมากที่สุดหนึ่งใน 4 ประเภท คือ Cyber bullying (49%) โดยค่าเฉลี่ยของ Cyber bullying ของเด็กไทยยังสูงกว่าค่าเฉลี่ยโลกที่อยู่ที่ (47%) และสอดคล้องกับ Digital intelligence หรือ DQ ได้อธิบายว่า การทักษะในการรับมือกับการคุกคามทางโลกออนไลน์ (Cyberbullying Management) ความสามารถในการรับรู้ และรับมือการคุกคามข่มขู่บนโลกออนไลน์ได้อย่างชาญฉลาด (ลักขมี คงลาภ, อัสพร เสถียรทิพย์, สรานนท์ อินทนนท์, และ พลินี เสริมสินสิริ, 2561, น. 6) อย่างไรก็ตามนั้นผลสรุปการวิจัยชิ้นนี้ ผลข้อมูลที่ได้คือเยาวชนส่วนใหญ่ที่เข้าใช้เว็บไซต์ ดังนั้นแนวคิด Digital intelligence มักจะเน้นถึงเด็กและเยาวชนเท่านั้น ซึ่งผลสรุปที่ปรากฏดังกล่าวยังไม่สามารถอธิบายระบุดขยายไปสู่ประชาชนกลุ่มอายุอื่น ๆ ได้

พื้นฐานความรู้ความสามารถของสมาชิกเว็บไซต์

ผลวิจัยพบว่า ความเสี่ยงที่สมาชิกเว็บไซต์ตอบผิดมากที่สุดคือ ความเสี่ยงจากเนื้อหาที่ไม่เป็นจริง ผลวิจัยสะท้อนว่าสมาชิกที่เข้าเว็บไซต์ยังมีความเสี่ยงในด้านนี้มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าปัจจุบันทุกแพลตฟอร์มนั้นมีข่าวปลอมหรือข่าวบิดเบือนซึ่งยากที่จะแยกแยะได้ ซึ่งสมาชิก/หรือกลุ่มตัวอย่างยังไม่สามารถระบุหรือแยกแยะได้ ซึ่งตามความเห็นของ จีรนุช เปรมชัยพร (2561, น. 33-34) ได้กล่าวว่า การรู้เท่าทันดิจิทัลในทุกวันนี้มีความหมายมากกว่าเพียงแค่เรื่องความสามารถด้านทักษะด้านไอซีที (ICT) เท่านั้นที่ประชาชนจะได้รับการส่งเสริมให้เป็นพลเมืองดิจิทัลได้ และเสนอว่าในเรื่องของความสามารถรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสารจะช่วยให้สามารถจัดการกับข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก และยังช่วยในการประเมินวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้นด้วย ดังนั้นจำเป็นต้องส่งเสริมพลเมืองดิจิทัลโดยการสร้างทักษะความฉลาดทางดิจิทัลตามที่ World Economic Forum ได้เผยแพร่แนวคิดที่เรียกว่า Digital intelligence หรือ DQ ในทักษะที่ 2 คือ ทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณที่ดี (Critical Thinking) ความสามารถในการวิเคราะห์แยกแยะระหว่างข้อมูลที่ถูกต้องและข้อมูลที่ผิด ข้อมูลที่มีเนื้อหาดีและข้อมูลที่เข้าข่ายอันตราย ข้อมูลติดต่อทางออนไลน์ที่น่าตั้งข้อสงสัยและน่าจะเชื่อถือได้ (ลักขมี คงลาภ, อัสพร เสถียรทิพย์, สรานนท์ อินทนนท์, และพลินี เสริมสินสิริ 2561, น. 6)

ความรู้ความสามารถหลังเรียนบทเรียน

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นฐานความรู้ความสามารถ และ ความรู้ความสามารถหลังเรียนบทเรียนครบ 8 เรื่อง สรุปได้ว่า ความรู้ความสามารถหลังเรียนบทเรียนครบ 8 เรื่อง มากกว่าพื้นฐานความรู้ความสามารถก่อนเรียนของสมาชิกเว็บไซต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเว็บไซต์ช่วยเพิ่มความสามารถในความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ได้ เทียบเคียงกับผลวิจัยของ Claravall, & Castek, (2016) ศึกษากลุ่มวัยรุ่นหรือนักเรียนในห้องเรียนพิเศษซึ่งเป็นผู้ที่พบผลภาพแต่เมื่อมีการเข้าถึงการพัฒนาทางการศึกษาหลังจากนั้นแล้ว ก็สามารถช่วยสนับสนุนกลุ่มวัยรุ่นหรือนักเรียนในห้องเรียนพิเศษ และชี้ให้เห็นว่าพวกเขาผูกพันกับความรู้ทางดิจิทัล (Digital Literacy) มากขึ้น เช่น การใช้มัลติมีเดีย (Multimedia) ทำกิจกรรมกลุ่มที่ใช้เครื่องมือดิจิทัล และการผลิตผลงานทางดิจิทัล ซึ่งถือเป็นการเรียนรู้ที่มากกว่ารูปแบบการเรียนแบบดั้งเดิมอย่างการอ่านบทเรียน ตอบคำถาม และเขียนวารสาร ซึ่งความผูกพันที่เกิดจากการเรียนรู้ทางออนไลน์อย่าง

ลึกซึ้งในโลกแห่งความจริง ทำให้ผู้เรียนจดจำได้ดีขึ้น เป็นผลทำให้มีความมั่นใจมากขึ้นหลังจบการศึกษา และมีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น (du Plessis, Young, & Nel, n.d.)

ประเด็นการอภิปรายที่กล่าวมาข้างต้น ช่วยย้ำและขยายประเด็นข้อค้นพบที่สามารถนำไปสู่การสร้างข้อเสนอเพิ่มความสามารถการเรียนรู้เท่าทันสื่อของประชาชน ให้สามารถลดความเสี่ยงจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ต่อไปได้

ข้อเสนอแนะเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ผลการสังเคราะห์ข้อค้นพบ นำมาพัฒนาเป็นกระบวนการสร้างความสามารถในการรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทัน ประกอบด้วย การเสริมสร้างความรู้ทักษะความสามารถส่วนบุคคล การรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการจัดให้มีเครื่องมือที่สนับสนุนพฤติกรรมรู้เท่าทัน ดังนี้

1. เสริมสร้างความรู้ ทักษะ ความสามารถส่วนบุคคล ด้วยการสอนเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อเป็นแนวทางการให้ความรู้ ฝึกทักษะและเสริมสร้างความสามารถในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อตามกระบวนการเรียนรู้ของบุคคล โดยสร้างหลักสูตร บทเรียน เนื้อหาเสริมการเรียนรู้สำหรับประชาชน
2. สร้างชุมชนรู้เท่าทันสื่อ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันเตือนป้องกัน เป็นการดำเนินงานเสริมเพิ่มเติมจากการสอนเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ประชาชนด้วยการรวมกลุ่มเป็นชุมชน
3. พัฒนาเทคโนโลยีสนับสนุนพฤติกรรมรู้เท่าทันสื่อ สร้างเครื่องมือตรวจสอบข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้อง กระตุ้นให้ประชาชนแสดงพฤติกรรมรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ต่อเนื่องจากการได้เรียนรู้จากการสอน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). *พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดล*

ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา.

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ*

และสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 1 กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2559). สร้างการเรียนรู้เท่าทันสื่อ คือ การพัฒนาคุณภาพสื่อและผู้บริโภคสื่อใน

สังคมไทยอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการศิลปะศาสตร์ประยุกต์*, 9(2), 89-97.

จิรนุช เปรมชัยพร. (2561). *เท่าทันสื่อ : อำนาจในมือพลเมืองดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน.

- ใจทิพย์ ณ สงขลา. (2561). *การออกแบบการเรียนรู้แนวดิจิทัล*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาเทคโนโลยีและ
สื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์ครั้งที่ 1
- ปณิตา วรรณพิรุณ, และนำโชค วัฒนานัน. (2560). ความฉลาดทางดิจิทัล. *พัฒนาเทคนิคการศึกษา*,
29(102), 12-20.
- พนม คลีฉายา. (2556). *การรู้เท่าทันสื่อมวลชนกระแสหลักของคนกรุงเทพมหานคร*. รายงานการวิจัย,
คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนม คลีฉายา (2563). ความผูกพัน ความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์และความรอบรู้ทาง
ดิจิทัลและการรู้เท่าทันของประชาชน. *วารสารนิเทศศาสตร์*, ปีที่ 38 ฉบับที่ 3 (2563)
หน้า 1-16.
- วรากร หงษ์โต, และ ฐาปนี ธรรมเมธา (2555). การพัฒนารูปแบบชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์โดยใช้
กระบวนการสร้างความรู้ เพื่อการสร้างนวัตกรรมการเรียนการสอนของครูผู้สอนวิชา
คอมพิวเตอร์ *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย* ปีที่ 4 ฉบับที่ 1. หน้า 90-101
- สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2560). *กระบวนการทัศน์เทคโนโลยีการศึกษาในยุคดิจิทัล*. แพร์ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดแพร์
ไทยอุตสาหกรรมการพิมพ์, พิมพ์ครั้งที่ 1
- ลักขมิ คงลาภ, อัสสร เสถียรทิพย์, สรานนท์ อินทนนท์, และ พลินี เสริมสินสิริ. (2561). 'ความฉลาด
ทางดิจิทัล' (*Digital Intelligence: DQ*) และการศึกษาการรังแกกันบนโลกไซเบอร์ของ
วัยรุ่น. สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.).
- สุวดี ยาป่าคาย (2551) *การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และความพึงพอใจ เกี่ยวกับการเรียนการสอน
ผ่านอินเทอร์เน็ต*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
วารสารสำหรับผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์. กทสช. (ม.ป.ป.) รู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ. *วารสาร
สำหรับผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์*, 2(11), 1-15.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (ดีป้า) (2561). *ดีป้าเผยแพร่ผลสำรวจพฤติกรรมออนไลน์ เด็กไทยเสี่ยง
ภัยคุกคาม 4 แบบ*. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ
และสังคม
- สำนักสถิติแห่งชาติ (2560). *สรุปผลที่สำคัญการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการ
สื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2560*. สำนักสถิติแห่งชาติ.

ภาษาอังกฤษ

- Bekker, T., Bakker, S., & Douma, I., van der Poel, J., & Scheltenaar, K. (2015). Teaching
children digital literacy through design-based learning with digital toolkits
in schools. *International Journal of Child-Computer Interaction*, 5, 29-38.
- Besley, J. C. (2015). What do scientists think about the public and does it matter to
their online engagement?. *Science and Public Policy*, 42, 201-214.

- Chetty, k et al. (2017). *Bridging the Digital Divide: Measuring Digital Literacy*. Emerging Market Sustainability Dialogues. Retrieved from http://www.g20-insights.org/wp-content/uploads/2017/04/Digital_Bridging-the-Digital-Divide-Measuring-Digital-Literacy.pdf
- Claravall, E., & Castek, J. (2016). *Digital Literacy, Identity, and Academic Engagement among Reading “DisAbled”*: A Theoretical Paper. Paper Submission to Disability Studies in Education SIG: Meeting to be held April 8 – 12, 2016 in Washington, DC.
- Creer, A. (2018). Introducing Everyday ‘Digital Literacy Practices’ into the Classroom: An Analysis of Multi-layered Media, Modes and their Affordances. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 7(2), 131-139.
- Cuthbertson, W., & Falcone, A. (2014). Elevating Engagement and Community in Online Courses. *Journal of Library & Information Services in Distance Learning*, 8(3-4), 216-224.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3-4), 261-277.
- Digital Intelligence Quotient Institute. (2017). *Digital Intelligence (DQ) A Conceptual Framework & Methodology for Teaching and Measuring Digital Citizenship*. Digital, Intelligence Quotient Institute. Leading Digital Education, Culture, and Innovation.
- du Plessis, A. J., Young, C., & Nel, P. (n.d.). *Using eLearning, blended learning and digital literacy to improve student engagement and retention*. Department of Management and Marketing Unitec New Zealand. Retrieved from <http://unitec.researchbank.ac.nz/bitstream/handle/10652/3380/Paper%20no%20124%20PDF%20Anzam%20December%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Helsper, E., & Eynon, R. (2013). Pathways to digital literacy and engagement. *European Journal of Communication*, 28(6), 696-713.
- Helsper, E. J., van Deursen, A. J. A. M. & Eynon, R. (2016). *Measuring Types of Internet Use. From Digital Skills to Tangible Outcomes project report*. Retrieved

From <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/From-digital-skills-to-tangible-outcomes.aspx>

- Holmes, B. (2013). School Teachers' Continuous Professional Development in an Online Learning Community: lessons from a case study of an eTwinning Learning Event. *European Journal of Education, 48*(1), 97-112.
- Howell, S., & O'Donnell, B. (2017). Digital Trends and Initiatives in Education: The Changing Landscape for Canadian Content. Association of Canadian Publishers (ACP).
- Kawasaki, G. (2011). *Building Online Communities*. In S. L. Sladek (ed), The End of Membership as we Know It. (pp. 77-92), ASAE: The Center for Association Leadership.
- Literat, I. (2014). Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool. *Journal of Media Literacy Education, 6*(1), 15-27.
- O'Brien, H. L. (2011). Exploring User Engagement in Online News Interactions. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology* Volume 48,(1), (n.p)
- Oh, J., Bellur, S., & Sundar, S. S. (2018). Clicking, Assessing, Immersing, and Sharing: An Empirical Model of User Engagement with Interactive Media. *Communication Research, 45*(5) 737–763.
- Park, S. (2017). *Preconditions of Digital Engagement*. published by Springer Nature. DOI 10.1057/978-1-137-59332-0_5
- Plant R. (2004). "Online Community". *Technology in Society, 26*, 51-65.
- Ribble, M. (2016). *Digital citizenship is more important than ever*. Retrieved from <https://www.iste.org/explore/articledetail?articleid=582>
- Vesely, P., Bloom, L., & Sherlock, J. (2007). Key Elements of Building Online Community: Comparing Faculty and Student Perceptions. *MERLOT Journal of Online Learning 3*(3), 234-246.
Springer-Verlag Berlin Heidelberg

