

การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด Digital Empathy and Media Literacy of Undergraduate Students in Roi Et Province

ประภาภรณ์ รัตน์^{1*} และ สุธัญญา กฤตาคม¹
Prapaporn Ratano and Sutanya Krittakom

¹ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
Faculty of Liberal Arts and Science, Roi Et Rajabhat University

* Corresponding author e-mail: Prapaporn.r@reru.ac.th

Received: 09/08/2024 Revised: 19/11/2024 Accepted: 26/11/2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล 2) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ 3) ศึกษาเปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์กับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อ และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลกับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 389 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ One-way ANOVA และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่าการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลเมื่อจำแนกรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยด้าน Empathic Concern Scale มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.65 รองลงมาคือ ด้าน Perspective-taking Scale คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.43 ตามมาด้วย ด้าน Fantasy Scale คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.36 และด้าน Personal Distress Scale คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.29 กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันต่างกัมีการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มตัวอย่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันต่างกัมีการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลไม่แตกต่างกัน การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาตัวชี้วัดและแนวทางในการพัฒนาการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลต่อไป

คำสำคัญ: การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล การรู้เท่าทันสื่อ นักศึกษา สื่อออนไลน์

Abstract

The objectives of this research are to 1) study digital empathy 2) study media literacy 3) compare the amount of time spent using online media with digital empathy and media literacy and 4) study the relationship between digital empathy and media literacy among undergraduate students in Roi Et Province. This research is a quantitative research which employ a questionnaire as a tool, the sample group consisted of 389 undergraduate students in Roi Et Province, selected using convenient sampling. Inferential statistical analysis included One-way ANOVA and relationship analysis using Pearson's correlation coefficient. The results

of the study found that when classifying each aspect of digital empathy, the sample group had the highest mean score on the empathic concern scale with an average score of 2.65 followed by the perspective-taking scale with an average score of 2.43 followed by the fantasy scale with an average score of 2.36 and the personal distress scale with an average score of 2.29, the sample group had a moderate media literacy score, average daily social media usage among the sample group resulted in significant difference at 0.05 in media literacy scores, sample group's different amounts of average daily social media usage had no difference in digital empathy. Digital empathy had no relationship with media literacy. Results from the research can be used to develop digital empathy indicators and guidelines for developing digital empathy.

Keywords: Digital Empathy, Media Literacy, Undergraduate Students, Online Media

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกขับเคลื่อนด้วยการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล ผู้คนล้วนทำหน้าที่เป็นผู้ใช้สื่อในกระบวนการสื่อสารอยู่ในฐานะทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน สถิติที่รวบรวมโดย We Are Social รวบรวมพฤติกรรมการใช้ Digital และ Social Media ของคนไทยในปี 2023 ประเทศไทยมีประชากรทั้งหมด 71.85 ล้านคน มีการเชื่อมต่อเครือข่ายมือถือรวมทั้งสิ้น 97.81 ล้านครั้ง โดยตัวเลขนี้คิดเป็นร้อยละ 136.10 ของประชากรทั้งหมด มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรวม 63.21 ล้านคน โดยที่อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ร้อยละ 88.00 ของประชากรทั้งหมด มีจำนวนผู้ใช้ Social Media มากถึง 49.10 ล้านคน นับเป็นร้อยละ 68.30 ของประชากรทั้งหมด แอปพลิเคชันที่คนไทยใช้มากที่สุด อันดับที่ 1 คือ Social Networks โดยมีการใช้ถึงร้อยละ 98.60 รองลงมาคือ ประเภท Chat and Messaging ร้อยละ 98.20 (ปรีดี นุกุลสมปรารณา, 2567) จากสถิติดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นช่องทางการสื่อสารหลักของสังคมไทยในปัจจุบัน

การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลด้านบวก เช่น การขยายกรอบประสบการณ์การเรียนรู้การสร้างรายได้ ในขณะที่เดียวกันก็มีผลด้านลบโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มเยาวชนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการถูกกลั่นแกล้ง จากผลการศึกษาการถูกกลั่นแกล้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ปริญญญา ชะอินวงศ์ (2563) ศึกษาการถูกรังแกผ่านโลกโซเชียล และความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายในเยาวชน ของเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 18-25 ปี การถูกรังแกรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการถูกลบหรือบล็อกจากกลุ่มผ่านโลกโซเชียล รองลงมาคือ ด้านการถูกนินทา ตำหนิ รวมถึงการพูดคุยโต้ตอบด้วยถ้อยคำที่หยาบคายผ่านโลกโซเชียล และด้านการถูกบุคคลอื่นนำความลับที่เป็นข้อมูลส่วนตัวไปเปิดเผยผ่านโลกโซเชียลพบว่า เยาวชนที่ถูกรังแกผ่านโลกโซเชียลมีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายถึงร้อยละ 39.50 ในจำนวนนี้ร้อยละ 54.20 มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายอยู่ในระดับรุนแรง ร้อยละ 10.30 และร้อยละ 35.50 มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายอยู่ในระดับปานกลาง และระดับน้อย ตามลำดับ การถูกรังแกผ่านโลกโซเชียลมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลางกับความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย ความสัมพันธ์ที่ค้นพบจากการศึกษานี้ทำให้สังคมในปัจจุบันต้องตระหนักถึงทักษะที่สำคัญเพื่อเป็นเกราะเสริมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ นอกจากการรู้เท่าทันสื่อแล้วผู้ใช้สื่อออนไลน์ต้องใช้สื่อด้วยความเข้าใจ ทั้งเข้าใจตนเอง และเข้าใจผู้อื่น

การศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับเยาวชนไทยที่ผ่านมา นั้น มีการศึกษาทั้งมิติด้านเนื้อหาที่ต้องรู้เท่าทัน การสร้างทักษะการรู้เท่าทัน การสร้างการรู้เท่าทันให้กับผู้ใช้สื่อที่มีความหลากหลายตามคุณลักษณะทางประชากรหรือคุณลักษณะทางจิตวิทยา การสร้างตัวชี้วัดเพื่อประเมินการรู้เท่าทัน นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมองค์ความรู้ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องในระดับการศึกษาทั้งประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา อย่างไรก็ตาม อีกหนึ่งทักษะที่ต้องส่งเสริมควบคู่ คือ การรับมือหรือการปฏิบัติด้วยความเข้าใจ เข้าใจตัวเอง เข้าใจผู้อื่น หรือที่เรียกว่า การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล (Digital Empathy) ซึ่งเป็นทักษะที่ช่วยให้เราใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม รู้จักการสื่อสาร และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยมารยาทอันดี รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเราด้วยความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ที่มีความแตกต่างจากเรา ไม่เพิกเฉยเมื่อเห็นผู้อื่นได้รับการปฏิบัติอย่างไม่ถูกต้องในสังคม และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคมให้ดีขึ้น อันเป็นคุณลักษณะของพลเมืองประชาธิปไตย (สรานนท์ อินทนนท์, 2563) กล่าวคือ การรู้เท่าทันสื่อทำให้คนใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างระมัดระวัง ป้องกันตนเอง ขณะเดียวกันการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล คือ การใช้สื่อออนไลน์ด้วยความเข้าใจตามหลักจริยธรรมบนพื้นฐานของความเป็นมนุษย์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในคุณลักษณะพลเมืองดิจิทัล จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีการศึกษาการเห็นอกเห็นใจกับการใช้อินเทอร์เน็ตในผู้ใช้ชาวจีน (Zhefeng, 2023) และการศึกษาเกี่ยวกับการเห็นอกเห็นใจในมิติด้านสังคมและจิตวิทยา ยังไม่พบการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ และการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งแสวงหาคำตอบว่าการรู้เท่าทันสื่อและการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องในระดับอุดมศึกษาควรขยายขอบเขตจากพื้นฐานการรู้เท่าทันสื่อสู่การสร้างการตระหนักรู้ในมิติการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่ออาจไม่เพียงพอต่อการขยายขอบเขตของพลเมืองดิจิทัลในปัจจุบันที่มีความหลากหลาย และการรับมือกับปัญหาในมิติด้านสังคมที่เกิดขึ้นผ่านสื่อดิจิทัลโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มเยาวชนที่เป็นผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด
- 2) เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด
- 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์กับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด
- 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลกับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด

1.3 สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันสื่อต่างกัน
- สมมติฐานที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันมีการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลต่างกัน
- สมมติฐานที่ 3 การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์การรู้เท่าทันสื่อ

2. การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy)

พนม คล้ายยา (2556) ได้เสนอกรอบการวัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลที่มีพื้นฐานมาจากการวัดการรู้เท่าทันสื่อมวลชนกระแสหลักของบุคคลที่สามารถวัดได้จากความสามารถของบุคคล 4 ด้าน ดังนี้

1) ความเข้าใจเนื้อหา หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการจดจำเนื้อหาข่าวสารในสื่อมวลชน กระแสหลัก สามารถระบุถึงเป้าหมายของเนื้อหานั้น สามารถระบุเจ้าของหรือผู้สร้างเนื้อหา และความรู้ในด้านการผลิตสื่อมวลชนกระแสหลัก

2) การวิเคราะห์เนื้อหา หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อมวลชน โดยสามารถระบุมุมมองหรือเนื้อหาของสื่อมวลชนกระแสหลักที่สนใจละไว้ไม่นำเสนอ ระบุวิธีการส่งสารใช้เพื่อเรียกร้องความสนใจของเนื้อหาได้ ระบุความรู้สึกของผู้รับสารหลังจากเปิดรับเนื้อหาได้ ระบุได้ว่าเนื้อหานั้น ชี้นำให้คิด รู้สึก กระทำหรือไม่กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้ มีมุมมองในประเด็นจริยธรรมต่อเนื้อหา และตระหนักถึงการนำเสนอเนื้อหาเดียวกันในสื่อที่แตกต่างกันได้

3) การประเมินและวิพากษ์สื่อ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการแยกแยะเนื้อหาและโฆษณาได้ สามารถตระหนักถึงอิทธิพลของสื่อต่อผู้รับสาร มีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบของสื่อ ธุรกิจ การค้า การเมือง สถานการณ์สังคม ในฐานะที่เป็นสิ่งที่สามารถกำหนดเนื้อหาในสื่อได้ และความเชื่อที่มีต่อสื่อ

4) การมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหา หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะไม่หลงรับรู้หรือเชื่อคิดและแสดงพฤติกรรมตามที่สื่อกำหนด

สุภารักษ์ จุตระกูล (2559) ได้กล่าวถึง การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล คือ รู้ใช้ (Use) รู้เข้าใจ (Understand) และรู้สร้างสรรค์ (Create) ซึ่งรู้ใช้ (Use) คือ ทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีที่หลากหลาย รู้เข้าใจ (Understand) คือ ทักษะที่จะช่วยให้มีความคิด วิเคราะห์ แยกแยะ ประเมินผลสื่อดิจิทัล ภายใต้บริบทแวดล้อมต่าง ๆ ทำให้รู้ว่าทำอะไรเกี่ยวกับข่าวสารในโลกออนไลน์ ผลกระทบต่อชีวิต พฤติกรรม การรับรู้ ความเชื่อ ความรู้สึกต่อสิ่งรอบ ๆ ตัว และรู้สร้างสรรค์ (Create) คือ ความสามารถในการสร้างเนื้อหาอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้จริยธรรมและความเป็นเมืองดิจิทัล

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์และกำหนดกรอบการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ดังนี้ 1) การทำความเข้าใจ หมายถึง การตระหนักรู้ของบุคคลในการเข้าใจธรรมชาติของสื่อดิจิทัล ลักษณะการทำงานพื้นฐานของการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เข้าใจความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการเข้าใจตัวตนของตนเองในโลกของการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล 2) การคิดวิเคราะห์เนื้อหา หมายถึง การตระหนักรู้ของบุคคลในการวิเคราะห์เนื้อหาที่ถูกสร้าง และนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความสามารถในการตีความสาร สามารถพิจารณาคุณภาพ ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาสาร รวมถึงวิเคราะห์ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบของเนื้อหาสารที่ผู้อื่นสร้าง และที่ตนเองเป็นผู้สร้างเนื้อหาสารนั้น และ 3) การรักษาความปลอดภัย หมายถึง การตระหนักรู้ของบุคคลที่สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและผู้อื่นภายใต้หลักของกฎหมายและศีลธรรม ตระหนักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงทั้งร่างกายและจิตใจ

2.2 การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล (Digital Empathy)

การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล (Digital Empathy) คือ การที่พลเมืองดิจิทัลพัฒนาความสามารถในการคาดเดาความรู้สึกและมุมมองของบุคคลอื่นที่ได้ติดต่อสื่อสารทางออนไลน์ ซึ่งอาจเป็นบุคคลที่เราไม่รู้จักในชีวิตจริง ไม่เคยเห็นหน้า หรือรู้จักชื่อจริง เป็นคนที่อยู่ในชุมชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เพศ และเชื้อชาติต่างจากเรา พวกเขาต่างมีมุมมอง ทักษะคิด และการมองโลกที่แตกต่างกัน แต่เราสามารถเข้าใจเคารพมุมมอง ความคิดและความรู้สึกของเขา สถานการณ์ที่เขา กำลังเผชิญอยู่ด้วยความเห็นอกเห็นใจ เข้าใจความรู้สึกและมุมมองของพวกเขา และแสดงความเอื้อเฟื้อ เมื่อพวกเขามีปัญหาหรือได้รับการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมจากผู้อื่นในโลกออนไลน์ นักจิตวิทยาแดเนียล โกลแมน และพอล เอ็กแมน ได้แบ่งรูปแบบของการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ออกเป็น 3 อย่าง ได้แก่ การเข้าถึงมุมมองความคิด (Cognitive Empathy) การเข้าถึง

อารมณ์ความรู้สึก (Emotional Empathy) การแสดงออกถึงการเอื้อเฟื้อ (Compassionate Empathy) (สรานนท์ อินทนนท์, 2563)

นอกจากนี้ในงานวิจัยต่างประเทศยังได้มีการนำแนวคิดเรื่องการเห็นอกเห็นใจมาใช้ในการพิจารณาการเห็นอกเห็นใจในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น การศึกษาการเห็นอกเห็นใจกับการใช้อินเทอร์เน็ตในผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวจีน (Zhefeng, 2023) โดยการนำแบบประเมินด้านจิตวิทยาของ Interpersonal Reactivity Index (Davis, 1983) แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) การมองโลกผ่านมุมมองของบุคคลอื่น (Perspective Taking - PT) 2) การจินตนาการถึงความนึกคิดของบุคคลอื่น (Fantasy - FS) และ 3) ความห่วงเป็นกังวลไปกับบุคคลอื่น (Empathic Concern - EC) และ 4) ความรู้สึกเป็นทุกข์ (Personal Distress - PD) (ศุภัญญา อินศิริ, 2564)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นิยามความหมายของการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล (Digital Empathy) หมายถึง ความสามารถของพลเมืองดิจิทัลในการเข้าถึงความคิด ความรู้สึกในมุมมองของบุคคลอื่น มีความรู้สึกร่วมตามสถานการณ์ที่บุคคลนั้นกำลังเผชิญอยู่ด้วยความเห็นอกเห็นใจ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ข้อคำถามจาก Interpersonal Reactivity Index (Davis, 1983) แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ PT=Perspective-taking Scale, FS=Fantasy Scale, EC=Empathic Concern Scale, PD=Personal Distress Scale

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 4,316 คน (สำนักวิชาการและประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 2566)

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยเป็นผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 389 คน ใช้การคำนวณตามสูตร Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้ช่วยวิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามให้ผู้รณานักศึกษาในแต่ละคณะ ชั้นปี เพื่อกระจายแบบสอบถามให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) จำนวน 1 ชุด เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 389 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administration) ด้วยแบบสอบถามไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (แบบสอบถามออนไลน์) แล้วนำผลการเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปตามแนวทางของวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questions) โดยมีการแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อ

ส่วนที่ 4 การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล

ข้อคำถามเกี่ยวกับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล จำนวน 28 ข้อ ค่าคะแนนแต่ละข้อ 0-4 คะแนน มีทั้งคำถามในทิศทางบวกและคำถามในทิศทางลบ

ผู้วิจัยได้ประยุกต์บนพื้นฐานข้อคำถามจาก Interpersonal Reactivity Index (Davis, 1983) แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ PT = Perspective-taking Scale, FS = Fantasy Scale, EC = Empathic Concern Scale PD = Personal Distress Scale

2) การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการทดสอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีการปรับปรุงข้อคำถามส่วนต่าง ๆ จากมาตรวัดของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังนี้

2.1) การทดสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหาให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและกรอบทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.2) การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความน่าเชื่อถือกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบคำถามในแต่ละส่วนว่าสามารถสื่อความหมายได้ถูกต้องและชัดเจน นอกจากนี้ยังนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ค่าความน่าเชื่อถือแบบสอบถาม คือ 0.85

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ใช้สถิติ One-way ANOVA เปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์กับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สันศึกษาความสัมพันธ์การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลกับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.70 และมีอายุ 18-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.00 ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 5-7 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมาคือ 8-10 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 34.40 และมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 21.10 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท TikTok คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ Instagram คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก Facebook คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.73 อยู่ในระดับมาก และใช้สังคมออนไลน์ประเภท X น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.07 อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

4.2 การรู้เท่าทันสื่อ

กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการรู้เท่าทันสื่อ 9-12 คะแนน มากที่สุด จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.10 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ 13-16 คะแนน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 อยู่ในระดับสูง และคะแนนการรู้เท่าทันสื่อน้อยกว่า 8 คะแนน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 อยู่ในระดับต่ำ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ความถี่ ร้อยละ การจัดกลุ่มคะแนนการรู้เท่าทันสื่อ

คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ระดับ
13-16 คะแนน	108	27.8	สูง
9-12 คะแนน	257	66.1	ปานกลาง
น้อยกว่า 8 คะแนน	24	6.2	ต่ำ

ประเด็นคำถามการรู้เท่าทันสื่อที่ตอบผิดมากที่สุด ลำดับ 1 และ 2 อยู่ในด้านการวิเคราะห์เนื้อหา คือ การติดตามเรื่องราวในสื่อออนไลน์ควรเลือกหนึ่งช่องทางที่น่าเชื่อถือที่สุด โดยเลือกจากจำนวนคนที่ติดตามเพจ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ และไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลปลอม ตอบผิดจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 82.30 รองลงมา คือ การรีวิวสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์ต้องจ่ายค่าตอบแทนให้บุคคลที่ทำการรีวิวสินค้านั้นเสมอ ตอบผิดจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 67.90 และลำดับ 3 ด้านการรักษาความปลอดภัย คือ ร่องรอยการใช้สื่อออนไลน์สามารถลบได้ ตอบผิดจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80

เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ตอบถูกในด้านการทำความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.06 รองลงมาคือ ด้านการรักษาความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 65.87 และตอบถูกน้อยที่สุดคือ ด้านการวิเคราะห์เนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 57.07 ตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ค่าร้อยละ การตอบถูก ผิด ข้อคำถามการรู้เท่าทันสื่อ แยกตามรายด้าน

การรู้เท่าทันสื่อ	ตอบผิด	ตอบถูก
ด้านการทำความเข้าใจ	15.94	84.06
ด้านการวิเคราะห์เนื้อหา	42.93	57.07
ด้านการรักษาความปลอดภัย	34.13	65.87

4.3 การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคย “ได้รับ” ความเห็นอกเห็นใจ จากเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การ Comment ให้กำลังใจ การส่งข้อความส่วนตัวสอบถามความรู้สึก การให้คำปรึกษา คิดเป็นร้อยละ 92.30 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคย “แสดง” ความเห็นอกเห็นใจ จากเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 93.10

การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล เมื่อจำแนกตามรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยด้าน Empathic Concern Scale (EC) มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.65 รองลงมาคือ ด้าน Perspective-taking Scale (PT) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.43 ตามมาด้วยด้าน Fantasy Scale (FS) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.36 และด้าน Personal Distress Scale (PD) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.29 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ค่าเฉลี่ย การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล จำแนกตามรายด้าน

การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย
Fantasy Scale (FS)	2.36
Empathic Concern Scale (EC)	2.65
Perspective-taking Scale (PT)	2.43
Personal Distress Scale (PD)	2.29

หมายเหตุ: ค่าคะแนนแต่ละข้อ 0-4 คะแนน

การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล ผู้วิจัยนำเสนอเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 4-7 โดยด้าน Fantasy Scale (FS) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรายข้อคือ เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ ฉันไม่ค่อยมีอารมณ์ร่วมหรืออยากเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวกับเรื่องราวนั้น ๆ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.09 รองลงมาคือ ฉันใช้สื่อออนไลน์อย่างมี

เป้าหมาย และไม่ได้มีความรู้สึกร่วมกับเรื่องราวนั้น ๆ มากนัก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.89 ข้อที่น้อยที่สุด คือ เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ ฉันรู้สึกราวกับว่าฉันเป็นหนึ่งในตัวละครของเรื่องราวนั้น ค่าเฉลี่ย 1.84 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4

ค่าเฉลี่ย การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลด้าน Fantasy Scale (FS)

ข้อ	ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	หมายเหตุ
1	บ่อยครั้งที่ฉันมักจะจินตนาการถึงสิ่งต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับฉัน	2.08	(FS)
2	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ ฉันมีความรู้สึกร่วมกับผู้คนในเรื่องราวนั้น ๆ	2.31	(FS)
3	ฉันใช้สื่อออนไลน์อย่างมีเป้าหมาย และไม่ได้มีความรู้สึกร่วมกับเรื่องราวนั้น ๆ มากนัก	2.89	(FS) (-)
4	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ ฉันไม่ค่อยมีอารมณ์ร่วมหรืออยากเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวกับเรื่องราวนั้น ๆ	3.09	(FS) (-)
5	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ ฉันรู้สึกราวกับว่าฉันเป็นหนึ่งในตัวละครของเรื่องราวนั้น	1.84	(FS)
6	เมื่อฉันดูหนังดี ๆ ฉันมักจะจินตนาการว่าตัวเองรับบทบาทผู้แสดงนำ	2.04	(FS)
7	เมื่อฉันอ่านเรื่องราวที่น่าสนใจในโลกออนไลน์ ฉันจินตนาการว่าฉันจะรู้สึกอย่างไรหากเหตุการณ์ในเรื่องนี้เกิดขึ้นกับฉัน	2.28	(FS)

การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล ด้าน Empathic Concern Scale (EC) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรายข้อ คือ เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ บางครั้งฉันไม่รู้สึกเสียใจกับคนอื่นมากนัก เมื่อพวกเขาประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.10 รองลงมาคือ ฉันไม่ได้รู้สึกหดหู่ สงสาร กับเรื่องราวโชคร้ายของผู้คนบนโลกออนไลน์มากนัก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.09 ข้อที่น้อยที่สุดคือ ฉันจะอธิบายตัวเองว่าเป็นคนที่จิตใจอ่อนโยน ค่าเฉลี่ย 2.10 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5

ค่าเฉลี่ย การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล ด้าน Empathic Concern Scale (EC)

ข้อ	ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	หมายเหตุ
1	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ ฉันมักจะมีความรู้สึกเห็นใจและห่วงใยผู้อื่นที่โชคดำน้อยกว่าฉัน	2.34	(EC)
2	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ บางครั้งฉันไม่รู้สึกเสียใจกับคนอื่นมากนัก เมื่อพวกเขาประสบปัญหา	3.16	(EC)
3	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ เห็นใครถูกเอาเปรียบ ฉันรู้สึกอยากจะปกป้องพวกเขา	2.34	(EC)
4	ฉันไม่ได้รู้สึกหดหู่ สงสาร กับเรื่องราวโชคร้ายของผู้คนบนโลกออนไลน์มากนัก	3.10	(EC) (-)
5	เมื่อฉันเห็นคนถูกปฏิบัติอย่างไม่ยุติธรรมในโลกออนไลน์ บางครั้งฉันก็ไม่รู้สึกสงสารพวกเขามากนัก	3.02	(EC) (-)
6	ฉันมักจะรู้สึกประทับใจกับสิ่งต่าง ๆ ที่เห็นเกิดขึ้น หรือพบเจอในโลกออนไลน์	2.53	(EC)
7	ฉันจะอธิบายตัวเองว่าเป็นคนที่จิตใจอ่อนโยน	2.10	(EC)

การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล ด้าน Perspective-taking Scale (PT) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรายข้อ คือ เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ บางครั้งฉันก็พบว่ามันยากที่จะมองเห็นสิ่งต่าง ๆ จากมุมมองของ "คนอื่น" มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.81 รองลงมาคือ ในโลกออนไลน์ฉันเชื่อว่าทุกคำถามมีสองด้าน และพยายามพิจารณาทั้งสองข้อ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.60 ข้อที่น้อยที่สุดคือ เมื่อฉันมั่นใจในบางสิ่งบางอย่าง ฉันก็จะไม่เสียเวลาฟังข้อโต้แย้งของผู้อื่นมากนัก ค่าเฉลี่ย 1.98 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6

ค่าเฉลี่ย การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล ด้าน Perspective-taking Scale (PT)

ข้อ	ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	หมายเหตุ
1	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ บางครั้งฉันก็พบว่ามันยากที่จะมองเห็นสิ่งต่าง ๆ จากมุมมองของ "คนอื่น"	2.81	(PT) (-)
2	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ ฉันพยายามที่จะมองความขัดแย้งของทุกคนก่อนที่จะตัดสินใจ	2.26	(PT)
3	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ บางครั้งฉันพยายามเข้าใจเพื่อนมากขึ้นโดยจินตนาการว่าสิ่งต่าง ๆ มองจากมุมมองของพวกเขา	2.45	(PT)
4	เมื่อฉันมั่นใจในบางสิ่งบางอย่าง ฉันก็จะไม่เสียเวลาฟังข้อโต้แย้งของผู้อื่นมากนัก	1.98	(PT) (-)
5	ในโลกออนไลน์ฉันเชื่อว่าทุกคำถามมีสองด้านและพยายามพิจารณาทั้งสองข้อ	2.60	(PT)
6	เมื่อฉันอารมณ์เสียกับใครบางคน ในช่วงหนึ่งฉันมักจะพยายาม "เอาใจเขามาใส่ใจเรา"	2.39	(PT)
7	ก่อนที่จะวิพากษ์วิจารณ์ใครสักคนในโลกออนไลน์ ฉันพยายามจินตนาการว่าฉันจะรู้สึกอย่างไรหากฉันอยู่ในสถานการณ์เดียวกันกับพวกเขา	2.53	(PT)

การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล ด้าน Personal Distress Scale (PD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรายข้อคือ เมื่อฉันเห็นใครได้รับการทำร้ายในโลกออนไลน์ ฉันมักจะนั่งสงบสติอารมณ์ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.05 รองลงมาคือ ฉันค่อนข้างมีประสิทธิภาพในการจัดการกับเหตุฉุกเฉิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.90 ข้อที่น้อยที่สุด คือ ฉันมักจะสูญเสียการควบคุมเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ค่าเฉลี่ย 1.63 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7

ค่าเฉลี่ย การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล ด้าน Personal Distress Scale (PD)

ข้อ	ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	หมายเหตุ
1	เมื่อฉันดูข่าวสารสถานการณ์ฉุกเฉินในโลกออนไลน์ ฉันรู้สึกวิตกและไม่สบายใจ	2.18	(PD)
2	เมื่อฉันดูข่าวสารในโลกออนไลน์ บางครั้งฉันรู้สึกหมดหวังเมื่ออยู่ท่ามกลางสถานการณ์ทางอารมณ์ที่รุนแรง	2.09	(PD)
3	เมื่อฉันเห็นใครได้รับการทำร้ายในโลกออนไลน์ ฉันมักจะนั่งสงบสติอารมณ์	3.05	(PD) (-)
4	การอยู่ในสถานการณ์ทางอารมณ์ที่ตึงเครียดในโลกออนไลน์ทำให้ฉันรู้สึกกลัว	2.00	(PD)
5	ฉันค่อนข้างมีประสิทธิภาพในการจัดการกับเหตุฉุกเฉิน	2.90	(PD) (-)
6	ฉันมักจะสูญเสียการควบคุมเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	1.63	(PD)
7	ฉันรู้สึกใจสลาย เมื่อฉันเห็นคนที่ต้องการความช่วยเหลืออย่างมากและเร่งด่วนในโลกออนไลน์	2.19	(PD)

4.4 เปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ กับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด

1) ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันกับการรู้เท่าทันสื่อ

ตารางที่ 8

การเปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันกับการรู้เท่าทันสื่อ

	SS	df	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	57.517	3	19.172	4.798	.05*
ภายในกลุ่ม	1538.406	385	3.996		
รวม	1595.923	388			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันต่างกัน มีการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยอมรับสมมติฐานที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันสื่อต่างกัน ผู้วิจัยเปรียบเทียบวิเคราะห์รายคู่โดย LSD ผลดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9

การเปรียบเทียบรายคู่ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันกับการรู้เท่าทันสื่อ

การใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวัน	ค่าเฉลี่ย	2-4 ชั่วโมงต่อวัน	5-7 ชั่วโมงต่อวัน	8-10 ชั่วโมงต่อวัน	มากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน
		9.8214	11.2345	11.3507	11.3171
2-4 ชั่วโมงต่อวัน	9.8214	-	-1.41305*	-1.52931*	-1.49564*
5-7 ชั่วโมงต่อวัน	11.2345		-		
8-10 ชั่วโมงต่อวัน	11.3507			-	
มากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน	11.3171				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 5-7 ชั่วโมงต่อวัน 8-10 ชั่วโมงต่อวัน และมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน มีการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ย 2-4 ชั่วโมงต่อวัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 5-7 ชั่วโมงต่อวัน 8-10 ชั่วโมงต่อวัน และมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน มีการรู้เท่าทันสื่อสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ย 2-4 ชั่วโมงต่อวัน

2) ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันกับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล

ตารางที่ 10

การเปรียบเทียบระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันกับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล

	SS	df	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	912.114	3	304.038	2.053	.106
ภายในกลุ่ม	57009.423	385	148.076		
รวม	57921.537	388			

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันต่างกันมีการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2

4.5 ความสัมพันธ์การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลกับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 11

ความสัมพันธ์การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลกับการรู้เท่าทันสื่อ

		การรู้เท่าทันสื่อ
การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล	ค่าสหสัมพันธ์	.013
	P	.805

จากตารางที่ 11 พบว่า การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3

5. สรุปผลและอภิปรายผล

5.1 สรุปผล

การศึกษาการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการรู้เท่าทันสื่อ 9-12 คะแนน มากที่สุด จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.10 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ 13-16 คะแนน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 อยู่ในระดับสูง และคะแนนการรู้เท่าทันสื่อ น้อยกว่า 8 คะแนน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 อยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างตอบถูกในด้านการทำความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.06 รองลงมาคือ ด้านการรักษาความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 65.87 และตอบถูกน้อยที่สุดคือ ด้านการวิเคราะห์เนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 57.07

การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล เมื่อจำแนกตามรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยด้าน Empathic Concern Scale (EC) มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.65 รองลงมาคือ ด้าน Perspective-taking Scale (PT) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.43 ด้าน Fantasy Scale (FS) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.36 และด้าน Personal Distress Scale (PD) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.29 ตามลำดับ

ผลการศึกษาการเปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์กับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล และการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สื่อสังคม

ออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันต่างกัน มีการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยอมรับสมมติฐานที่ 1 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันต่างกันมีการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2

การศึกษาความสัมพันธ์การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลกับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ดพบว่า การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการรู้เท่าทันสื่อ 9-12 คะแนน มากที่สุด จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.10 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างตอบถูกในด้าน การทำความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.06 รองลงมาคือ ด้านการรักษาความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 65.87 และตอบถูกน้อยที่สุดคือ ด้านการวิเคราะห์เนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 57.07 แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง แต่ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประเด็นสำคัญที่ต้องให้ความรู้เพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้นคือ การคิด วิเคราะห์ ประเมินเนื้อหาจากสื่อ ทั้งนี้ไม่ใช่ในฐานะผู้รับสารเท่านั้น ยังรวมไปถึงฐานะผู้ผลิต ซึ่งในปัจจุบันผู้รับสารในสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน จากผลการวิจัยยังพบว่า การรู้เท่าทันสื่อและการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลที่ไม่มีความสัมพันธ์กันอาจเนื่องมาจากผู้ใช้คิด วิเคราะห์ ประเมิน ด้านเนื้อหาและด้านความปลอดภัยของตนเองน้อย การคิด วิเคราะห์ ประเมิน มองจากมุมมองของบุคคลอื่นน้อยตามไปด้วย

ผลการศึกษาการเปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยอมรับสมมติฐานที่ 1 จากผลการวิจัยดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าระยะเวลาในการใช้งานสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อทั้งประสบการณ์ตรงที่เกิดจากตนเอง และประสบการณ์อ้อมจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้อื่น ทั้งนี้ทักษะการใช้เป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของการรู้เท่าทันสื่อ ดังที่สุภารักษ์ จูตระกูล (2559) ได้กล่าวถึง การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล คือ รู้ใช้ (Use) รู้เข้าใจ (Understand) และรู้สร้างสรรค์ (Create) รู้ใช้ (Use) คือ ทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อเฟซบุ๊กกับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (ศรวิสัย สมสวัสดิ์ และคณะ, 2565) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊ก ทั้งนี้อาจมาเนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวศึกษาระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพียงชนิดเดียว ดังนั้นอาจจะตั้งข้อสังเกตได้ว่าการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย และมีระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันต่างกันมีผลกับการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกัน นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันต่างกันมีการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Zhefeng (2023) ศึกษาการเห็นอกเห็นใจกับการใช้อินเทอร์เน็ตในผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวจีนพบว่า ระยะเวลา ความถี่ ในการใช้งานด้านความบันเทิงของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลด้านความรู้สึกเป็นทุกข์ (Personal Distress - PD) ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษายู่ในช่วงวัยที่แตกต่างกัน โดยการศึกษา Zhefeng (2023) ศึกษาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัย 18-60 ปี สามารถตั้งข้อสังเกตว่าตัวแปรด้านอายุอาจมีความเกี่ยวข้องกับการเอาใจเขามาใส่ใจเราซึ่งเกิดจากประสบการณ์การใช้ชีวิตผนวกกับประสบการณ์การใช้สื่อ

ข้อค้นพบสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ คือ การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดร้อยเอ็ด แสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้นการสร้างการรู้เท่าทันสื่ออาจไม่ครอบคลุมถึงการใช้สื่อด้วยความเข้าใจในความแตกต่างหลากหลายของความเป็นมนุษย์ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล โดยสรานนท์ อินทนนท์ (2563) กล่าวถึงความสำคัญของการเอาใจเขามาใส่ใจเรา เป็นการสร้างทักษะการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรมให้กับพลเมืองดิจิทัล การเอาใจเขามาใส่ใจเราของพลเมืองดิจิทัลจะช่วยสร้างสายใยความรู้สึกระหว่างผู้ใช้งานร่วมกัน สร้างความรู้สึกห่วงใย มีเมตตา และเอื้ออาทรให้แม้แต่กับคนที่เราไม่รู้จัก เป็นความคาดหวังที่จะช่วยลดปัญหาคนที่ถูกรังแกบนโลกโซเชียล คนที่ถูกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมโดยสมาชิกอื่นในสังคมออนไลน์ และลดปัญหาผลกระทบด้านลบจากการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มเด็กและเยาวชน จากผลการศึกษาของ สาลินี อารงเลาะห์พันธุ์ และคณะ (2565) ศึกษาการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์และการรับมืออย่างเหมาะสมในกลุ่มเยาวชน พบว่า เมื่อถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ผู้ถูกกลั่นแกล้งจะได้รับผลกระทบทั้งด้านจิตใจ ความรู้สึก สังคมและการเรียน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการศึกษาได้กล่าวถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์ และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นได้ต่อผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ รวมถึงการรับมือหรือการเผชิญหน้าอย่างเหมาะสมกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์มีความจำเป็นสำหรับเยาวชน ดังนั้นการสร้างทักษะการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลให้เกิดขึ้นควบคู่กับการรู้เท่าทันสื่อสามารถเป็นสารตั้งต้นที่ช่วยลดหรือบรรเทาปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นต่อเด็กและเยาวชนได้ในอนาคต

การศึกษาในครั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมพื้นฐานการรู้เท่าทัน และการสร้างการตระหนักรู้ในมิติการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลให้กับบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะกับกลุ่มเยาวชนที่เป็นผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ จากผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าการรู้เท่าทันสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล ทั้งนี้อาจจะหมายถึง เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อยังขาดมิติที่เกี่ยวข้องกับการเอาใจเขามาใส่ใจเราหรืออาจถูกกล่าวถึงโดยภาพรวม ไม่ได้เน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญในประเด็นดังกล่าว ดังนั้นในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และอุดมศึกษาควรขยายขอบเขตจากพื้นฐานการรู้เท่าทันสื่อสู่การสร้างการตระหนักรู้ในมิติการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล เพื่อสร้างความเป็นพลเมืองดิจิทัลในกลุ่มเยาวชนที่มีความสมบูรณ์ในหลายมิติ

5.3 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1) นักวิชาการด้านการสื่อสารสื่อใหม่และนักจิตวิทยาสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาตัวชี้วัดการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล เพื่อให้มีความเฉพาะเจาะจงในบริบททางเทคโนโลยีและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

1.2) ครู อาจารย์ สามารถนำผลการศึกษาไปออกแบบวางแผนทางในการพัฒนาการเรียนการสอนการจัดกิจกรรมการรู้เท่าทันสื่อควบคู่กับการสร้างเสริมการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลทั้งในและนอกหลักสูตร หรือจัดหน่วยการสอนแยกเฉพาะเกี่ยวกับการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัลเพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจตระหนักถึงความสำคัญในประเด็นนี้มากขึ้น

2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) การวิจัยในครั้งนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดเท่านั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายไปยังกลุ่มประชากรอื่น ๆ

2.2) การวิจัยในครั้งนี้นี้ศึกษาเชิงปริมาณ ตัวแปรหลัก คือ การเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล การรู้เท่าทันสื่อ ด้วยการศึกษาการเปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ และการศึกษาค่าสถิติสหสัมพันธ์ การวิจัยในครั้งต่อไปสามารถใช้สถิติ ตัวแปร และอื่น ๆ เพิ่มเติม

2.3) การวิจัยในครั้งต่อไปสามารถศึกษาในมิติการรู้เท่าทันสื่อในเชิงลึกจากผลการวิจัย ขยายผลจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า การรู้เท่าทันสื่อด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการวิเคราะห์เนื้อหา มีคะแนนน้อยกว่าด้านอื่นเกิดจากสาเหตุใด รวมถึงการออกแบบการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมการรู้เท่าทันสื่อทั้งสองด้านให้มากขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. บิสมิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ปริญญญา ชะอินวงศ์. (2563). การถูกรังแกผ่านโลกโซเชียลและความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายในเยาวชน. *วารสารการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต*, 11(1), 133-151.
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2567, 4 เมษายน). *รวมสถิติและ Insight สำคัญ ๆ ของคนไทยกับการใช้ Digital และ Social Media 2024*. Popticles. <https://www.popticles.com/insight/thailand-digital-and-social-media-stats-2024/>.
- พนม คล้ายยา. (2559). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนมัธยม. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 10(1), 46-57.
- ศรวิทย์ สมสวัสดิ์, ปิยฉัตร ล้อมขวการ, และกมลรัฐ อินทรทัศน์. (2565). การรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(5), 55-68.
- ศุภัญญา อินศิริ. (2564). *แนวทางการส่งเสริมการร่วมรู้สึกร่วมใจของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา ปรารจันบุรี นครนายก*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. คลังปัญญามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/4266>
- สาธินี อารงเลาหะพันธุ์ และคณะ. (2565). การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์และการรับมืออย่างเหมาะสมในกลุ่ม เยาวชน. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*, 1(3), 47-69.
- สรานนท์ อินทนนท์. (2563). *ทักษะการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล*. Cclick. https://cclickthailand.com/wp-content/uploads/2020/04/digital_empathy.pdf.
- สำนักวิชาการและประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. (2566). *สถิตินักศึกษาภาคปกติ 1-66*. https://academic.reru.ac.th/2020/Page_New_Detail.php?Nid=104&ItemId=RNew04
- สุภารักษ์ จูตระกูล. (2559). ครอบครัวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) ของดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives). *วารสารวิทยาการจัดการ*, 11(1), 131-150.
- Zhefeng, S. (2023). Internet Use Influences Digital Empathy: a Survey on Chinese Young Adults. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 8, 264-272.
- Davis, M. H. (1983). Measuring Individual Differences in Empathy: Evidence for a Multidimensional Approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 113e126. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.44.1.113>.