

การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์และพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Social Media Usage Behavior of Undergraduate Students, Faculty of Communication
Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

เสาวนีย์ วรรณประภา

saowanee.w@rbru.ac.th

สมพงษ์ เสงี่ยมณี

sompong.s@rbru.ac.th

ภารดี พึ่งสำราญ

paradee.p@rbru.ac.th

วิษณุศวร ทะกอง

wikhanaesuan.t@rbru.ac.th

กาญจนา สมพิน

kanchana.s@rbru.ac.th

หลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรสื่อสารมวลชน จำนวน 192 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลเบื้องต้นของนักศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 20 ปีและกำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้านและหอพักเป็นส่วนใหญ่ โดยนักศึกษาเหล่านี้ มีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 5 ปี ซึ่งนักศึกษาเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 1-4 ชั่วโมงต่อวัน ในช่วงเวลา 20:01 - 24:00 น. สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเข้าใช้งานบ่อยคือ Facebook โดยนักศึกษาใช้สมาร์ตโฟนในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง เช่น การสนทนากับผู้อื่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมออนไลน์ในด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$ SD.= 0.40)

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ, สื่อออนไลน์

Abstract

This research aims to study social media usage behavior and social media literacy skills of students in mass communication courses Faculty of Communication Arts Rambhai Barni Rajabhat University.

This research studied from the entire population, no sampling, undergraduate students, 192 in mass communication courses. Tools for collecting data It is a questionnaire for students' social media literacy behavior which is divided into 3 parts. Social media usage behavior and social media literacy skills 5-level estimation type, data analysis by frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that undergraduate students in mass communication courses Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University. Most of them are female who are 20 years old and are studying in the third year. Most of the social media use behavior at home and dormitory. By these students have experience in using social media more than 5 years, which students access to social media on average 1-4 hours per day during 20:01 - 24:00 hrs. Social media that students use frequently is Facebook. Students use smartphones to access social media and using social media for entertainment enjoyment, such as chatting with others, watching movies, listening to music, playing online games. The social media literacy skills of undergraduate students Mass Communication Course Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University The overall is at a high level ($\bar{X}$ = 3.82 SD. = 0.40)

Keywords: Social Media, Social Media Literacy

บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อเยาวชนเป็นอย่างมากทั้งในด้านความคิด พฤติกรรมและการดำเนินชีวิต นอกจากเยาวชนเหล่านี้จะเป็นผู้รับสื่อแล้ว ในฐานะนักนิเทศศาสตร์ ว่าที่นักสื่อสารมวลชนในอนาคต ที่ต้องสื่อสาร นำพาข่าวสารไปสู่มวลชนจำนวนมาก พวกเขาต้องเป็นผู้สร้าง ผู้ผลิตสื่อด้วยตนเอง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีทักษะชีวิตหลายด้านเพื่อดำเนินชีวิตให้เหมาะสมและมีสุขภาพ ะที่ดี ไม่ตกเป็นเหยื่อของสิ่งเหล่านี้ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) จึงทวีความสำคัญมากขึ้นทุก ขณะ ซึ่งคือความสามารถในการอ่านสื่อออก เขียนสื่อได้ หรือ ความสามารถในการเข้าใจเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ รู้จักแสวงหาข้อมูลจากหลายแหล่ง วิเคราะห์ วิวิจารณ์ แยกแยะ คัดกรอง สามารถใช้ประโยชน์และพัฒนาสื่อใน แบบฉบับของตนเองได้ กระบวนการรู้เท่าทันสื่อช่วยพัฒนาความคิด เป็นกระบวนการที่จำเป็นอย่างยิ่งในยุคนี้ เพื่อที่จะทำให้เด็กและเยาวชนทุกคนดำรงชีวิตที่ดี และเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ การรู้เท่าทันสื่อจะต้องเน้น ไปที่การพัฒนาด้านความคิด หรือกระบวนการทางปัญญา (Cognitive Process) คือ การคิดวิจารณ์ญาณ หรือ การคิดเชิงวิพากษ์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารมีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะในการรับสาร เลือกวิเคราะห์สาร ประเมิน แยกแยะ ตอบโต้ แสดงความคิดเห็นต่อสื่อได้อย่างมีเหตุผล รู้ถึงผลกระทบของเนื้อหาสื่อ ว่ามีผลต่อ พฤติกรรมได้ โดยการรู้เท่าทันสื่อมีเป้าหมายที่จะพัฒนาทั้งความเข้าใจแบบมีวิจารณ์ญาณ และการมีส่วนร่วม อย่างแท้จริงสำหรับเยาวชนในการตีความและสร้างทางเลือกในฐานะผู้บริโภคสื่อ รวมถึงเป็นผู้ที่สามารถผลิต

สื่อ ผลิตเนื้อหา ด้วยศักยภาพที่ได้รับการพัฒนา ส่งผลให้กลายเป็นผู้มีส่วนร่วมที่มีพลังอำนาจในสังคม (Oxstrand, 2009)

จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า ในปีพุทธศักราช 2561 ที่ผ่านมา เยาวชนช่วงอายุ 15 - 24 ปี มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์สูงถึงร้อยละ 91.4 ทั้งยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) เยาวชนในช่วงอายุดังกล่าว เป็นวัยที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยซึ่งยังมีความรู้เท่าทันสื่อไม่เพียงพอ หรือยังคงถูกครอบงำทางความคิดจากสื่อมากขึ้น กลุ่มเยาวชนไทยยังขาดวุฒิภาวะ ขาดความสามารถในการคิดวิเคราะห์เนื้อหาที่มากับสื่อ ขาดทักษะในการอ่าน และเขียนสื่อได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นจึงมีโอกาที่จะตกเป็นเหยื่อของการปลูกฝังความเชื่อตามที่สื่อนำเสนอ แม้ว่าจะมีความสามารถทางวิชาการในระดับดีก็ตาม(วรชัย ครุจิต และฉัตรณี คงดี, 2554) สถาบันระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย จึงมีความจำเป็นที่ต้องสร้างคุณภาพของการศึกษา โดยนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอน มุ่งเน้นการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะด้านการสื่อสารสารสนเทศและการรู้เท่าทันสื่อ ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารกับผู้คนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว สามารถสืบค้น หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปทั่วโลกได้ ด้วยเหตุนี้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นแหล่งความรู้ขนาดใหญ่ สำหรับผู้เรียนซึ่งเป็นการเพิ่มทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเชื่อมโยงระหว่างข้อมูล รวมทั้งความสามารถในการตีความหมาย และให้ข้อสรุปที่มีความน่าเชื่อถือ บนพื้นฐานแห่งประสบการณ์ และกระบวนการเรียนรู้ หน้าที่การปลูกฝังทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นบทบาทของสถาบันการศึกษาตามกระบวนการขัดเกลาทางสังคม ดังนั้นการเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน จึงมีความสำคัญในการกำหนดบทบาท หน้าที่ความร่วมมือเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้แก่เยาวชนอย่างมีประสิทธิภาพ ในการปลูกฝังทักษะในการคิดเชิงวิเคราะห์ การประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ควบคู่ไปกับการเตือนให้เยาวชนตระหนักถึงความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับเยาวชนในยุคปัจจุบัน หากกลุ่มเยาวชนเหล่านี้มีการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศแล้ว จะทำให้เกิดประโยชน์ในกระบวนการเรียนรู้ ทำให้ความรู้นั้นเสริมพลังความเป็นพลเมืองในอนาคตได้เป็นอย่างดี องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อที่เยาวชนพึงควรมี ได้แก่ 1) การเปิดรับสื่อ คือ การรู้เท่าทันการเปิดรับสื่อของประสาทสัมผัส หู ตา จมูก ลิ้น สัมผัสของเรา ซึ่งเมื่อเปิดรับแล้วสมองจะสั่งการให้คิดและปรุงแต่งให้เกิดอารมณ์ต่างๆตามมา การรู้เท่าทันสื่อในขั้นของการรับรู้อารมณ์ตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน และความคิดจะทำให้เรารับรู้ความจริงว่า“อะไรเป็นสิ่งที่สื่อสร้างขึ้น”เป็นต้น 2) การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอของสื่อว่ามีวัตถุประสงค์อะไร 3) การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็จะมีเข้าใจสื่อได้ไม่เหมือนกัน ตีความไปคนละแบบ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ พื้นฐานการศึกษาคุณสมบัติในการเรียนรู้ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลของแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากันมาก่อน 4) การประเมินค่า หลังการวิเคราะห์และทำความเข้าใจสื่อแล้ว เราควรประเมินค่าสิ่งที่สื่อเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหา วิธีนำเสนอ เทคนิคที่ใช้ เป็นต้น 5) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ แม้จะสามารถวิเคราะห์ เข้าใจ และประเมินค่าสื่อได้ แต่ไม่สามารถออกไปจากโลกของสื่อได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปฏิบัติดังนี้ คือ นำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น สามารถส่งสารต่อได้ และมีปฏิริยาตอบกลับสื่อได้ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ล้วนเป็นพื้นฐานสำคัญของการเป็นผู้ผลิตสื่อที่ดี

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่ามี

พฤติกรรมการใช้สื่อออกไปในทิศทางใด เพื่อให้นักศึกษามีทักษะการคิดที่ดี สามารถคิด วิเคราะห์ได้อย่างมี วิจารณ์ญาณ ตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคลและสังคม รู้จักเลือกรับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน และสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฐานะนักนิเทศศาสตร์ ว่าที่นัก สื่อสารมวลชนที่มีคุณภาพในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศ ศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
2. เพื่อศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศ ศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาจากประชากรทั้งหมด ไม่มีการสุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 รวมจำนวนทั้งสิ้น 192 คน
2. ขอบเขตตัวแปร ตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ และชั้นปีของ นักศึกษา ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
3. ขอบเขตเวลา ช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล อยู่ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงมีนาคม 2562

วิธีดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ส่วนแรกเป็น แบบสอบถามพฤติกรรมการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลเบื้องต้นของนักศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ในส่วนของทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ใช้ มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และอีกส่วนใช้แบบสอบถามชนิด 2 ตัวเลือก คือ ใช่ หรือ ไม่ใช่ จำนวน 7 ข้อ แล้วนำคะแนนที่ได้มาแปลผลในประเด็นการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น วิเคราะห์ด้วย ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาหลักสูตร สื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำนวนทั้งสิ้น 192 คน โดยใช้แบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์ผลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

รายการประเมิน		จำนวน	ร้อยละ
1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์			
1.1 เพศ	ชาย	70	36.46
	หญิง	122	63.54
1.2 อายุ	18 ปี	30	15.63
	19 ปี	46	23.96
	20 ปี	58	30.21
	21 ปี	50	26.04
	22 ปี ขึ้นไป	8	4.17
1.3 ระดับชั้นปี	ปี 1	34	17.70
	ปี 2	42	21.88
	ปี 3	58	30.21
	ปี 4	58	30.21
2. พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์			
2.1 สถานที่ที่เข้าใช้งาน	บ้าน/หอพัก	102	53.13
2.2 ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์	มากกว่า 5 ปี	125	65.10
2.3 ช่วงเวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์	20.01 – 24.00 น.	113	58.85
2.4 ระยะเวลาเฉลี่ยการใช้สื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง	1-4 ชั่วโมง	98	51.04
2.5 สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานบ่อย	เฟซบุ๊ก	134	69.79
2.6 อุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์	สมาร์ทโฟน	162	84.38
2.7 วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	เพื่อความบันเทิง	153	79.69

จากตารางที่ 1. พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 จำนวน 58 คน รองลงมาคืออายุ 21 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 50 คน อายุ 19 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 46 คน อายุ 18 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 30 คน ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กบ่อยที่สุด ในส่วนพฤติกรรมเข้าใช้งานจากที่บ้าน/หอพักมากที่สุดโดย มีประสบการณ์ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 5 ปี ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง 1-4 ชั่วโมง ส่วนมากใช้งานในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. โดยใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน ทั้งนี้เพื่อความบันเทิง เพลิดเพลิน ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมออนไลน์ สนทนาพูดคุยระหว่างสมาชิกที่ออนไลน์ร่วมกัน

ตารางที่ 2 จำนวนนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชนต่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ประเด็นการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	ตอบถูก		ตอบผิด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.มีเนื้อหาหลายส่วนที่เชื่อถือไม่ได้	187	97.40	5	2.60	192	100
2.มีเนื้อหาที่หลอกลวงอยู่มาก เช่น FAKE NEWS	170	88.54	22	11.46	192	100
3.มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ด้านลามก อนาจาร	172	89.58	20	10.42	192	100
4.มีเนื้อหาที่กระตุ้นให้ทำสิ่งไม่ดี เช่น เล่นการพนัน	168	87.50	24	12.5	192	100
5.ข้อมูลส่วนตัวอาจรั่วไหลได้	185	96.35	7	3.65	192	100
6.เรื่องใดที่เผยแพร่จะกลายเป็นเรื่องราวสาธารณะ	182	94.79	10	5.21	192	100
7.นักศึกษาเลือกใช้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้	190	98.95	2	1.05	192	100

จากตารางที่ 2 พบว่านักศึกษารู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์และสามารถเลือกใช้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้ ร้อยละ 98.95 รองลงมา ร้อยละ 97.40 นักศึกษารับรู้ว่ามีเนื้อหาหลายส่วนที่ขาดความน่าเชื่อถือ และข้อมูลส่วนตัวอาจรั่วไหลได้ร้อยละ 96.35 ในขณะที่ร้อยละ 94.79 รับรู้ว่าการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะกลายเป็นเรื่องสาธารณะ ส่วนในด้านเนื้อหาพบว่าร้อยละ 89.58 นักศึกษารับรู้ว่ามีเนื้อหาไม่เหมาะสมด้านลามก อนาจาร มีเนื้อหาที่เป็นการหลอกลวง FAKE NEWS อยู่มากร้อยละ 88.54 และมีเนื้อหาที่กระตุ้นหรือชักนำให้ทำสิ่งไม่ดี เช่น เชิญชวนให้เล่นการพนัน ร้อยละ 87.50

ในการศึกษาครั้งนี้ นักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ทุกชั้นปี ที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 192 คน ในประเด็นเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์ผลได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

ข้อที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
1	ทักษะการเข้าถึงสื่อ	3.83	0.89	มาก
2	ทักษะการวิเคราะห์	3.98	0.81	มาก
3	ทักษะการเข้าใจสื่อ	3.69	0.89	มาก
4	ทักษะการประเมินค่าสื่อ	3.72	0.88	มาก
5	ทักษะการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์	3.89	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ย		3.82	0.40	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก $\bar{X}$ = 3.82 SD. = 0.40) โดยระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ทักษะการวิเคราะห์ ($\bar{X}$ = 3.98 SD. = 0.81) รองลงมาคือทักษะการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ ($\bar{X}$ = 3.89 SD. = 0.87) และระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ทักษะการประเมินค่าสื่อ ($\bar{X}$ = 3.72 SD. = 0.88) และทักษะการเข้าใจสื่อ ($\bar{X}$ = 3.69 SD. = 0.89) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำนวนทั้งสิ้น 192 คน โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20 ปี ในส่วนพฤติกรรมเข้าใช้งานจากที่บ้าน/หอพักมากที่สุดโดยมีประสบการณ์ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 5 ปี ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง 1-4 ชั่วโมง ส่วนมากใช้งานในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. โดยใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน สอดคล้องกับการศึกษาของ Livingstone และ Bober (2002) ได้ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในเยาวชน พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การใช้ นอกจากนี้ ทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ตส่งผลโดยตรงต่อการใช้ประโยชน์และการเปิดรับความเสี่ยงบนสื่อ โดยผู้ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์สูงมีแนวโน้มที่จะเปิดรับความเสี่ยงสูงด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงได้ยาก ดังนั้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพของเยาวชนจึงควรเป็นการหาจุดสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์และการเปิดรับความเสี่ยง

ผลการศึกษาระบุว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้งานมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก ร้อยละ 69.79 โดยใช้งานผ่าน สมาร์ทโฟน ร้อยละ 84.38 โดยมีวัตถุประสงค์การใช้งานเพื่อความบันเทิงเพลิดเพลิน ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมออนไลน์ ร้อยละ 79.69 ซึ่งมากกว่าใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาหาความรู้ บรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยสร้างความไว้วางใจ (Trust) ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับความสัมพันธ์ในสังคมของการแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน กล่าวคือ ความสัมพันธ์จะเข้ามาเป็นตัวกำหนดในเรื่องของแรงจูงใจในการใช้งาน เพื่อพูดคุยในเรื่องที่มีความสนใจ หรือการแลกเปลี่ยนทัศนคติ ตลอดจนการชี้แนะระหว่างเพื่อนในวัยเดียวกัน (Cheung, & Lee, 2010; Chow, & Chan, 2008) ซึ่งผลการวิจัยนี้ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์ (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ผลการวิจัยพบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ 4 ปีขึ้นไป สถานที่ที่นิสิตเข้าใช้งานมากที่สุด คือ ที่พักอาศัย และอุปกรณ์ที่นิสิตใช้เชื่อมต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ สมาร์ทโฟน เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิสิตเข้าใช้งานมากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 19 ถึง 21 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า มีอัตราการใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ ในการใช้งานแต่ละครั้งใช้เวลา 1 ถึง 3 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยที่ส่วนใหญ่เคยใช้บริการหรือกิจกรรมต่างๆที่มีใน Facebook ซึ่งประกอบด้วย การโต้ตอบบนกระดานสนทนา การเข้าร่วมกลุ่มต่างๆ การเล่นเกม การตอบคำถาม การแบ่งปันรูปภาพ การแบ่งปันวิดีโอ การค้นหาเพื่อนเก่า การส่งข้อความ การร่วมแสดงความคิดเห็น การกดชอบ(Like) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ปวเรศ เลขวรรณ (2551) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง 3.57 โดยโดยมีรูปแบบบริการ 3 ข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือการให้ความบันเทิง เช่น เล่นเกม ฟังเพลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมา คือ การสืบค้นข้อมูลมีค่าเฉลี่ย 4.10 และน้อยที่สุด คือ การสนทนาผ่านเครือข่าย ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคม โดยธรรมชาติจึงต้องมีการสื่อสารตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านช่องทางใดก็ตาม การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อความหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังสามารถพูดคุยกันได้แบบ real time กับบุคคลที่อยู่ในสถานะออนไลน์ได้ เมื่อใช้สื่อสังคมออนไลน์จะช่วยให้ผู้เล่นเกิดความรู้สึกมีตัวตน เป็นสมาชิกของชุมชนออนไลน์นั้นๆ (Cheung,

2010) สื่อสังคมออนไลน์จึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ เนื่องจากสามารถใช้งานได้ง่าย และไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม การได้รับประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ เป็นปัจจัยที่ช่วยให้คนนิยมใช้บริการมากขึ้น เนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับเพื่อน คนรู้จัก ตลอดจนได้รู้จักเพื่อนใหม่เพิ่มอีกด้วย (Lin & Lu, 2011)

ส่วนในประเด็นการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่านักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชนสามารถเลือกใช้ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองได้ ร้อยละ 98.95 รองลงมา ร้อยละ 97.40 นักศึกษารับรู้ว่ามีเนื้อหาหลายส่วนที่ขาดความน่าเชื่อถือ และข้อมูลส่วนตัวอาจรั่วไหลได้ร้อยละ 96.35 ในขณะที่ร้อยละ 94.79 รับรู้ว่ามีเรื่องใดที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะกลายเป็นเรื่องสาธารณะ ส่วนในด้านเนื้อหาพบว่าร้อยละ 89.58 นักศึกษารับรู้ว่ามีเนื้อหาไม่เหมาะสมด้านลามก อนาจาร มีเนื้อหาที่เป็นการหลอกลวง FAKE NEWS อยู่มากร้อยละ 88.54 และมีเนื้อหาที่กระตุ้นหรือชักนำให้ทำสิ่งไม่ดี เช่น เชิญชวนให้เล่นการพนัน ร้อยละ 87.50 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลพรรณ อาภาเวช (2554) ศึกษาเรื่องพฤติกรรม การสื่อสารใน Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกของอินเทอร์เน็ต โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลตามประโยชน์กิจกรรมหรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและกัน ถ้าหากมองในแง่ของความเป็นสื่อสมัยใหม่แล้ว Facebook เปรียบเสมือนการย่อโลกให้เล็กลง การสื่อสารมีความทันสมัยรวดเร็ว แต่ในทางกลับกัน Facebook ก็สร้างผลกระทบต่อผู้ใช้บริการด้วย เช่น ปัญหาเรื่องสิทธิส่วนบุคคล การทะเลาะวิวาท การใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสม การโพสต์รูป ปัญหาเรื่องเพศ ปัญหาเรื่องศีลธรรม การบิดเบือนข้อมูล รวมถึงการรั่วไหลของข้อมูลต่างๆ

จากผลการศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาหลักสูตรสื่อสารมวลชน พบว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.82$ SD. = 0.40) โดยระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ทักษะการวิเคราะห์ $\bar{X} = 3.98$ SD. = 0.81) รองลงมาคือทักษะการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ ($\bar{X} = 3.89$ SD. = 0.87) และระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ทักษะการประเมินค่าสื่อ ($\bar{X} = 3.72$ SD. = 0.88) และทักษะการเข้าใจสื่อ ($\bar{X} = 3.69$ SD. = 0.89) ตามลำดับ

ในเมื่อเยาวชน คือ กลุ่มเป้าหมายหลักกลุ่มใหญ่ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นการพัฒนาทักษะการเรียนรู้เพื่อที่จะรู้เท่าทันสื่อได้ จึงเป็นประการสำคัญในการกระตุ้นและพัฒนาทักษะให้เยาวชนกลุ่มนี้มีภูมิชีวิตที่เข้มแข็ง สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) ที่ระบุว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อ มี 5 ประเด็น ที่ทุกภาคส่วนต้องสร้างเสริมให้กับเยาวชน ดังนี้ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2561)

1. การเข้าถึงสื่อ หมายถึง การเปิดรับสื่อของประสาทสัมผัส หู ตา จมูก ลิ้น สัมผัสของเรา ซึ่งเมื่อเปิดรับแล้ว สมอจะสั่งการให้คิดและปรุงแต่งให้เกิดอารมณ์ต่างๆตามมา การรู้เท่าทันสื่อในขั้นของการรับรู้ อารมณ์ตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน ความคิดจะทำให้เรารับรู้ความจริงว่า อะไรเป็นสิ่งที่สื่อสร้างขึ้น สามารถคัดกรองข้อมูลต่างๆ มาใช้ได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2. การวิเคราะห์สื่อ หมายถึง การแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอของสื่อ ว่ามีวัตถุประสงค์อะไร โดยตีความเนื้อหาสื่อตามองค์ประกอบและแบบฟอร์มของสื่อแต่ละประเภทว่า สิ่งที่สื่อนำเสนอ นั้นส่งผล กระทบอะไรบ้างต่อสังคม การเมือง หรือ เศรษฐกิจ โดยใช้พื้นความรู้เดิมและประสบการณ์ในการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้น โดยอาจใช้วิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบ การแยกองค์ประกอบย่อยต่างๆ หรือการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงเหตุและผลการทำงานเข้าใจเนื้อหาบริบทที่ต้องการสื่อ เช่น ใช้ความรู้และประสบการณ์เดิมเพื่อทำนายผลที่จะเกิด ตีความเนื้อหา โดยใช้หลักการวิเคราะห์พื้นฐาน ใช้กลวิธีต่างๆ ได้แก่ การเปรียบเทียบ/หา

ความแตกต่าง/ข้อเท็จจริง/ความคิดเห็น เหตุและผล การลำดับความสำคัญ และใช้ความรู้เกี่ยวกับบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ เป็นพื้นฐานของการสร้างสรรค์และตีความหมาย

3. การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็จะมีคามเข้าใจสื่อได้ไม่เหมือนกัน ตีความไปคนละแบบ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ พื้นฐานการศึกษา คุณสมบัติในการเรียนรู้ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลของแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากันมาก่อน

4. การประเมินค่า หลังการวิเคราะห์และทำความเข้าใจสื่อแล้ว ควรประเมินค่าสิ่งที่สื่อเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหา วิธีนำเสนอ เทคนิคที่ใช้ เป็นต้น เนื้อหานั้น มีคุณค่าต่อผู้รับสารมากน้อยเพียงใด สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับสารในด้านใดได้บ้าง คุณค่าที่เกิดขึ้นเป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นทางใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือมีคุณค่าทางศีลธรรม จรรยาบรรณ สังคม วัฒนธรรม หรือประเพณี ความสามารถในการประเมินเนื้อหา โดยสร้างความเกี่ยวข้องของเนื้อหา กับประสบการณ์ พร้อมเสนอความเห็นในแง่มุมที่หลากหลาย

5. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ แม้จะสามารถวิเคราะห์ เข้าใจ และประเมินค่าสื่อได้ แต่ก็ไม่สามารถปฏิเสธสื่อ ที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตได้ ในเมื่อไม่สามารถออกไปจากโลกของสื่อได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำสิ่งที่วิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น สามารถส่งสารต่อได้ และมีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อได้

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้เพื่อที่จะรู้เท่าทันสื่อได้นั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องเร่งสร้างภูมิคุ้มกันเหล่านี้ให้กับเยาวชน องค์กรประกอบทั้ง 5 ประการที่กล่าวมานี้ จะช่วยให้นักศึกษานิเทศศาสตร์ได้พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการเป็นผู้ผลิตสื่อที่ดีในฐานะนักสื่อสารมวลชนต่อไป เมื่อนักสื่อสารมวลชนเป็นผู้ที่สามารถคิดวิเคราะห์ เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี สามารถวางแผนการจัดการสื่ออย่างเหมาะสม เลือกข้อมูลเพื่อคิด เขียน พูดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ภายใต้การผลิตสื่อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นทักษะการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญของการเป็นนักสื่อสารมวลชนที่ดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในบริบทอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการรู้เท่าทันสื่อ และควรศึกษาเชิงวิเคราะห์ในประเด็นการรู้เท่าทันสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมของเยาวชน รวมถึงบทบาท อิทธิพลของกลุ่มผู้นำทางความคิดที่มีผลต่อพฤติกรรมเลียนแบบหรือโน้มน้าวใจในหมู่เยาวชน

เอกสารอ้างอิง

- ปวเรศ เลขสุวรรณ. (2551). พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พงศ์เทพ แก้วเสถียร. (2557). การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วิมลพรรณ อาภาเวท สาวิตรี ชีวะสารธ์ และชาญ เดชอัศวนง. (2554). พฤติกรรมการสื่อสารใน Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วรชัย คุรุจิต และ ฉัตรฉวี คงดี. (2554). การสำรวจการเรียนรู้การสอนความรู้เท่าทันสื่อในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. 5 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 26, 2562, จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/39558>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). การสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพฯ.
- อพัชชา ช้างขวัญยืน. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนิสิตปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวร.วารสารศึกษาศาสตร์. (น.188-197). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Cheung, C.M.K., & Lee, M.K.O (2010). A theoretical model of intentional social action in online social networks. Decision support systems.
- Chow, W.S. & Chan. (2008). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. Information & Management.
- Lin, K.Y., & Lu, H.P. (2011). Why people use social networking sites: An empirical study intergrating network externalities and motivation theory. Computers in Human Behavior.
- Livingstone, S., & Bober, M. (2005). UK Children GO Online: Final report of key project findings. from: <http://children-go-online.net>
- Oxstrand, B. (2009). Media Literacy Education-Adiscussion about Media Education in the Western Countries Europe and Sweden.Paper presented at the Nordmedia 09 Conference in Karlstad University. Sweden.