

การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงาน  
คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร



นางสาววิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต


สาขาวิชาวิจัยการศึกษา ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DEVELOPMENT OF A CAUSAL MODEL OF MEDIA LITERACY OF NINTH GRADE STUDENTS IN  
SCHOOLS UNDER THE OFFICE OF THE BASIC EDUCATION COMMISSION IN BANGKOK  
METROPOLIS



Miss Wisaluk Sitkuntod

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Education Program in Educational Research

Department of Educational Research and Psychology

Faculty of Education

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน  
มัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการ  
การศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาววิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด

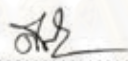
สาขาวิชา

วิจัยการศึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

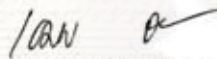
รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริเดช สุชีวะ

คณะกรรมการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต



..... คณบดีคณะครุศาสตร์  
(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย กาญจนวาสี)

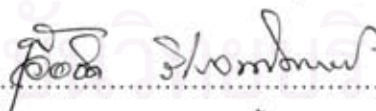
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. เอมอร จังศิริพรปกรณ์)



..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช สุชีวะ)



..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์)

สภามหาวิทยาลัย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด : การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร. (DEVELOPMENT OF A CAUSAL MODEL OF MEDIA LITERACY OF NINTH GRADE STUDENTS IN SCHOOLS UNDER THE OFFICE OF THE BASIC EDUCATION COMMISSION IN BANGKOK METROPOLIS.)

อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ.ดร. ศิวเดช สุชีวะ, 185 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร จำนวน 613 คน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร คือ การรู้เท่าทันสื่อ ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน ตัวแปรแฝงทั้งหมดวัดจากตัวแปรสังเกตได้ 21 ตัว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ และแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมีความเที่ยงในการวัดตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าตั้งแต่ .519 ถึง .909 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติบรรยาย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์โมเดลลิสเวล

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับที่ 2 จาก 4 ระดับ กล่าวคือ นักเรียนยังไม่รู้เท่าทันสื่อหรือถูกครอบงำโดยสื่อ

2. โมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อ ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ประกอบด้วย ตัวแปรปัจจัย 2 ประเภท ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนและตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนโดยมีอิทธิพลผ่านปัจจัยพฤติกรรมเปิดรับสื่อ

ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน ได้แก่ ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการอ่าน

3. โมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อ ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการตรวจสอบความสอดคล้องให้ค่าไค-สแควร์เท่ากับ 103.117;  $p = .222$  ที่องศาอิสระเท่ากับ 93 ค่า GFI เท่ากับ .984 ค่า AGFI เท่ากับ .961 ค่า RMR เท่ากับ .028 ตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของของการรู้เท่าทันสื่อ ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 20.90

ภาควิชา..... วิจัยและจิตวิทยาการศึกษา ลายมือชื่อนิสิต..... วิสาลักษณ์  
สาขาวิชา..... ศึกษาศาสตร์ ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....  
ปีการศึกษา..... 2551

## 4983756427 : MAJOR EDUCATIONAL RESEARCH

KEYWORDS: CAUSAL MODEL / MEDIA LITERACY

WISALUK SITKUNTOD: DEVELOPMENT OF A CAUSAL MODEL OF MEDIA LITERACY OF NINTH GRADE STUDENTS IN SCHOOLS UNDER THE OFFICE OF THE BASIC EDUCATION COMMISSION IN BANGKOK METROPOLIS. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF.SIRIDEJ SUJIVA, Ph.D., 185 pp.

The purposes of this study 1) to determine the levels of media literacy of ninth grade students in schools under the Office of the Basic Education Commissions in the Bangkok metropolis, 2) to develop the causal model of media literacy and 3) to validate the model. The samples of this study were 613 ninth grade students in schools under the Office of the Basic Education Commissions in the Bangkok metropolis. The data are consisted of 6 latent variables, including media literacy, media exposure behavior, study achievement, reading behavior, socioeconomic status and parent's participation in student's media exposure. All latent variables were measured through 21 observed variables. The data were collected by questionnaires. The reliability for each variable ranging from .519 to .909 was analyzed by descriptive statistics, Pearson's product moment correlation and LISREL analysis.

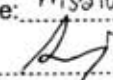
All finding were concluded as follows:

1. The most of students have the media literacy at the level 2, this means that they were uncounterbalanced to media or they were dominated by media.
2. The causal model of media literacy of students consisted with two factors variables. Direct influence factor, namely media exposure behavior, study achievement, reading behavior, socioeconomic status and parent's participation in student's media exposure. Indirect influence factor, namely study achievement, reading behavior, socioeconomic status and parent's participation in student's media exposure which influencing through media exposure behavior. The highest influence variable to media literacy is socioeconomic status and reading behavior respectively.
3. The model of media literacy of ninth grade students in schools under the office of the basic education commissions in Bangkok metropolis was valid and fit to the empirical data. The model have showed that chi-square goodness of fit test was 103.117;  $P=.222$ ,  $df=93$ ,  $GFI=984$ ,  $AGFI=961$ ,  $RMR=.028$ . The model accounted for 20.90 of variance in media

Department: Educational Research and Psychology

Student's signature: Wisaluk

Field of study: Educational Research

Advisor's signature: 

Academic year: 2008

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี โดยได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริเดช สุขีวะ โดยได้ให้คำแนะนำ แนวคิด ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องในการทำวิทยานิพนธ์ตั้งแต่เริ่มต้น จนเป็นวิทยานิพนธ์ที่สมบูรณ์เล่มนี้ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดี จึงขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. เอมอร จังศิริพรปกรณ์ ประธานคณะกรรมการการสอบวิทยานิพนธ์เป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะทางวิชาการเพื่อการแก้ไขปรับปรุง และมอบความรู้อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิทยานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ที่กรุณามอบความรู้ทางวิชาการด้านความรู้เท่าทันสื่อ ชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ และมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆ สาขาวิชาวิจัยการศึกษาและสาขาวัดและประเมินผลทางการศึกษา อาทิ โรจนรินทร์ บุษยรัตน์ เมษา และทุกคนที่ไม่อาจกล่าวถึงได้หมดในที่นี้ ที่ให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ และช่วยเหลือทั้งในการทำวิทยานิพนธ์และการเรียน

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่จาก Media Monitor พี่อ้อ พี่ตุ้ย พี่ฝน พี่ไธ พี่เจ๊ียบ พี่ตอง ชัน หมี่ สำหรับกำลังใจ มิตรไมตรีและแรงคิดดีๆ ที่มอบให้กัน

ขอขอบคุณ ธรรมชาติ ที่คอยให้ข้อคิด และเป็นกำลังใจที่ดีให้กันเสมอมา

ท้ายที่สุดขอกราบขอบพระคุณ คุณยายตา คุณพ่อสรวีชัย คุณแม่วันเพ็ญและครอบครัว เป็นอย่างสูง ที่เลี้ยงดูอบรมสั่งสอน ให้กำลังใจเป็นอย่างดีตลอดการทำวิทยานิพนธ์ตลอดมา จนกระทั่งประสบความสำเร็จดังเช่นทุกวันนี้

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ญ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>10</b>
ตอนที่ 1 ความหมายและแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ.....	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	14
การวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อและระดับของการรู้เท่าทันสื่อ.....	29
ตอนที่ 2 ปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อ.....	34
ตอนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
ตอนที่ 4 กรอบแนวคิด.....	50
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>53</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	53
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	82
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	83

<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b> .....	86
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิจัย.....	88
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้.....	104
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้อง ของโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	110
<b>5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b> .....	117
สรุปการวิจัย.....	118
อภิปรายผลการวิจัย.....	121
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	128
รายการอ้างอิง.....	130
ภาคผนวก .....	134
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือ.....	135
ภาคผนวก ข ตัวอย่างแบบสอบถาม.....	137
ภาคผนวก ค การปรับปรุงแบบสอบถาม.....	159
ภาคผนวก ง ตัวอย่างผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน.....	161
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	185



## สารบัญตาราง

ณ

ตาราง	หน้า
1 ปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน .....	39
2 รายชื่อโรงเรียน ห้องเรียนที่ทำการสุ่มตัวอย่าง .....	54
3 เกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ .....	58
4 ความหมายของคะแนนของข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ .....	58
5 โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด .....	63
6 ความหมายของคะแนนของแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อ .....	77
7 การแจกแจงตัวแปรที่ต้องการวัดและจำนวนข้อคำถาม .....	79
8 ค่า IOC ของแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ .....	80
9 ค่า IOC ของแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ .....	81
10 ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ .....	82
11 เกณฑ์การพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร .....	84
12 จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง .....	89
13 จำนวนร้อยละของนักเรียนจำแนกตามเพศและโรงเรียน .....	90
14 จำนวนนักเรียนจำแนกตามเพศและเกรดเฉลี่ย .....	91
15 ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ .....	92
16 ความถี่ในการดูโทรทัศน์จำแนกตามเพศ .....	92
17 ความถี่ในการฟังวิทยุจำแนกตามเพศ .....	93
18 ความถี่ในการอ่านนิตยสารจำแนกตามเพศ .....	93
19 ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ .....	94
20 ความถี่ในการชมภาพยนตร์จำแนกตามเพศ .....	94
21 ปริมาณเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ .....	95
22 ปริมาณเวลาในการดูโทรทัศน์จำแนกตามเพศ .....	96
23 ปริมาณเวลาในการฟังวิทยุจำแนกตามเพศ .....	96
24 ปริมาณเวลาในการอ่านนิตยสารจำแนกตามเพศ .....	97
25 ปริมาณเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ .....	97
26 ปริมาณเวลาในการชมภาพยนตร์จำแนกตามเพศ .....	98
27 ระดับการเปิดรับเนื้อหาแต่ละประเภทจำแนกตามเพศ .....	99
28 ระดับการรู้เท่าทันสื่อจำแนกตามระดับการรู้เท่าทันสื่อและเพศ .....	100

ตาราง	หน้า
29 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในการวิจัย.....	103
30 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด.....	106
31 ค่าสถิติผลการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง และการวิเคราะห์ อิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร.....	115



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญภาพ

๗

ภาพที่	หน้า
1 โลกทางกายภาพและโลกทางสังคมของปัจเจกบุคคล .....	16
2 แบบจำลองแนวคิดหลักการรู้เท่าทันสื่อ .....	21
3 ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน .....	41
4 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน .....	42
5 ปัจจัยด้านการพฤติกรรมการอ่านส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน .....	43
6 ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน .....	44
7 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนส่งผลต่อ การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน .....	44
8 ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะ ทางเศรษฐกิจและสังคมและปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการ เปิดรับสื่อของนักเรียนส่งผลต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักเรียน .....	45
9 ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน .....	46
10 กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ .....	52
11 โครงสร้างการสร้างสรรค์แบบวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเออเรซี ของ เชื้อจิต วิโรจน์ ไตรรัตน์ (2540) .....	59
12 โมเดลแสดงอิทธิพลของตัวแปรต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน .....	112

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลายทศวรรษที่ผ่านมา ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีศักยภาพสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งยังช่วยผลักดันในการพัฒนาสังคมด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น เศรษฐกิจ การศึกษา วัฒนธรรม สาธารณสุข ฯลฯ จึงทำให้สื่อมีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของทุกคน ดังที่ บุญรักษา บุญญะเขตมาลา กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนคือองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งในกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมของเรา มีส่วนกำหนดการเติบโตของเราในบางระดับอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (อ้างถึงในอดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, 2543) โดยเฉพาะสังคมเมืองที่ต้องการความสะดวกสบาย ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความเป็นไปในสังคม ซึ่งถือเป็นความจำเป็นและความได้เปรียบอย่างหนึ่งในยุคสมัยที่โลกมีสภาวะการแข่งขันสูงอย่างเช่นปัจจุบัน

Sarmiento (1995, อ้างถึงใน เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540) กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ ที่บอกถึงความเป็นไปในสังคมโลก เป็นแหล่งความรู้เกี่ยวกับคน สถานที่ เหตุการณ์ ทำให้เกิดความทันสมัย การเปิดรับสื่อไม่ว่าจะเป็น การอ่านหนังสือ การดูโทรทัศน์ การชมภาพยนตร์ การฟังวิทยุ จะทำให้ได้รับรู้สิ่งใหม่ๆ ที่แตกต่างออกไปจากวิถีชีวิตของตนเอง เนื่องด้วยสภาวะที่สังคมล้าสมัยขึ้น การเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากประสบการณ์ตรง (direct experience) นั้นตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันได้ไม่เพียงพอ ทำให้สื่อมวลชนมีสถานะเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร โดยที่ประชาชนไม่ต้องสัมผัสกับสิ่งเหล่านั้นด้วยตนเอง กาญจนา แก้วเทพ (อ้างถึงใน ชูลีพร เหวงศักดิ์โสภาคย์, 2541) กล่าวว่า การได้มาซึ่งความรู้ของคนไทยในปัจจุบันพบว่า ความรู้ส่วนมากเกินกว่าครึ่งได้มาจากสื่อโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์และวิทยุ เพราะในความรู้สึกของคนไทย ข่าวสารจากโทรทัศน์และวิทยุเป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือที่สุด จนมีคนกล่าวว่า สื่อมวลชนเป็น “โรงเรียนข้างเคียง” (Parallel Scholl) คือ เป็นสถาบันการเรียนรู้คู่กับโรงเรียนจริง

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสื่อมวลชนจะมีคุณประโยชน์ในฐานะที่ช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาความรู้ และเปิดโลกทัศน์ของประชาชนให้กว้างขึ้นอย่างที่ทราบกัน แต่บ่อยครั้งที่สื่อมวลชนถูกกล่าวหาว่าเป็นต้นตอของปัญหา และถูกวิพากษ์วิจารณ์จากหลากหลายฝ่ายด้วยกัน ว่าทำลายค่านิยม ทำความเสื่อมเสียให้วัฒนธรรม เป็นชนวนให้เกิดความขัดแย้ง ความรุนแรงในสังคม การเชื่อในข้อมูลข่าวสารที่สื่อนำเสนอโดยไม่มีข้อโต้แย้งนั้นแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้รับสื่อซึ่งเราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการทำกิจกรรมหรือการดำเนิน

ชีวิตประจำวันของเราส่วนหนึ่งมาจาก การรับรู้ การชี้นำวิธีการมองโลกผ่านเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ และ สื่อยังเป็นผู้สร้างภาพ ทศนคติและอคติต่างๆ ให้แก่บุคคลโดยสื่อจะตีกรอบให้บุคคลคิดตามหรือ สนใจเฉพาะแง่มุมที่สื่อนำเสนอ Potter (1998, อ้างถึงใน ฟารีดา เตชะวรินทร์เลิศ, 2548) กล่าวว่า ผลกระทบที่สื่อมีต่อบุคคลนั้นมีได้หลายระดับตั้งแต่ระดับ อารมณ์ ความคิดความรู้สึก ทศนคติ ค่านิยม จนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม ผลกระทบหรืออิทธิพลของสื่อมวลชนได้รับความสนใจในวงกว้าง โดยเฉพาะผลกระทบอันเกิดแก่เด็กและเยาวชน จากรายงานการสัมมนา เรื่อง อิทธิพลของสื่อสารมวลชนต่อพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน (2539) ระบุว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมของทุกคนโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมีอิทธิพลต่อเด็กเป็นอย่างมาก เนื่องจากเด็กจะได้รับ อิทธิพลจากสื่อโดยตรง

ในขณะที่เดียวกันสื่อยังมีอิทธิพลต่อครอบครัวและมีอิทธิพลต่อโรงเรียนด้วยซึ่งทั้ง ครอบครัวและโรงเรียนเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของเด็กจึงนับได้ว่าสื่อมีอิทธิพลทั้งทางตรงและ ทางอ้อมต่อเด็ก อิทธิพลในด้านบวกของสื่อ คือสื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของเด็กเนื่องจาก โอกาสการเรียนรู้ของเด็กจากประสบการณ์จริงมีอยู่อย่างจำกัด สื่อจึงช่วยเปิดประสบการณ์การเรียนรู้ให้เด็กได้เรียนรู้ประสบการณ์เสมือนจริงจากสื่อ ส่วนอิทธิพลในด้านลบคือสื่อมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมด้านความรุนแรง การถูกรอบงำทางความคิด ทศนคติ ค่านิยม เนื้อหาที่นำเสนอความ รุนแรงของสื่อจะนำไปสู่การเพิ่มความก้าวร้าวและมีแนวโน้มจะใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหา เกิดความรู้สึกเคียดแค้นหรือความหวาดกลัวต่อการใช้ความรุนแรง นอกจากนี้สื่อยังชักจูงให้เด็กมี พฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสมและไม่เป็นประโยชน์(ศิริวรรณ อนันต์ทิ, 2550)

พญ.จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรณและ คณะ (2541) อธิบายถึงสถานภาพของสื่อแต่ ละประเภทที่ปรากฏอยู่ในสังคมไทย และบทบาทที่มีต่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว สรุปได้ดังนี้

**หนังสือพิมพ์** เข้าถึงผู้สูงวัยผู้ชายและผู้มีการศึกษา แต่สาระในหนังสือพิมพ์เข้าไม่ถึงเด็กและเยาวชน โดยบทบาทของหนังสือพิมพ์ต่อเด็กและเยาวชนมีบทบาททางบวกในฐานะผู้ ช่วยเหลือหรือบทบาทด้านลบคือการเป็นผู้ทำร้ายละเมิดสิทธิเด็ก

**นิตยสารและหนังสือ** ส่วนใหญ่เข้าไม่ถึงเด็ก และมีเพียงนิตยสาร 30 ฉบับที่มี สาระบันเทิงที่จะช่วยในการพัฒนาเด็ก ส่วนหนังสือยังกระจายไปไม่ถึงเด็กผู้รับสาร

**ภาพยนตร์** เป็นสื่อบันเทิงของวัยรุ่นในปัจจุบัน โดยการสำรวจภาพสะท้อนความ นิยมของคนกรุงเทพฯ ในปี พ.ศ.2539 ก็พบว่า ร้อยละ 99.4 เคยดูหนังในโรงภาพยนตร์เฉลี่ย 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์โดยกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่ดูภาพยนตร์มากที่สุด

**วิทยุ** เป็นสื่อที่เน้นบันเทิงเป็นหลัก โดยหน่วยงานภาครัฐเป็นเจ้าของสถานีวิทยุ ทั้งหมด แต่ให้สัมปทานแก่กลุ่มธุรกิจที่สามารถดำเนินงานผูกขาดเพื่อแสวงหาผลกำไร

**โทรทัศน์** เป็นสื่อที่มีอิทธิพล และเป็นศูนย์กลางของการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในสังคมยุคนี้ ดังที่ปรากฏในผลการวิจัยไลฟ์สไตล์เด็กในเอเชีย “นิวเจเนอเรชันส์ ทีเอ็ม (New Gener Asians TM)” ของการ์ตูนเน็ตเวิร์ค พบว่า เด็กไทยเป็นกลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์กลุ่มใหญ่ที่สุดใน 14 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และ ร้อยละ 89 ของเด็กไทยจะดูทีวีทุกวัน (ค่านวร, 2543 อ้างถึงใน จันทรพีญ ชูประภาวรรณ และคณะ, 2541) และจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2546 พบว่า การดูโทรทัศน์วิดีโอเป็นกิจกรรมที่เด็กและเยาวชนไทยอายุ 6-24 ปี ทำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.62 เมื่อเทียบกับการเลือกทำกิจกรรมอื่นๆ (อ้างถึงใน จันทรพีญ ชูประภาวรรณ และคณะ, 2541)

การศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเด็กและเยาวชนของ มนัสวินี จันทะเลิศ (2548) พบว่าในบริบทของสังคมไทยสื่อเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการเรียนรู้โดยสื่อมีอิทธิพลในการอบรมนิสัยทางวัฒนธรรม ปลูกฝังทัศนคติค่านิยม เด็กจะเลียนแบบความรุนแรง การใช้ภาษา การแต่งกาย ที่สื่อนำเสนอโดยไม่แยกแยะว่าดีหรือไม่ นอกจากนี้ ลัดดา เหมาะสุวรรณและคณะ (2547) ได้สำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อโทรทัศน์และการใช้เวลาว่างของเด็ก พบว่า เด็กส่วนใหญ่ดูรายการโทรทัศน์ประเภทรายการบันเทิง โดยดูโทรทัศน์เฉลี่ยวันละ 3.2 ชั่วโมง และการใช้เวลาดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นตามอายุ เด็กวัยรุ่น ในช่วงอายุ 13 – 18 ปี ดูโทรทัศน์มากกว่าเด็กในวัยอื่น โดยดูโทรทัศน์เฉลี่ยวันละ 3.3 ชั่วโมง วันหยุดเฉลี่ย 4.9 ชั่วโมง และเด็กในชุมชนเมืองจะดูโทรทัศน์มากกว่าเด็กในชนบท การสำรวจการใช้เวลาว่างของเด็ก พบว่า ในกลุ่มเด็กวัยรุ่น อายุ 13 – 18 ปี เกือบทั้งหมดใช้เวลาว่างไปกับการดูโทรทัศน์หรือเล่นวิดีโอเกม จากผลการศึกษาทั้ง 2 ชิ้น แสดงให้เห็นว่าเด็กไทยเรียนรู้จากเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ และมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อมาก เด็กใช้เวลาส่วนใหญ่กับการดูโทรทัศน์ซึ่งสวนทางกับรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนที่อยู่ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมาสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนลดน้อยลงและมีการปรับเวลาออกอากาศใหม่อยู่เสมอทำให้เด็กขาดความต่อเนื่องในการติดตามทำให้เด็กไม่มีโอกาสได้เลือกรายการที่เหมาะสมกับตนเอง (มนัสวินี จันทะเลิศ, 2548)

ดังนั้นแนวความคิดเรื่องการป้องกันตนเองจากสื่อจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ จึงเกิดความพยายามที่จะสร้างภูมิคุ้มกันจากการครอบงำและชี้นำจากสื่อ นั่นคือ การรู้เท่าทันสื่อ หรือ Media Literacy ซึ่งเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ในสังคมไทย แต่ในต่างประเทศเช่น ในประเทศอังกฤษ, สหรัฐอเมริกาและแคนาดา การรู้เท่าทันสื่อเป็นวิชาที่เปิดสอนกันตั้งแต่ชั้นมัธยม บางประเทศสอนกันตั้งแต่ระดับประถมศึกษา (อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล และคณะ, 2549) Thoman (2005) กล่าวว่า การสื่อสารในปัจจุบันเกิดจากกระบวนการคิดและเทคโนโลยีที่ซับซ้อนมีภาษาเฉพาะตัวของสื่อ การที่จะรอดพ้นจากอิทธิพลและการชักจูงจากสื่อ บุคคลจะต้องมีทักษะ การอ่าน การเขียนทาง

ภาพและเสียง โดย Thoman ให้ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อว่าเป็นการรู้ที่จำเป็นสำหรับยุคศตวรรษที่ 21 เพราะปัจจุบันเราอยู่ในโลกที่เต็มไปด้วยสื่อหลากหลายชนิด ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารมีความสำคัญและจำเป็นต่อชีวิตมากขึ้น ประชาชนมีพฤติกรรมบริโภคสื่อในระดับสูง และที่สำคัญที่สุดสื่อมีอิทธิพลต่อกระบวนการประชาธิปไตย ซึ่งการที่จะเข้าถึงประชาธิปไตยต้องอาศัยทักษะ 2 ประการคือ ทักษะการคิดวิเคราะห์และการแสดงความคิดเห็น ซึ่งการรู้เท่าทันสื่อจะค่อยๆ สร้างทักษะการคิดวิเคราะห์และทักษะการแสดงความคิดเห็นให้เกิดขึ้นจนทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสิ่งที่รัฐอธิบายเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

จากอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อว่าเป็นองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์เพื่อใช้เป็นภูมิคุ้มกันในสังคมที่เต็มไปด้วยสื่อหลากหลายชนิดและจากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อและสื่อมวลชนศึกษาของ อุดุลย์ เพ็ชรรุ่งโรจน์ (2543) พบว่า งานวิจัยเรื่องการรู้เท่าทันสื่อส่วนใหญ่เน้นไปที่การศึกษากระบวนการเรียนการสอนการรู้เท่าทันสื่ออีกทั้งงานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น ดังนั้นจึงยังไม่มีผู้ที่ศึกษาในประเด็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อและการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มประชากรเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานครเนื่องจากนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งอยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นช่วงวัยที่อยากเรียนรู้ อยากทดลองสิ่งแปลกใหม่ และมีความอ่อนไหวต่อสภาพแวดล้อมที่ยั่วยุ รวมไปถึงมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมตามการชี้นำ จนตกเป็นเหยื่อของภัยคุกคามจากสื่อได้ง่าย ประกอบกับวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีวิถีชีวิตท่ามกลางความทันสมัย ความเป็นศูนย์กลางของเทคโนโลยี ดังนั้นวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร จึงมีโอกาสสัมผัสกับสื่อได้มากกว่าวัยรุ่นในชนบท ดังจะเห็นได้จากวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ มีค่านิยมการบริโภคสินค้าราคาแพง ดิดเกมออนไลน์ของวัยรุ่น และการใช้ความรุนแรง ฯลฯ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อและระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 พร้อมทั้งตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้เพื่อให้ได้องค์ความรู้ของการรู้เท่าทันสื่อ และนำเอาองค์ความรู้ที่ได้ไปพัฒนานักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันจากสื่อที่ไม่เหมาะสม มีศักยภาพในการเลือกรับสื่อ มีอิสระทางความคิดไม่หลงไปกับสื่อ ยั่วยุได้ง่าย นอกจากนี้ การรู้เท่าทันสื่อยังจะช่วยพัฒนาให้นักเรียนเกิดทักษะการคิดวิเคราะห์ การรู้จักวิพากษ์ ในด้านอื่นๆ นอกเหนือจากการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์สื่อ อันจะส่งผลให้เด็กที่มีการรู้เท่า

ทันสมัยจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีวิจาร์ญาณ มีความมั่นคงทางอารมณ์และความคิด ไม่หลงไปกับกระแสบริโภควัตถุนิยมของสังคมปัจจุบัน

### คำถามการวิจัย

1. นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร มีการรู้เท่าสื่อในระดับใด
2. โมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร มีลักษณะอย่างไร
3. โมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกันหรือไม่

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

### ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งสร้างโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2551 โดยศึกษาเฉพาะโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 53,808 คน

2. สื่อ ในการศึกษาวิจัยนี้คือ สื่อมวลชน (mass media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง นิตยสาร ภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ต

3. ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

*ตัวแปรตาม* คือ การรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร คือ ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตสื่อ การวิเคราะห์สาร และการประเมินสาร

*ตัวแปรอิสระ* คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ตามที่ผู้วิจัยได้การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าสื่อ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัย



ด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

**สื่อ** หมายถึง สื่อมวลชนมีลักษณะที่เป็นองค์กรหรือสถาบันเพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอ ถ่ายทอด เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ความบันเทิง ให้แก่ประชาชน ซึ่งสื่อมวลชนที่สนใจศึกษาครั้งนี้ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต

**การรู้เท่าทันสื่อ** หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจสื่อ สามารถตีความเนื้อหาสาระที่สื่อนำเสนออย่างชัดเจนตรงไปตรงมาและแอบแฝงได้ พร้อมทั้งเข้าใจถึงกระบวนการผลิตของสื่อมวลชน ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดจากสื่อ ตลอดจนสามารถเลือกเปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์และหลีกเลี่ยงเนื้อหาไม่พึงประสงค์ที่สื่อนำเสนอได้ ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตสื่อ การวิเคราะห์สาร และการประเมินสาร

**ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ** หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพการเป็นเจ้าของสื่อ รู้ถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน เข้าใจในวิธีการทำงานขององค์กรสื่อ รู้ว่าการดำเนินกิจการของสื่อมวลชนส่วนใหญ่เป็นการแสวงหาผลกำไร และเงื่อนไขทางธุรกิจ/ทุน มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของสื่อ

**ความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตสื่อ** หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจในเทคนิคในการสร้างความจริงของสื่อแต่ละประเภท ตระหนักว่าผลผลิตสื่อเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมีโครงสร้างและปรุงแต่งหลายขั้นตอน โดยการคัดสรร กำหนดวิธีการทั้ง คำพูด ภาพ และเสียง เพื่อถ่ายทอด “ความรู้สึกที่เป็นจริง” และให้ “ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ”

**การวิเคราะห์สาร** หมายถึง ความเข้าใจถึงใจความสำคัญของสาร เข้าใจความหมายทั้งในระดับคำและความหมายระดับประโยคอย่างถูกต้อง สามารถตีความภาษาและถอดรหัสสัญลักษณ์ได้ทั้งความหมายตรงและความหมายแฝง เข้าใจจุดประสงค์ของผู้ส่งสาร แยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น

**การประเมินสาร** หมายถึง สามารถตีความเนื้อหาสาระอย่างเชื่อมโยงกับบริบททางสังคมวัฒนธรรม หรือแนวคิดอุดมการณ์ของสื่อ สามารถระบุ ทศนคติ ค่านิยมที่มีอยู่ในเนื้อหาสาร รวมไปถึงสามารถตัดสินคุณค่าที่มีอยู่ในเนื้อหาสาร คาดคะเนถึงผลลัพธ์หรือสรุปในเชิงตรรกะที่จะเกิดขึ้นจากการรับสารในระดับบุคคลและระดับสังคม โดยตระหนักว่าสื่อให้ความสำคัญกับการ

ดำเนินชีวิตแบบบริโภคนิยม และประเมินคุณค่าของบุคคลจากวัตถุซึ่งสอดคล้องกับเศรษฐกิจแบบทุนนิยม

**พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ** หมายถึง แบบแผนการประพุดิปฏิบัติตนเกี่ยวกับการดูโทรทัศน์ การอ่านหนังสือพิมพ์ การอ่านนิตยสาร การฟังวิทยุ การใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียน รวมไปถึงความนิยมในการเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าวบันเทิงและสาระความรู้ ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ ลักษณะการเปิดรับสื่อ การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ และการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง

**ความถี่ในการเปิดรับสื่อ** หมายถึง ความบ่อยครั้งที่นักเรียน ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์ อ่านนิตยสาร ฟังวิทยุ ใช้อินเทอร์เน็ต มีหน่วยเป็นจำนวนวันต่อสัปดาห์

**ปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ** หมายถึง เวลาที่ใช้ในการดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์ อ่านนิตยสาร ฟังวิทยุ ใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียน มีหน่วยเป็นชั่วโมงต่อวัน

**ลักษณะการเปิดรับสื่อ** หมายถึง รูปแบบการเปิดรับสื่อของนักเรียนที่เป็น การเรียนรู้ผ่านสื่อ ได้แก่ การเรียนรู้จากเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ ทำให้เกิดความเข้าใจในชีวิต สังคม และวัฒนธรรม

**การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว** หมายถึง ความชื่นชอบและการติดตาม ข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ความเป็นไปของโลก

**การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้** หมายถึง ความชื่นชอบและการติดตาม ข้อมูลข่าวสารประเภทสาระความรู้

**การเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง** หมายถึง ความชื่นชอบและการติดตาม ข้อมูลข่าวสารประเภทบันเทิง

**ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน** หมายถึง ระดับผลการเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้จากการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของโรงเรียน ได้แก่ เกรดเฉลี่ยในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ปีการศึกษา 2550

**พฤติกรรมกรรมการอ่าน** หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความชอบอ่านหนังสือ และอ่านอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำ กล่าวคือ ใช้เวลายามว่างอ่านหนังสือ แสวงหาความรู้ด้วยการอ่านหนังสือ และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ได้อ่าน วิจัยงานเขียนหรือพูดคุยเพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องที่อ่านมากขึ้น ประกอบด้วย การใช้เวลายามว่าง การแสวงหาความรู้ ลักษณะการอ่านและการแสดงความคิดเห็น

**การใช้เวลาว่าง** หมายถึง การที่นักเรียนใช้เวลาในยามว่างอ่านหนังสือมากกว่าการทำกิจกรรมประเภทอื่น

**การแสวงหาความรู้** หมายถึง การที่นักเรียนค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มพูนความรู้ และติดตามข่าวสารด้วยการอ่านหนังสือ

**ลักษณะการอ่าน** หมายถึง รูปแบบการอ่านหนังสือ ได้แก่ ปริมาณการอ่าน ปริมาณเวลาที่ใช้ในการอ่าน และสาเหตุของการอ่านหนังสือ

**การแสดงความคิดเห็น** หมายถึง การที่นักเรียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ได้อ่าน วิจัยงานเขียน หรือพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นเพื่อให้เกิดความเข้าใจกับเรื่องที่อ่านมากขึ้น

**ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม** หมายถึง สถานะทางการเงินของครอบครัว และระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ประกอบด้วยรายได้ของครอบครัว และระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

**ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง** หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดที่ผู้ปกครองสำเร็จการศึกษา

**รายได้ของครอบครัว** หมายถึง รายรับของครอบครัวที่ได้ต่อเดือน

**การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน** หมายถึง พฤติกรรมของผู้ปกครองที่แสดงถึงการให้ความสนใจต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนและป้องกันการเปิดรับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ประกอบด้วย การควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อ การคัดกรองเนื้อหา การอธิบายหรือชี้แจง การส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์

**การควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อ** หมายถึง ผู้ปกครองตั้งกฎเกณฑ์การเปิดรับสื่อของนักเรียนโดยกำหนดปริมาณเวลาและช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ

**การคัดกรองเนื้อหา** หมายถึง ผู้ปกครองคัดกรองและจำกัดขอบเขตของเนื้อหาที่นักเรียนเปิดรับ โดยการควบคุมไม่ให้นักเรียนเปิดรับเนื้อหาลามกอนาจาร ความสัมพันธ์ทางเพศที่ไม่เหมาะสม ความรุนแรง ภาษาหยาบคาย หรือกำหนดการดูโทรทัศน์ของนักเรียนตามสัญลักษณ์เรตติ้ง

**การอธิบายชี้แจง** หมายถึง ผู้ปกครองชี้แจง อธิบายเกี่ยวกับเนื้อหาที่นักเรียนเปิดรับ โดยสอนให้นักเรียนแยกแยะระหว่างข้อเท็จจริงกับเนื้อหาที่ลือเลื่อง อธิบายให้นักเรียนเข้าใจในเนื้อหาที่เปิดรับมากขึ้น โดยเฉพาะเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม

**การส่งเสริมการเปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์** หมายถึง ผู้ปกครองส่งเสริมและกระตุ้นให้นักเรียนรับสื่อที่นำเสนอเนื้อหาที่มีคุณค่าและสร้างเสริมประสบการณ์ การเรียนรู้ของนักเรียน

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร
2. นำองค์ความรู้เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อที่ได้ไปพัฒนาให้นักเรียนรู้เท่าทันสื่อเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันจากสื่อที่ไม่เหมาะสม อันจะส่งผลให้นักเรียนมีศักยภาพในการเลือกรับสื่อ อีกทั้งการรู้เท่าทันสื่อยังช่วยพัฒนาให้นักเรียนเกิดทักษะการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์สื่อ ส่งผลให้นักเรียนเปิดรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ มีความมั่นคงทางอารมณ์และความคิด ไม่หลงไปกับกระแสบริโภคนิยมของสังคมปัจจุบัน



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และสื่อเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาค้นคว้าโดยแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ความหมายและแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ ตอนที่ 2 ปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อ ตอนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตอนที่ 4 กรอบแนวคิดของการวิจัย

#### ตอนที่ 1 ความหมายและแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ

ตอนที่ 1 ผู้วิจัยขอเสนอความหมายและแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย 1.1 ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ 1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 1.3 การวัดและระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องใหม่ในสังคมไทย แต่ในต่างประเทศเช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ แคนาดา การรู้เท่าทันสื่อเป็นวิชาหนึ่งที่กำหนดเป็นหลักสูตรการเรียนการสอนมานาน

จากการศึกษาเรื่องแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อของ ฮูดลีย์ เพียร์จุงโรจน์ (2543) พบว่าแนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อศตวรรษที่ 17 ในประเทศเยอรมนี และจากการประชุมระดับโลกว่าด้วยการรู้เท่าทันสื่อของยูเนสโก ณ กรุง Grundwald ประเทศเยอรมัน ได้มีการร่างคำประกาศว่าด้วยสื่อมวลชนศึกษา เพื่อส่งเสริมให้มีการจัดการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงมหาวิทยาลัย พัฒนาหลักสูตรการฝึกสำหรับครูและสื่อกลางเพื่อเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อแก่ครูผู้สอน ส่งเสริมการวิจัยและกิจกรรมพัฒนาเพื่อพัฒนาประโยชน์ของสื่อมวลชนศึกษา ส่งผลให้หลายประเทศมีความตื่นตัวด้านการศึกษาเพื่อสร้างความรู้เท่าทันสื่อ เช่น ออสเตรเลีย แคนาดา อังกฤษ ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส นอร์เวย์ สกอตแลนด์ และสวีเดน ได้มีการกำหนดโครงการการรู้เท่าทันสื่อเป็นหลักสูตรการศึกษาของประเทศ

#### 1.1. ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

คำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) มีคำที่มีความหมายใกล้เคียงอยู่หลายคำ ซึ่งขึ้นอยู่กับนักวิชาการว่าจะใช้การอ้างอิงกับตำราวิชาการเล่มใด ของประเทศไหน หรือองค์กรใด และจากการศึกษาของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) พบว่า ในสหรัฐอเมริกานิยมใช้คำว่า Media Literacy ส่วนในออสเตรเลียและยุโรปนิยมใช้คำว่า Media Education ซึ่ง เอื้อจิต วิโรจน์

ไตรรัตน์ ได้สรุปว่า Media Education เป็นการให้การศึกษาเรื่องสื่อ หรือเป็นกระบวนการเรียนการสอนเรื่องสื่อ ขณะที่ Media Literacy คือ สภาวะของความรู้ความเข้าใจสื่อ ผลผลิต อิทธิพลและผลกระทบของสื่อ ความสามารถในการวิเคราะห์ ผลผลิตสื่อ ความสามารถในการโต้ตอบสื่อ รวมไปถึงความสามารถในการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่า มีผู้ได้นิยามการรู้เท่าทันสื่อไว้ ดังนี้

การประชุมผู้นำแห่งชาติว่าด้วยการรู้เท่าทันสื่อของสถาบันแอสเพิน (Aspen Institute) (1992, อ้างถึงใน Aufderheide, P, 1993) ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า การรู้เท่าทันสื่อคือความสามารถเข้าถึง, วิเคราะห์, ประเมินและผลิตเนื้อหา จากสื่อที่หลากหลายประเภท

Hobbs (2007) ได้ขยายความค่านิยามการรู้เท่าทันสื่อ จากการประชุมผู้นำแห่งชาติว่าด้วยการรู้เท่าทันสื่อของสถาบันแอสเพิน (Aspen Institute) ว่าการรู้เท่าทันสื่อคือความสามารถในด้านต่างๆ ดังนี้

*ความสามารถในการเข้าถึงสาร (ability to access messages)* หมายถึง ความสามารถในการถอดรหัสสัญลักษณ์ และสะสมคำศัพท์ที่กว้างขวาง รวมถึงทักษะที่เกี่ยวกับการแสวงหา จัดการและเรียกใช้ข่าวสารจากแหล่งต่างๆ รวมไปถึงความสามารถในการใช้เครื่องมือเทคโนโลยี ทักษะการเข้าถึงมักถูกเรียกว่า การรู้ทันข้อมูลข่าวสาร (information literacy)

*ความสามารถในการคิดวิเคราะห์สาร (ability to analyze messages)* หมายถึง ทักษะความเข้าใจแบบตีความ ซึ่งรวมถึงความสามารถในการใช้การแบ่งแยกประเภทแนวคิดหรือความคิด ตัดสินประเภทของงาน การลงความเห็นเกี่ยวกับเหตุและผล การพิจารณากลยุทธ์และเทคนิคที่ใช้ในการสร้างงาน และการบอกจุดประสงค์มุมมองของผู้แต่ง ความสามารถในการวิเคราะห์ระดับสูงขึ้นไปยังอาจรวมถึงการจำแนกบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ หรือสุนทรียะ ทักษะในการวิเคราะห์ขึ้นอยู่กับความสามารถในการเข้าใจและใช้ความรู้เชิงความคิดอย่างมีประสิทธิภาพ

*ความสามารถในการประเมินสาร (ability to evaluate messages)* หมายถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์และคุณค่า ของความหมายที่มีต่อผู้อ่าน รวมถึงการใช้ความรู้ที่มีอยู่เดิมตีความงาน ทำนายผลลัพธ์ที่จะตามมาหรือบทสรุปในเชิงตรรกะ บอกค่านิยมที่อยู่ในสารและชื่นชมต่อคุณภาพเชิงสุนทรียะของงาน ทักษะการประเมินต้องใช้เวลา การมองโลก ความรู้ ทศนคติและค่านิยม

ความสามารถในการสื่อสาร (ability to communicate messages) คือทักษะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ได้แก่ ความสามารถที่จะเข้าใจผู้ฟังที่เรากำลังสื่อสารด้วย มีทักษะใช้สัญลักษณ์ในการสื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถจับความสนใจของผู้รับสาร มีทักษะในการผลิตสื่อวิดีโอ

Tallim (2003) ได้ให้ความหมายของ การรู้เท่าทันสื่อ ว่าเป็นความสามารถในการกลั่นกรองและวิเคราะห์สารจากสื่อ และความสามารถในการนำทักษะการคิดแบบวิพากษ์มาประยุกต์ใช้กับสื่อทุกรูปแบบ รวมไปถึงการตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการผลิตสื่อ เช่น แรงจูงใจ ทุน การให้คุณค่า และความเป็นเจ้าของ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตเนื้อหาสื่อ

Thoman (2003) ได้ให้ความหมายของ การรู้เท่าทันสื่อ ว่าเป็น ความสามารถในการตีความหมาย คำพูด สัญลักษณ์ ที่มีอยู่มากมาย จากโทรทัศน์ วิทยุ คอมพิวเตอร์ หนังสือพิมพ์ วารสาร และสื่อโฆษณาต่างๆ รวมไปถึงความสามารถในการตัดสินใจเลือก การตั้งคำถาม การไม่หวั่นไหวต่อสื่อรอบตัว

Bazalgette (2007) ได้ให้คำนิยามของการรู้เท่าทันสื่อว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือความสามารถที่เข้าถึง วิเคราะห์ และประเมินสื่อได้ โดยความสามารถเหล่านี้ จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรม องค์ความรู้ และความเข้าใจ โดย Bazalgette ได้ยกตัวอย่าง นิยามการรู้เท่าทันสื่อที่ใช้ในประเทศแถบยุโรป ว่าบุคคลที่มีการรู้เท่าทันสื่อคือบุคคลที่มีความสามารถ ดังนี้

1. ใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อที่จะเข้าถึง จัดเก็บเนื้อหา และแบ่งปันเนื้อหาที่ได้ให้แก่ผู้อื่นที่สนใจ
2. เลือกใช้สื่อได้เหมาะสม โดยคำนึงถึงความหลากหลายของสื่อและลักษณะเฉพาะหรือวัฒนธรรมของสื่อแต่ละประเภท
3. เข้าใจถึงกระบวนการผลิตว่าสื่อผลิตมาได้อย่างไร
4. วิเคราะห์ถึงเทคนิค ภาษา และรูปแบบที่สื่อใช้ในการถ่ายทอดเนื้อหา
5. สร้างสรรค์สื่อเพื่อนำเสนอแนวคิดและบอกถึงทัศนคติของตนเอง
6. คัดแยก หลีกเลียงหรือปรับเปลี่ยนเนื้อหาและบริบทที่ไม่ต้องการหรือที่เป็นอันตราย
7. ใช้ประสิทธิภาพของสื่อเป็นเครื่องมือส่งเสริมประชาธิปไตยและหน้าที่ทางการเมืองของตนเอง

James Potter (2001) ได้กล่าวถึงความหมายของการรู้เท่าทันสื่อใน 4 มิติ ได้แก่

1 มิติความเข้าใจ (cognitive dimension) หมายถึง กระบวนการคิด ความสามารถในการเข้าถึงแต่สัญลักษณ์ง่าย ๆ ไปจนถึงเรื่องที่มีความซับซ้อน มิติความเข้าใจเป็น มิติด้านสติปัญญา ต้องอาศัยโครงความรู้ที่แข็งแรงจึงจะสร้างความเข้าใจได้อย่างทะลุปรุโปร่ง

2 มิติอารมณ์ (emotional dimension) หมายถึง มิติด้านความรู้สึก ซึ่งบุคคล มีอ่อนไหวด้านอารมณ์ไม่เท่ากัน ความรู้เท่าทันสื่อในมิติอารมณ์ หมายถึง การจำแนกสัญลักษณ์ที่ใช้กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกแต่ละอย่างได้ และรู้ว่าผู้ผลิตสื่อกำลังกระตุ้นให้ผู้รับสื่อเกิดความรู้สึกอะไร และสามารถใช้อสื่อเพื่อปรับอารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ตามความต้องการ

3 มิติสุนทรียะ (aesthetic dimension) หมายถึง ความสามารถผลิตเพิลิน ใจ เข้าถึง และเห็นคุณค่าของเนื้อหาสื่อจากมุมมองทางศิลปะ สามารถจับความแตกต่างระหว่าง ศิลปะและของเลียนแบบ รู้สไตล์ศิลปะเฉพาะตัวของนักเขียน ผู้ผลิตรายการ หรือผู้กำกับแต่ละคน

4 มิติจริยธรรม (moral dimension) หมายถึง ความสามารถที่จะสรุปค่านิยม ที่ซ่อนอยู่ภายในเนื้อหา

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ ว่าเป็น พัฒนาการทางความคิดและปัญญา ที่มีเป้าหมายสูงสุดคือ การสร้างผู้รับสื่อที่มีความรู้ ความ เข้าใจในสื่อและผลผลิตสื่อ สามารถแยกความเห็นจากความเป็นจริง สามารถตัดสินใจที่สื่อ นำเสนออย่างเที่ยงตรง เป็นผู้รับสื่อที่มีพลังอำนาจและกระตือรือร้น มีจุดยืนทางสังคม เข้าใจ ตนเอง เข้าใจสังคม เข้าในสิ่งที่สื่อนำเสนอ สามารถมีส่วนร่วม ตอบโต้หรือแสดงความคิดเห็นต่อสื่อ ด้วยวิธีการต่างๆที่เหมาะสม

อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์ (2543) ได้ให้ความหมายของ ความรู้เท่าทันสื่อ ว่าเป็น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อ และทักษะในการใช้สื่อ โดยความรู้เท่าทันสื่อ สามารถแบ่งได้ 2 ระดับ คือ ความรู้เท่าทันสื่อขั้นพื้นฐานและความรู้เท่าทันสื่อขั้นสูงหรือขั้นวิพากษ์สื่อได้

มุมมองของนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนไทย (อ้างถึงใน อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์ 2543) การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อ ตั้งแต่ความรู้ใน ระดับแคบจนถึงระดับกว้าง เช่นการเข้าใจว่าสื่อมวลชนคืออะไร มีบทบาทหน้าที่อย่างไร มีวิธีการ ทำงานอย่างไร รู้ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของสื่อ รู้ภาษาสื่อสมัยใหม่ เข้าใจ กระบวนการผลิตสื่อ และความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์สื่อ ได้แก่ ความสามารถตีความ เนื้อหา สารและนัยยะที่อยู่ในสื่อ สามารถแยกแยะระหว่างข้อเท็จจริง/ความจริง/ความคิดเห็น/สิ่ง ที่สื่อต้องการชี้แนะ วิเคราะห์ได้ว่าสื่อมีวัตถุประสงค์อย่างไรในการสื่อ ความเป็นไปได้และความ น่าเชื่อถือมากน้อยแค่ไหน รู้จักวิพากษ์สื่อ ตลอดจน การรู้ว่าจะนำเนื้อหาสาระจากสื่อมาใช้ ประโยชน์ได้อย่างไรเพื่อตนเอง ชุมชนและสังคม



จากนิยามการรู้เท่าทันสื่อ สามารถสรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความรู้ความเข้าใจสื่อ สามารถตีความเนื้อสารที่สื่อนำเสนออย่างชัดเจนตรงไปตรงมาและแอบแฝงได้ พร้อมทั้งเข้าใจถึงกระบวนการผลิตของสื่อมวลชน ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดการเปิดรับสื่อ ตลอดจนสามารถเลือกเปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์และหลีกเลี่ยงเนื้อหาไม่พึงประสงค์ที่สื่อนำเสนอได้

## 1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการสอนการรู้เท่าทันสื่อไม่ใช่แนวคิดทฤษฎีที่สร้างขึ้นใหม่ แต่เป็นการนำเอาองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมโดยเฉพาะทฤษฎีการสื่อสารมวลชน มานำเสนอในมิติที่จะเกิดประโยชน์แก่ผู้รับสื่อ (อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, 2543) หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า หากต้องการรู้เท่าทันสื่อแล้วก็ต้องรู้จักสื่อให้ดีเสียก่อน เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ โดยมีแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ ทฤษฎีที่อธิบายถึงอิทธิพลของสื่อมวลชน กระบวนการสื่อความหมายของสื่อ และการวิพากษ์สื่อ ดังนี้

ทฤษฎีที่อธิบายถึงอิทธิพลของสื่อมวลชน ได้แก่

1. **ทฤษฎีปลูกฝังความจริง** ทฤษฎีนี้เกิดในช่วงทศวรรษ 1960-1970 โดย Gerbner และคณะ ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์เพื่อดูปริมาณความรุนแรงที่นำเสนอผ่านกระบวนการต่างๆ โดย Gerbner ได้นำเสนอกรอบทฤษฎีเพื่อใช้อธิบายผลกระทบที่เกิดจากความรุนแรงทางโทรทัศน์ที่มีผลต่อความเชื่อของประชาชน นั่นคือ "ทฤษฎีการปลูกฝังความจริง" (cultivation theory) ซึ่ง Gerbner ได้สรุปข้อค้นพบว่า โทรทัศน์มีบทบาทในลักษณะของ 3B คือ (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

Blurring คือ สื่อโทรทัศน์ค่อยๆ ลบภาพหรือทำให้โลกของความเป็นจริงที่คนเคยพบเจอจากประสบการณ์ตรงหรือเรียนรู้จากแหล่งอื่นๆที่ไม่ใช่สื่อให้จางหายไป

Blending คือ สื่อโทรทัศน์ค่อยๆ ผสมผสานความเป็นจริงของคนเข้ากับกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในโทรทัศน์

Bending คือ สื่อโทรทัศน์ค่อยๆ โน้มให้โลกของคนเป็นไปตามกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อผลของโทรทัศน์เอง

นอกจากนี้ ทฤษฎีการปลูกฝังความจริง ยังเชื่อว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนมีอยู่แล้ว และเป็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว โดย Gerbner กล่าวถึงสาเหตุที่สื่อโทรทัศน์มีบทบาทในการปลูกฝังโลกที่เป็นจริงให้แก่บุคคล เนื่องจาก

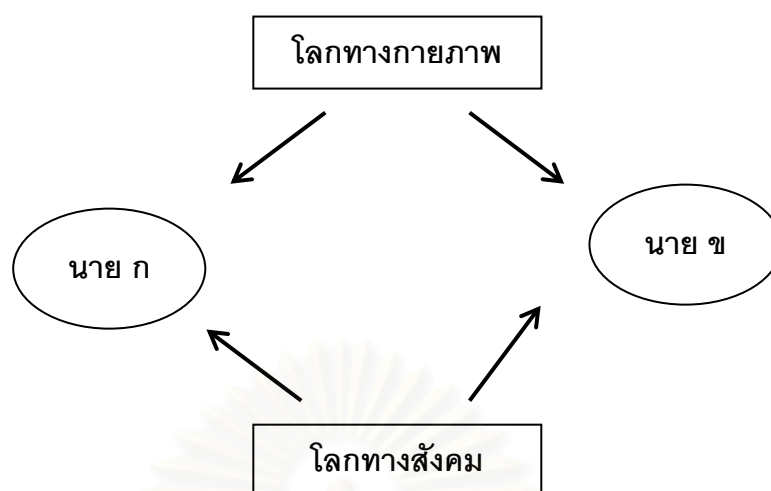
1. โทรทัศน์เป็นสื่อที่มาบ่อย มาแรง มาเร็ว และมีลักษณะที่ซ้ำกัน

2. แบบแผนการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของผู้รับสารมักเป็นแบบไม่เฉพาะเจาะจง เช่น เปิดดูโทรทัศน์ทั้งที่ไม่ได้ตั้งใจหรือเลือกดูรายการอะไรเป็นพิเศษ ทำให้อัตราการเปิดรับมีอัตราที่สูง หรืออาจเรียกว่าเป็นดูโทรทัศน์เพราะความเคยชิน

3. ลักษณะรายการโทรทัศน์ ได้แก่ รายการข่าว เกมโชว์ สารคดี มีแบบแผนเดียวกันทุกยุคทุกสมัย ดังนั้นโลกที่โทรทัศน์สร้างมาห่อหุ้มตัวบุคคลจึงส่งผลกระทบต่อทัศนคติทางเดียว

4. โลกแห่งความจริงเป็นสิ่งที่อยู่ห่างไกลยากที่จะเข้าถึง และเต็มไปด้วยความสลับซับซ้อน ในขณะที่โลกที่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ของคน โลกของสื่อโทรทัศน์เป็นโลกที่อยู่ประชิดตัวเป็นโลกที่เรียบง่ายจึงสะดวกต่อความเข้าใจ ด้วยเหตุนี้คนจึงถูกปลูกฝังและเรียนรู้จากโลกของสื่อโทรทัศน์มากกว่าโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งสื่ออาจมีวิธีปลูกฝังความจริงได้ 2 ลักษณะ คือ วิธีหลัก (mainstreaming) วิธีนี้เป็นการปลูกฝังในกลุ่มคนที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ในชีวิตไปกับการดูโทรทัศน์ทำให้ได้รับข้อมูล แนวคิดและสัญลักษณ์จากโทรทัศน์ และวิธีสะท้อน (resonance) เกิดในกรณีที่ผู้ชมเลือกชมรายการโทรทัศน์เฉพาะส่วนที่ตรงกับประสบการณ์ในชีวิตจริงของเขาซึ่งวิธีนี้เป็นการปลูกฝังแบบ 2 ชั้น คือ ทั้งประสบการณ์จริงที่จำกัดและประสบการณ์ผ่านสื่อที่เลือกรับเพียงบางส่วน

**2. แนวคิดการสร้างความเป็นจริงทางสังคม** กาญจนา แก้วเทพ (2547) ได้อธิบายแนวคิดนี้ว่า เริ่มมาจากแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีวิวัฒนาการที่เชื่อว่า “ความเป็นจริง” (Reality) นั้น มิใช่เป็นสิ่งที่มียู่ แล้วรอให้นักวิชาการไปค้นพบ แต่ “ความเป็นจริงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมา (Construct)” ดังนั้นเมื่อนำแนวคิดนี้มาเชื่อมโยงกับเรื่องสื่อมวลชน เช่น การรายงานข่าว จะอธิบายได้ว่า ในทางสื่อมวลชน สิ่งที่เราเรียกว่า “ข่าว” นั้นมิใช่การรายงานความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเป็นเหตุการณ์ หากแต่เป็นการ “สร้าง” ความเป็นจริงจากเหตุการณ์นั้นขึ้นมา (ในขณะที่ตัวเหตุการณ์มีหลายมิติมาก) ซึ่งแล้วแต่นักข่าวแต่ละคนจะหยิบเหตุการณ์นั้นมาสร้างเป็นข่าวอย่างไร และในส่วนของผู้รับสาร แนวคิดการสร้างความเป็นจริงทางสังคมได้อาศัย ทศนะของ G.M. Mead ที่มองว่าผู้รับสารไม่ได้เป็น Passive Audience ที่นั่งรอให้สื่อมวลชนเป็นฝ่ายสร้างความจริงมาล้อมรอบตัวเองอยู่ฝ่ายเดียว ในอีกด้านหนึ่ง ผู้รับสารจะมีลักษณะ Active คือได้ใช้เนื้อหาจากสื่อมวลชนมาสร้างทัศนคติ ความเชื่อ ความคิดของตัวเองเช่นกัน กล่าวคือ ทั้งสื่อมวลชนและผู้รับสารต่างช่วยกันผสมผสานสร้างความเป็นจริงที่เป็นแบบฉบับของแต่ละบุคคลขึ้นมา ดังแผนภาพต่อไปนี้



ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ, 2547: 321

**ภาพที่ 1** โลกทางกายภาพและโลกทางสังคมของปัจเจกบุคคล

ภาพที่ 1 อธิบายได้ว่า เรามีโลกแวดล้อมรอบตัวอยู่ 2 ระดับ ระดับแรกคือ โลกทางกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น ท้องฟ้า แม่น้ำ ต้นไม้ ฯลฯ และระดับที่สอง คือ โลกทางสังคมซึ่งเกิดจากการสร้าง (Construct) ของสังคม โดยโลกทางสังคมย่อมมีความแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ในแต่ละยุคสมัย และในปัจจุบัน สื่อมวลชนได้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความเป็นจริงทางสังคมขึ้นมาแวดล้อมบุคคล แม้แต่ในกรณีที่บุคคลยังไม่เคยสัมผัสโลกทางกายภาพก็ยังสามารถรับรู้หรือมีโลกแห่งสังคมเกี่ยวกับความจริงของเรื่องนั้นได้เป็นอย่างดี ด้วยการการทำงานของสื่อมวลชน

**3. ทฤษฎีโฆษณาชวนเชื่อของ Lasswell** (อ้างถึงใน อุดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, 2543) โดย ทฤษฎีนี้มองว่า สื่อมวลชนเป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการสื่อสารโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อโน้มน้าวความคิดเห็น ความเชื่อและการกระทำของผู้รับสาร ซึ่ง Lasswell เรียกกระบวนการโฆษณาชวนเชื่อ นี้ว่า “การปลูกฝัง” (cultivation) โดยผู้สื่อสารจะวางแผนกลยุทธ์เลือกวิธีการนำเสนอและเลือกใช้สัญลักษณ์ที่สามารถเชื่อมโยงกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสาร และเมื่อกลยุทธ์การปลูกฝังทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะเกิดการสร้าง “สัญลักษณ์ร่วมขึ้นมา” (collective/master symbols) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยการปลูกฝังนี้มีปัจจัยสำคัญคือ การใช้เวลาสั่งสมอย่างต่อเนื่องยาวนานรวมทั้งการเลือกใช้สื่อหลายๆ อย่างประกอบกัน

สรุปได้ว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ความเชื่อของผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ที่ปลูกฝังความจริงให้แก่ผู้รับสาร นอกจากนี้สื่อมวลชนยังสอดแทรก คติความเชื่อ ค่านิยม คุณธรรมลงไปในเนื้อสารที่สื่อสร้างขึ้น อธิบายได้จาก ทฤษฎีต่อไปนี้

**4. ทฤษฎีสัญญะศาสตร์** ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญแก่ผู้ผลิตสาร (producer) ว่าเป็นมากกว่าแค่ผู้ส่งสาร (sender) และให้ความสำคัญกับมิติทางความคิดของผู้อ่านสาร มากกว่าการเป็นแค่ผู้รับสาร (receiver) สัญญะศาสตร์จึงเป็นกระบวนการสร้างความหมาย (signification) หรือวิธีการที่จะนำเอาสัญญะต่างๆ มาใช้ตีความหมายภายในตัวบท (text) อันเป็นผลทั้งหมดของการสื่อสาร (อรรถวรรณ ปิสังคนิโรวาท, 2549) ในทางปฏิบัติ สัญญะศาสตร์คือ ปฏิบัติการสื่อความหมาย เกิดขึ้นเมื่อมีการใช้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง (A) เป็นสิ่งกระตุ้นให้เข้าไปถึงอีกสิ่งหนึ่ง (B) โดยที่ A อาจเป็นถ้อยคำในภาษา เช่น เสื้อพระราชทาน กระตุ้นให้นึกถึงหรือเข้าใจถึง B อาจจะเป็นความเป็นไทย การเกาะเกี่ยวกันระหว่าง A กับ B ทำให้เกิด “สัญญะ” (sign) หรือ หน่วยสื่อความหมายซึ่งประกอบด้วย “รูปสัญญะ” (signifier) หรือ A และ ความหมายสัญญะ (signified) หรือ B โดย รูปสัญญะจะมีลักษณะเป็นรูปธรรมจับต้องมองเห็นได้ ส่วนความหมายสัญญะมีลักษณะเป็นแนวความคิด ซึ่งจะรับรู้ได้ต้องผ่านการตีความรูปสัญญะ อันเป็นการตีความหมายตามสัญญะนิยมที่รับรู้ร่วมกันโดยกลุ่มคน (อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, 2543) นอกจากนี้ Barthes นักสัญญะศาสตร์โครงสร้าง กล่าวว่า ปฏิบัติการสื่อความหมายในทางวัฒนธรรมเป็นการนำเอาคติความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ สวมทับลงไปบนวัตถุสิ่งของซึ่งล้วนมีประโยชน์ใช้สอยเดิมอยู่ พร้อมกับดึงเอาวัตถุเหล่านั้นเข้ามาสัมพันธ์กันจนเกิดความหมายอื่นขึ้น โดยประโยชน์ใช้สอยเดิมของวัตถุนั้นเองจะคอยทำหน้าที่กลบเกลื่อนการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมไม่ให้โจ่งแจ้งเกินไป อาจกล่าวได้ว่าสัญญะศาสตร์ช่วยให้เราให้เราเข้าใจในชัดเจนขึ้นว่า วัตถุใดๆ ในสังคมไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภคบริโภค แฟชั่น ของสะสม หรือ ผลงานศิลปะ ไม่ได้มีเพียงมูลค่าใช้สอย (use value) หรือ มูลค่าแลกเปลี่ยน (exchange value) เท่านั้น แต่ยังมี “มูลค่าสื่อความหมาย” (signifying value) ด้วย (อ้างถึงใน อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, 2543)

จากอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อผู้รับสารและกระบวนการสื่อความหมาย ผู้วิจัยขอเสนอทฤษฎีวิพากษ์ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงแนวทางการวิเคราะห์สื่อมวลชน ดังนี้

**5. ทฤษฎีวิพากษ์** ทฤษฎีนี้มีต้นกำเนิดมาจากทฤษฎีของ Marxist หรือทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง (political economy) โดย McQuail (1987) (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

ปรัชญาของทฤษฎีวิพากษ์เชื่อว่าความจริงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมา ดังนั้นจึงต้องตั้งคำถามกับปรากฏการณ์ทางสังคมว่า “สิ่งที่เป็นอยู่นั้นเป็นมาได้อย่างไร จะคลี่คลายได้อย่างไร ด้วยกลไกกระบวนการอะไร” กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์ถึงประวัติศาสตร์ รากเหง้าความเป็นมาของปรากฏการณ์ทางสังคม (Social Context of Emergence)

นอกจากนี้ ทฤษฎีวิพากษ์จะใช้การวิเคราะห์ในลักษณะองค์รวม (Holistic) กล่าวคือ การวิเคราะห์จะพิจารณาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างปัจจัยต่างๆ หากกล่าวในมิติของสื่อมวลชน ทฤษฎีวิพากษ์มีแนวคิดพื้นฐานว่า สื่อมวลชนไม่เคยเกิดขึ้นอย่างตัดขาดจากบริบททางสังคมเลย ไม่ว่าจะเป็นมิติด้าน เศรษฐกิจ การเมือง สังคม หรือวัฒนธรรม

ในส่วนของการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสังคม ทฤษฎีวิพากษ์อธิบายว่าสังคมประกอบด้วยกลุ่มคนในชนชั้นต่างๆ ที่ล้วนมีความขัดแย้ง (Conflict & Contradiction) เป็นหลัก ดังนั้น คนแต่ละกลุ่มก็จะพยายามใช้กลไกทุกอย่างของสังคม รวมถึงสื่อมวลชนเพื่อจัดการกับความขัดแย้งดังกล่าว เพื่อให้ผลลัพธ์สุดท้ายออกมาเป็นประโยชน์แก่กลุ่มหรือชนชั้นของตนให้มากที่สุด กล่าวคือ คนแต่ละกลุ่มจะใช้สื่อมวลชนเพื่อลดการขัดแย้งและเพื่อผลประโยชน์ให้แก่ตนเอง

ดังนั้น สื่อมวลชนไม่มีอิสระและเสรีภาพในการทำงานมากนัก เพราะสื่อต้องทำงานอยู่ใต้กรอบและแรงผลักดันจากกลุ่มพลังต่างๆ ในสังคม สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงกลไกทางสังคม ในฐานะผู้ผลิตความคิดอย่างหนึ่งของสังคม ที่มักจะตกเป็นเครื่องมือให้กลุ่มผู้ปกครอง กลุ่มเจ้าของทุนหรือกลุ่มที่ได้เปรียบ มีอภิสิทธิ์และมีอำนาจในสังคมนำเอาไปใช้จัดการกับกลุ่มคนอื่นๆ (E.M. Rogers อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

**6. ทฤษฎีการเข้ารหัสและการถอดรหัส** ของ S.Hall (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีในกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ สำนัก Birmingham (Cultural Study) โดยมีแนวคิดจากเรื่อง “ความเป็นจริง” (Reality) ของ F.DeSaussure นักภาษาศาสตร์ผู้บุกเบิก ทฤษฎีสัญญาวิทยา (Semiology) ที่อธิบายว่า ภาษาเป็นตัวสร้างความจริง ดังนั้น จึงไม่มีสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นจริง” จนกว่าจะมีผู้ “สร้าง” ขึ้นมา และสื่อมวลชนได้สร้างความจริงขึ้นมาแล้วเผยแพร่ถ่ายทอด ความจริงในรูปแบบรายการต่างๆ ให้แก่กลุ่มผู้รับสาร และเมื่อกระบวนการสร้างและถ่ายทอดความจริงสำเร็จก็จะเกิดความหมายร่วม (Shared Meaning) ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารที่สามารถ “รับรู้” ความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการได้ โดยกระบวนการสร้างและถ่ายทอดนี้เรียกว่า “การเข้ารหัส” (Encoding) และ “การถอดรหัส” (Decoding) ซึ่ง Hall ได้อธิบายกระบวนการดังนี้

ผู้รับสาร ทฤษฎีการเข้ารหัสและการถอดรหัสมองผู้รับสารเป็นระดับ “กลุ่มคน” และรหัสของผู้ส่งสารกับผู้รับสารเรียกว่า ระบบรหัส (Code System) ซึ่งระบบรหัสของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่จำเป็นต้องเป็นรหัสชุดเดียวกันเสมอไป เนื่องจากมีปัจจัย เช่น ภูมิหลัง ประสบการณ์ ระดับการศึกษา อาชีพ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ จุดยืนทางการเมือง เพศ ชนชั้นอุดมการณ์ ฯลฯ ที่ทำให้รหัสของผู้รับสารและผู้รับสารไม่ตรงกันได้ และการรับสารผู้รับสารจะ

เลือกรับตามลักษณะของกลุ่มผู้รับสาร และในกลุ่มผู้รับสารเดียวกันยังสามารถตีความเนื้อสารที่ได้รับแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวคิดการตีความสารนี้ เป็นเรื่องของการเลือกรับรู้ และเป็นการเลือกรับรู้โดยอัตวิสัย

ผู้ส่งสาร ทฤษฎีนี้มองว่า ผู้ส่งสารไม่ได้ทำหน้าที่เพียงส่งข่าวสารเท่านั้น (Transmitor) แต่เป็น “ผู้ที่ได้เข้ารหัส” (Encode) กล่าวคือ ผู้ส่งสารได้ส่ง “ข่าวสาร” และ “ติดตั้งรหัสการถอดความหมายจากสาร” ให้แก่ผู้รับไปพร้อมกัน โดยที่การถอดรหัสอาจไม่ครบถ้วนถูกต้องตามที่ผู้ส่งสารต้องการ แต่ผู้รับสารยังคงความหมายหลักๆ หรือใจความสำคัญๆ เอาไว้ได้ ไม่ว่าจะเป็น การใช้ภาษา สื่อภาพ สื่อเสียง หรือสื่ออื่นๆ เพราะในกระบวนการรับสาร ผู้ชมได้เรียนรู้ (หรือได้รับการติดตั้ง) รหัสที่มีอยู่ไปด้วย

ดังนั้นในฐานะที่ “ข่าวสาร” เป็นความจริงประเภทหนึ่ง แต่จากแนวคิดเรื่อง “ความจริงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น” ดังนั้น “ข่าวสารที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จึงไม่มี จะมีก็แต่ข่าวสารที่ถูกสร้างขึ้นเท่านั้น” แม้กระทั่งในกระบวนการสร้างข่าวสาร (จากฝ่ายผู้ส่ง) และในกระบวนการรับข่าวสารล้วนแล้วแต่ดำเนินไปอย่าง Active และมีการตีความสอดแทรกอยู่ตลอดเวลา

ขั้นตอนของการสื่อสาร ขั้นตอนสื่อสารแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนการผลิต (Production) ขั้นตอนเผยแพร่ (Circulation) ขั้นตอนการใช้/การบริโภคสาร (Use/Consumption) โดยทฤษฎีการเข้ารหัสและการถอดรหัส มองว่า กระบวนการเข้า/ถอดรหัสนั้นจะต้องถูกควบคุมทุกขั้นตอน เพื่อให้ความหมายสุดท้ายในขั้นตอนของผู้รับสารตรงกับความหมายแรกของผู้ส่งสาร โดยวิเคราะห์ขั้นตอนการสื่อสารดังนี้

1. ขั้นตอนการผลิต (Production) ในขั้นตอนนี้ ผู้ส่งสารต้องดำเนินการปฏิบัติการด้านภาษา (Discursive Practice) โดยอาศัยองค์ประกอบหลายประการ เช่น การจัดการกรอบความหมายและความคิด (Framing Meaning & Ideas) ต้องมีความรู้ในเรื่องที่ต้องใช้งาน (Knowledge-In-Use) มีทักษะทางเทคนิค (Technical Skill) อุดมการณ์ทางวิชาชีพ การมีความรู้เกี่ยวกับสถาบันต่างๆ เข้าใจค่านิยมและความเชื่อต่างๆ ของสังคม มีภาพผู้รับสารอยู่ในใจ เป็นต้น จากองค์ประกอบที่กล่าวมา ทำให้เข้าใจได้ว่า ในขั้นการผลิตผู้ส่งสารมีหลักการทำงานและผ่านการกลั่นกรองมากเป็นอย่างดีแล้ว เพื่อให้สารที่ส่งออกมามีประสิทธิภาพสารสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่ผู้ส่งสารวางเอาไว้

2. ขั้นตอนเผยแพร่ หมายถึงช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารประเภทต่างๆ ซึ่งในการเผยแพร่นี้จะเกี่ยวข้องกับตัวแปร 2 ตัวคือ ปริมาณความถี่ของการเผยแพร่ และธรรมชาติของสื่อถูกใช้เป็นช่องทางการส่งสาร หรือกล่าวได้ว่า ข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่แบบ “มาบ่อย มาได้รวดเร็ว มา

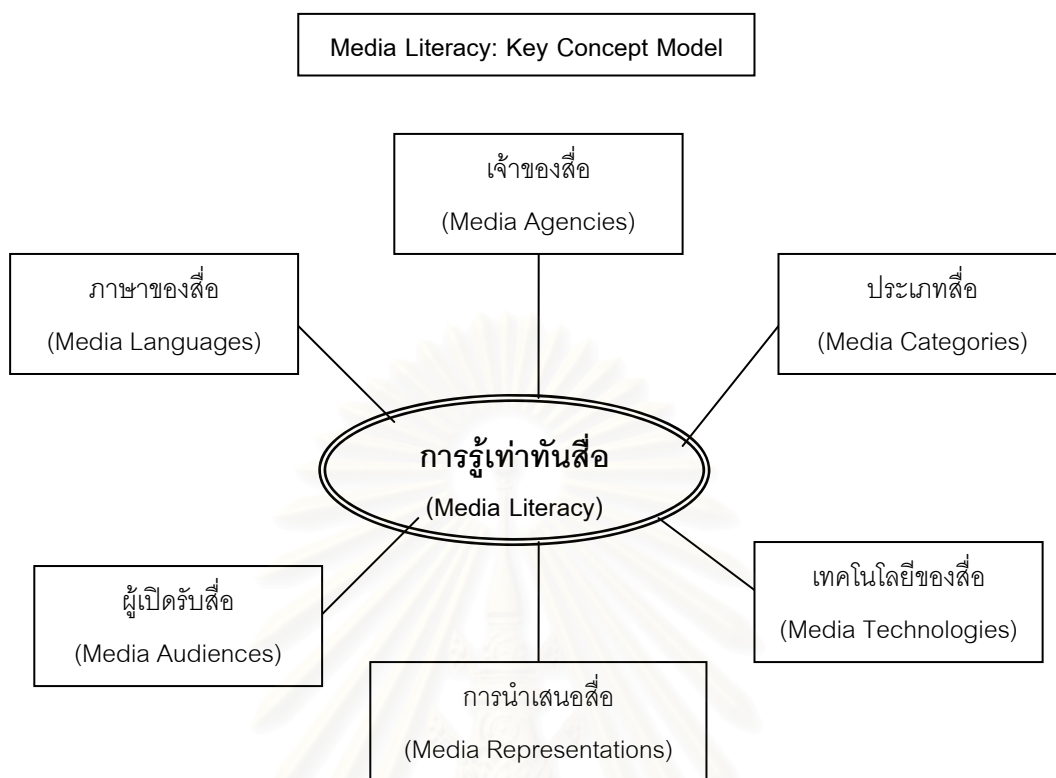
ได้อย่างรุนแรง” ย่อมมีโอกาสเข้าถึงผู้รับสารได้มากกว่า และการเผยแพร่ต้องจำเป็นพิจารณาข้อเด่น ข้อด้อยของสื่อประเภทต่างๆ ด้วย

3. *ขั้นการใช้ / การบริโภค (Use/Consumption)* จากแนวคิดที่ว่า “ข่าวสารนั้นไม่ได้สำคัญเพียงแต่ว่า ได้ผลิตขึ้นมาอย่างไรเท่านั้น แต่ยังสำคัญต่อไปอีกว่าข่าวสารนั้นถูกรับรู้ได้อย่างไร” กล่าวโดยสรุปคือ สิ่งที่ผู้รับสารกระทำไม่เพียงแต่จะ “อ่านความหมาย” ที่อยู่ในสารของผู้ส่งเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารจะนำเอา “ตนเอง” เข้าไปสร้างความหมายด้วย ดังนั้น ในช่วงเวลาที่ผู้รับสารสัมพันธ์กับสารเป็นช่วงเวลาแห่งการถอดรหัส (Decoding) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มิอิสระในตนเอง จึงไม่จำขึ้นต่อช่วงเวลาแห่งการเข้ารหัส (Encoding) เสมอไป

4. *ขั้นการผลิตซ้ำใหม่ (Reproduction)* จากคำว่า การผลิตซ้ำใหม่ในขั้นนี้ หากพิจารณาในแง่ของความหมายอาจแบ่งได้ 2 ประเภท ประเภทแรกคือ การผลิตซ้ำขึ้นใหม่ แต่ยังคงความหมายเดิม และอีกประเภทหนึ่งคือ การผลิตซ้ำขึ้นใหม่เพื่อต้องการจะเสนอความหมายใหม่ที่ขัดแย้งกับความหมายเก่าที่มีอยู่ หรือที่ขัดแย้งกับสามัญสำนึกที่ผู้รับสารมีอยู่ หรือขัดกับความรู้ที่ยอมรับกันโดยปริยาย ซึ่งการผลิตซ้ำแบบสร้างความหมายใหม่จะต้องจัดระบบความหมายให้ถูกอ่านจากจุดยืนแบบ Preferred Reading อย่างเข้มงวดมากกว่าประเภทแรก

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารและมีความสลับซับซ้อนในกระบวนการสื่อความหมาย ซึ่งการจะทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอให้ครบทุกมิติจำเป็นต้องใช้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยต่อไป ผู้วิจัยจะนำเสนอแนวคิดหลักของการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

หลักสูตรการเรียนการสอน (Curriculum Statement) ของสถาบันภาพยนตร์แห่งอังกฤษ (The British Film Institute) (อ้างถึงใน การพัฒนาองค์ความรู้ การรู้เท่าทันสื่อ, 2547) ได้จัดทำแบบจำลอง (Model) แนวคิดหลักการรู้เท่าทันสื่อ โดยแบบจำลองนี้ เป็นการทำความเข้าใจในภาพรวมของการศึกษาสื่อมวลชน ในรูปแบบของแนวคิดหลัก (Key concept) ซึ่งแนวคิดสามารถประยุกต์ใช้ได้กับเนื้อหาสื่อทั้งหมดที่มีในปัจจุบัน และสามารถใช้ได้กับสื่อเก่าอย่างวรรณกรรมได้ ทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจถึงความเกี่ยวเนื่องของแนวคิดในแต่ละด้านและถ่ายทอดความเข้าใจจากด้านหนึ่งสื่ออีกด้านหนึ่งได้ ดังนี้



ที่มา : การพัฒนาองค์ความรู้ การรู้เท่าทันสื่อ, 2547: 9

## ภาพที่ 2 แบบจำลองแนวคิดหลักการรู้เท่าทันสื่อ

จากภาพที่ 2 ภาพจำลองแสดงความเกี่ยวเนื่องของแนวคิดในแต่ละด้านที่สำคัญของการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

**เจ้าของสื่อ (Media Agencies)** เจ้าของสื่อมีบทบาทอย่างไรในกระบวนการผลิต สถาบันที่ผลิตสื่อ มีเศรษฐกิจศาสตร์และอุดมการณ์อย่างไร ผลลัพธ์ที่จะเกิดแก่เจ้าของสื่อคือสิ่งใด

**ประเภทสื่อ (Media Categories)** สื่อมีอยู่หลายประเภท เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ และยังสามารถแยกประเภทของสื่อตามเนื้อหาที่สื่อผลิตออกมา เช่น สารคดี โฆษณา หรือแยกตามรูปแบบของสื่อ เช่น ละคร เป็นต้น

**เทคโนโลยีของสื่อ (Media Technologies)** สื่อถูกผลิตมาได้อย่างไร ชนิดของเทคโนโลยีที่มี วิธีการใช้เทคโนโลยี ความแตกต่างระหว่างเทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า



ภาษาของสื่อ (Media Languages) สื่อมีภาษาของตนเอง สื่อสร้าง ความหมาย สร้างรหัสและแบบแผนอย่างไร มีโครงสร้างในการเล่าเรื่องอย่างไร เราจะเข้าใจ ความหมายที่สื่อ สื่อสารออกมาอย่างไร

ผู้เปิดรับสื่อ (Media Audiences) ผู้เปิดรับสื่อถูกกำหนด ถูกสร้าง และเข้าถึง สื่อได้อย่างไร ผู้เปิดรับสื่อค้นหา เลือก บริโภค และตอบสนองต่อเนื้อหาสื่ออย่างไร

การนำเสนอของสื่อ (Media Representations) สื่อนำเสนอเนื้อหาอย่างไร ความสัมพันธ์ของเนื้อหาสถานที่ ผู้คน เรื่องราวเหตุการณ์ ความคิด รูปแบบ และผลสื่อเนื่องจาก เนื้อหา

นอกจากนี้สถาบัน Alliance for a Media Literate America (2007) ได้เสนอ กรอบคำถามสำหรับวิเคราะห์ วิพากษ์เนื้อหาที่สื่อนำเสนอ ซึ่งกรอบคำถามสามารถประยุกต์ใช้ได้ กับผู้รับสื่อทุกช่วงวัย ดังนี้

#### ผู้ผลิตและผู้รับสื่อ

ผู้ผลิตสื่อ	ใครเป็นผู้ผลิตเนื้อหา
วัตถุประสงค์	ผลิตเนื้อหาเพื่ออะไร และกลุ่มเป้าหมายคือใคร
เศรษฐศาสตร์	ใครเป็นผู้สนับสนุนเงินทุนสำหรับการผลิตเนื้อหา
ผลกระทบ	ใครได้รับผลประโยชน์จากเนื้อหาที่นำเสนอ หรือใครได้รับผลกระทบจากเนื้อหาที่นำเสนอ และเนื้อหาที่นำเสนอ เกิดผลอย่างไรต่อตนเอง
การตอบสนอง	อะไรที่ทำให้เราต้องตอบสนองต่อเนื้อหาที่เปิดรับ

#### เนื้อหาสื่อและความหมาย

เนื้อหาสื่อ	เนื้อหามีความหมายอย่างไร การนำเสนอความคิด คุณค่า สาระ หรือวัตถุประสงค์ อย่างไร อะไรคือสิ่งที่ควรรู้จากเนื้อหานั้น
เทคนิค	ใช้เทคนิคอะไร ทำไมถึงในเทคนิคนั้นๆ และสื่อสารออกมา อย่างไร
การตีความ	บุคคลที่แตกต่างกันเข้าใจในความเนื้อหาได้แตกต่างกัน อย่างไร และนักเรียนสามารถตีความได้ว่าอย่างไร

#### การแสดงและความเป็นจริง

บริบท เนื้อหาผลิตขึ้นเมื่อไหร่ และนำเสนอต่อสาธารณะเมื่อไหร่  
อย่างไร

ความน่าเชื่อถือ อะไรคือความคิดเห็น ข้อเท็จจริง เนื้อหามีความน่าเชื่อถือ  
อย่างไร

Elizabeth Thoman (2003) ผู้ร่วมจัดทำหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ ในสหรัฐอเมริกา  
และผู้ก่อตั้ง Center for Media Literacy ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับสื่อว่า

1. สื่อเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น สื่อถูกสร้างขึ้นโดยบุคคลเพียงไม่กี่คน สื่อผ่าน  
ขั้นตอนมากมายในการสร้าง การรับสื่อของผู้รับสื่อ เป็นการรับสื่อที่มีโครงสร้างและผ่านการปรุง  
แต่งมาแล้ว

2. ข้อความของสื่อเป็นภาษาที่ถูกสร้างให้เฉพาะกับสื่อ นั้นๆ เพื่อดึงดูดความ  
สนใจ เพิ่มความชื่นชมในสื่อและรู้สึกร่วมไปกับสื่อมากขึ้น

3. ประสบการณ์ของแต่ละบุคคลทำให้การรับรู้ในสื่อเดียวกันแตกต่างกันได้  
เช่น อายุ การศึกษาที่สูงขึ้น อาจทำให้คน 2 ที่ดูหนังเรื่องเดียวกันมีความคิดเห็นต่อหนังเรื่องนั้น  
แตกต่างกัน

4. สื่อมีพื้นฐานมาจากธุรกิจ ซึ่งผลประโยชน์เป็นแรงผลักดันให้เกิดสื่อ

5. สื่อสร้างค่านิยม และการประเมินคุณค่าของสิ่งต่างๆ ให้แก่บุคคล

Suzuki, Midori (2000) (อ้างถึงใน การพัฒนาองค์ความรู้ การรู้เท่าทันสื่อ, 2547)  
ได้ให้แนวคิดสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

1. สื่อทั้งหมดคือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น สื่อไม่ใช่กระจกสะท้อนความจริง แต่ว่าสื่อ  
ถูกสร้างขึ้นมาอย่างพิถีพิถันเพื่อถ่ายทอดความรู้สึก “เป็นจริง” และให้ความรู้สึกเป็น “ธรรมชาติ”  
แต่ในความเป็นจริง สื่อคือผลลัพธ์จากการเลือกผลิต

2. สื่อสร้างภาพ “ความจริง” สื่อมีอิทธิพลต่อการกล่อมเกลาความรู้สึก  
เกี่ยวกับความจริงและค่านิยมทางสังคมเพราะเนื้อความในสื่อเป็นส่วนผสมของ ข้อมูล ค่านิยม  
และโลกทัศน์ ที่ถูกจัดลำดับ กำหนดความสำคัญก่อนหลัง และเน้นย้ำโดยสื่อ ทำให้ความคิด  
ความรู้สึกเกี่ยวกับโลกส่วนใหญ่มาจากการเรียนรู้ผ่านสื่อ

3. ผู้ชมมีส่วนในการตีความหมายของสื่อด้วย ความ “จริง” ที่สื่อสร้างขึ้น  
ไม่ได้มีเพียงหนึ่งเดียว คนแต่ละคน ค้นหาหรือ “ตีความ” แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละ  
คน แต่ละกลุ่ม ความต้องการส่วนบุคคล เงื่อนไขในชีวิตประจำวัน พื้นฐานครอบครัว ซึ่งการ  
ตีความมีบทบาทในการปรับแต่งความเป็นจริงที่สื่อนำเสนอ

4. สื่อมักจะสร้างความหมายและใช้เนื้อหาการในเชิงการค้า (สื่อคือธุรกิจ) สื่อมวลชนเกือบทั้งหมดถูกผลิตขึ้นเพื่อสร้างผลกำไร เงื่อนไขทางธุรกิจเป็นตัวกำหนดเนื้อหา เทคนิคการนำเสนอและช่องทางการเผยแพร่ ดังนั้น ธุรกิจจะเป็นตัวกำหนดค่าความจริงชนิดไหนที่ควรจะนำมาสร้างและสร้างอย่างไร

5. สื่อทั้งหมดบรรจุสารเชิงอุดมคติและขึ้นาค่านิยม สื่อจะชี้แนะและแสดงให้เห็นถึงค่านิยม วิธีชีวิตในเชิงอุดมคติ โดยอาจจะแสดงออกชัดเจนหรือแสดงโดยนัย

6. สื่อมีการแสดงนัยทางสังคมและการเมือง สื่อมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเมืองและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เพราะสื่อจะให้ความรู้สึกที่ประเด็นใดเป็นประเด็นที่สำคัญของชาติและเป็นประเด็นร่วมโลก จนผู้ชมกลายเป็นกลุ่มคนที่มีความคิดเห็นเดียวกัน

7. สื่อแต่ละสื่อมีรูปแบบ, แบบแผน และสุนทรียภาพเป็นของตัวเอง สื่อมีวิธีการเฉพาะตัวในการสร้างความจริง สื่อต่างชนิดกันจะสร้างสารและความรู้สึกประทับใจแตกต่างกัน แม้ว่าจะรายงานเหตุการณ์ในเรื่องเดียวกันก็ตาม ซึ่งความแตกต่างนี้เกิดจากเทคนิคเฉพาะตัวของสื่อ แบบแผนในการนำเสนอที่แตกต่างกัน การแสดงออกทางศิลปะ รวมไปถึงการทำหน้าที่ทางสังคมของสื่อแต่ละประเภทด้วย

8. การรู้เท่าทันสื่อเป็นพลังอำนาจ: ที่จะนำไปสู่การคิดสร้างสรรค์ที่มากขึ้น และเพิ่มพูนความสามารถในการสื่อสาร

เอ็อิจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ได้สรุปลักษณะของการรู้เท่าทันสื่อว่าประกอบด้วย 7 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันสื่อ/องค์กรสื่อ โดยสื่อมวลชนดำเนินการแบบการค้าภายใต้ระบบทุนนิยมที่ให้ความสำคัญของการแสวงหาผลกำไรมากกว่าการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ความบันเทิง ให้แก่ประชาชน ระบบทุนนิยมจึงส่งผลกระทบต่อการทำงานของสื่อหรืออาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่สื่อผลิตและนำเสนอมักจะมีพื้นฐานมาจากความต้องการของนายทุนมากกว่าความต้องการของประชาชน

2. แนวคิดเกี่ยวกับเนื้อความสื่อ เนื้อความสื่อ คือ ผลผลิตสื่อ (media product) ที่เป็นลักษณะรวมของประเภทสื่อ ได้แก่ รูปแบบ วิธีการนำเสนอ แนวเรื่อง รวมไปถึงความคิด ค่านิยม ที่สื่อแสดงออกมาทั้งที่แสดงออกอย่างชัดเจนและแสดงอย่างแอบแฝง ซึ่งผลผลิตสื่อเกิดจากการสร้างขึ้น โดยการคิดสรรและกำหนดวิธีการทั้ง คำพูด (words) ภาพ (image) เสียง (sound) เพื่อนำเสนอความจริงในรูปแบบใหม่ สื่อจึงสามารถที่จะบิดเบือนการรับรู้ ปรับเปลี่ยนค่านิยม ทำลายวิสัยทัศน์ของผู้รับสื่อ เพื่อที่สื่อจะสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กรนั้นคือผลกำไร นอกจากนี้เนื้อความสื่อยังเป็นผลจากการกำหนดของสื่อ โดยการคิดสรร เลือกรวบรวม

เรื่องราว เหตุการณ์ บุคคล ความคิดเห็น วิธีการจัดและดำเนินการผลิต วิธีการนำเสนอ วิธีการส่งเสริมสนับสนุน และการเผยแพร่สื่อ การกำหนดดีกรอบเพื่อให้ผู้รับสื่อมีกรอบของความคิดและการตีความในทิศทางที่ต้องการ สื่อมีการสร้างความหมายในเนื้อความ 2 ระดับคือ

*ความหมายตรง (denotation)* คือ ความหมายแสดงด้วยส่วนประกอบ (components) ของเนื้อความ (texts) ที่รับหรือรู้ได้ชัดเจน (explicit)

*ความหมายแฝงหรือโดยนัย (connotation)* คือ ระดับที่ 2 ของความหมาย การแปลความส่วนประกอบของเนื้อความสื่อเป็นรูปธรรม ร่วมกับความรู้และประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของผู้รับสารหรือผู้แปลความหมาย

3. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ รหัสและแบบแผนของหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์มีรูปแบบการนำเสนอได้แก่ ข่าว บทบรรณาธิการ บทความ สารคดี คอลัมน์ ภาพ การ์ตูน โฆษณาย่อยโฆษณาใหญ่ ซึ่งในแต่ละรูปแบบที่นำเสนอมีความแตกต่างกันดังนี้

บทบรรณาธิการ เป็นการแสดงความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์ต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

บทความ คือ การเขียนที่มุ่งเสนอความรู้ ความคิดเห็น ซึ่งงานเขียนจะอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงโดยมีหลักฐานที่น่าเชื่อถือได้สนับสนุน

สารคดี เป็นข้อเขียนที่ประกอบด้วยข้อเท็จจริงและจินตนาการ เพื่อให้ความรู้และความเพลิดเพลิน

คอลัมน์ เป็นข้อเขียนที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง มีเนื้อที่เฉพาะ ผู้เขียนมักลงชื่อหรือใส่นามปากกาและมีตำแหน่งหน้าที่ประจำคอลัมน์ โดยข้อเขียนเป็นการแสดงความคิดเห็นของผู้เขียน

ภาพ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพลายเส้น รวมไปถึงแผนภูมิ แผนที่ ภาพถ่าย จัดเป็นส่วนหนึ่งของข่าว เนื้อหา เรื่องราว เพราะสามารถสะท้อนอารมณ์ ความรู้สึก ความเป็นละครของผู้คนและเหตุการณ์ การนำเสนอเป็นการคัดเลือกภาพเพื่อนำเสนอทำให้บ่อยครั้งที่ภาพประกอบข่าวหรือเรื่องราวมักจะน่าสนใจมากกว่าเนื้อความข่าวหรือเรื่องราว

การ์ตูน ในที่นี้หมายถึงการ์ตูนการเมืองที่มีการนำเสนอในหนังสือพิมพ์แทบทุกฉบับ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวที่สำคัญหรือกำลังเป็นที่สนใจ และในบางครั้งการ์ตูนมีประสิทธิผลมากกว่าบทความที่นำเสนอความคิดเห็นเดียวกัน

โฆษณาย่อยโฆษณาใหญ่ คือ ข้อความหรือรูปภาพเกี่ยวกับสินค้าและบริการทางธุรกิจหรือหน่วยงาน โดยหนังสือพิมพ์มีรายได้หลักจากการขายพื้นที่โฆษณาและพื้นที่เพื่อตีพิมพ์ข้อความ

นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีรหัสและแบบแผนในการนำเสนอที่สำคัญ คือ การแบ่งโครงสร้างออกเป็นส่วนต่างๆ หรือกำหนดประเภท/แนวเรื่องให้แต่ละหน้าของหนังสือพิมพ์ แต่ละฉบับ การจัดวางเนื้อหาในแต่ละหน้าให้สัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการนำเสนอ ตลอดจนการสร้างความสำเร็จ ความหมาย ความเข้าใจ ให้เนื้อหา ทั้งที่เป็นภาพและข้อความ โดยมีแบบแผนที่สำคัญ คือ การพาดหัวข่าวให้ข่าวหรือเรื่องราว และการอธิบายภาพ โดยการพาดหัวข่าวให้ข่าวหรือเรื่องราว คือ การสร้างความโดดเด่น ความน่าสนใจ กำหนดความสำคัญให้ข่าวหรือเรื่องราวด้วยการสร้างคำ ข้อความ ที่สั้น กระชับ มีพลัง พร้อมกับการกำหนดขนาดตัวอักษร (ที่ใหญ่กว่าเนื้อความ) ออกแบบเชิงศิลปะ นอกจากดึงดูดความสนใจแล้วการพาดหัวข่าวยังให้สาระสำคัญ การจัดลำดับความสำคัญ และเป็นยังบุคลิกเอกลักษณ์ของหนังสือพิมพ์อีกด้วย การอธิบายภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายภาพแต่ก็มีความมุ่งหมายอื่นด้วย เช่น เพื่อสร้างความสนใจ สร้างความสงสัย เพิ่มความชัดเจน นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีวิธีการสอดแทรกหรือแสดงความคิดเห็นอย่างมีนัยสำคัญในหลายลักษณะ เช่น การใช้เทคนิคเชิงอคติ การเลือกแหล่งข้อมูลการสร้าง ความหมายแฝง

4. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ รหัสและแบบแผนของสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุกระจายเสียง มีการสร้างสรรค์ หรือการสื่อความหมายสารโดยใช้รหัส แบบแผนและภาษาที่รับรู้ได้จากการได้ยิน ส่วนประกอบที่สำคัญของวิทยุกระจายเสียง คือ เสียงพูด เสียงเพลง เสียงประกอบ ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่มีบทบาทในการสื่อความหมาย ความเป็นจริง เรื่องราวในรูปแบบของเสียง โดยเสียงพูดจะมีการใช้รหัสหลายรูปแบบเพื่อสร้างและสื่อความหมายซึ่งรูปแบบและรหัสล้วนมีผลต่อความรู้สึกหรือปฏิกิริยาของผู้ฟังที่มีต่อเนื้อความสื่อที่ได้ยินซึ่งลักษณะและวิธีการนำเสนอเสียงนั้นก็ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของรายการ รูปแบบรายการ การกำหนดอารมณ์ของรายการ บุคลิกของผู้นำเสนอ เสียงเพลงให้ความบันเทิงหรือความพึงพอใจแก่ผู้ฟังและมีบทบาทสามารถสร้างอารมณ์ ความรู้สึก ตลอดจนทำให้นึกถึงสถานที่ สถานการณ์ เหตุการณ์ เวลาและสัญลักษณ์ต่างๆได้ด้วย นักวิทยุกระจายเสียง เป็นผู้ดำเนินรายการและเป็นส่วนประกอบรายการทำหน้าที่คัดเลือกเพลงโดยมักจะคำนึงถึงการตอบสนองของผู้อุปถัมภ์รายการและการตอบสนองของผู้ฟังรายการ และถ้าเพลงเป็นส่วนประกอบของรายการการคัดเลือกและการใช้เพลงมักจะคำนึงถึงความคุ้มค่าของการลงทุน ทั้งด้านค่าใช้จ่าย คน เวลา ในกระบวนการสร้างความหมายและการผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง การติดต่อเสียงเป็นสิ่งจำเป็นในการผลิตรายการวิทยุและการตัดต่อนี้เองทำให้ข้อความหรือความหมายที่พูดเปลี่ยนแปลงไปในระดับเล็กน้อยไปจนถึงมีความหมายตรงกันข้ามได้ ด้วยการเลือกเก็บ หรือตัดทิ้ง คำ ความของเสียงที่บันทึก นอกจากนี้บุคคลากรที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอทางวิทยุกระจายเสียงอาจไม่มีความรู้ ไม่มีประสบการณ์ตรง

หรือความสัมพันธ์จริงกับเนื้อหา เรื่องราวที่น่าเสนอ ซึ่งอาจทำให้เกิดการสื่อความหมายที่ผิดเพี้ยน ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ รวมทั้งแฝงความคิด ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม

5. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ รหัสและแบบแผนของสื่อโทรทัศน์ โทรทัศน์มีการสร้างสารหรือการสื่อความหมายของสารโดยใช้รหัส แบบแผน และภาษา ซึ่งรับรู้ได้จากการมองเห็น ภาพเคลื่อนไหว และการได้ยิน จึงทำให้สื่อโทรทัศน์มีความเหมือนจริง มีพลังอำนาจ มีผลกระทบเชิงชักนำมากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุกระจายเสียง โดย

สื่อโทรทัศน์มีรหัสและแบบแผนหรือภาษาโทรทัศน์ ประกอบด้วย การกำหนดกรอบ (framing) ได้แก่ ระยะเวลาจากกล้อง การเลือกใช้เลนส์ มุมกล้อง การใช้สัญลักษณ์ (symbolic) ได้แก่ การแสดง เสื้อผ้า การแต่งกาย ฉาก การใช้แสง ภาษาเขียน (written) ได้แก่ การแจ้ง หรือประกาศช่วงต้นรายการ การแสดงรายชื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เสียง(audio) ได้แก่ การพูด เพลง เสียงประกอบ เสียงหัวเราะที่ใช้ประกอบรายการ บันทึกเสียงปรบมือ

การสร้างความหมายในการผลิตของสื่อโทรทัศน์จะเกี่ยวข้องกับ แสง สี เสียง รูปทรง ขนาด ความสัมพันธ์ของตำแหน่ง การเคลื่อนไหว มุมกล้อง การตัดต่อ การแสดง แหล่งข้อมูล หรือวิธีการนำเสนอข้อมูลและความหมายแฝง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นการคัดเลือก การสร้างสรรค์จากการผลิต

6.แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสื่อ คือ ผู้ที่สามารถรู้ความหมายของสิ่งที่สื่อนำเสนอ ผู้รับสื่อไม่ได้เป็นผู้รับที่เฉื่อยชา (passive absorb) แต่เป็นผู้รับที่มีส่วนร่วม (actively engage) ในการสร้างความหมายในเนื้อหาสื่อ กล่าวคือ ในขณะที่ผู้ผลิตนำเสนอข้อมูล ผู้รับสื่อจะตีความ เนื้อความสื่อ (media text) จากความคิดที่มีอยู่ (preconceived) จากอคติ ความลำเอียง (biases) และจากประสบการณ์ในอดีต (past experienced) และยังมีปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการอ่านหรือตีความสื่อของผู้รับสื่อ ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ ชนชั้นทางสังคม กลุ่มชาติพันธุ์ สถานภาพทางเศรษฐกิจ พื้นฐานทางการศึกษา เชื้อชาติ อายุ เพศ ซึ่งล้วนส่งผลต่อการอธิบาย หรือการให้ความหมายต่อสิ่งที่เสนอ ทั้งในแง่ที่อาจพบหรือไม่พบในความหมายของสื่อ อาจพอใจหรือไม่พอใจ เนื้อหาที่สื่อนำเสนอ ความแตกต่างของปัจจัยต่างๆ นี้ มีผลทำให้ผู้รับสื่อตีความเนื้อความเดียวกัน ออกมาต่างกันได้ นอกจากนี้ยังมีผลต่อการรับ การเลือกรับสื่อ การบริโภคสื่อ การมีส่วนร่วมและการตอบโต้สื่อด้วย สื่อมีการดำเนินการกับผู้รับสื่อ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการลงทุน และเพื่อผลสำเร็จ จากทฤษฎีความเป็นใหญ่ของผู้บริโภค ที่เชื่อว่าลักษณะและเนื้อหาของสื่อถูกกำหนดโดยผู้รับสื่อ แต่ในความเป็นจริงแล้วการนำเสนอเป็นไปตามความตั้งใจและความต้องการของสื่อ โดยการกำหนดตำแหน่งของผู้รับสื่อให้เป็นไปตามที่สื่อต้องการ ด้วยเทคนิควิธีการของสื่อ ทั้งการดำเนินการผ่านเครื่องมือ อุปกรณ์ ผ่านบุคคลผู้สื่อข่าวกับสื่อ ผ่านชนิดและรูปแบบการนำเสนอ

ผ่านเนื้อความสื่อ นอกจากนั้นสื่อกำหนดวิธีการสื่อสารหรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับสื่อ ด้วยการสร้างความรู้สึก เพื่อสร้างความรู้สึกที่สื่อสื่อสารตรงไปยังผู้รับสื่อ สื่อสร้างความรู้สึกร่วมในเนื้อหาสื่อ และถ้ามีการระบุซ้ำ การสร้างเสริมหรือเสริมให้เกิดความพึงพอใจจะยิ่งทำให้ผู้รับสื่อเกิดทัศนคติ หรือความรู้สึกร่วมในทิศทางที่สื่อต้องการมากขึ้น สื่อพยายามเข้าถึงผู้รับทั้งทางกายภาพและความคิด ความรู้สึกเพื่อให้ผู้รับสารได้รับเนื้อความสื่อ แล้วเกิดความคิด ความรู้สึก/พฤติกรรมตามที่สื่อต้องการ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของสื่อ

7. แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง การเล่าเรื่องเป็นแนวคิดสำคัญในการรู้เท่าทันสื่อ การศึกษาวิเคราะห์การเล่าเรื่องทำได้ทั้งในเรื่องที่สร้างขึ้น และเรื่องที่มาจากร่องจริง และทำได้กับสื่อทุกประเภท เช่น ข่าวในหนังสือพิมพ์จะพยามดึงเอาองค์ประกอบของเรื่อง หรือข่าวขึ้นมาให้น่าสนใจ ด้วยการกำหนดวิธีการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ว่าจะเป็นแบบเน้นสาระหรือแบบชวนอ่าน ซึ่งขึ้นอยู่กับวิธีการกำหนดตลาดหรือกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ อาจพิจารณาวิธีการที่ทำให้เด่น การทำให้เป็นละคร การตั้งคำถาม การเปิดเรื่องด้วยปริศนา โดยทำให้ความสงบหรือความสมดุลเกิดวุ่นวาย หรือถูกทำลาย การพัฒนาเรื่องหรือสร้างความต่อเนื่อง การคลี่คลายและสร้างความชัดเจน หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับพยามสร้างสูตรการเล่าเรื่องของตนเอง (Masterman, 1992 อ้างถึงใน เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540) สำหรับเรื่องเล่าที่เป็นการแต่งขึ้น สร้างขึ้น หรือบันเทิงคดี การวิเคราะห์มักเกี่ยวข้องกับ 5 ประเด็นคือ แก่นความคิด โครงเรื่อง ความขัดแย้ง ตัวละคร และรหัสการเล่าเรื่อง

จากการศึกษาเอกสารเรื่องแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ สรุปได้ว่า

*สถาบันสื่อ/องค์กรสื่อ* ส่วนใหญ่มีการดำเนินกิจการเพื่อแสวงหาผลกำไร ธุรกิจจึงเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงาน กำหนดเนื้อหา และการเผยแพร่

*กระบวนการผลิตสื่อ* เป็นกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมีโครงสร้าง และสร้างอย่างพิถีพิถันเพื่อถ่ายทอด “ความรู้สึกที่เป็นจริง”

*เนื้อความสื่อ* เป็นส่วนผสมของ ข้อมูล ค่านิยม และโลกทัศน์ ที่ถูกจัดลำดับ กำหนดความสำคัญก่อนหลัง รวมไปถึงการคิดสรร เลือกรวบรวม ทั้งเรื่องราว เหตุการณ์ บุคคลและความคิดเห็น

*ทัศนคติ ค่านิยมของสื่อ* บรรจุสารเชิงอุดมคติและชี้นำค่านิยม แสดงให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตแบบบริโภคนิยม ตามแนวคิดทุนนิยม

### 1.3 การวัดการรู้เท่าทันสื่อและระดับของการรู้เท่าทันสื่อ

#### การวัดการรู้เท่าทันสื่อ

การวัดการรู้เท่าทันสื่อเน้นที่ การวัดความรู้ความเข้าใจและทักษะ (knowledge and skill-based) ในการวิเคราะห์สารจากสื่อ รวมไปถึงความรู้เกี่ยวกับจุดยืนทางธุรกิจของสื่อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

Barrie McMahon และ Robyn Quin (1993) ออกแบบเครื่องมือประเมินมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อ โดยเป็นการวัดความรู้ความเข้าใจการวิเคราะห์สื่อ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา (content strand) ประเมินความรู้นักเรียนเกี่ยวกับการวิเคราะห์ภาษาและการบรรยายเล่าเรื่อง ด้านบริบท (context strand) ประเมินความเข้าใจของนักเรียนเกี่ยวกับกระบวนการผลิต/การเผยแพร่ (production/circulation), กลุ่มผู้รับสาร (audience) และ ค่านิยม (values) โดยมีขั้นตอนการวัด คือ การให้กลุ่มตัวอย่างชมเนื้อสารจากหนังสือพิมพ์ หรือวิดีโอ แล้วตอบคำถามเกี่ยวกับเนื้อสารที่อ่านมีทั้งคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด ซึ่งคำถามแต่ละคำถามจะใช้วัดทักษะในการวิเคราะห์สื่อ โดยมีตัวอย่างคำถาม เช่น ความสามารถในการระบุประเภทกลุ่มเป้าหมายและเจตนาหรือแรงจูงใจของผู้สร้างสาร ความสามารถในการระบุเทคนิคที่ดึงดูดความสนใจของผู้รับสารและการตระหนักถึงองค์ประกอบทางเทคนิค เช่น เสียง แสง การตัดต่อว่ามีผลต่อการตอบสนองของผู้ชม

Cary Bazalgette (อ้างถึงใน อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, 2543) พัฒนากลไกในการวัดผลสัมฤทธิ์การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน โดยแบ่งการวัดเป็น 2 ประเภทคือ ภาคปฏิบัติ และ ภาคความรู้และความเข้าใจ โดยเกณฑ์การประเมินผลสำหรับนักเรียนอายุ 7 – 11 ปี ประกอบด้วย

1. ความสามารถที่จะอนุมานสรุปผล (inferences) จากรูปภาพ ลำดับต่อเนื่องของรูปภาพ กราฟิก หรือการรวมกัน
2. ความสามารถที่จะอนุมานสรุปผลจากรูปถ่าย หีบห่อผลผลิตสื่อ (product package) วิดีโอ หรือวัสดุอื่น และความสามารถแสดงความเข้าใจที่มีต่อสิ่งอื่นๆ
3. ความสามารถในการจำแนกสื่อตามประเภทของสื่อต่างๆ เช่น สารคดีละครกึ่งสารคดี หรือ เรื่องแต่ง
4. ความสามารถที่จะเชื่อมโยงการจัดประเภทให้เข้ากับการตีอย่างเหมาะสม
5. ความสามารถที่จะเข้าใจว่าเรื่องราวถูกสร้างขึ้นอย่างไรและสามารถเชื่อมโยงสิ่งนี้กับมุมมองใดมุมมองหนึ่ง



6. ความสามารถที่จะจินตนาการว่าใครคือผู้ผลิตสื่อ นั้น ทำไม่และเพื่อผู้รับสาร  
กลุ่มใด

7. ความสามารถที่จะรวบรวมข่าวสาร (reorganize) ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ  
รูปแบบหนึ่งเพื่อไปนำเสนอใหม่ในสื่ออีกรูปแบบหนึ่ง

อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์ (2543) ได้สัมภาษณ์นักวิชาการและนักวิชาชีพการ  
สื่อสารมวลชนไทยถึงมุมมองในการวัด การรู้เท่าทันสื่อ พบว่าการรู้เท่าทันสื่อวัดได้จาก

1. การวัดนิสัยการรับสื่อ ได้แก่ การวัดความถี่และเวลาที่ใช้บริโภคสื่อแต่ละ  
ประเภทและแต่ละเนื้อหา มีความนิยมสื่ออะไร เนื้อหาประเภทไหน และมีการแสดงปฏิกิริยาตอบ  
กลับอย่างไร เช่น มีข้อสงสัย เห็นด้วยกับสิ่งที่สื่อนำเสนอหรือไม่อย่างไร และถ้าไม่เห็นด้วยจะตอบ  
โต้ได้อย่างไร

2. วัดความสามารถวิเคราะห์หิวพาทษสื่อ ได้แก่ การวิเคราะห์สื่อในแง่  
ความหมายตรงและความหมายแฝง การวิเคราะห์ความลึกและน่าเชื่อถือของข้อมูล การวิเคราะห์  
วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร การวินิจฉัยได้ว่าใครคือผู้ส่งสาร การแยกแยะข้อเท็จจริง/ความคิดเห็น

3. การวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อ เช่น สภาพการเป็นเจ้าของสื่อ  
กฎหมายและการควบคุมสื่อ ปัจจัยทางเศรษฐกิจการเมืองที่มีผลต่อการดำเนินงานของสื่อ รั  
บบาทหน้าที่ของสื่อ และรู้บทบาทหน้าที่หรืออำนาจของตนเองในฐานะผู้เปิดรับสื่อ

Hobbs, R. (2003) ศึกษาเปรียบเทียบทักษะต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นจากการหลักสูตรการ  
รู้เท่าทันสื่อ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 (เกรด 11) โดยวัดตัวแปร 8 ตัว คือ การระบุ  
แนวคิดหลักของเรื่อง การระบุรายละเอียดของเรื่อง การเขียนถ่ายถอดเนื้อหา การวิเคราะห์เทคนิค  
การสร้างสื่อ การวิเคราะห์จุดเด่นของเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาที่ขาดหายไป การวิเคราะห์ความ  
เหมือนความแตกต่างของเนื้อหา และการระบุวัตถุประสงค์ของสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

### ระดับการรู้เท่าทันสื่อ

มาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อของรัฐมอนทานา (1999) (Montana Standrads for  
Media Litercy) รัฐมอนทานาได้กำหนดมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน เมื่อจบ เกรด 4  
เกรด 8 และเกรด 12 โดยมีรายละเอียดดังนี้

มาตรฐานที่ 1 นักเรียนสามารถระบุว่าเนื้อหาที่เปิดรับถูกสร้างขึ้นด้วยเทคนิคแบบ  
ใด มีวัตถุประสงค์อย่างไร เช่น การใช้ภาพ เสียง ข้อความ เป็นต้น

จบเกรด 4 สามารถระบุได้ว่าเนื้อหา มีวัตถุประสงค์อย่างไร เช่น ให้ความ  
บันเทิง โฆษณาชวนเชื่อ หรือ ให้ข้อมูล เป็นต้น

จบเกรด 8 วิเคราะห์ได้ว่าสื่อมีอิทธิพลได้อย่างไร

จบเกรด 12 ประเมินและเปรียบเทียบได้ว่าสื่อแต่ละประเภทมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มใด

มาตรฐานที่ 2 นักเรียนสามารถแยกแยะได้ว่า สื่อแต่ละประเภทเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน

จบเกรด 4 - ระบุได้ว่าสื่อประเภทใดเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ใด เช่น สำหรับหาข้อมูล หรือเพื่อความบันเทิง เป็นต้น

- สามารถบ่งชี้ได้ว่าสื่อได้เปลี่ยนแปลงเรื่องราวในอดีต

จบเกรด 8 สามารถเลือกและประยุกต์สื่อที่เหมาะสมกับงานหรือหัวข้อที่ต้องการนำเสนอ และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมกับวัฒนธรรมที่นำเสนอผ่านสื่อได้

จบเกรด 12 - วิเคราะห์ได้ว่าสื่อประเภทใดเหมาะสมกับวัตถุประสงค์และผู้รับประเภทใด รวมไปถึงสามารถทำนายผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสื่อได้

- วิเคราะห์และประเมินถึงอิทธิพลของสื่อที่มีต่อสถาบัน/องค์กร สื่อ รวมไปถึงนโยบายและหน้าที่สื่อมีแต่สังคม

มาตรฐานที่ 3 นักเรียนสามารถประยุกต์ความรู้และทักษะที่มีออกแบบข้อความเพื่อการสื่อสาร

จบเกรด 4 - สร้างสรรค์สื่อที่เหมาะสมกับช่วงวัย

- บ่งชี้จุดอ่อนจุดแข็งของสื่อที่ตนเองสร้างขึ้น

จบเกรด 8 - สร้างสรรค์สื่อที่ประกอบด้วย ภาพ เพลง และเสียง หรือสร้างภาพกราฟิกได้

- วิเคราะห์และประเมินจุดอ่อนจุดแข็งของสื่อที่ตนเองสร้างขึ้น

จบเกรด 12 - ออกแบบสร้างสรรค์สื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์

- ประเมินเทคนิคและปรับปรุงเทคนิคที่ใช้ในการสร้างสรรค์สื่อ

มาตรฐานที่ 4 นักเรียนสามารถวิเคราะห์ประเมินผลของสื่อที่มีต่อบุคคลและสังคม

จบเกรด 4 - ระบุความถูกต้องของสื่อตามระเบียบข้อบังคับของกฎหมาย

- แยะแยะความจริง ความคิดเห็น หรือการหลอกลวง

- ระบุได้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อบุคคลและสังคม

จบเกรด 8 - วิเคราะห์ว่าเนื้อหาที่สื่อนำเสนอถูกต้องตามจรรยาบรรณของสื่อหรือไม่

- วิเคราะห์จุดยืนทางธุรกิจของสื่อ
- อธิบายได้ว่าสิ่งใดถูกสร้างขึ้น สิ่งใดคือความจริง

จบเกรด 12 - คาดเดาเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางธุรกิจที่สื่อใช้

- ประเมินได้ว่าอะไรคือ ต้นตอของเรื่อง อะไรถูกบิดเบือน อะไรเป็นอคติที่อยู่ในสื่อ

อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์ (2543) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อสามารถแบ่งได้ 2 ระดับ คือ ความรู้เท่าทันสื่อขั้นพื้นฐาน และความรู้เท่าทันสื่อขั้นสูงหรือขั้นวิพากษ์สื่อได้

ความรู้เท่าทันสื่อขั้นพื้นฐานได้แก่

1. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อในระดับที่สามารถแยกประเภทเนื้อหาของสื่อได้ กล่าวคือ รู้ว่ารายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการข่าว ทอล์คโชว์ เกมโชว์ ละคร หรือแยกแยะเนื้อหาข่าวกับบทบรรณาธิการได้ เป็นต้น

2. การตระหนักพฤติกรรมการใช้สื่อของตนเองว่า รับสื่ออะไรบ้าง นิยมชื่นชอบสื่ออะไร เนื้อหาประเภทไหน มีความถี่มากน้อยเพียงใด เป็นต้น

3. ทักษะการใช้สื่อ สามารถใช้สื่อประเภทต่างๆ เป็น สามารถเข้าใจความหมายตรงที่สื่อนำเสนอ เข้าใจการดำเนินเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามที่สื่อนำเสนอ

ความรู้เท่าทันสื่อขั้นสูง ได้แก่

1. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการทำงานของผู้ผลิตสื่อ รูปแบบเนื้อหาที่ผลิต

2. ความรู้ในบริบทด้านเศรษฐกิจและการเมืองของสื่อ เช่น รูปแบบการเป็นเจ้าของ และกฎระเบียบของรัฐบาล

3. เข้าใจว่าสื่อมองผู้รับสารอย่างไร ใครคือกลุ่มเป้าหมาย

4. เข้าใจในผลระยะสั้นและระยะยาวที่สื่อมีต่อปัจเจกบุคคลและสังคม ไม่ว่าจะเป็นผลทางด้านความรู้ ทักษะคิด พฤติกรรมและจิตวิทยา ทักษะการคิดแบบวิพากษ์ได้แก่ การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและความหมายแฝงได้, การแยกแยะข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นในเนื้อสารได้, การประเมินความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อสารได้

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ได้กำหนดระดับการรู้เท่าทันสื่อ เป็น 4 ระดับ สรุปลงเป็นลำดับขั้นของการรู้คิด (cognitive level)

ระดับที่ 1 ความตระหนัก (awareness) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อตระหนักว่า สื่อ และเนื้อหาสื่อมีเพื่อตอบสนองต่อความชอบ ความพอใจ ในระดับนี้ผู้รับสื่อจะรู้จักเพียงสถาบัน/องค์กรสื่อจากเนื้อสารที่ได้รับจากสื่อ แต่จะไม่รู้สถานภาพ บทบาทของสถาบัน/องค์กรสื่อ ไม่รู้/ไม่สนใจต่อกระบวนการการผลิตสื่อ และเชื่อว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอสะท้อนความจริง ความถูกต้อง และสื่อความตรงตามลักษณะที่นำเสนอ สามารถเข้าใจได้เฉพาะสิ่งที่สื่อเสนออย่างชัดเจน ตีความการเล่าเรื่องอย่างตรงไปตรงมาในลักษณะที่รู้จักและเคยชิน ขึ้นชมโอกาสที่สื่อให้มีส่วนร่วม สนองตอบตอบได้ ร่วมมือตามที่สื่อคาดหวังและต้องการ

ระดับที่ 2 ความเข้าใจ (comprehension) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อมีความรู้ ความเข้าใจในสื่อ รู้ลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ของสื่อในระบบสังคม รู้ เข้าใจ ยอมรับแบบแผนการผลิตตามลักษณะทางวิชาชีพของสื่อ รู้ความหมายตรง (denotation) ที่แสดงให้เห็นชัดเจนในรูปแบบ รหัส แบบแผนของสื่อ รู้เทคนิคที่สื่อใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ ตีความได้ตามจุดมุ่งหมายของสื่อ วิเคราะห์เทคนิคการเล่าเรื่อง ความหมาย ความคิดของเรื่องที่สื่อเสนอได้ตามเนื้อความที่สื่อเสนอ ยอมรับการสร้างควมมีส่วนร่วมของสื่อ พุดคุย วิจาร์ณ การทำงานหรือผลผลิตสื่อในกลุ่มคนใกล้ชิด

ระดับที่ 3 วิเคราะห์ (analyze) ตีความ (interpret) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อสามารถวิเคราะห์การดำเนินการของ สถาบัน/องค์กรสื่อ ตามสภาพและจุดยืนหรือเป้าหมายการดำเนินการ สภาพการเป็นเจ้าของและการควบคุม รู้และวิเคราะห์ได้ว่าสื่อ นำเรื่องภายในสังคมมาเสนอด้วยการสร้าง (construction) การกำหนดแบบฉบับ (stereotype) สามารถวิเคราะห์จุดมุ่งหมาย วิธีการผลิต การนำเสนอและการสร้างควมมีส่วนร่วมของสื่อ รับรู้สื่ออย่างเข้าใจในสื่อและตนเอง วิเคราะห์ ตีความ ความหมายแฝง (connotation) ในเนื้อความสื่อได้ทั้งในภาษาภาพ ภาษาพูด ภาษาเสียง และภาษาเขียน วิเคราะห์ความหมาย ความคิด และเทคนิคที่สื่อใช้ในการเล่าเรื่องได้ลึกซึ้ง กว้างขึ้น ตอบโต้สื่อไปยังผู้ผลิตหรือสื่อมวลชนอื่น

ระดับที่ 4 การประเมิน (evaluate) การตัดสิน (judgments) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อประเมินได้ว่า สถาบัน/องค์กรสื่อเกี่ยวข้องกับระบบอำนาจ ทูณนิยม บริโภคนิยม ประเมินได้ว่าสื่อมีการดำเนินการทั้งแบบแผนความคิดและการผลิตในระบบอุตสาหกรรม และความคิดกระแสหลักที่สนับสนุนอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมือง สามารถตีความเนื้อความสื่ออย่างเชื่อมโยงกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม แนวคิดหรืออุดมการณ์ของสื่อ แนวคิดเรื่องการแบ่งแยกทางเพศ ชนชั้น รู้แก่นความคิดหลักของเรื่องที่สื่อเล่า ตัดสินจุดมุ่งหมายของการเล่าอย่างเชื่อมโยงได้กับบริบททางสังคม วัฒนธรรม เป็นผู้รับสื่อที่มีพลังอำนาจเท่าเทียมกับสื่อ สามารถตั้งคำถามในเรื่องเกี่ยวกับการทำงานของสื่อ มีส่วนร่วมกับสื่อตามที่ตนกำหนด ตอบโต้สื่อไปยังหน่วยงานดูแลสื่อ สนใจหรือมี

ส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของผู้รับสื่อ การให้การศึกษาเรื่องสื่อ (media education) การทำให้เป็นผู้รู้เรื่องสื่อ (media literacy)

## ตอนที่ 2 ปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อ

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ และการแบ่งประเภทแนวคิดการศึกษาผู้รับสารของ McQuail (1994, อ้างถึงใน McQuail, 1997) ที่แบ่งแนวคิดการศึกษาผู้รับสารออกเป็น การศึกษาปัจจัยภายนอกของผู้รับสาร เช่น อายุ เพศ รายได้ และการศึกษาปัจจัยภายในของผู้รับสาร เช่น ทักษะคิด ค่านิยม ความคิดเห็น พบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

*ลักษณะทางประชากร* บุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และฐานะทางเศรษฐกิจทางสังคม จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากร ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) สรุปว่า การสื่อสารจัดเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่ต่างกันส่งผลพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้นน่าจะแตกต่างกันไปด้วย และจากการศึกษางานวิจัยในอดีตของ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการสื่อสาร พบว่า ตัวแปรด้าน อายุ การศึกษา และรายได้สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า คนที่มีการศึกษาสูงและรายได้มาก จะสนใจสื่อสิ่งพิมพ์ที่สนองความต้องการเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์แก่ตน และเปิดรับเนื้อหาต้านบันเทิงน้อย และยังมีตัวอย่างงานวิจัยที่พบความสัมพันธ์ของตัวแปรทางประชากรกับการสื่อสาร เช่น ปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนไป ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรชีวิต (Life Cycle) จะมีผลต่อปริมาณการใช้สื่อ นอกจากนี้ตัวแปรด้านฐานะทางเศรษฐกิจ ยังมีความสัมพันธ์กับโอกาสการเลือกใช้สื่อมากกว่าเนื่องจากมีสื่อหลายประเภทที่ต้องจ่ายเงินโดยตรง เช่น ภาพยนตร์ นิตยสาร (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) สอดคล้องกับ งานวิจัยของ จินดารัตน์ บวนบริหาร (2548) ที่ศึกษาความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแนวคิดเรื่องความรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ต (Internet Literacy) นับว่าเป็นแนวคิดที่มาจากความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสังคมประชากร ได้แก่ เกรดเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต และนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูง จะมีระดับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตสูง โดย นักเรียนที่เรียนแผนกต่างกันยังมีผลคะแนนการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตต่างกันด้วย

*พฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อ* พฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อ คือ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อในการรับ (ซูลีพร เซวงศักดิ์โสภาคย์, 2541) โดยการเปิดรับสื่อจะส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ดังที่ Atkin (1973) (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541) กล่าวว่าบุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารอย่างกว้างขวางและมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลอย่างมากจะส่งผลให้บุคคลนั้นเป็นผู้มีความรู้ทันสภาวะมากขึ้น นอกจากนี้ Huston & Wright (1996, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549) กล่าวถึงผลกระทบและการรู้คิดของเด็ก โดยสรุปว่า หัวข้อและประเภทรายการโทรทัศน์ที่เด็กดูสำคัญกว่าปริมาณเวลาที่เด็กใช้ดูโทรทัศน์ โดยความต้องการของเด็กจะเปลี่ยนไปตามระดับความเข้าใจ กล่าวคือ เมื่อเด็กโตขึ้น เด็กจะยิ่งอยากเปิดรับเนื้อหาที่มีลักษณะซับซ้อนยิ่งขึ้น

สอดคล้องกับการศึกษาของ พริยา จารุเศรษฐการ (2549) พบว่า ความเข้าใจในสื่อโฆษณาและประสบการณ์เปิดรับสื่อจะส่งผลให้ผู้อ่านนิตยสารสามารถแยกบทความเชิงโฆษณาและบทความธรรมดาได้ ทำให้ทราบถึงรูปแบบกลยุทธ์ในการโฆษณาและเข้าใจศัพท์เฉพาะที่ทางการโฆษณาจัดทำขึ้น หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความเข้าใจในสื่อโฆษณาและประสบการณ์เปิดรับสื่อจะส่งผลให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ อีกทั้งการเปิดรับสื่อในหลากหลายรูปแบบจะทำให้สามารถรับสื่อได้อย่างเข้าใจมากยิ่งขึ้น จากการศึกษาของจินดารัตน์ บวนบริหาร (2548) พบว่า ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ ประสบการณ์การใช้ มีความสัมพันธ์กับความรู้อ่านสื่อ โดย จินดารัตน์ ได้อธิบายข้อค้นพบนี้ว่า ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมาก คือ ผู้ที่คุ้นเคยและมีโอกาสในการฝึกฝนทักษะการใช้ทั้งด้านค้นหาสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายมากกว่าผู้ใช้ที่ใช้น้อย นอกจากนี้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับตัวแปรอื่นที่ส่งผลให้บุคคลมีคุณลักษณะของคนทันสมัย ของ Rogers (1969, อ้างถึงใน วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540) พบว่า การรู้หนังสือ การศึกษา สภาพสังคม อายุ การติดต่อกับสังคมภายนอก เป็นตัวแปรต้นที่นำไปสู่กระบวนการเปิดรับสื่อมวลชน ซึ่งการเปิดรับสื่อมวลชนช่วยให้บุคคลที่ล้าหลังได้มีโอกาสสัมผัสกับแนวคิดที่แปลกใหม่แตกต่างไปจากสังคมของตนเอง โดยบุคคลที่รู้หนังสือมีการศึกษาดี มีสถานภาพสังคมสูง มีอายุพอสมควร และมีประสบการณ์ภายนอกสังคมจะเปิดรับสื่อมวลชนและการเปิดรับสื่อมวลชนนี้เองนำมาสู่ความสามารถเข้าใจบทบาทของผู้อื่น มีความกล้าที่จะยอมรับนวัตกรรม มีความรู้ทางการเมือง มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และมีความมุ่งหวังในด้านการศึกษาและอาชีพด้วยความเข้าใจ

*การอ่าน* เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลให้บุคคลเปิดรับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่แนวคิด Socio-Cultural Approach ในการศึกษาผู้รับสารของ McQuail (1997) ที่ว่า เนื้อหาสาร

หนึ่งๆ จะมีความหมายอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับ “การอ่าน” (Reading) ความหมายนั้นจากการรับรู้ของผู้รับสาร สอดคล้องกับ Potter (2005) (อ้างถึงใน การพัฒนาองค์ความรู้ การรู้เท่าทันสื่อ, 2547) กล่าวว่า ทักษะการอ่านออกเขียนได้ เป็นทักษะหนึ่งที่จะนำไปสู่ การรู้เท่าทันสื่อ กล่าวคือ ทักษะการอ่านเปรียบได้กับเครื่องมือในการสะสมเพิ่มพูนพื้นฐานความรู้ของแต่ละบุคคล คนที่มีทักษะความสามารถในการอ่านออกเขียนได้สูง จะสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจสื่อได้ดี ทำให้มีระดับการอ่านสื่อออกได้สูงตามไปด้วย (มีระดับ Media Literacy สูง) คนเหล่านั้นจะสามารถเข้าใจในเนื้อหาสื่อได้ดี และมีการตัดสินใจที่ดีขึ้นว่าจะเลือกเชื่อหรือไม่เชื่อเนื้อหาจากสื่อเหล่านั้นได้มากน้อยเพียงใด ไปจนถึงสามารถในการใช้สื่อเพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของตนเองได้ นอกจากนี้ Sarmiento (1995, อ้างถึงใน เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540) ได้เสนอทัศนะว่า การศึกษาเรื่องสื่อเป็นการพัฒนาหรือส่งเสริม โดยต้องพัฒนาควบคู่ไปกับทักษะการอ่าน การเขียน การมองเห็น และการปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ที่สื่อจู่โจมเข้ามาในชีวิตประจำวัน ด้วย 3 ระบบ สัญลักษณ์ คือ ถ้อยคำ (word) ภาพ (images) เสียง (sound) บุคคลควรมีความรู้เรื่องระบบทั้ง 3 ดังนั้น การที่บุคคลจะเป็นผู้รู้เรื่องสื่อได้จะต้องมีพัฒนาการเกี่ยวกับ ความสามารถในการอ่านหรือวิเคราะห์สื่อ เพื่อประเมินและจัดการกับข้อมูลจากแหล่งสื่อต่างๆ เป็นองค์ประกอบด้วย และ ศิริพร พูลสุวรรณ (2531, อ้างถึงใน ดนยา วงศ์ระชะชัย, 2542) กล่าวถึงการอ่านว่ามีบทบาทสำคัญ 2 บทบาท คือ บทบาทต่อผู้อ่านและบทบาทต่อสังคม

#### 1. บทบาทต่อตัวผู้อ่าน จำแนกได้ดังนี้

1.1 การอ่านช่วยให้เกิดความรู้ทางวิชาการ การอ่านมีบทบาทสำคัญต่อการศึกษาระดับ การเรียนรู้จำเป็นจะต้องใช้ทักษะการอ่านเพื่อเพิ่มเติมความรู้ การอ่านสิ่งพิมพ์โดยตรง ก่อให้เกิดความเข้าใจ ทักษะคิดต่อสิ่งต่างๆ กว้างขวางมากขึ้น

1.2 การอ่านพัฒนาอาชีพ การอ่านทำให้ทราบข้อมูลต่างๆ เราสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการอ่านมาใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ และพัฒนาอาชีพของตนเองให้เจริญก้าวหน้า

1.3 การอ่านช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การอ่านทำให้ทราบถึงพัฒนาการต่างๆ ของโลก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งความรู้ความคิดที่ได้นี้สามารถนำมามีส่วนสัมพันธ์กับการทำงานชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดจินตนาการ

1.4 การอ่านช่วยพัฒนาจิตใจให้เจริญอกงาม การอ่านหนังสือประเภทวรรณคดี สารคดี นวนิยาย หนังสือธรรมะ หนังสือเกี่ยวกับธรรมชาติ นอกจากจะให้ความเพลิดเพลินแล้วยังช่วยพัฒนาจิตใจให้เกิดความเมตตาอารี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่อีกด้วย

1.5 การอ่านช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ตลอดจนป้องกันและแก้ปัญหาบางอย่างได้ การอ่านช่วยลดขั้นตอนในชีวิตประจำวันบางขั้นตอน ความรู้ที่ได้จากการอ่านสามารถใช้แก้ปัญหาได้

1.6 การอ่านช่วยให้ผู้อ่านมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม การอ่านช่วยให้มนุษย์มีความรู้และเกิดปัญญา ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ทำให้มนุษย์แสดงออกซึ่งอารมณ์ได้ถูกต้องกับกาลเทศะ จึงกล่าวได้ว่า การอ่านช่วยให้ผู้อ่านมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม

## 2. บทบาทต่อสังคม จำแนกได้ดังนี้

2.1 การอ่านมีบทบาทในการช่วยให้เกิดความเข้าใจในเรื่องการเมืองการปกครอง

2.2 การอ่านมีบทบาทในแง่การให้ความร่วมมือของคนในสังคม การอ่านทำให้เข้าใจผู้อื่น ให้ความร่วมมือกับกลุ่ม ให้ความช่วยเหลือผู้อื่น

2.3 การอ่านทำให้เข้าใจสภาพเศรษฐกิจและวัฒนธรรมต่างๆ ของสังคมซึ่งหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การอ่านทำผู้อ่านสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆ

นอกจากนี้ มณีรัตน์ สุขโชติรัตน์ (2548) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการอ่านว่า การอ่านช่วยทำให้เราได้คำตอบจากปัญหาที่ต้องการแก้หรือปัญหาที่ค้างคาอยู่ในใจ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เป็นผู้ที่สามารถแก้ปัญหาต่างๆ ได้ด้วยตนเอง อีกทั้งการอ่านยังช่วยเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของผู้อ่าน การอ่านมากทำให้ผู้นั้นเป็นผู้ที่มีความรอบรู้ ทำให้มีความคิดที่กว้างไกล มีวิสัยทัศน์ การอ่านเป็นการจุดประกายความคิดของผู้อ่าน ทำให้เกิดพัฒนาการทางสติปัญญา ด้วยการนำความรู้ที่ได้จากการอ่านไปบูรณาการกับความคิดของตนเกิดเป็นความคิดใหม่

สรุปได้ว่า การอ่านเป็นกระบวนการสำคัญในการแสวงหาความรู้โดยเฉพาะในปัจจุบันที่วิทยาการต่างถูกเผยแพร่ออกมาในรูปของสิ่งพิมพ์เป็นส่วนมาก การอ่านจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญของ นักเรียน นิสิต นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ที่จะติดตามความก้าวหน้าของเหตุการณ์และแสวงหาความรู้ให้เพิ่มพูนขึ้น การอ่านหรือความสามารถในการอ่านจึงเป็นตัวแปรหนึ่งของความสำเร็จหรือความล้มเหลวในชีวิต ไม่ว่าจะด้านการศึกษาหรือด้านการประกอบอาชีพ ผู้ที่อ่านมากย่อมมีความรู้มากและสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

*ผู้ปกครอง* ครอบครัวยุคใหม่เป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการสร้างประสบการณ์ กล่อมเกลา และปลูกฝังทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ครอบครัวยุคใหม่ผลต่อการสร้างพฤติกรรม และการรับรู้ของแต่ละบุคคลได้เสมอ เนื่องจากครอบครัวเปรียบเสมือนสื่อกลาง ในการ



ทำหน้าที่ควบคุมกำกับดูแลความประพฤติ (ซูลีพร เซวงศักดิ์โสภาคย์, 2541) ดังที่ Committee on Communications (1995, อ้างถึงใน ลัดดา เหมาะสุวรรณ และคณะ, 2547) แนะนำว่า พ่อแม่ควรหลีกเลี่ยงการใช้โทรศัพท์ในการเลี้ยงเด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี และต้องจำกัดการดูโทรศัพท์ให้น้อยกว่า 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน เลือกรายการโทรศัพท์ให้เหมาะสมกับวัยและส่งเสริมพัฒนาการเด็ก แม้แต่เด็กโตและวัยรุ่นพ่อแม่ก็ควรมีส่วนร่วมในการเลือกรายการโดยการชี้แนะเด็ก พ่อแม่ต้องดูรายการโทรศัพท์พร้อมกับเด็กเพื่อแนะนำและสอนให้เด็กรู้จักแยกแยะภาพที่เห็นกับโลกที่เป็นจริง เพื่อเป็นการฝึกทักษะในการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณให้กับเด็ก สอดคล้องกับ นฤมล รื่นไวย (2550) กล่าวถึงวัยรุ่นกับโทรศัพท์ และการตรวจสอบของพ่อแม่ ว่า วิธีการตรวจสอบสื่อ พ่อแม่ทำได้โดยสร้างบรรยากาศการนั่งคุยกันภายในครอบครัว เพื่อสนทนาถึงเรื่องค่านิยมต่างๆ ที่แฝงอยู่ในพฤติกรรมของตัวละครในโทรศัพท์ และควรควบคุมการดูโทรศัพท์ของลูก โดยนฤมลให้เหตุผลว่าถึงแม้ว่าลูกโตอยู่ในช่วงวัยรุ่นแล้วก็ตาม แต่การควบคุมการดูโทรศัพท์ก็ควรจะต้องมีอยู่ เนื่องจากวัยรุ่นยังไม่ใช่ว่าเป็นผู้ใหญ่ แต่เป็นเพียงเด็กที่กำลังจะเป็นผู้ใหญ่ จึงยังอ่อนประสบการณ์ ซึ่งการปฏิบัติเหมือนผู้ใหญ่ไม่ได้ช่วยให้วัยรุ่นเป็นผู้ใหญ่ขึ้น แต่การปฏิบัติควรเป็นการจำกัดบ้าง ไม่ใช่การสั่งห้าม รวมไปถึง พ่อแม่ควรจัดตารางรายการโทรศัพท์ที่เหมาะสมกับลูก ไม่ควรปล่อยให้วัยรุ่นดูโทรศัพท์อย่างพร่ำเพรื่อ หรือเปิดดูโทรศัพท์เมื่อใดก็ได้ตามใจต้องการ แต่ควรส่งเสริมให้ทำกิจกรรมอย่างอื่นมากกว่าดูโทรศัพท์ และการดูโทรศัพท์ควรเป็นการกำหนดเวลาดูไว้ล่วงหน้า สำหรับรายการที่คิดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อวัยรุ่น

นอกจากนี้ การศึกษาของ จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548) ยังพบตัวแปรผู้ปกครอง ได้แก่ รายได้ครอบครัวต่อเดือน และระดับการศึกษาของผู้ปกครองส่งผลต่อความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับมัธยมปลาย โดยนักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 5,000 – 20,000 บาท และผู้ปกครองจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี-ปริญญาเอก จะมีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตสูง และสิทธิรัตน์ น้อยสง่า (2540) กล่าวว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวและวิถีชีวิตประจำวัน มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ ครอบครัวที่มีฐานะดีทำให้นักเรียนไม่จำเป็นต้องรับจ้างหางานทำเพื่อช่วยเหลือครอบครัวทำให้มีเวลาในการเปิดรับสื่อมาก

ตารางที่ 1 ปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

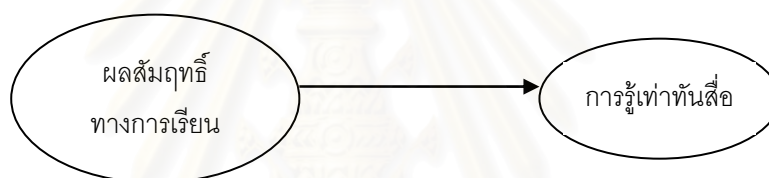
<p>ผู้วิจัย</p> <p>ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ</p>	<p>ยุบด เบญจรงค์กิจ (2543)</p>	<p>จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548)</p>	<p>ศิริพร พูลสุวรรณ (2531)</p>	<p>มนิรัตน์ สุขโชติรัตน์ (2548)</p>	<p>กาญจนา แก้วเทพ (2547)</p>	<p>สุกัญญา ตีระวนิช (2528)</p>	<p>สุติพร เหวงศักดิ์โสภาคย์ (2541)</p>	<p>Committee on Communications (1995)</p>	<p>นฤมล รื่นไวย์ (2550)</p>	<p>พริยา จาตุเศรษฐ์สุภากร (2549)</p>	<p>McQuail (1994)</p>	<p>Atkin (1973)</p>	<p>Potter (2005)</p>	<p>Sarmiento (1995)</p>	<p>Huston &amp; Wright (1996)</p>
<p>1. ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน</p> <p>1.1 เกรดเฉลี่ย</p>	/	/									/				
<p>2. ด้านพฤติกรรมการอ่าน</p> <p>2.1 การใช้เวลาร่าง</p>													/		
<p>2.2 การแสวงหาความรู้</p>			/	/									/	/	
<p>2.3 ลักษณะการอ่าน</p>											/				
<p>2.4 การแสดงความคิดเห็น</p>			/	/							/		/	/	
<p>3. ด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม</p> <p>3.1 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง</p>	/		/								/				
<p>3.2 รายได้ของครอบครัว</p>		/			/	/					/				

ตารางที่ 1 (ต่อ) ปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

<p>ผู้วิจัย</p> <p>ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ</p>	<p>ยุบด เบญจรงค์กิจ (2543)</p>	<p>จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548)</p>	<p>ศิริพร พูลสุวรรณ (2531)</p>	<p>มนรัตน์ สุขโชติรัตน์ (2548)</p>	<p>กาญจนา แก้วเทพ (2547)</p>	<p>สุกัญญา ตีระวนิช (2528)</p>	<p>ชุตินพร เสงศ์ศักดิ์โสภาคย์ (2541)</p>	<p>Committee on Communications (1995)</p>	<p>นฤมล รินไฉย (2550)</p>	<p>พริษา จาตุเศษฐิติการ (2549)</p>	<p>McQuail (1994)</p>	<p>Atkin (1973)</p>	<p>Potter (2005)</p>	<p>Sarmiento (1995)</p>	<p>Huston &amp; Wright (1996)</p>
<p>4. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน</p>									/						
<p>4.1 การควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อ</p>															
<p>4.2 การคัดกรองเนื้อหา</p>								/	/						
<p>4.3 การอธิบายชี้แจง</p>								/	/						
<p>4.4 การส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์</p>							/	/	/						
<p>5. ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ</p>															
<p>5.1 ความถี่ในการเปิดรับสื่อ</p>		/			/					/					
<p>5.2 ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ</p>		/			/					/					
<p>5.3 ลักษณะการเปิดรับสื่อ</p>													/		
<p>5.4 การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว</p>												/	/		/
<p>5.5 การเปิดรับเนื้อหาประเภทสารความรู้</p>												/	/		/
<p>5.6 การเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง</p>												/			/

จากตารางที่ 1 ปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมี 5 ปัจจัย ผู้วิจัยนำมาสรุปเป็นแผนภาพนำเสนอแยกเป็นแต่ละปัจจัยดังนี้

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2543) สรุปว่า การสื่อสารจัดเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลมีสมบัติทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และฐานะทางเศรษฐกิจทางสังคม ที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้นน่าจะแตกต่างกันไปด้วย และจินดารัตน์ บวนบริหาร (2548) ได้ศึกษา ความรู้เท่าทันสื่อ อินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมป้องกันตัวของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านสังคมประชากร ได้แก่ เกรดเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต และนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูง จะมีระดับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตสูง นอกจากนี้ นักเรียนที่เรียนแผนกต่างกันยังมีผลคะแนนการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตต่างกันด้วย ดังนั้นผู้วิจัยสามารถเขียนแผนภาพที่ 3

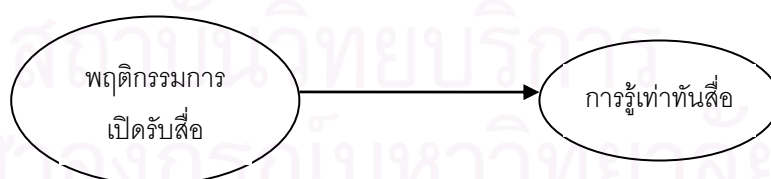


ภาพที่ 3 ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

จากทฤษฎี ทฤษฎีปลูกฝังความจริง ของ George Gerbner ที่เชื่อว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลในระดับหนึ่งและผลกระทบของสื่อที่มีต่อประชาชนนั้นเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะยาว เป็นผลจากการสั่งสม (อดุลย์ เพ็ชรรุ่งโรจน์, 2543) และแนวคิดการสร้างความเป็นจริงทางสังคมที่ว่า การนำเสนอของสื่อมีผลกระทบตั้งแต่ระยะสั้นไปจนถึงผลกระทบในระยะยาว โดยที่ผลกระทบระยะยาวเกิดจากการค่อยๆ สั่งสมและตกตะกอนทีละเล็กละน้อยจนกลายเป็นวัฒนธรรมของคน ดังนั้น การที่ผู้รับสารดูโทรทัศน์แต่ละชั่วโมง แต่ละวัน จึงไม่ได้เป็นเพียงแต่รับสารสนเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการค่อยๆ เก็บสะสมภาพของชีวิตแบบต่างๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) นอกจากนี้ Atkin (1973) (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541) กล่าวว่า บุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารอย่างกว้างขวางและมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลอย่างมากจะส่งผลให้บุคคลนั้นเป็นผู้มีความรู้ทันสภาวะมากขึ้น สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อไม่เพียงแต่จะปลูกฝังความจริง ทักษะคิด ความเชื่อของบุคคลเท่านั้น แต่การเปิดรับสื่อยังช่วยเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Potter (2001) ที่กล่าวว่า ข่าวสาร เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ สำคัญต่อการเพิ่มระดับ

ความรู้เท่าทันสื่อต้อง โดยข่าวสารจะเป็นวัตถุดิบขององค์ความรู้ ซึ่งข่าวเป็นวัตถุดิบที่ดีเราต้องเปิดรับ เนื้อสารที่หลากหลายเพื่อขยายพื้นฐานความรู้ และแสวงหาข่าวสารเชิงลึกในเรื่องที่รู้อย่างผิวเผิน เพื่อให้มีความเข้าใจลึกซึ้งยิ่งขึ้น นอกจากนี้ข่าวสารที่เราได้รับจากสื่อต่างๆแล้ว ก็ควรเสาะหา ข่าวสารจากต้นตอในโลกของความเป็นจริงด้วย และ Huston & Wright (1996, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549) ที่กล่าวถึงผลกระทบและการรู้คิดของเด็ก โดยสรุปว่า หัวข้อและ ประเภทรายการโทรทัศน์ที่เด็กดูสำคัญกว่าปริมาณเวลาที่เด็กใช้ดูโทรทัศน์ โดยความต้องการของเด็กจะเปลี่ยนไปตามระดับความเข้าใจ กล่าวคือ เมื่อเด็กโตขึ้น เด็กจะยิ่งอยากเปิดรับเนื้อหาที่มี ลักษณะซับซ้อนยิ่งขึ้น

รวมถึงการศึกษาของ พิริยา จารุเศรษฐกร (2549) พบว่า ความเข้าใจในสื่อ โฆษณาและประสบการณ์เปิดรับสื่อจะส่งผลให้ผู้อ่านนิตยสารสามารถแยกบทความเชิงโฆษณา และบทความธรรมดาได้ ทำให้ทราบถึงรูปแบบกลยุทธ์ในการโฆษณาและเข้าใจศัพท์เฉพาะที่ ทางการโฆษณาจัดทำขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ความเข้าใจในสื่อโฆษณาและประสบการณ์เปิดรับ สื่อจะส่งผลให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ อีกทั้งการเปิดรับสื่อในหลากหลายรูปแบบจะทำให้สามารถรับ สื่อได้อย่างเข้าใจมากยิ่งขึ้น และการศึกษาของ จินดารัตน์ บวนบริหาร (2548) พบว่า ลักษณะการ ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ ประสบการณ์การใช้ มีความสัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่อ โดย จินดารัตน์ ได้อธิบายข้อค้นพบนี้ว่า ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมาก คือ ผู้ที่คุ้นเคยและมีโอกาสในการฝึกฝน ทักษะการใช้ทั้งด้านค้นหาสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายมากกว่าผู้ที่ใช้บ่อย ซึ่งใน ปัจจุบันพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนี้ผู้วิจัยเห็นว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจะเสริมสร้างทักษะการรู้เท่า ทันสื่อนั้นต้องพิจารณาร่วมกับลักษณะ/วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ ดังนั้นผู้วิจัยสามารถเขียน แผนภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อมวลชนส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

จากแนวคิดการศึกษาผู้รับสารแบบ Socio-Cultural Approach ของ McQuail (1997) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการอ่านเนื้อสารว่า เนื้อหาสารหนึ่งๆ จะมีความหมายอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับ “การอ่าน” (Reading) ความหมาย ดังนั้น ความหมายของเนื้อหาสารจึงไม่ใช่สิ่งที่

หยุดนิ่งตายตัวอยู่ในสารนั้นและไม่อาจกำหนดหรือคาดเดาได้ล่วงหน้า นั่นคือ “เนื้อสารจะยังไม่มี ความหมายใดๆ จนกว่าจะมีผู้อ่าน” และวิธีการใช้เนื้อสาร หรือพฤติกรรมการใช้สื่อเป็นปฏิบัติการ ทางสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งหมายความว่าตัวบท เช่น ละคร หนังสือ เกมโชว์ ที่เป็นเรื่องเดียวกันหาก นำไปใช้โดยปฏิบัติการทางสังคมของกลุ่มที่แตกต่างกัน ผลของการใช้ตัวบทดังกล่าวย่อมแตกต่าง กัน และPotter (2005) (อ้างถึงใน การพัฒนาองค์ความรู้ การรู้เท่าทันสื่อ, 2547) กล่าวว่า ทักษะ การอ่านออกเขียนได้ เป็นทักษะหนึ่งที่จะนำไปสู่ การรู้เท่าทันสื่อ กล่าวคือ ทักษะการอ่านเปรียบได้ กับเครื่องมือในการสะสมเพิ่มพูนพื้นฐานความรู้ของแต่ละบุคคล คนที่มีทักษะความสามารถใน การอ่านออกเขียนได้สูง จะสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจสื่อได้ดี ทำให้มีระดับการอ่านสื่อออก ได้สูงตามไปด้วย (มีระดับ การรู้เท่าทันสื่อสูง) นอกจากนี้ ศิริพร พูลสุวรรณ (2531, อ้างถึงใน ดน ยา วงศ์ธนะชัย, 2542) กล่าวถึงการอ่านว่ามีบทบาท บทบาทต่อผู้อ่าน คือ ช่วยให้เกิดความรู้ทาง วิชาการ การเรียนรู้จำเป็นจะต้องใช้ทักษะการอ่านเพื่อเพิ่มเติมความรู้ การอ่านสิ่งพิมพ์โดยตรง ก่อให้เกิดความเข้าใจ ทศนคติต่อสิ่งต่างๆ กว้างขวางมากขึ้นเพราะการอ่านทำให้ทราบถึง พัฒนาการต่างๆ ของโลก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถเขียนแผนภาพที่ 5

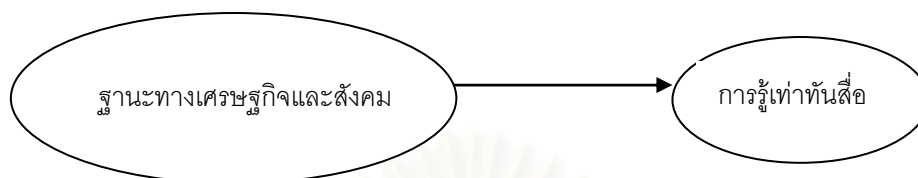


ภาพที่ 5 ปัจจัยด้านการพฤติกรรมกรอ่านส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน

การศึกษาของ จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548) พบตัวแปรผู้ปกครอง ได้แก่ รายได้ ครอบครัวต่อเดือน และระดับการศึกษาของผู้ปกครองส่งผลต่อความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของ นักเรียนระดับมัธยมปลาย และกับสุกัญญา ตีระวนิช (2528, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2540) กล่าวถึง ตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจสังคมของเด็กมีส่วนในการเลือกเปิดรับสื่อและเลือกใช้ ประโยชน์จากสื่อ ทั้งนี้เนื่องจากพ่อแม่มีความรู้และมีเวลาให้คำแนะนำ

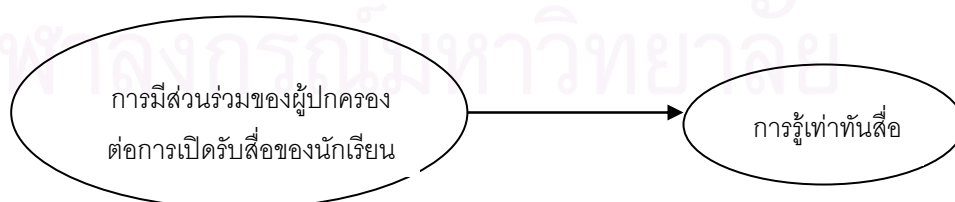
นอกจากนี้ ปัจจัยฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมยังสามารถอธิบายได้จากกรณีที่ ครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการสร้างประสบการณ์ กล่อม เกลา และปลูกฝังทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ครอบครัวมีผลต่อการสร้างพฤติกรรม และการรับรู้ ของแต่ละบุคคลได้เสมอ (ชุลีพร เขวงศักดิ์โสภาคย์, 2541) ดังนั้นปัจจัยบางอย่างที่บ่งชี้การรู้เท่า

ทันสมัยของผู้ปกครองก็น่าจะส่งผลถึงการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนด้วย ดังนั้นผู้วิจัยสามารถเขียนแผนภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ปัจจัยด้านฐานนะทางเศรษฐกิจและสังคมส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

ชุลีพร เชาวศักดิ์โสภาคย์ (2541) ได้อธิบายถึงความสำคัญของครอบครัวว่า ครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการสร้างประสบการณ์ กล่อมเกลา และปลูกฝังทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ครอบครัวมีผลต่อการสร้างพฤติกรรม และการรับรู้ของแต่ละบุคคลได้เสมอ เนื่องจากครอบครัวเปรียบเสมือนสื่อกลาง ในการทำหน้าที่ควบคุมกำกับดูแลความประพฤติ ดังที่ Committee on Communications (1995, อ้างถึงใน ลัดดา เหมาะสุวรรณ และคณะ, 2547) แนะนำว่า พ่อแม่ควรหลีกเลี่ยงการใช้โทรทัศน์ในการเลี้ยงเด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี และต้องจำกัดการดูโทรทัศน์ให้น้อยกว่า 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน เลือกรายการโทรทัศน์ให้เหมาะสมกับวัยและส่งเสริมพัฒนาการเด็ก แม้แต่เด็กโตและวัยรุ่นพ่อแม่ก็ควรมีส่วนร่วมในการเลือกรายการโดยการชี้แนะเด็ก พ่อแม่ต้องดูรายการโทรทัศน์พร้อมกับเด็กเพื่อแนะนำและสอนให้เด็กรู้จักแยกแยะภาพที่เห็นกับโลกที่เป็นจริง เพื่อเป็นการฝึกทักษะในการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณให้กับเด็ก และสอดคล้องกับ นฤมล รื่นไวย์ (2550) ที่กล่าวถึง วัยรุ่นกับโทรทัศน์ว่า พ่อแม่ควรสร้างโอกาสการพูดคุยกับลูกถึงค่านิยมที่แฝงอยู่ในตัวละครโทรทัศน์ และควรควบคุมการดูโทรทัศน์ รวมถึงจัดตารางการดูโทรทัศน์ให้แก่ลูก ดังนั้นผู้วิจัยสามารถเขียนแผนภาพที่ 7



ภาพที่ 7 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน

นอกจากปัจจัยต่างที่จะส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อแล้ว ผู้วิจัยยังพบความสัมพันธ์ของ ปัจจัยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยฐานะทางเศรษฐกิจทางสังคม และปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ อธิบายได้จาก การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับตัวแปรอื่นที่ส่งผลให้บุคคลมีคุณลักษณะของคนทันสมัย ของ Rogers (1969, อ้างถึงใน วรพวรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540) พบว่า การรู้หนังสือ การศึกษา สภาพสังคม อายุ การติดต่อกับสังคมภายนอก เป็นตัวแปรต้นที่จะนำไปสู่กระบวนการเปิดรับสื่อมวลชน สอดคล้องกับ การศึกษาของ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ที่พบว่า อายุ การศึกษา และรายได้สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารและสิทธิรต์น์ น้อยสง่า (2540) กล่าวว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวและวิถีชีวิตประจำวัน มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ ครอบครัวที่มีฐานะดีทำให้นักเรียนไม่จำเป็นต้องรับจ้างงานทำเพื่อช่วยเหลือครอบครัวทำให้มีเวลาในการเปิดรับสื่อมาก ดังนั้นผู้วิจัยสามารถเขียนแผนภาพที่ 8



**ภาพที่ 8** ปัจจัยพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยฐานะทางเศรษฐกิจทางสังคมและปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน ส่งผลต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักเรียน

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยพบว่า การรู้เท่าทันสื่อสามารถวัดได้จาก 4 ตัวบ่งชี้ได้แก่



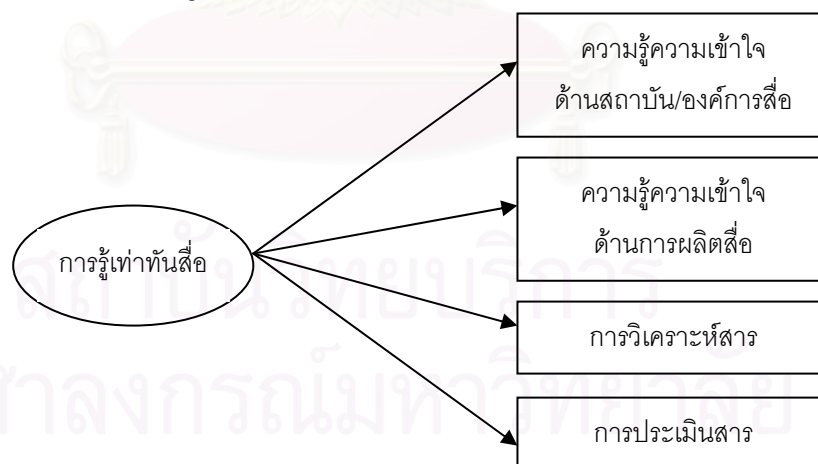
1. *ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ* หมายถึง วัดจาก ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพการเป็นเจ้าของสื่อ รู้ถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน เข้าใจในวิธีการทำงานขององค์กรสื่อ รู้ว่าการดำเนินกิจการของสื่อมวลชนส่วนใหญ่เป็นการแสวงหาผลกำไร และเงื่อนไขทางธุรกิจ/ทุน มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของสื่อ

2. *ความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตสื่อ* หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจในเทคนิคในการสร้างความจริงของสื่อแต่ละประเภท ตระหนักว่าผลผลิตสื่อที่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมีโครงสร้างและปรุงแต่งหลายขั้นตอน โดยการคัดสรร กำหนดวิธีการทั้ง คำพูด ภาพ และเสียง เพื่อถ่ายทอด “ความรู้สึกที่เป็นจริง” และให้ “ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ”

3. *การวิเคราะห์สาร* หมายถึง ความเข้าใจถึงใจความสำคัญของสาร เข้าใจความหมายทั้งในระดับคำและความหมายระดับประโยคอย่างถูกต้อง สามารถตีความภาษาและถอดรหัสสัญลักษณ์ได้ทั้งความหมายตรงและความหมายแฝง เข้าใจจุดประสงค์ของผู้ส่งสาร แยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น

4. *การประเมินสาร* หมายถึง ความสามารถตีความเนื้อสารอย่างเชื่อมโยงกับบริบททางสังคมวัฒนธรรม แนวคิดหรืออุดมการณ์ของสื่อ ระบุถึง ทักษะคติ ค่านิยมที่มีอยู่ในเนื้อสาร พร้อมทั้งตัดสินคุณค่าที่มีอยู่ในเนื้อสาร คาดคะเนถึงผลลัพธ์หรือสรุปในเชิงตรรกะที่จะเกิดขึ้นจากการรับสารในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคม

ดังนั้นภาพที่ 9



ภาพที่ 9 ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

จากภาพที่ การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนวัดได้จากตัวบ่งชี้ 4 ตัว คือ ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตสื่อ การวิเคราะห์สาร และการประเมินสาร

### ตอนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พริยา จารุเศรษฐกร (2549) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณาในสื่อ นิตยสารสตรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและวิธีการนำเสนอบทความเชิงโฆษณา ในนิตยสารสตรี 2) เพื่อศึกษาวิธีการในการแยกแยะบทความธรรมดา กับบทความเชิงโฆษณาของผู้อ่าน 3) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณาของผู้อ่าน 4) เพื่อศึกษาถึงอุปสรรค ในการรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณาของผู้อ่าน 5) เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นเชิงศีลธรรมและการใช้ ประโยชน์ต่อบทความเชิงโฆษณาของผู้อ่าน ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารสตรีรายเดือน ระยะเวลา 6 เดือน รวม 36 เล่ม และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง อายุ 14-25 ปี จำนวน 15 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) เครื่องสำอาง เป็นสินค้าที่ใช้การโฆษณาแบบบทความ โฆษณามากที่สุด โดยมีรูปแบบการโฆษณาด้วยการ ตั้งชื่อแบบบอกเล่ามากที่สุด และส่วนมากมี การโฆษณาหน้าเดียวกับบทความโดยใส่ภาพที่ห้อยลงไปด้วยซึ่งมักจะไม้อ่างอิงและระบุว่าเป็นพื้นที่ โฆษณา ส่วนใหญ่นำเสนอภาพบุคคลร่วมกับสินค้า 2) กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มคนทำงาน มีความสามารถในการแยกแยะบทความได้สูงที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มนักเรียน มัธยมปลาย มีความสามารถแยกแยะบทความได้น้อยที่สุด จนถึงบางคนไม่สามารถแยกแยะได้ เลย โดย พริยา ได้อภิปรายข้อค้นพบนี้ว่า สาเหตุที่กลุ่มนักเรียนมัธยมปลายมีความสามารถ แยกแยะบทความได้น้อยที่สุดเนื่องจาก มีประสบการณ์ในการอ่านน้อย และมักจะไม้อ่างอิงหรือ วิเคราะห์สิ่งที่อ่านเป็นพิเศษ ส่วนกลุ่มคนทำงานมีความสามารถในการแยกแยะบทความได้สูง ที่สุด เนื่องจาก มีประสบการณ์ในการอ่านนิตยสารมากที่สุด สนใจที่จะอ่านอย่างวิเคราะห์ รวมไปถึง มีระดับวุฒิและคุณวุฒิก็มีส่วนสำคัญในการแยกแยะบทความเชิงโฆษณากับบทความ ธรรมดา 3) ปัจจัยในการรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณา ได้แก่ การแสดงตราสินค้า หรือภาพสินค้า การแสดงสรรพคุณของสินค้า พิธีเซนเตอร์ที่นำเสนอโฆษณา รวมถึง การให้ข้อมูลโดยการแนะนำ เชิญชวน ชักชวน ส่วนอุปสรรคในการรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณา ได้แก่ การไม่ปรากฏข้อความ ชักชวน เชิญชวน การเขียนอ่าอิงแบบบทความเชิงวิชาการ และการนำเสนอแบบสัมภาษณ์

จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548) ศึกษาเรื่อง ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การ ประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาว่านักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานครมี ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตหรือไม่ อย่างไร รวมทั้งพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสาม และยังมีมุ่งที่จะตอบคำถามว่า ปัจจัยทางด้านลักษณะทางสังคมประชากรและปัจจัยด้านลักษณะ การใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับตัวแปรต่างๆ ดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ ประเมินว่าอินเทอร์เน็ตมีความเสี่ยงสูง และมีพฤติกรรมในการป้องกันตัวโดยรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ทั้งสามตัวแปรพบว่าความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความเสี่ยงบนอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ในทางลบกับพฤติกรรมการป้องกันตัว กล่าวคือ ผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตสูงจะมีการป้องกันตัวต่ำกว่าผู้มีความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตต่ำ ส่วนปัจจัยด้านลักษณะสังคมประชากรและปัจจัยด้านลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับตัวแปรต่างๆ หรือไม่ พบว่า ลักษณะทางสังคมประชากรและลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตได้แก่ เกรดเฉลี่ย รายได้ครอบครัว ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระยะเวลาและประสบการณ์ใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความเสี่ยงคือ เพศ ระยะเวลา และประสบการณ์ใช้ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตัวเองคือ เพศ เกรดเฉลี่ย ระยะเวลา และประสบการณ์ในการใช้

ฟารีดา เตชะวรินทร์เลิศ (2548) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เท่าทันสื่อกับการได้รับอิทธิพลด้านการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสารและการเลือกกรอบในการตีความข่าวสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาว่านักศึกษาที่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อต่างกันจะได้รับอิทธิพลด้านการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสารและการเลือกกรอบในการตีความข่าวสาร ต่างกันหรือไม่ ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาจำนวน 375 คน และการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ไทยรายวันแนวประชานิยม 4 ฉบับ

ผลการวิจัย พบว่า ความรู้เท่าทันสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลด้านการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสาร นักศึกษาที่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อน้อยและนักศึกษามีระดับความรู้เท่าทันสูง จะรับรู้และจัดอันดับความสำคัญแก่วาระข่าวสารสอดคล้องกับการจัดอันดับความสำคัญแก่วาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์มากกว่านักศึกษามีความรู้เท่าทันสื่อระดับปานกลาง การเลือกกรอบในการตีความข่าวสาร พบว่า นักศึกษามีความรู้เท่าทันสื่อน้อยจะตีความแง่มุมข่าวสารสอดคล้องกับกรอบการตีความข่าวสารของหนังสือพิมพ์มากกว่านักศึกษามีความรู้เท่าทันสื่อมาก

อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์ (2543) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อ สำหรับการวิจัยสื่อสารมวลชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาและแนวคิดความรู้เท่าทันสื่อ และ ศึกษาแนวคิดในการวัดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อ สำหรับการวิจัยการสื่อสารมวลชนในอนาคต โดยใช้วิธีการ (1) การวิจัยเอกสาร (2) วิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยความรู้เท่าทันสื่อระหว่าง

ค.ศ. 1990-1999 และ (3) สัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่าง 8 ท่าน ประกอบด้วยนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน 3 ท่าน นักวิชาชีพสื่อสารมวลชน 4 ท่าน และ นักศึกษา 1 ท่าน

ผลการวิจัย พบว่า ความวิตกกังวลเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อเยาวชน ได้เกิดกระแสความรู้เท่าทันสื่อในหลายประเทศจนมีความตื่นตัวบรรจุความรู้เท่าทันสื่อไว้ในหลักสูตรการศึกษาของประเทศนั้นๆ เช่นอังกฤษ ออสเตรเลีย แคนาดา ฝรั่งเศส สกอตแลนด์ สวีเดน เป็นต้น นิยามความรู้เท่าทันสื่อ ในมุมมองของนักวิชาการต่างประเทศ ความรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์แบบวิพากษ์ และสามารถผลิตสื่อได้ โดยใช้สื่อมวลชนในโรงเรียน ส่วนมุมมองของนักวิชาการไทย ความรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง (1) การมีความรู้เพื่อฐานเกี่ยวกับสื่อ (2) ความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์สื่อ (3)การรู้จักนำเนื้อหาสาระจากสื่อไปใช้ประโยชน์ การวัดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อวัดได้จาก ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อ และทักษะในการใช้สื่อ โดยความรู้เท่าทันสื่อ แบ่งได้ 2 ระดับ คือ ความรู้เท่าทันสื่อระดับพื้นฐาน และความรู้เท่าทันสื่อขั้นสูงหรือขั้นวิพากษ์ได้

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรชั่นของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวคิดและลักษณะของมีเดียลิตเตอเรชั่น และ เพื่อวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรชั่นของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิจัย พบว่า (1) แนวคิดและลักษณะของมีเดียลิตเตอเรชั่นจากวรรณกรรมแบ่งออกเป็น 9 องค์ประกอบ ได้แก่ สถาบันสื่อและองค์กรสื่อ เนื้อความสื่อ การมีส่วนร่วมและการตอบโต้สื่อของผู้รับสื่อ รูปแบบ รหัสและแบบแผนของสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ การตีความเรื่องแนวเรื่องจริง การตีความเรื่องแนบบันเทิงคดี และการโฆษณาในโทรทัศน์ (2) นักศึกษาส่วนใหญ่มีมีเดียลิตเตอเรชั่น ระดับ 2 คือ ไม่รู้เท่าทันสื่อหรือถูกครอบงำโดยสื่อ

Hobbs, R. (2003) ศึกษาเปรียบเทียบทักษะต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นจากการหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของหลักสูตรในการพัฒนาทักษะทางวิชาการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 (เกรด 11) ในประเทศอังกฤษ โดยเปรียบเทียบคะแนนก่อน - หลัง (pretest - posttest) นักเรียน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เรียนหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อกับกลุ่มที่ไม่เรียนหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งใช้วัดที่ปรับปรุงมาจากแบบวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ของ Quin and McMahon(1995) เป็นลักษณะคำถามปลายเปิดและแบบเลือกตอบ โดยวัด 8 ตัวแปร คือ การระบุแนวคิดหลักของเรื่อง การระบุรายละเอียดของเรื่อง การเขียนถ่ายทอดเนื้อหาที่ได้อ่าน/ดูหรือฟัง การวิเคราะห์เทคนิคการสร้างสื่อ การวิเคราะห์จุดเด่นของเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาที่ขาด

หายไป การวิเคราะห์ความเหมือนความแตกต่างของเนื้อหา และการระบุวัตถุประสงค์ของสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่เรียนหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ มีทักษะเพิ่มขึ้นทุกตัวแปร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

McMahon B. and Quin R. (1993) ประเมินการวิเคราะห์สื่อ ซึ่งเป็นมาตรฐานในวิชา สื่อศึกษา (Media Education) ในนักเรียนระดับมัธยมศึกษา จำนวน 1425 คน ของประเทศออสเตรเลีย โดยการวัดความรู้ความเข้าใจการวิเคราะห์สื่อ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา (content strand) ประเมินความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาการวิเคราะห์ภาษาและการบรรยายเล่าเรื่อง ด้านบริบท (context strand) ประเมินความเข้าใจของนักเรียนเกี่ยวกับกระบวนการผลิต/การเผยแพร่ (production/circulation), กลุ่มผู้รับสาร (audience) และ ค่านิยม (values)

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนใหญ่มีความสามารถและทักษะพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์สื่อในระดับสูง แต่ยังไม่สามารถวิเคราะห์ผลกระทบของสื่อได้ ซึ่ง ผู้วิจัยคาดว่า น่าจะเกิดจากนักเรียน (อายุ 15 ปี) ยังมีประสบการณ์ตรงน้อย ไม่เพียงพอที่จะแยกแยะและวิเคราะห์เนื้อหาสื่อได้อย่างลึกซึ้ง และการเรียนการสอนวิชาสื่อศึกษา ยังไม่มีอุปกรณ์เพียงพอเพื่อเป็นสื่อการเรียนการสอนที่เหมาะสม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ นักเรียนเกิดประสบการณ์

Michael RobbGrieco (2007) ศึกษาสมมุติฐานที่ว่า ตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อและตัวแปรที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อองค์ความรู้ โดยศึกษาจากศึกษาเอกสารและสังเคราะห์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านสื่อและงานวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นตัวแปรกลางในกระบวนการศึกษาองค์ความรู้จากสื่อ และพบปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์ความรู้ ได้แก่ การคิดรวบยอดจากเนื้อหา, ช่องทางการส่งผ่านองค์ความรู้, ความแตกต่างทางสังคม, โครงสร้างทางสังคม, ความสนใจเฉพาะบุคคล นอกจากนี้ Michael ได้เสนอว่าในการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อต่อไป ควรศึกษาร่วมกับตัวแปรที่ทำนายองค์ความรู้

#### ตอนที่ 4 กรอบแนวคิด

จากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้

##### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการจัดทำกรอบแนวคิดในการวิจัย เบื้องต้นผู้วิจัยทำการค้นคว้าหาข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อ นำมาสร้างกรอบการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน และปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดย

ปัจจัยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 1 ตัวแปรคือ เกรดเฉลี่ย

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร คือ การใช้เวลาว่าง การแสวงหาความรู้ ลักษณะการอ่านและการแสดงความคิดเห็น

ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร คือ ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และรายได้ของครอบครัว

ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร คือ การควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อ การคัดกรองเนื้อหา การอธิบายหรือชี้แจง และการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์

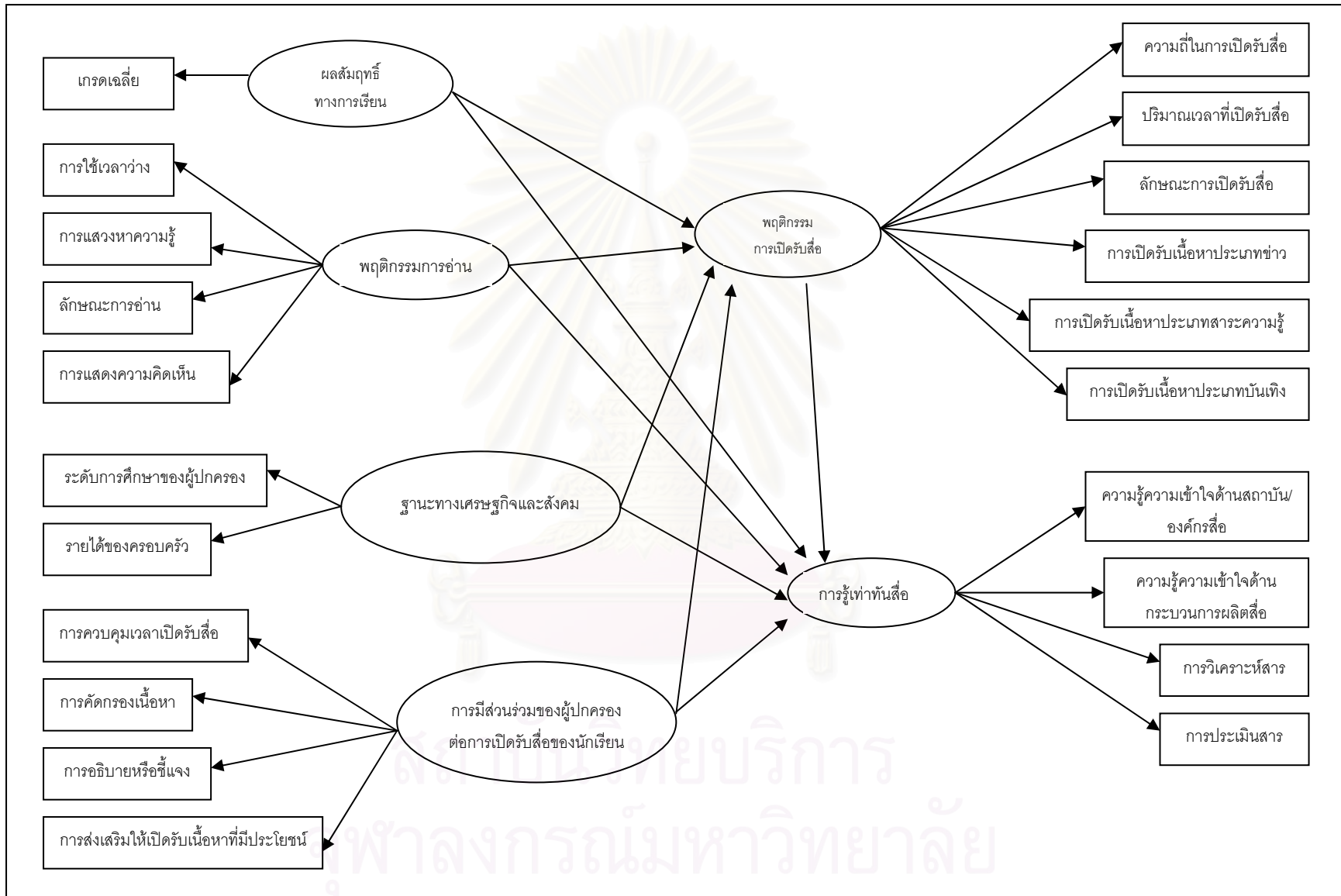
ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร คือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ ลักษณะการเปิดรับสื่อ การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ และการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง

การรู้เท่าทันสื่อ วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว คือ ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิต การวิเคราะห์สาร และการประเมินสาร

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักเรียน

ดังภาพที่ 10

สถาบันนวัตกรรมการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 10 กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (causal relationship) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

#### ประชากร

การวิจัยเรื่องการพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 53,808 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2551 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง Weiss (1972 อ้างถึงใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, 2542: 54) ระบุว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์ควรจะอยู่ในอัตราส่วน 20 ต่อ 1 ในงานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ใช้ทั้งหมด 27 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการวิจัยคือ 540 คน

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างโรงเรียนมา 7 โรงเรียน โดยการสุ่มอย่างง่าย ได้แก่ โรงเรียนมัธยมวัดสังเวช, โรงเรียนวัดสังเวช, โรงเรียนวัดน้อยนพคุณ, โรงเรียนศรีอยุธยา, โรงเรียนหอวัง, โรงเรียนนนทรีวิทยา, และโรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนีย์)

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยกำหนดจำนวนห้องเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 จากโรงเรียนที่สุ่มได้ในขั้นที่ 2 โรงเรียนละ 2 ห้องเรียน โดยเป็นห้องเรียนที่ทางโรงเรียนจัดให้

ในขั้นต้นผู้วิจัยได้ประมาณจำนวนนักเรียนไว้ห้องเรียนละ 40 คน ได้จำนวนนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 560 คน แต่เนื่องจากผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและจำนวนนักเรียนบางห้องเรียนมีมากกว่า 40 คน ทำให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลได้ 613 คน ดังตารางต่อไปนี้



## ตารางที่ 2 รายชื่อโรงเรียน ห้องเรียนที่ทำการสุ่มตัวอย่าง

โรงเรียน	ห้องเรียน	จำนวน (คน)
โรงเรียนวัดสังเวช	3/1 และ 3/4	65
โรงเรียนศรีอยุธยา	3/1 และ 3/3	93
โรงเรียนหอวัง	3/4 และ 3/9	106
โรงเรียนนนทรีวิทยา	3/11 และ 3/12	95
โรงเรียนมักกะสันพิทยา	3/1 และ 3/2	70
โรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนีย์)	3/4 และ 3/7	113
โรงเรียนโรงเรียนวัดน้อยนพคุณ	3/1 และ 3/4	71

### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรภายในแฝง 2 ตัวแปร ตัวแปรภายนอกแฝง 4 ตัวแปร ตัวแปรสังเกตได้ภายใน 10 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้ภายนอก 11 ตัวแปร

#### ตัวแปรภายในแฝง ได้แก่

1. ตัวแปรตามการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน โดยประกอบด้วยตัวแปรที่สังเกตได้ 4 ตัว คือ ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตสื่อ การวิเคราะห์สาร และการประเมินสาร

2. ตัวแปรแฝงปัจจัยด้านการพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ มีตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัว คือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ วัตถุประสงค์ที่เปิดรับสื่อ การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ และการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง

#### ตัวแปรภายนอกแฝง ได้แก่

1. ตัวแปรแฝงปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีตัวแปรสังเกตได้ 1 ตัว คือ เกรดเฉลี่ย

2. ตัวแปรแฝงปัจจัยด้านพฤติกรรมกรอ่าน มีตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว คือ การใช้เวลาว่าง การแสวงหาความรู้ ลักษณะการอ่าน และการแสดงความคิดเห็น

3. ตัวแปรแฝงปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม มีตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัว คือ ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และรายได้ของครอบครัว

4. ตัวแปรแฝงปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน มีตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว คือ การควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อ การคัดกรองเนื้อหา การอธิบายหรือชี้แจง และการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ และแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบถามเกี่ยวกับเพศ และเกรดเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบและเติมข้อความ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบและเติมข้อความ ตอนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมการอ่าน สร้างขึ้นโดยผู้วิจัยซึ่งปรับปรุงจากแบบสำรวจนิสัยการอ่านของ ทวีศักดิ์ เดชาเลิศ (2528) ลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตรฐานค่า 5 ระดับ ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ปกครอง ถามเกี่ยวกับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ครอบครัว และการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อ สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบและเติมข้อความ ขั้นตอนการสร้างดังนี้

1.1 ผู้วิจัยศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทบทวนโครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อเพื่อนิยามเชิงปฏิบัติการของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อดังนี้

ตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ระดับผลการเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้จากการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของโรงเรียน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 1 ตัวแปร คือ เกรดเฉลี่ย วัดได้จากเกรดเฉลี่ยของภาคเรียนที่ผ่านมาของนักเรียน โดยเป็นแบบเติมคำตอบ

ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความชอบอ่านหนังสือ และอ่านอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำ ได้แก่ การใช้เวลาในยามว่างอ่านหนังสือ แสวงหาความรู้ด้วยการอ่านหนังสือ และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ได้อ่าน วิจัยงานเขียนหรือพูดคุยเพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องที่อ่านมากขึ้น ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร คือ การใช้เวลาว่าง การแสวงหาความรู้ ลักษณะการอ่านและการแสดงความคิดเห็น ความหมายของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวอธิบายได้ดังนี้

1. การใช้เวลาว่าง หมายถึง การที่นักเรียนใช้เวลาในยามว่างอ่านหนังสือมากกว่าการทำกิจกรรมประเภทอื่น วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

2. การแสวงหาความรู้ หมายถึง การที่นักเรียนแสวงหาความรู้ ค้นคว้าและเพิ่มพูนความรู้ ติดตามข่าวสารด้วยการอ่านหนังสือ วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

3. ลักษณะการอ่าน หมายถึง รูปแบบการอ่านหนังสือ ได้แก่ ปริมาณการอ่าน ปริมาณเวลาที่ใช้ในการอ่าน และสาเหตุของการอ่านหนังสือ วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐาน ประเมินค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

4. การแสดงความคิดเห็น หมายถึง การที่นักเรียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ สิ่งที่ได้อ่าน วิจัยงานเขียน หรือพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นเพื่อให้เกิดความเข้าใจกับเรื่อง ที่อ่านมากขึ้น วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานประเมินค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

ตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม หมายถึง สภาพทางการเงินของ ครอบครัว และระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร คือ รายได้ ของครอบครัว และระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ความหมายของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัว อธิบายได้ดังนี้

1. ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดที่ ผู้ปกครองสำเร็จการศึกษา วัดได้จากแบบสอบถามแบบเต็มคำตอบ โดยข้อมูลที่ได้มีตั้งแต่ ระดับ ประถมศึกษา ถึงระดับปริญญาเอก

2. รายได้ของครอบครัว หมายถึง รายรับของครอบครัวที่ได้ต่อเดือน วัดได้ จากแบบสอบถามแบบเต็มคำตอบ โดยข้อมูลที่ได้มีตั้งแต่ 3,000 - 500,000 บาท

ตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน หมายถึง พฤติกรรมของผู้ปกครองที่แสดงถึงการให้ความสนใจต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนและ ป้องกันการเปิดรับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร คือ การควบคุม เวลาการเปิดรับสื่อ การคัดกรองเนื้อหา การอธิบายหรือชี้แจง การส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มี ประโยชน์ ความหมายของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวอธิบายได้ดังนี้

1. การควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อ หมายถึง ผู้ปกครองตั้งกฎเกณฑ์การ เปิดรับสื่อของนักเรียนโดยกำหนดปริมาณเวลาและช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ วัดได้จาก แบบสอบถามมาตรฐานประเมินค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ความหมายของของระดับ คะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

2. การคัดกรองเนื้อหา หมายถึง ผู้ปกครองคัดกรองและจำกัดขอบเขต ของเนื้อหาที่นักเรียนเปิดรับ โดยการควบคุมไม่ให้นักเรียนเปิดรับเนื้อหาที่น่าเสนาเนื้อหาลามก อนาจาร ความสัมพันธ์ทางเพศที่ไม่เหมาะสม ความรุนแรง ภาษาหยาบคาย หรือกำหนดการดู โทรทัศน์ของนักเรียนตามสัญลักษณ์เรตติ้ง วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานประเมินค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

3. การอธิบายชี้แจง หมายถึง ผู้ปกครองชี้แจง อธิบายเกี่ยวกับเนื้อหาที่นักเรียนกำลังเปิดรับ โดยสอนให้นักเรียนแยกแยะระหว่างข้อเท็จจริงกับเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ อธิบายให้นักเรียนเข้าใจในเนื้อหาที่เปิดรับมากขึ้นโดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

4. การส่งเสริมการเปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ หมายถึง ผู้ปกครองส่งเสริมและกระตุ้นให้นักเรียนรับสื่อที่นำเสนอเนื้อหาที่มีคุณค่าและสร้างเสริมประสบการณ์ การเรียนรู้ของนักเรียน วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

ตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ หมายถึง แบบแผนการประพฤติปฏิบัติตนเกี่ยวกับการดูโทรทัศน์ การอ่านหนังสือพิมพ์ การอ่านนิตยสาร การฟังวิทยุ การใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียน รวมไปถึงความนิยมในการเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าวบันเทิงและสาระความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร คือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ วัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อ การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ และการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง ความหมายของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวอธิบายได้ดังนี้

1. ความถี่ในการเปิดรับสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งที่นักเรียน ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์ อ่านนิตยสาร ฟังวิทยุ ใช้อินเทอร์เน็ต มีหน่วยเป็นจำนวนวันต่อสัปดาห์ วัดได้จากแบบสอบถามแบบเติมคำตอบ โดยข้อมูลที่ได้มีตั้งแต่ ไม่เปิดรับเลย - เปิดรับทุกวัน

2. ปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ หมายถึง เวลาที่ใช้ในการดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์ อ่านนิตยสาร ฟังวิทยุ ใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียน มีหน่วยเป็นชั่วโมงต่อวัน วัดได้จากแบบสอบถามแบบเติมคำตอบ โดยข้อมูลที่ได้มีตั้งแต่ ไม่เปิดรับเลย - 18 ชั่วโมงต่อวัน

3. ลักษณะการเปิดรับสื่อ หมายถึง รูปแบบการเปิดรับสื่อของนักเรียนที่เป็นการเรียนรู้ผ่านสื่อ ได้แก่ การเรียนรู้จากเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ ทำให้เกิดความเข้าใจในชีวิต สังคมและวัฒนธรรม วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

4. การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว หมายถึง ความชื่นชอบและการติดตามข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ความเป็นไปของโลก วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 1 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

5. การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ หมายถึง ความชื่นชอบและการติดตามข้อมูลข่าวสารประเภทสาระความรู้ วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 1 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

6. การเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง หมายถึง ความชื่นชอบและการติดตามข้อมูลข่าวสารประเภทบันเทิง วัดได้จากแบบสอบถามมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ จำนวน 1 ข้อ ความหมายของของระดับคะแนนอธิบายได้จากตารางที่ 4

1.2 แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อมีการวัดเป็นมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ กำหนดให้มีการให้คะแนนตั้งแต่ 1 – 5 คะแนน ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในข้อคำถามแบบมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ ไว้ดังนี้

**ตารางที่ 3** เกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถามแบบมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ

รายการ	เกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถาม	
	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
ปฏิบัติมากที่สุด	5	1
ปฏิบัติมาก	4	2
ปฏิบัติปานกลาง	3	3
ปฏิบัติน้อย	2	4
ปฏิบัติน้อยที่สุด	1	5

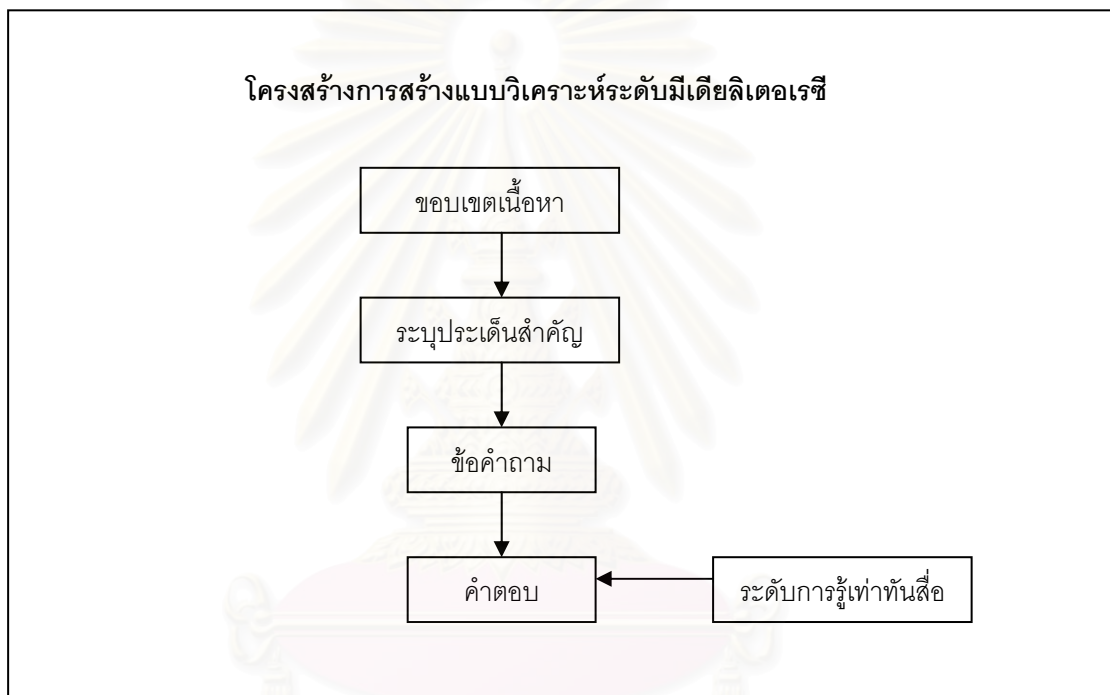
ผู้วิจัยกำหนดความหมายของคะแนนของข้อคำถามแบบมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับไว้เพื่อการสรุปผลดังนี้

**ตารางที่ 4** ความหมายของคะแนนของข้อคำถามแบบมาตรฐานค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ

ระดับคะแนน	การสรุปความหมาย
4.500 - 5.000	ระดับดีมากที่สุด หรือมีความถี่สูงสุด หรือมีการปฏิบัติมากที่สุด
3.500 - 4.499	ระดับดี หรือมีความถี่สูง หรือมีการปฏิบัติมาก
2.500 - 3.499	ระดับปานกลาง หรือมีความถี่ปานกลาง มีการปฏิบัติปานกลาง
1.500 - 2.499	ระดับไม่ดี หรือมีความถี่ต่ำ มีการปฏิบัติน้อย
1.000 - 1.499	ระดับไม่ดีที่สุด หรือมีความถี่ต่ำที่สุด มีการปฏิบัติน้อยที่สุด

2. แบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตสื่อ การวิเคราะห์สาร และการประเมินสาร สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย โดยใช้โครงสร้างการสร้างแบบวิเคราะห์ระดับมีเดียลิเตอเรซีของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ (multiple choices) 4 ตัวเลือก จำนวน 32 ข้อ มีขั้นตอนการสร้างแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อดังนี้

2.1 ผู้วิจัยศึกษาโครงสร้างการสร้างแบบวิเคราะห์ระดับมีเดียลิเตอเรซี ของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ดังแผนภาพที่ 11



ภาพที่ 11 โครงสร้างการสร้างแบบวิเคราะห์ระดับมีเดียลิเตอเรซี ของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540)

จากภาพที่ 11 โครงสร้างการสร้างแบบวิเคราะห์ระดับมีเดียลิเตอเรซี ของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) มีรายละเอียดดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดขอบเขตของเนื้อหาของแบบวิเคราะห์ระดับมีเดียลิเตอเรซี จากองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ 9 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้าน สถาบันสื่อและ องค์กรสื่อ, องค์ประกอบด้าน เนื้อความสื่อ, องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม/การตอบโต้สื่อของ ผู้รับสื่อ, องค์ประกอบด้าน รูปแบบ รหัส และแบบแผนของสื่อหนังสือพิมพ์, องค์ประกอบด้าน รูปแบบ รหัส และแบบแผนของสื่อวิทยุกระจายเสียง, องค์ประกอบด้านรูปแบบ รหัส และแบบแผน ของสื่อโทรทัศน์, องค์ประกอบด้านการตีความการเล่าเรื่องแนวเรื่องจริง, องค์ประกอบด้าน การ ตีความการเล่าเรื่องแนวนันทึ่งคดี, องค์ประกอบด้าน การตีความโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์

ขั้นที่ 2 ระบุประเด็นสำคัญเพื่อนำมาสร้างเป็นข้อความจากองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ 9 องค์ประกอบ ในขั้นที่ 1

ขั้นที่ 3 สร้างข้อความจากประเด็นสำคัญที่ระบุในขั้นที่ 2

ขั้นที่ 4 สร้างคำตอบ 4 ตัวเลือก โดยคำตอบแต่ละข้อแสดงถึงระดับความคิดการรู้เท่าทันสื่อ 4 ระดับที่กำหนดไว้

2.2 ผู้วิจัยใช้โครงสร้างการสร้างแบบวิเคราะห์ระดับมีเดียเทอเรซี ของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) สร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของเนื้อหาแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยจากการศึกษาเอกสารเรื่องแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ ผู้วิจัยสรุปว่า การรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วย 4 แนวคิด คือ

แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันสื่อ/องค์กรสื่อ สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง (Broadcasting Media) ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการดำเนินการเพื่อแสวงหาผลกำไร จึงทำให้เงื่อนไขทางธุรกิจเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงาน กำหนดเนื้อหา และการเผยแพร่ ดังนั้น ธุรกิจจึงเป็นตัวกำหนดว่า ค่าความจริงชนิดไหนที่ควรจะนำมาสร้างและสร้างอย่างไร

แนวคิดด้านกระบวนการผลิตสื่อ ผลผลิตสื่อเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมีโครงสร้างและการปรุงแต่งหลายขั้นตอน โดยการคัดสรร กำหนดวิธีการทั้ง คำพูด ภาพ และเสียง เพื่อนำเสนอความจริงในรูปแบบใหม่ ดังนั้นสื่อจึงไม่ใช่กระจกสะท้อนความเป็นจริง แต่สื่อถูกสร้างขึ้นอย่างพิถีพิถันเพื่อถ่ายทอด “ความรู้สึกที่เป็นจริง” และให้ “ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ” สื่อคือผลของการเลือกผลิต แต่ถึงอย่างไรก็ตาม สื่อแต่ละชนิด/ประเภท ก็มีรูปแบบ แบบแผนการนำเสนอเป็นของตัวเอง มีวิธีการ เทคนิคเฉพาะตัวในการสร้างความจริง

แนวคิดเรื่องเนื้อความสื่อ เนื้อความสื่อมีอิทธิพลต่อการกลมกลืนกลาความรู้สึกเกี่ยวกับความจริงและค่านิยมทางสังคม เพราะเนื้อความในสื่อเป็นส่วนผสมของ ข้อมูล ค่านิยม และโลกทัศน์ ที่ถูกจัดลำดับ กำหนดความสำคัญก่อนหลัง รวมไปถึงการคัดสรร เลือกสรร ทั้งเรื่องราว เหตุการณ์ บุคคล ความคิดเห็น ดังนั้นสื่อจึงสามารถที่จะบิดเบือนการรับรู้ ปรับเปลี่ยนค่านิยม ทำลายวิสัยทัศน์ของผู้รับสื่อ เพื่อให้สามารถบรรลุถึงเป้าหมายสูงสุดขององค์กร

เนื้อความของสื่อเป็นภาษาที่ถูกสร้างขึ้นเฉพาะกับสื่ออื่นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ เพิ่มความชื่นชมในสื่อและรู้สึกร่วมไปกับสื่อมากขึ้นโดย เนื้อความสื่อแสดงออกมา มีทั้งแสดงออกอย่างชัดเจนและแสดงอย่างแอบแฝง ดังนี้

ความหมายตรง (denotation) คือ สิ่งที่แสดงออกมาให้เห็นเป็นภาพชัดเจน เข้าใจได้โดยไม่ต้องใช้ความคิดในการคาดเดา

ความหมายแฝง (connotation) คือ ความหมายของสัญลักษณ์ ซึ่งต้องผ่านกระบวนการคิดและใช้ประสบการณ์ ความรู้ของผู้อ่านประกอบในการตีความ

แนวคิดด้านทัศนคติ ค่านิยมของสื่อ สื่อทั้งหมดบรรจุสารเชิงอุดมคติและชี้นำ ค่านิยม สื่อจะชี้นำและแสดงให้เห็นถึงค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินชีวิตแบบบริโภคนิยม และการประเมินคุณค่าของบุคคลจากวัตถุอันเป็นแนวคิดวัตถุนิยมที่ควบคู่ไปกับเศรษฐกิจตามแนวคิดทุนนิยม

โดยแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อมีนิยามเชิงปฏิบัติการดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพการเป็นเจ้าของสื่อ รู้ถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน เข้าใจในวิธีการทำงานขององค์กรสื่อ รู้ว่าการดำเนินกิจการของสื่อมวลชนส่วนใหญ่เป็นการแสวงหาผลกำไร และเงื่อนไขทางธุรกิจ/ทุน มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของสื่อ วัดได้จากแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 8 ข้อ

2. ความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตสื่อ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจในเทคนิคในการสร้างความจริงของสื่อแต่ละประเภท ตระหนักว่าผลผลิตสื่อที่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมีโครงสร้างและปรุงแต่งหลายขั้นตอน โดยการคัดสรร กำหนดวิธีการทั้ง คำพูด ภาพ และเสียง เพื่อถ่ายทอด “ความรู้สึกที่เป็นจริง” และให้ “ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ” วัดได้จากแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 8 ข้อ

3. การวิเคราะห์สาร หมายถึง ความเข้าใจถึงใจความสำคัญของสาร เข้าใจความหมายทั้งในระดับคำและความหมายระดับประโยคอย่างถูกต้อง สามารถตีความภาษาและถอดรหัสสัญลักษณ์ได้ทั้งความหมายตรงและความหมายแฝง เข้าใจจุดประสงค์ของผู้ส่งสาร แยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น วัดได้จากแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 8 ข้อ

4. การประเมินสาร หมายถึง ความสามารถตีความเนื้อสารอย่างเชื่อมโยงกับบริบททางสังคมวัฒนธรรม แนวคิดหรืออุดมการณ์ของสื่อ ระบุถึง ทัศนคติ ค่านิยมที่มีอยู่ในเนื้อสาร โดยตระหนักว่าสื่อทั้งหมดบรรจุสารเชิงอุดมคติและแสดงให้เห็นถึงค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินชีวิตแบบบริโภคนิยม การประเมินคุณค่าของบุคคลจากวัตถุซึ่งเป็นแนวคิดวัตถุนิยมที่ควบคู่ไปกับเศรษฐกิจตามแนวคิดทุนนิยม รวมไปถึงสามารถตัดสินคุณค่าที่มีอยู่ในเนื้อสาร คาดคะเนถึงผลลัพธ์หรือสรุปในเชิงตรรกะที่จะเกิดขึ้นจากการรับสารในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคม วัดได้จากแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 8 ข้อ

ขั้นที่ 2 ระบุประเด็นสำคัญเพื่อนำมาสร้างเป็นข้อคำถามจากแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ 4 แนวคิดและนิยามเชิงปฏิบัติการที่ผู้วิจัยได้สรุปในขั้นที่ 1



ขั้นที่ 3 สร้างข้อคำถามจากประเด็นสำคัญที่ระบุในขั้นที่ 2

ขั้นที่ 4 สร้างคำตอบ 4 ตัวเลือก โดยคำตอบแต่ละข้อแสดงถึงระดับความคิด  
การรู้เท่าทันสื่อ 4 ระดับของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540)

โดยรายละเอียดโครงสร้างของแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อดังตารางที่ 5



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
<p>ระบบทุนและการแสวงหาผลกำไรมีอิทธิพลต่อการทำงานขององค์กร กระบวนการผลิตและเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ สิ่งที่สื่อผลิตมีพื้นฐานมาจากความต้องการของนายทุนมากกว่าความต้องการของประชาชน สื่อสนับสนุนลัทธิบริโภคนิยมและการโฆษณา</p>	<p>1. รูปแบบรายการโทรทัศน์สร้างขึ้นเพื่อตามความต้องการของข้อใด</p> <p>2. วัตถุประสงค์ของการแบ่งหน้าหนังสือพิมพ์ออกเป็น หน้าสังคมหน้าบันเทิง หน้ากีฬา ฯลฯ คือข้อใด</p>	<p>1. ความต้องการของประชาชน</p> <p>2. ความต้องการของสถานี</p> <p>3. ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>4. ความต้องการของผู้ซื้อเวลาโฆษณา</p> <p>1. เพื่อความสะดวกของผู้อ่าน</p> <p>2. เพื่อจัดประเภทการนำเสนออย่างเป็นหมวดหมู่</p> <p>3. เพื่อการบริหารและการปฏิบัติงานของหนังสือพิมพ์</p> <p>4. เพื่อการบริหารและการขายเนื้อที่โฆษณา</p>
<p>รายได้หลักของสื่อมวลชนมาจากการขายเนื้อที่สื่อหรือเวลาโฆษณา กลุ่มผู้บริโภคที่สื่อมวลชนให้ความสนใจเป็นกลุ่มแรกจึงไม่ใช่ประชาชนแต่เป็นผู้ซื้อเวลาและเนื้อที่สื่อ</p>	<p>3. ข้อใดคือเป้าหมายสูงสุดของธุรกิจหนังสือพิมพ์</p>	<p>1. ประชาชนชื่นชอบหนังสือพิมพ์</p> <p>2. ทำหน้าที่สื่อมวลชนที่ดี</p> <p>3. ขายหนังสือพิมพ์ได้มาก</p> <p>4. ขายเนื้อที่โฆษณาได้มาก</p>

ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
การประกอบธุรกิจด้านสื่อแบบครบวงจรเป็นการประหยัดด้านการลงทุนและสร้างโอกาสในการแทรกซึมความนิยมและการยอมรับจากประชาชนผู้รับสื่อได้มากขึ้น	4. ข้อใดคือความหมายของการประกอบธุรกิจด้านสื่อแบบครบวงจร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ดำเนินธุรกิจด้านสื่อหลายประเภท</li> <li>2. ผลิตเนื้อหาเดียวกันให้สื่อหลายประเภท</li> <li>3. ประหยัดการลงทุนด้านบุคลากรและการผลิต</li> <li>4. สร้างโอกาสการยอมรับจากประชาชนมากขึ้น</li> </ol>
ความสำคัญของการประเมินค่าความนิยม (rating) ไม่ใช่เพื่อทราบความต้องการของผู้รับสื่อ แต่เพราะข้อมูลของการประเมินความนิยม (rating) สามารถจูงใจให้นายทุนซื้อเวลาโฆษณาได้และยังเป็นแนวทางในการวางแผนงานให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจโฆษณาด้วย	5. การสำรวจความนิยม (Rating) ของรายการโทรทัศน์ หรือละคร มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สำรวจความนิยมของประชาชน</li> <li>2. เป็นข้อมูลในการวางแผนงานของสถานี</li> <li>3. เป็นข้อมูลในการขายเวลาโฆษณา</li> <li>4. เพื่อพัฒนารายการตามที่ธุรกิจ/โฆษณาต้องการ</li> </ol>
สื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายด้วยคุณสมบัติของกำลังซื้อเพื่อเอื้อประโยชน์และสร้างความพอใจแก่ธุรกิจโฆษณา	6. สำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ “กลุ่มเป้าหมาย” คืออะไร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประชาชนที่ดูรายการโทรทัศน์</li> <li>2. กลุ่มคนที่ชื่นชอบรายการโทรทัศน์</li> <li>3. กลุ่มคนที่ต้องการให้ดูรายการโทรทัศน์</li> <li>4. กลุ่มธุรกิจที่ซื้อเวลาโฆษณาในรายการ</li> </ol>

ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
<p>hi5 คือเว็บประเภท Social Networking ที่ประกอบธุรกิจตัวแทนโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต โดย hi5 ได้สร้าง “เครือข่าย” จากความเป็น Social Network แบบไม่มีที่สิ้นสุด จากกลไกที่เรียกว่า “เพื่อนสู่เพื่อน” ซึ่งจะทำให้เจ้าของสินค้าและเอเยนที่โฆษณา สามารถเลือกยิงโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกลุ่มจากฐานข้อมูลประวัติส่วนตัวของผู้ใช้ และเป็นเครือข่ายการโฆษณาที่ขยายตัวไปรวดเร็วแบบปฏิกิริยาลูกโซ่</p>	<p>7. hi5 คืออะไร</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เว็บไซต์สำหรับติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนประสบการณ์ แชร์รูปภาพ</li> <li>2. เว็บไซต์ที่สร้างเครือข่ายกลุ่มเพื่อนและสังคมออนไลน์</li> <li>3. เว็บประเภท Social Networking (สังคมออนไลน์)</li> <li>4. เว็บไซต์ของธุรกิจตัวแทนโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต</li> </ol>
<p>“Reality Show” ไม่ได้เป็นรายการที่นำเสนอความจริงและอาจมีการจัดฉาก เพื่อสร้างความน่าสนใจ โดยออกแบบสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่เตรียมการมาอย่างดี เพื่อให้ผู้เข้าร่วมรายการแสดงปฏิกิริยาออกมาในรูปแบบที่ต่างกันอย่างชัดเจน ตั้งแต่ ดีใจ รักใคร่ จนถึงการทะเลาะเบาะแว้ง ตกใจหวาดกลัว หรือผิดหวังเสียใจ โดยเฉพาะธาตุแท้ทางอารมณ์ของแต่ละบุคคล</p>	<p>8. รายการประเภท “Reality Show” คืออะไร</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การนำเสนอเรื่องราวชีวิตจริงของคนธรรมดา</li> <li>2. การคัดเลือกผู้ร่วมรายการให้เข้าร่วมในสถานการณ์ที่เป็นจริง</li> <li>3. ผู้เข้าร่วมรายการต้องฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ หรือแข่งขันแสดงความสามารถที่ทีมงานกำหนด</li> <li>4. ไม่ได้นำเสนอความจริงมีการสร้างสถานการณ์ขึ้นมาเพื่อให้นำติดตาม</li> </ol>
<p><b>แนวคิดด้านกระบวนการผลิตสื่อ</b> สื่อเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมีโครงสร้างและการปรุงแต่งมากมายหลายขั้นตอน โดยการคิดสรรและกำหนดวิธีการทั้ง คำพูด (words) ภาพ (image) เสียง (sound) เพื่อนำเสนอความจริงในรูปแบบใหม่สื่อ ดังนั้นสื่อไม่ใช่กระจกสะท้อนความจริง แต่สื่อถูกสร้างขึ้นมาอย่างพิถีพิถันเพื่อถ่ายทอดความรู้สึกที่ “เป็นจริง” และให้ความรู้สึกเป็น “ธรรมชาติ” สื่อคือผลลัพธ์จากการเลือกผลิต สื่อแต่ละสื่อมีรูปแบบ, แบบแผน และสุนทรียภาพเป็นของตัวเอง มีวิธีการเฉพาะตัวในการสร้างความจริง ซึ่งความแตกต่างนี้เกิดจากเทคนิคเฉพาะตัวของสื่อ แบบแผนในการนำเสนอที่แตกต่างกัน การแสดงออกทางศิลปะ รวมไปถึงการทำหน้าที่ทางสังคมของสื่อแต่ละประเภทด้วย</p>		

ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัฏระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
<p>เพื่อสร้างความมั่นใจในการลงทุน การผลิตสื่อจึงมีการดำเนินการตามหรือซ้ำแนวคิดที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว ทำให้ผลผลิตสื่อมีวงจรของเนื้อหารูปแบบที่หมุนเวียน ซ้ำไปซ้ำมา</p>	<p>1. การนำละครที่เคยได้รับความนิยมมาผลิตซ้ำอีกเพราะเหตุใด</p>	<p>1. เสียเปรียบจากผู้ชมให้นำมาผลิตซ้ำอีก 2. เป็นความต้องการของผู้จัดและสถานีโทรทัศน์ 3. ลดความเสี่ยงในการไม่ได้รับความนิยม 4. ได้ผลกำไรแน่นอนมากกว่าการผลิตละครเรื่องใหม่ที่แตกต่าง</p>
<p>ผู้ร่วมชมในรายการเกมโชว์หรือทอล์คโชว์ทางโทรทัศน์ คือผู้ที่ถูกกำหนดให้เป็นตัวแทนทางความรู้สึกและอารมณ์ของผู้ชมที่บ้าน ขณะเดียวกันก็เป็นส่วนประกอบรายการในการสร้างบรรยากาศรายการตามที่มีการกำหนดหรือกำกับ</p>	<p>2. ผู้ชมที่นั่งอยู่ในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์คือใคร</p>	<p>1. ผู้ที่สมัครเข้าร่วมในรายการ 2. เป็นกลุ่มคนที่ถูกเชิญหรือว่าจ้างจากรายการ 3. ผู้ที่ถูกกำหนดบทให้สร้างบรรยากาศในรายการ 4. เป็นตัวแทนทางความรู้สึกของผู้ชมที่บ้าน</p>
<p>พาดหัวข่าวคือการกำหนดความสำคัญให้ข่าว การสร้างความเด่นให้หนังสือพิมพ์ พาดหัวข่าวนอกจากเป็นสัญลักษณ์ของหนังสือพิมพ์แล้ว ยังเป็นการสร้างสินค้าที่น่าสนใจ</p>	<p>3. พาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์คืออะไร</p>	<p>1. ข้อความสั้นที่ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่เพื่อให้ชัดเจนในหน้าหนังสือพิมพ์ 2. การสร้างความสำคัญและความน่าสนใจให้ข่าว 3. การดึงดูดความสนใจด้วยวิธีการที่เป็นเอกลักษณ์ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ 4. การสร้างความเด่นให้ข่าว ด้วยข้อความรูปแบบ สี สันที่จูงใจให้ซื้อหนังสือพิมพ์</p>


ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
เหตุการณ์ เรื่องราวที่เป็นข่าวในสื่อ เกิดจากการคัดเลือกและการดำเนินการของสื่อ สื่อไม่ได้นำเสนอเหตุการณ์ทั้งหมดแต่คัดสรรเพื่อให้สิ่งที่นำเสนอน่าสนใจ	4. ข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอคืออะไร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศตามที่เกิดขึ้นและเป็นจริง</li> <li>2. การเลือกนำเสนอเหตุการณ์ที่มีคุณค่าความเป็นข่าวตามหลักการทางสื่อมวลชน</li> <li>3. การนำเสนอความเป็นจริงที่สอดคล้องกับนโยบายเป้าหมาย และบทบาทสื่อ</li> <li>4. การนำเสนอความเป็นจริงที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมายและธุรกิจโฆษณา</li> </ol>
การชิงโชค แจกรางวัล โดยการส่งชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์ไปยังรายการโทรทัศน์ เป็นการสำรวจ ความนิยม(Rating) ของรายการและเป็นการกระตุ้นการซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่าการคืนกำไรให้แก่ประชาชน	5. การส่งชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์ร่วมชิงโชคในรายการโทรทัศน์มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คืนกำไรให้แก่ประชาชน</li> <li>2. เป็นกลยุทธ์หนึ่งของรายการ</li> <li>3. เพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์</li> <li>4. สำรวจความนิยมของรายการ</li> </ol>
การส่งข้อความ(sms) แสดงความคิดเห็นหรือตอบคำถามชิงรางวัล เป็นตัวชี้วัดได้อย่างดีถึงความนิยมในรายการ (ปริมาณการชม) และนำไปใช้เป็นข้อมูลแสดงแก่ผู้สนับสนุนรายการเพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าของผู้สนับสนุนจะต้องผ่านตาประชาชนมากได้อย่างแน่นอน รวมไปถึงเป็นช่องทางหารายได้อีกช่องทางหนึ่ง	6. การเชิญชวนให้ผู้ชมร่วมส่งข้อความ (sms) แสดงความคิดเห็น เข้าไปในรายการ มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทราบความคิดเห็น/ความต้องการของผู้ชม</li> <li>2. เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบรายการ</li> <li>3. เป็นรายได้ช่องทางหนึ่งของรายการ</li> <li>4. เป็นข้อมูลแสดงให้ผู้สนับสนุนรายการมั่นใจว่าสินค้าจะผ่านตาประชาชนจำนวนมาก</li> </ol>

ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
<p>เนื้อหาสามารถตีความหมายได้หลายทาง ขึ้นอยู่กับวิธีตีความหมายและพื้นฐานความรู้ของผู้อ่าน แต่สื่อใช้เทคนิคสร้างตัวชี้้นำให้ผู้อ่านตีความหมายไปในทิศทางที่ควรจะเป็น ตัวอย่าง ภาพ ยี่ห้อ adidas คู่กับภาพเรียวขาที่มีกล้ามเนื้อชัดเจนทำให้ผู้รับสารตีความในทิศทางที่สื่อต้องการได้</p>	<p>ให้ท่านพิจารณาภาพต่อไปนี้แล้วตอบคำถาม</p>  <p>7. จากภาพใช้เทคนิคใดเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การแสดงโลโก้ของสินค้า</li> <li>2. การแสดงเรียวขาที่มีกล้ามเนื้อชัดเจน</li> <li>3. การแสดงเรียวขาที่สามารถเดาได้ว่าเป็นขาของนักกีฬา</li> <li>4. เรียวขาของนักกีฬากับโลโก้ของสินค้าทำให้นึกถึงอุปกรณ์กีฬา</li> </ol>
<p>สื่อใช้เทคนิคผสมผสานระหว่าง ข้อมูล ค่านิยม โลกทัศน์ ที่ถูกกำหนดความสำคัญก่อนหลัง และการคิดสรรเรื่องราวบุคคล เพื่อให้สามารถบิดเบือนการรับรู้ของผู้รับสื่อได้ ตัวอย่าง โฆษณาไฟมล้างหน้าที่ใช้เหตุการณ์ส่งจดหมายรักซึ่งเป็นพฤติกรรมของวัยรุ่นเพื่อดึงดูดความสนใจและทำให้จดจำ</p>	<p>8. โฆษณาใช้สิ่งใดเพื่อให้ผู้ชมสนใจและจดจำโฆษณาได้ (พิจารณา story board โฆษณaclearasil)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สังเกตความแตกต่างได้ภายใน 3 วัน และไม่พอใจยินดีคืนเงิน</li> <li>2. การเปรียบเทียบผลลัพธ์ ก่อน - หลังใช้</li> <li>3. ใช้นักแสดงเป็นดาราวัยรุ่นชื่อดัง</li> <li>4. การส่งจดหมายรักซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในวงวัยรุ่น</li> </ol>

**ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัฏระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด**

<p><b>แนวคิดเรื่องเนื้อความสื่อ</b> เนื้อความสื่อมีอิทธิพลต่อการกล่อมเกลาคำความรู้สึกเกี่ยวกับความจริงและค่านิยมทางสังคมเพราะเนื้อความในสื่อเป็นส่วนผสมของ ข้อมูล ค่านิยม และโลกทัศน์ที่ถูกจัดลำดับ กำหนดความสำคัญก่อนหลัง รวมไปถึงการคัดสรร เลือกรายการ เหตุการณ์ บุคคล ความคิดเห็น ดังนั้นสื่อจึงสามารถที่จะบิดเบือนการรับรู้ ปรับเปลี่ยนค่านิยม ทำลายวิสัยทัศน์ของผู้รับสื่อ เพื่อให้สื่อสามารถบรรลุถึงเป้าหมายสูงสุดขององค์กรนั้นคือ ผลกำไร</p> <p>เนื้อความของสื่อเป็นภาษาที่ถูกสร้างให้เฉพาะกับสื่ออื่นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ เพิ่มความชื่นชมในสื่อและรู้สึกภูมิใจไปกับสื่อมากขึ้นโดยเนื้อความที่สื่อแสดงออกมา มีทั้งที่แสดงออกอย่างชัดเจนและแสดงอย่างแอบแฝง ดังนี้</p> <p>ความหมายตรง (denotation) คือ สิ่งที่แสดงออกมาให้เห็นเป็นภาพชัดเจน เข้าใจได้โดยไม่ต้องใช้ความคิดเห็นในการคาดเดา</p> <p>ความหมายแฝงหรือโดยนัย (connotation) คือ ความหมายของสัญลักษณ์ ซึ่งต้องใช้ประสบการณ์ ความรู้ของผู้อ่านตีความ</p>		
ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
<p>นิตยสารเฉพาะกลุ่ม เช่น นิตยสารสตรี จะมุ่งเน้นนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูงและขึ้นำค่านิยมของความเป็นอยู่ของผู้มีรสนิยม การให้คุณค่าความงาม การแต่งกายมากกว่าสาระความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง</p>	<p>1. นิตยสารสตรีส่วนใหญ่มักจะมีเนื้อหาประเภทใด</p>	<p>1. ผู้หญิงทันสมัย มีรสนิยม</p> <p>2. เคล็ดลับความงาม</p> <p>3. แฟชั่น เครื่องสำอาง</p> <p>4. โฆษณาสินค้า</p>
<p>สื่อสร้างเหตุการณ์เทียม ซึ่งเป็นสถานการณ์บางอย่างที่สร้างขึ้นมาเป็นสิ่งไม่จริงและไม่ใช่อะไรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เพื่อลวงคนดูหรือคนอ่าน ดังตัวอย่าง โฆษณาลูกอมที่นำเสนอด้วยการสร้างคุณค่าให้กับลูกอมมากเกินไปที่ควรจะเป็นโดยสร้างภาพว่า อมลูกอมยี่ห้อนี้แล้วจะเพิ่มเสน่ห์ให้แก่ตนเอง โดยใช้ภาพลักษณ์ของฟรีเซินเตอร์เป็นจุดขายแทนคุณค่าการใช้งานที่แท้จริงของลูกอม</p>	<p>พิจารณาภาพโฆษณา ลูกอมคลอลอค</p> <p>2. โฆษณาใช้สิ่งใดเป็นจุดขาย</p> 	<p>1. ลมหายใจที่สดชื่น</p> <p>2. หญิงสาวแสดงอาการหลงใหลเมื่อได้กลิ่นลมหายใจ</p> <p>3. รูปร่างหน้าตาของฟรีเซินเตอร์</p> <p>4. โคม ปรกรณ์ ลัม เป็นคนดังหน้าตาดีมีผู้หญิงชื่นชอบมากมาย</p>



ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
สื่อที่รับรู้ด้วยสายตา เป็นช่องทางการโฆษณา สื่อให้ความร่วมมือโดยแทรกข้อความโฆษณามาในเนื้อหาหรือสารหลักที่เสนอต่อผู้รับสื่อ	พิจารณาภาพ 3. ข้อใดตรงกับข้อสังเกตของท่านมากที่สุด 	1. เป็นภาพจากละครเป็นต่อ 2. เป็นภาพจากละครประเภทซีทคอม เรื่อง เป็นต่อ 3. มีการโฆษณาหรือสัญลักษณ์ของสินค้าแทรกในละคร 4. สื่อเปิดโอกาสให้มีสัญลักษณ์ของสินค้าแฝงมากับเนื้อหาที่นำเสนอ
ข่าวสังคม ประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาที่ใช้เทคนิคการบอกเล่าเพื่อให้ผู้รับสื่อเข้าใจว่าไม่ใช่การโฆษณาและสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์	4. จากข้อความข้างต้นท่านจับประเด็นอะไรได้ (ข่าวประชาสัมพันธ์) 	1. เปิดตัวเครื่องสำอางดูรองซ์ 2. เครื่องสำอางดูรองซ์มีส่วนผสมหลักจากธรรมชาติ 3. ผู้เขียนแสดงความคิดเห็นว่าเครื่องสำอางค์ช่วยให้ผ่อนคลาย 4. ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อโฆษณาเครื่องสำอางดูรองซ์

ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัตรระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
<p>เนื้อความที่สื่อแสดงออกมา มีทั้งที่แสดงออกอย่างชัดเจน และแสดงอย่างแอบแฝง</p> <p>ตัวอย่าง ภาพโฆษณา Printer ที่นำเสนอความหมายตรงผ่าน ตัวอักษรและความหมายแฝงจากท่าทางของนายแบบ</p>	<p>พิจารณาภาพต่อไปนี้แล้วตอบคำถาม</p> <p>5. เหตุใดนายแบบในภาพจึงทำท่าทางเช่นนั้น</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ต้องการโชว์ Printer ให้เห็นชัดเจน</li> <li>2. ต้องการนำเสนอว่า Printer พิมพ์ภาพได้คมชัด สวยงาม</li> <li>3. ต้องการนำเสนอว่า Printer สามารถพิมพ์ภาพได้ เหมือนกับภาพถ่ายจากกล้องถ่ายรูป</li> <li>4. ใช้ท่าทางการถ่ายภาพ ถือ Printer เพื่อสื่อสารว่าภาพที่ พิมพ์ออกมาจะไม่ผิดเพี้ยน</li> </ol>
	<p>พิจารณาภาพแล้วตอบคำถาม</p> <p>6. ภาพโฆษณาต้องการนำเสนออะไร</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แบ่งเย็น 12 Plus</li> <li>2. ความน่ารัก สดใสของพีรีเซ็นเตอร์</li> <li>3. แบ่งเย็น 12 Plus ที่สดใสเหมือนพีรีเซ็นเตอร์</li> <li>4. ใช้แล้วเย็นจนเป็นน้ำแข็ง (เหมือนปลาในอ่าง)</li> </ol>

ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
สื่อสร้างคุณค่าทางความรู้สึกหรือผลทางจิตวิทยาเพื่อนำไปสู่การขยายผลิตภัณฑ์ มากกว่าการนำเสนอคุณค่าความสมเหตุสมผลของการใช้งานโดยตรง ตัวอย่างโฆษณาใช้ประเด็นที่ว่า ผู้หญิงที่มีผู้ชายส่งจดหมายรักให้เพราะว่าหน้าใส (หน้าใสทำให้มีคนรัก) และ ใช้โรดออนแล้วผู้หญิงชอบมากกว่าการมีความสามารถ	7. โฆษณานำเสนอสิ่งใด (พิจารณา story board โฆษณา clearasil)	1. ครีملครอบตาจากสิว 2. Clearasil ทำให้หน้าใสไม่มีรอยดำ 3. ผู้หญิงหน้าใสใครๆ ก็ชอบ 4. ใช้ Clearasil แล้วจะมีคนชอบ
	8. จากโฆษณาท่านเข้าใจอย่างไร (พิจารณา story board โฆษณา ไฟกั๊ส)	1. ใช้ไฟกั๊สแล้วสาวกรีด 2. ผู้หญิงชอบผู้ชายที่มีกลิ่นกายหอม 3. อยากจะจีบหญิงติดต้องใช้ไฟกั๊ส 4. ผู้ชายที่ใช้ไฟกั๊สมีเสน่ห์มากกว่าผู้ชายที่มีความสามารถ
<b>แนวคิดด้านทัศนคติ ค่านิยมของสื่อ</b> สื่อทั้งหมดบรรจุสารเชิงอุดมคติและชี้นำค่านิยม สื่อจะชี้นำและแสดงให้เห็นถึงค่านิยม วิธีชีวิตในเชิงอุดมคติที่ให้ความสำคัญการดำเนินชีวิตแบบบริโภคนิยม และการประเมินคุณค่าของสิ่งต่างๆ ให้แก่บุคคล ซึ่งช่วยเสริมความสำคัญของเศรษฐกิจแนวคิดทุนนิยม		
ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
สื่อสร้างเหตุการณ์เทียม ซึ่งเป็นสถานการณ์บางอย่างที่สร้างขึ้นมาเป็นสิ่งไม่จริงและไม่ใช่อะไรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เพื่อลวงคนดูหรือคนอ่าน ดังตัวอย่าง โฆษณาลูกอมที่นำเสนอด้วยการสร้างคุณค่าให้กับลูกอมมากเกินไปเกินกว่าที่ควรจะเป็นโดยสร้างภาพว่า อมลูกอมยี่ห้อนี้แล้วจะเพิ่มเสน่ห์ให้แก่ตนเอง โดยใช้ภาพลักษณ์ของฟรีเซินเตอร์เป็นจุดขายแทนคุณค่าการใช้งานที่แท้จริงของลูกอม	พิจารณาภาพโฆษณาและสโลแกนโฆษณา <i>สโลแกน : เสน่ห์ ร้าย</i> 1. ท่านคิดเห็นอย่างไรกับสโลแกนของโฆษณา	1. ลูกอมช่วยให้มีเสน่ห์ 2. อมลูกอมช่วยระงับกลิ่นปาก 3. การไม่มีกลิ่นปากทำให้มีเสน่ห์ 4. สร้างคุณค่าให้ลูกอมเกินกว่าความเป็นจริง

ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
สื่อช่วยส่งเสริมความสำคัญของเศรษฐกิจและแนวคิดทุนนิยมรวมถึงการดำเนินชีวิตแบบบริโภคนิยมโดยมีการนำเสนอมากในรูปแบบของโฆษณา	2. ข้อใดคือเนื้อหาหรือค่านิยมที่อยู่ในโฆษณาประเภทสินค้าและบริการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แบบแผนการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายและทันสมัย</li> <li>2. การดำเนินชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย</li> <li>3. ลักษณะหรือการดำเนินชีวิตแบบวัตถุนิยม</li> <li>4. แนวคิดบริโภคนิยมที่ส่งเสริมเศรษฐกิจแบบทุนนิยม</li> </ol>
สื่อชี้ให้เห็นผู้บริโภคประเมินคุณค่าของสิ่งต่างๆ ด้วยคุณค่าทางจิตใจ อารมณ์ มากกว่าคุณค่าที่เป็นเหตุผลของการใช้งาน ทำให้คุณค่าที่แท้จริงและคุณค่าทางจิตใจแตกต่างกัน ตัวอย่าง โฆษณา ตัวอย่าง ภาพโฆษณาเครื่องประดับโดยประเมินคุณค่าของเครื่องประดับด้วยคำว่า “เหนือระดับ” ซึ่งแสดงถึงว่าเครื่องประดับสามารถผลักดันสถานภาพทางสังคมได้	<p>พิจารณาภาพโฆษณาเครื่องประดับ</p> <p>3. จากภาพนำเสนอคุณค่าของสินค้าอย่างไร</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เครื่องประดับคู่ควรกับหญิงงาม</li> <li>2. เครื่องประดับกับความหรูหรา</li> <li>3. เครื่องประดับนี้มีความเหนือระดับกว่ายี่ห้ออื่น</li> <li>4. เครื่องประดับช่วยผลักดันสถานภาพได้</li> </ol>

ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
<p>สื่อสร้างค่านิยมให้ชื่นชมภาพลักษณ์หรือรูปร่างหน้าตาของบุคคล มากกว่าความสามารถ และสร้างให้ค่านิยมนี้เป็นเรื่องสำคัญในชีวิต ตัวอย่างโฆษณา เน้นความสำคัญของหน้าตา มากกว่าความสามารถ หรือการมีหน้าใสจะทำให้ชีวิตดีขึ้น</p>	<p>4. โฆษณาแสดงค่านิยมอะไร (พิจารณา storyboard โฆษณา clearasil)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. หน้าใสแล้วจะมีคนชอบมากมาย</li> <li>2. ผู้ชายชอบผู้หญิงหน้าใส</li> <li>3. ผู้หญิงหน้าใสเท่านั้นจึงจะมีเสน่ห์ มีความสุข</li> <li>4. หน้าใสเป็นสิ่งมีคุณค่า มีความสำคัญ</li> </ol>
	<p>5. ข้อสรุปใดตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้หญิงเห็นความสามารถด้านกีฬาว่าไม่มีความสำคัญ</li> <li>2. ถึงแม้ไม่มีความสามารถก็มีเสน่ห์ได้ ถ้าใช้ไฟก๊ส</li> <li>3. การนำเสนอเรื่องว่าเป็นแชมป์ว่ามีความหมายสองแง่สองง่าม</li> <li>4. ชี้นำความคิดว่าการมีกลิ่นตัวหอมมีความสำคัญมากกว่าความสามารถ</li> </ol>
<p>สื่อนำเสนอสาระความรู้ และชี้นำพฤติกรรมแก่คนในสังคม ดังนั้นการเปิดรับสารจะต้องวิเคราะห์และตีความเนื้อสารอย่างมีวิจารณญาณ</p>	<p>อ่านบทความแล้วตอบคำถาม</p> <p style="text-align: center;">น้ำแร่ ชะลอวัยได้จริงหรือไม่</p> <p>6. ข้อสรุปที่ได้จากบทความนี้คืออะไร</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. น้ำแร่มีสรรพคุณช่วยชะลอวัยและป้องกันโรค</li> <li>2. น้ำแร่มีประโยชน์เพราะมีแร่ธาตุชนิดต่างๆ</li> <li>3. การดื่มน้ำสะอาดและทานอาหาร ผักใบเขียวก็ได้แร่ธาตุเท่ากับการดื่มน้ำแร่</li> <li>4. น้ำแร่มีราคาแพง ฉะนั้นการดื่มน้ำสะอาดและทานอาหาร ผักใบเขียวได้รับแร่ธาตุเพียงพอ</li> </ol>

ตารางที่ 5 (ต่อ) โครงสร้างแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ แยกแต่ละแนวคิด

ประเด็นสำคัญ	คำถาม	ตัวเลือก (เรียงตามลำดับคะแนน)
	7. บทความนี้สะท้อนให้เห็นว่าสังคมปัจจุบันเป็นอย่างไร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประชาชนหันมาใส่ใจต่อสุขภาพ</li> <li>2. การให้ความสำคัญกับการชะลอวัย</li> <li>3. การใช้วิทยาการทางวิทยาศาสตร์ในการหาคำตอบ</li> <li>4. การโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อประชาชน</li> </ol>
<p>รายการเกมโชว์นอกจากทำหน้าที่ให้ความบันเทิง เติมเต็มความว่างเปล่าในชีวิตแล้วยังแพร่กระจายลัทธิบริโภคนิยม วัตถุนิยม ในรูปแบบของโฆษณาแฝงที่มากับการเลือกเปิดแผ่นป้ายที่ติดชื่อสินค้าหรือตราสัญลักษณ์สินค้าที่ฉากหลังเสื้อผ้า และส่วนที่กล้องจะจับและแพร่สู่สาธารณะชนเพื่อเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ของสินค้าของผู้สนับสนุนรายการผ่านสายตาประชาชนโดยไม่รู้ตัว</p>	8. ข้อใดเป็นผลจากรายการเกมโชว์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ให้ความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียด</li> <li>2. สนุกสนาน ส่วนใหญ่ไม่มีสาระ</li> <li>3. นำเสนอผลิตภัณฑ์ สัญลักษณ์ของผู้สนับสนุนรายการ</li> <li>4. แพร่กระจายลัทธิบริโภคนิยม วัตถุนิยม</li> </ol>

## 2.2 การกำหนดคะแนนของแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ

แบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อเป็นลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ (multiple choices) 4 ตัวเลือก จำนวน 32 ข้อ โดยคำตอบในแต่ละข้อมีคะแนนตั้งแต่ 1 - 4 คะแนน ดังนั้นคะแนนจึงอยู่ในช่วง 32 - 128 คะแนน

## 2.3 ช่วงคะแนนในแต่ละระดับการรู้เท่าทันสื่อ

ผู้วิจัยกำหนดช่วงคะแนนในแต่ละระดับการรู้เท่าทันสื่อ จากช่วงของคะแนนหรือความกว้างของอัตราภาคขั้น จากสูตร

$$\text{ความกว้างของจำนวนชั้น} = \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{พิสัย} = \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}$$

ดังนั้น ความกว้างของอัตราภาคขั้นหรือช่วงคะแนนในแต่ละระดับการรู้เท่าทันสื่อ

หาจาก

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด (ได้ 4 คะแนนทุกข้อ) - คะแนนต่ำสุด (ได้ 1 คะแนนทุกข้อ)}}{\text{จำนวนชั้นหรือระดับการรู้เท่าทันสื่อ}}$$

$$\text{ช่วงคะแนนในแต่ละระดับ} = \frac{128 - 32}{4}$$

$$\text{ช่วงคะแนนในแต่ละระดับ} = 24 \text{ คะแนน}$$

เมื่อได้ช่วงคะแนนในแต่ละระดับการรู้เท่าทันสื่อ ผู้วิจัยได้แบ่งช่วงคะแนนในแต่ละระดับการรู้เท่าทันสื่อดังนี้

รู้เท่าทันสื่อระดับที่ 1 มีคะแนนอยู่ในช่วง 32 - 55 คะแนน

รู้เท่าทันสื่อระดับที่ 2 มีคะแนนอยู่ในช่วง 56 - 79 คะแนน

รู้เท่าทันสื่อระดับที่ 3 มีคะแนนอยู่ในช่วง 80 - 103 คะแนน

รู้เท่าทันสื่อระดับที่ 4 มีคะแนนอยู่ในช่วง 104 - 128 คะแนน

ผู้วิจัยกำหนดความหมายของคะแนนแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ระดับการรู้เท่าทันสื่อในมิติด้าน ความรู้ ความคิด ของเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540)ไว้เพื่อการสรุปผล ดังนี้

**ตารางที่ 6** ความหมายของคะแนนของแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อ (เอื้อจิต วิโรจน์ ไตรรัตน์, 2540)

ระดับคะแนน	การสรุปความหมาย
104 -128	<p>รู้เท่าทันในระดับที่ 4 การประเมิน (evaluate) การตัดสิน (judgments) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อประเมินได้ว่า สถาบัน/องค์กรสื่อเกี่ยวข้องกับระบบอำนาจ ทุนนิยม บริโภคนิยม ประเมินได้ว่าสื่อมีการดำเนินการทั้งแบบแผนความคิดและการผลิตในระบบอุตสาหกรรม และความคิดกระแสหลักที่สนับสนุนอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมือง สามารถตีความเนื้อความสื่ออย่างเชื่อมโยงกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม แนวคิดหรืออุดมการณ์ของสื่อ แนวคิดเรื่องการแบ่งแยกทางเพศ ชนชั้น รู้แก่นความคิดหลักของเรื่องที่สื่อเล่า ตัดสินใจมุ่งหมายของการเล่าอย่างเชื่อมโยงได้กับบริบททางสังคม วัฒนธรรม เป็นผู้รับสื่อที่มีพลังอำนาจเท่าเทียมกับสื่อ สามารถตั้งคำถามในเรื่องเกี่ยวกับการทำงานของสื่อ มีส่วนร่วมกับสื่อตามที่ตนกำหนด ตอบโต้สื่อไปยังหน่วยงานดูแลสื่อสนใจหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของผู้รับสื่อ การให้การศึกษารื่องสื่อ (media education) การทำให้เป็นผู้รู้เรื่องสื่อ (media literacy)</p>
80 - 103	<p>รู้เท่าทันในระดับที่ 3 การวิเคราะห์ (analyze) การตีความ (interpret) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อสามารถวิเคราะห์การดำเนินการของ สถาบัน/องค์กรสื่อ ตามสภาพและจุดยืนหรือเป้าหมายการดำเนินการ สภาพการเป็นเจ้าขอและการควบคุม รู้และวิเคราะห์ได้ว่าสื่อนำเสนอเรื่องภายในสังคมมาเสนอด้วยการสร้าง (construction) การกำหนดแบบฉบับ (stereotype) สามารถวิเคราะห์จุดมุ่งหมาย วิธีการผลิต การนำเสนอและการสร้างความมีส่วนร่วมของสื่อ รับรู้สื่ออย่างเข้าใจในสื่อและตนเอง วิเคราะห์ตีความ ความหมายแฝง (connotation) ในเนื้อความสื่อได้ทั้งในภาษาภาพ ภาษาพูด ภาษาเสียง และภาษาเขียน วิเคราะห์ความหมาย ความคิด และเทคนิคที่สื่อใช้ในการเล่าเรื่องได้ลึกซึ้ง กว้างขึ้น ตอบโต้สื่อไปยังผู้ผลิตหรือสื่อมวลชนอื่น</p>



## ตารางที่ 6 (ต่อ) ความหมายของคะแนนของแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อ

ระดับคะแนน	การสรุปความหมาย
56 - 79	รู้เท่าทันในระดับที่ 2 ความเข้าใจ (comprehension) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อ มีความรู้ ความเข้าใจในสื่อ รู้ลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ของสื่อ ในระบบสังคม รู้ เข้าใจ ยอมรับแบบแผนการผลิตตามลักษณะทาง วิชาชีพของสื่อ รู้ความหมายตรง (denotation) ที่แสดงให้เห็นชัดเจนใน รูปแบบ รหัส แบบแผนของสื่อ รู้เทคนิคที่สื่อใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ ตีความได้ตามจุดมุ่งหมายของสื่อ วิเคราะห์เทคนิคการเล่าเรื่อง ความหมาย ความคิดของเรื่องที่สื่อเสนอได้ตามเนื้อความที่สื่อเสนอ ยอมรับการสร้างควมมีส่วนร่วมของสื่อ พุดคุย วิจารณ์ การทำงานหรือ ผลผลิตสื่อในกลุ่มคนใกล้ชิด
32 - 55	รู้เท่าทันในระดับที่ 1 ความตระหนัก (awareness) คือ ระดับที่ผู้รับสื่อ ตระหนักว่า สื่อและเนื้อหาสื่อมีเพื่อตอบสนองต่อความชอบ ความพอใจ ในระดับนี้ผู้รับสื่อจะรู้จักเพียงสถาบัน/องค์กรสื่อจากเนื้อสารที่ได้รับจาก สื่อ แต่จะไม่รู้สถานการณ์ บทบาทของสถาบัน/องค์กรสื่อ ไม่รู้ไม่สนใจต่อ กระบวนการการผลิตสื่อ และเชื่อว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอสะท้อนความจริง ความถูกต้อง และสื่อความตรงตามลักษณะที่นำเสนอ สามารถเข้าใจได้ เฉพาะสิ่งที่สื่อเสนออย่างชัดเจน ตีความการเล่าเรื่องอย่างตรงไปตรงมา ในลักษณะที่รู้จักและเคยชิน ชื่นชมโอกาสที่สื่อให้มีส่วนร่วม สนองตอบ ตอบโต้ ร่วมมือตามที่สื่อคาดหวังและต้องการ

### 2. การสร้างตารางแจกแจงตัวแปรที่ต้องการวัดและจำนวนข้อคำถาม

ผู้วิจัยนำนิยามเชิงปฏิบัติการที่กำหนดขึ้นมาสร้างตารางแจกแจงตัวแปรที่ ต้องการวัดและจำนวนข้อคำถาม (table of specification) ดังแสดงในตารางที่ 7 ดังนี้

**ตารางที่ 7** การแจกแจงตัวแปรที่ต้องการวัดและจำนวนข้อคำถาม

องค์ประกอบที่วัด	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนัก	
		ความสำคัญ (ร้อยละ)	จำนวนข้อ
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	เกรดเฉลี่ย	100.00	1
	รวม	100.00	1
พฤติกรรมการอ่าน	การใช้เวลาว่าง	20.00	5
	การแสวงหาความรู้	20.00	5
	ลักษณะการอ่าน	20.00	5
	การแสดงความคิดเห็น	20.00	5
	รวม	100.00	20
ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม	ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง	50.00	1
	รายของครอบครัว	50.00	1
	รวม	100.00	2
การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการรับสื่อของนักเรียน	การควบคุมเวลาเปิดรับสื่อ	25.00	5
	การคัดกรองเนื้อหา	25.00	5
	การอธิบายหรือชี้แจง	25.00	5
	การส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์	25.00	5
	รวม	100.00	20
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท	24.00	6
	ปริมาณเวลาการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท	24.00	6
	ลักษณะการเปิดรับสื่อ	66.66	10
	การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว	4.00	1
	การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้	4.00	1
	การเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง	4.00	1
	รวม	100.00	25
การรู้เท่าทันสื่อ	ความรู้ ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ	25.00	8
	ความรู้ ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตสื่อ	25.00	8
	การวิเคราะห์สาร	25.00	8
	การประเมินสาร	25.00	8
	รวม	100.00	32

### 3.การจัดทำร่างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามตารางการแจกแจงตัวแปรที่ต้องการวัด และจำนวนข้อคำถาม ได้เป็นแบบร่างของแบบสอบถาม จากนั้นผู้วิจัยตรวจและปรับแก้การใช้ภาษาให้เหมาะสม ผู้วิจัยนำข้อคำถามไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไขเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง

### 4.การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างพร้อมกับเอกสารหัวข้อการวิจัย วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และวิธีการเก็บข้อมูลโดยย่อไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1-3 จะต้องมีความรู้ประสบการณ์ทำงานด้านสื่อสารมวลชนไม่น้อยกว่า 5 ปี ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4 และ 5 จะต้องมีความรู้ประสบการณ์ทำงานด้านการวัดและประเมินผลทางการศึกษามาไม่น้อยกว่า 5 ปี รายงานผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน นำเสนอไว้ในภาคผนวก ก ผู้เชี่ยวชาญทำการพิจารณาตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความตรงเชิงเนื้อหา โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องและความเหมาะสมของข้อคำถามเป็นรายข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการ ว่าสอดคล้อง (1) ไม่แน่ใจ (0) หรือไม่สอดคล้อง (-1) โดยกำหนดให้ สอดคล้อง หมายถึงข้อความนั้นมีความสอดคล้องกับคำนิยามการรู้เท่าทันสื่อ สามารถใช้ในการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อได้ ไม่แน่ใจ หมายถึง ไม่สามารถตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความนั้น เนื่องจากไม่มีความชัดเจนในเนื้อความ และ ไม่สอดคล้อง หมายถึง ข้อความนั้นไม่มีความสอดคล้องกับคำนิยามของการรู้เท่าทันสื่อ ไม่สามารถใช้ในการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อได้ ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน แสดงในตารางที่ 8 และ ตารางที่ 9

ตารางที่ 8 ค่า IOC ของแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

ค่า IOC	จำนวนข้อของแบบสอบถาม (ข้อ)
1.00	39
.80	9
.60	2
ต่ำกว่า .60	-
รวม	50

**ตารางที่ 9** ค่า IOC ของแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ

ค่า IOC	จำนวนข้อของแบบสอบถาม (ข้อ)
1.00	12
.80	11
.60	9
ต่ำกว่า .60	-
รวม	32

ค่า IOC จากตารางที่ 8 และตารางที่ 9 แสดงว่าข้อคำถามทั้งหมดมีความตรงเชิงเนื้อหาเนื่องจากค่า IOC ไม่มีค่าต่ำกว่า .60 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญที่พิจารณาความตรงบางท่านยังได้ให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขข้อคำถามในการปรับปรุงภาษาให้เป็นที่เข้าใจตรงกันมากขึ้น รายการการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามนำเสนอไว้ในภาคผนวก ค ผู้วิจัยทำการปรับปรุงแก้ไขตามที่คุณเชี่ยวชาญเสนอ และแก้ไขคำอีกบางคำเพื่อให้ข้อความอ่านง่ายขึ้น จากนั้นผู้วิจัยนำข้อคำถามไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวกับความเหมาะสมของข้อคำถาม

### 5. การทดลองใช้แบบสอบถาม

การทดลองใช้แบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ การทดลองใช้แบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความตรง (validity) และเพื่อนำไปตรวจสอบความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถาม

ในการทดลองใช้แบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความตรง (validity) และความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจและความชัดเจนของภาษาที่ใช้ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนพุทธจักรวิทยา จำนวน 30 คน ได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 30 ชุด และผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ไปทดลองใช้มาวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ผลการวิเคราะห์พบว่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ทดลองใช้จำนวน 30 ชุด ตัวแปรทุกตัวมีความเที่ยงอยู่ในช่วง .515 ถึง .909 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีความเที่ยงมากที่สุดคือ ตัวแปรการคัดกรองเนื้อหา ส่วนตัวแปรสังเกตได้ที่มีความเที่ยงน้อยที่สุดคือ ตัวแปรความรู้ ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อของสถานที่ทำงาน แสดงว่าเครื่องมือวัดมีความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์พอใช้ คือมีค่าความเที่ยงไม่ต่ำกว่า .50 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) ส่วนตัวแปรสังเกตได้เกรดเฉลี่ย ความถี่ในการ

เปิดรับสื่อ ปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ และตัวแปรของตัวแปรปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมนั้นมีการให้ข้อมูลเป็นแบบเติมคำตอบเพียงตัวแปรละ 1 ข้อ จึงไม่มีการหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของแบบสอบถามที่ทดลองใช้แสดงในตารางที่ 10 ดังนี้

**ตารางที่ 10** ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปรที่วัด	ค่าความเที่ยง
<b>ตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อ</b>	
ความรู้ ความเข้าใจด้านสถานบัน/องค์กรสื่อ	.515
ความรู้ ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตสื่อ	.531
การวิเคราะห์สาร	.559
การประเมินสาร	.559
<b>ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ</b>	
ลักษณะการเปิดรับสื่อ	.755
<b>ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน</b>	
การใช้เวลาว่าง	.678
การแสวงหาความรู้	.670
ลักษณะการอ่าน	.572
การแสดงความคิดเห็น	.836
<b>ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน</b>	
การควบคุมเวลาเปิดรับสื่อ	.756
การคัดกรองเนื้อหา	.909
การอธิบายหรือชี้แจง	.838
การส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์	.623

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลการวิจัยจากภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือจากผู้บริหารสถานศึกษาที่เป็นหน่วยงานของกลุ่มตัวอย่างในการรวบรวมข้อมูล จำนวนทั้งสิ้น 7 โรงเรียน

2. ผู้วิจัยนำหนังสือจากภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษาไปติดต่อผู้อำนวยการสถานศึกษาที่เป็นหน่วยงานของกลุ่มตัวอย่างในการรวบรวมข้อมูล เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย ผู้วิจัยประสานงานกับโรงเรียนเพื่อกำหนดห้องเรียนและกำหนดวันเวลาที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยถือเอาความสะดวกของทางโรงเรียนในการอนุญาตให้ผู้วิจัยไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในวัน เวลาที่ได้นัดหมายไว้กับทางโรงเรียน โรงเรียนละ 2 ห้องเรียน ในชั้นต้นผู้วิจัยได้ประมาณจำนวนนักเรียนไว้ห้องเรียนละ 40 คน ได้จำนวนนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 560 คน แต่เนื่องจากผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและจำนวนนักเรียนบางห้องเรียนมีมากกว่า 40 คน ทำให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลได้ 613 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้การวิเคราะห์โมเดลมีความแข็งแกร่ง

4. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดมาบันทึกไว้ในโปรแกรม SPSS

5. นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลและทำการแปลผล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ 1. การเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ 2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล 3. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และ 4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัย รายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 4 ตอนมีดังนี้

1. การเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์

ผู้วิจัยจัดเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ ดังนี้

1.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบจำนวนแบบสอบถามและความครบถ้วนสมบูรณ์ของคำตอบ จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ กรณีที่มีข้อมูลขาดหาย ผู้วิจัยแทนที่ด้วยค่าเฉลี่ย (mean)

1.2 การสร้างแฟ้มข้อมูล ผู้วิจัยสร้างแฟ้มข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล โดยการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (reliability) ของตัวแปรหลักในโมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ด้านพฤติกรรมการอ่าน ด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านการมีส่วนร่วม

ร่วมของผู้ปกครองต่อการรับสื่อของนักเรียน ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและตัวแปรตามการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เป็นการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบลักษณะการแจกแจงของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ เพื่อให้ทราบลักษณะการแจกแจงและการกระจายของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิจัยด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สัมประสิทธิ์การกระจาย (coefficient of variation) ความเบ้ (skewness) ความโด่ง (kurtosis) การวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติวิเคราะห์ที่ใช้ ได้แก่ ลักษณะการแจกแจงแบบปกติ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product – moment correlation coefficient) เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ (linear relationship) ทิศทาง (direction) ของความสัมพันธ์เป็นบวกหรือลบ ขนาด (strength) ของความสัมพันธ์ มีค่าอยู่ในระดับใด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows สำหรับเกณฑ์การพิจารณาว่าตัวแปร 2 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และมีความสัมพันธ์กันในระดับใด พิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งมีเกณฑ์ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

#### ตารางที่ 11 เกณฑ์การพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
$r > .8$	สูง
$.6 < r < .8$	ค่อนข้างสูง
$.4 < r < .6$	ปานกลาง
$.2 < r < .4$	ค่อนข้างต่ำ
$r < .2$	ต่ำ

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัย

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1 การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์คะแนนที่ได้จากแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อ และแปลผลของคะแนนโดยใช้ระดับการรู้

เท่าที่หนังสือในมิติด้าน ความรู้ ความคิด ของเชื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) อธิบายได้จากตารางที่ 6

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 2 และ 3 การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกตัว และใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนที่สร้างขึ้นจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL for Windows)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 1 ถึง 3 ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างอันได้แก่ เพศ โรงเรียนเกรดเฉลี่ย รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน และข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิจัย ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเหมาะสมของค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่นำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปรต่างๆ ในการนำเสนอ ดังนี้

$\bar{x}$	หมายถึง	มัชฌิมเลขคณิต หรือค่าเฉลี่ย (mean)
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
CV	หมายถึง	สัมประสิทธิ์การกระจาย (coefficient of variation)
max	หมายถึง	คะแนนสูงสุด (maximum)
min	หมายถึง	คะแนนต่ำสุด (minimum)
SE	หมายถึง	ความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error)
SK	หมายถึง	ค่าความเบ้ (skewness)
KU	หมายถึง	ค่าความโด่ง (kurtosis)
$\chi^2$	หมายถึง	ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไค-สแควร์
df	หมายถึง	องศาอิสระ (degree of freedom)
TE	หมายถึง	ขนาดอิทธิพลรวม (total effect)
ID	หมายถึง	ขนาดอิทธิพลทางอ้อม (indirect effect)
DE	หมายถึง	ขนาดอิทธิพลทางตรง (direct effect)
$R^2$	หมายถึง	สัมประสิทธิ์การทำนาย (coefficient of determination)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit index)

AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit index)
NFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความเป็นปกติ (Normed Fit index)
RFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความสัมพันธ์ (Relative of Fit index)
RMR	หมายถึง	ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Squared Residual)

#### สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

ME_LIT	หมายถึง	ตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน
ME_EXPO	หมายถึง	ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักเรียน
ACHIEVE	หมายถึง	ตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน
READING	หมายถึง	ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน
SES	หมายถึง	ตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม
PARTIC	หมายถึง	ตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการรับสื่อของนักเรียน
GPA	หมายถึง	เกรดเฉลี่ย
FREQUEN	หมายถึง	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ
DURATION	หมายถึง	ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ
CHAR_ME	หมายถึง	ลักษณะการเปิดรับสื่อ
NEWS	หมายถึง	การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว
INFORMA	หมายถึง	การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้
ENTER	หมายถึง	การเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง
REC	หมายถึง	การใช้เวลาว่าง
SEARCH	หมายถึง	การแสวงหาความรู้
CHAR_R	หมายถึง	ลักษณะการอ่าน
COMMENT	หมายถึง	การแสดงความคิดเห็น
EDU	หมายถึง	ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง
INCOME	หมายถึง	รายได้ของครอบครัว
CONTRO	หมายถึง	การควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อ
SCREEN	หมายถึง	การคัดกรองเนื้อหา
EXPLAN	หมายถึง	การอธิบายชี้แจง

USEFUL	หมายถึง	การส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์
INSTIT	หมายถึง	ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ
PRODUCT	หมายถึง	ความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตสื่อ
ANALYSIS	หมายถึง	การวิเคราะห์สาร
EVALUATE	หมายถึง	การประเมินสาร

## ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ในตอนต้นที่ 1 ผู้วิจัยได้แยกนำเสนอเป็น 4 ส่วนย่อย ได้แก่ 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ โรงเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายได้ของครอบครัว โดยนำเสนอค่าสถิติแสดงการแจกแจงความถี่ ร้อยละ 1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ นำเสนอค่าสถิติแสดงการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) 1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน นำเสนอค่าสถิติแสดงการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าคะแนนสูงสุด (max) ค่าคะแนนต่ำสุด (min) 1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าคะแนนสูงสุด (max) ค่าคะแนนต่ำสุด (min) ค่าความเบ้ (SK) ค่าความโด่ง (KU) และค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (CV) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการกระจายและการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวแปร

### 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

การนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ของข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ โรงเรียน เกรดเฉลี่ย รายได้ครอบครัว ระดับการศึกษาของผู้ปกครองรายละเอียดของผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ผลการแจกแจงความถี่ของข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.66) และเป็นนักเรียนโรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนีย์) มากที่สุด (ร้อยละ 18.43) มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 3.50 (ร้อยละ 35.07) มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 10,001- 25,000 บาท (ร้อยละ 27.90) และผู้ปกครองจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง

ภูมิหลัง	กลุ่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	235	38.34
	หญิง	378	61.66
2. โรงเรียน	โรงเรียนวัดสังเวช	65	10.60
	โรงเรียนศรีอยุธยาฯ	93	15.17
	โรงเรียนหอวัง	106	17.29
	โรงเรียนนนทรีวิทยา	95	15.50
	โรงเรียนมัธยมคันทรียา	70	11.42
	โรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนีย์)	113	18.43
	โรงเรียนโรงเรียนวัดน้อยนพคุณ	71	11.58
3.เกรดเฉลี่ย	1.00 – 1.50	1	0.16
	1.51 – 2.00	12	1.96
	2.01 – 2.50	51	8.32
	2.51 – 3.00	195	31.81
	3.01 – 3.50	215	35.07
	3.50 – 4.00	139	22.68
4. รายได้ครอบครัว ต่อเดือน (บาท)	น้อยกว่า 10,000	55	8.97
	10,001-25,000	171	27.90
	25,001-40,000	169	27.57
	40,001-55,000	114	18.60
	55,001-70,000	26	4.24
	70,001-85,000	17	2.77
	85,001-100,000 100,000 ขึ้นไป	37 24	6.04 3.92
5. ระดับการศึกษา ผู้ปกครอง	ประถมศึกษา	88	14.36
	มัธยมศึกษาตอนต้น	66	10.77
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	173	28.22
	ปวส.หรือ อนุปริญญา	56	9.14
	ปริญญาตรี	164	26.75
	ปริญญาโท	62	10.11
	ปริญญาเอก	4	0.65

เพื่อให้เห็นลักษณะของตัวแปรภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างได้ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการแจกแจงความถี่แบบสองทางโดยใช้การวิเคราะห์ตารางไขว้ (cross-tabulation) ระหว่างเพศ โรงเรียน เกรตเฉลี่ย

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับโรงเรียน พบว่า ในระหว่างนักเรียนชายและนักเรียนหญิง พบว่าจำนวนนักเรียนส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหญิงมากกว่านักเรียนชายเกือบทุกโรงเรียนยกเว้น โรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนีย์) ที่มีจำนวนนักเรียนชายมากกว่านักเรียนหญิง และนักเรียนชายส่วนใหญ่เป็นนักเรียนโรงเรียนโรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนีย์) (ร้อยละ 25.53) นักเรียนหญิงส่วนใหญ่เป็นนักเรียนโรงเรียนนนทรีวิทยา (ร้อยละ 17.46) ดังตารางที่ 13

**ตารางที่ 13** จำนวน ร้อยละ ของนักเรียนจำแนกตามเพศและโรงเรียน

โรงเรียน	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
โรงเรียนวัดสังเวช	21 (8.94)	44 (11.64)	65 (10.60)
โรงเรียนศรีอยุธยา	39 (16.60)	54 (14.29)	93 (15.17)
โรงเรียนหอวัง	48 (20.43)	58 (15.34)	106 (17.29)
โรงเรียนนนทรีวิทยา	29 (12.34)	66 (17.46)	95 (15.50)
โรงเรียนมัธยมสังคีตวิทยา	14 (5.96)	56 (15.61)	70 (11.42)
โรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนีย์)	60 (25.53)	53 (14.02)	113 (18.43)
โรงเรียนวัดน้อยนพคุณ	24 (10.21)	47 (12.43)	71 (11.58)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100.00)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับเกรตเฉลี่ย พบว่า นักเรียนชายและนักเรียนหญิงส่วนใหญ่มีเกรตเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 3.50 เช่นเดียวกัน (ร้อยละ 33.62 และร้อยละ 35.98 ตามลำดับ) และเมื่อพิจารณาจากระดับของเกรตเฉลี่ย พบว่า ในเกรตเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.00 ซึ่งเป็นเกรตเฉลี่ยระดับสูงที่สุด มีจำนวนนักเรียนหญิงมากกว่านักเรียนชาย (ร้อยละ 26.46 และร้อยละ 16.60 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 14

**ตารางที่ 14** จำนวนนักเรียน จำแนกตามเพศและเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ย	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
1.00 - 1.50	1 (0.43)	0 (0.00)	1 (0.16)
1.51 - 2.00	11 (4.68)	1 (00.26)	12 (1.96)
2.01 - 2.50	32 (13.62)	19 (5.03)	51 (8.32)
2.51 - 3.00	73 (31.06)	122 (32.28)	195 (31.81)
3.01 - 3.50	79 (33.62)	136 (35.98)	215 (35.07)
3.51 - 4.00	39 (16.60)	100 (26.46)	139 (22.68)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100.00)

## 1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

การนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์แจกแจงความถี่แบบสองทางโดยใช้การวิเคราะห์ตารางไขว้ (cross-tabulation) ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อซึ่ง ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท ปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ ความชอบในการเปิดรับเนื้อหาแต่ละประเภท

### 1. ผลการวิเคราะห์ความถี่ในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่าง เพศกับความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 22.84) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า นักเรียนชายส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย 3 วัน และ 7 วัน ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 20.85) ส่วนนักเรียนหญิงส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย 3 วัน ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 27.07) ดังตารางที่ 15

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 15 ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการอ่าน หนังสือพิมพ์ (วัน / สัปดาห์)	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
ไม่เปิดรับ	30 (12.77)	40 (10.58)	70 (11.42)
1 วัน/สัปดาห์	27 (11.49)	53 (14.02)	80 (13.05)
2 วัน/สัปดาห์	41 (17.45)	74 (19.58)	115 (18.76)
3 วัน/สัปดาห์	49 (20.85)	91 (27.07)	140 (22.84)
4 วัน/สัปดาห์	7 (2.98)	15 (3.97)	22 (3.59)
5 วัน/สัปดาห์	27 (11.49)	32 (8.47)	59 (9.62)
6 วัน/สัปดาห์	5 (2.13)	3 (0.79)	8 (1.31)
7 วัน/สัปดาห์	49 (20.85)	70 (18.52)	119 (19.41)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100.00)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่าง เพศกับความถี่ในการดูโทรทัศน์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์เฉลี่ย 7 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 81.40) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงส่วนใหญ่ ดูโทรทัศน์เฉลี่ย 7 วันต่อสัปดาห์ เช่นเดียวกัน (ร้อยละ 77.87 และ ร้อยละ 83.60 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 16

### ตารางที่ 16 ความถี่ในการดูโทรทัศน์จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการดูโทรทัศน์ (วัน / สัปดาห์)	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
ไม่ดูโทรทัศน์	2 (0.85)	1 (0.26)	3 (0.49)
1 วัน/สัปดาห์	3 (1.28)	1 (0.26)	4 (0.65)
2 วัน/สัปดาห์	5 (2.13)	9 (2.38)	14 (2.28)
3 วัน/สัปดาห์	7 (2.98)	14 (3.70)	21 (3.43)
4 วัน/สัปดาห์	5 (2.13)	12 (3.17)	17 (2.77)
5 วัน/สัปดาห์	20 (8.51)	17 (4.50)	37 (3.04)
6 วัน/สัปดาห์	10 (4.26)	8 (2.12)	18 (2.94)
7 วัน/สัปดาห์	183 (77.87)	316 (83.60)	499 (81.40)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่าง เพศกับความถี่ในการฟังวิทยุ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ฟังวิทยุเฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 26.26) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ

พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงส่วนใหญ่ ฟังวิทยุเฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์เช่นเดียวกัน (ร้อยละ 25.96 และ ร้อยละ 26.46 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 17

**ตาราง 17** ความถี่ในการฟังวิทยุจำแนกตามเพศ

ความถี่ในการฟังวิทยุ (วัน / สัปดาห์)	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
ไม่ฟังวิทยุ	52 (22.13)	55 (14.55)	107 (17.46)
1 วัน/สัปดาห์	25 (10.64)	33 (8.73)	58 (9.46)
2 วัน/สัปดาห์	30 (12.77)	63 (16.67)	93 (15.17)
3 วัน/สัปดาห์	61 (25.96)	100 (26.46)	161 (26.26)
4 วัน/สัปดาห์	6 (2.55)	11 (2.91)	17 (2.77)
5 วัน/สัปดาห์	18 (7.66)	47 (12.43)	68 (11.09)
6 วัน/สัปดาห์	3 (1.28)	5 (1.32)	8 (1.31)
7 วัน/สัปดาห์	40 (17.02)	64 (16.93)	104 (16.97)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่าง เพศกับความถี่ในการอ่านนิตยสาร พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่อ่านนิตยสารเฉลี่ย 1 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 39.15) และเมื่อพิจารณา ระหว่างเพศ พบว่า นักเรียนชายส่วนใหญ่ ไม่อ่านนิตยสาร (ร้อยละ 40.00) ส่วนนักเรียนหญิงส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารเฉลี่ย 1 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 34.39) ดังตารางที่ 18

**ตารางที่ 18** ความถี่ในการอ่านนิตยสารจำแนกตามเพศ

ความถี่ในการอ่าน นิตยสาร (วัน / สัปดาห์)	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
ไม่อ่านนิตยสาร	94 (40.00)	87 (23.02)	181 (29.53)
1 วัน/สัปดาห์	74 (31.49)	130 (34.39)	204 (39.15)
2 วัน/สัปดาห์	25 (10.64)	73 (19.31)	98 (15.99)
3 วัน/สัปดาห์	24 (10.21)	46 (12.17)	70 (11.42)
4 วัน/สัปดาห์	6 (2.55)	17 (4.50)	23 (3.75)
5 วัน/สัปดาห์	4 (1.70)	15 (3.97)	19 (3.10)
6 วัน/สัปดาห์	1 (0.43)	3 (0.80)	4 (0.65)
7 วัน/สัปดาห์	7 (2.98)	7 (1.85)	14 (2.28)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100)



ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่าง เพศกับความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 7 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 28.06) และเมื่อพิจารณา ระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 7 วันต่อสัปดาห์เช่นเดียวกัน (ร้อยละ 38.72 และ ร้อยละ 21.43 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 19

**ตารางที่ 19** ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ

ความถี่ในการใช้ อินเทอร์เน็ต (วัน / สัปดาห์)	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	6 (2.55)	17 (4.50)	23 (3.75)
1 วัน/สัปดาห์	18 (7.66)	32 (8.47)	50 (8.16)
2 วัน/สัปดาห์	25 (10.64)	58 (15.34)	83 (13.53)
3 วัน/สัปดาห์	26 (11.06)	52 (13.76)	78 (12.72)
4 วัน/สัปดาห์	40 (17.02)	75 (19.84)	115 (18.76)
5 วัน/สัปดาห์	22 (9.36)	52 (13.76)	74 (12.07)
6 วัน/สัปดาห์	7 (2.99)	11 (2.91)	18 (2.94)
7 วัน/สัปดาห์	91 (38.72)	81 (21.43)	172 (28.06)
รวม	235 (100.00)	378(100.00)	613 (100)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับความถี่ในการชมภาพยนตร์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์เฉลี่ย 1 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 39.48) และเมื่อพิจารณา ระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์เฉลี่ย 1 วันต่อสัปดาห์เช่นเดียวกัน (ร้อยละ 38.30 และร้อยละ 40.21 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 20

**ตารางที่ 20** ความถี่ในการชมภาพยนตร์จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการชมภาพยนตร์ (วัน / สัปดาห์)	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
ไม่ชมภาพยนตร์	59 (25.10)	108 (28.56)	167 (27.24)
1 วัน/สัปดาห์	90 (38.30)	152 (40.21)	242 (39.48)
2 วัน/สัปดาห์	32 (13.62)	49 (12.96)	81 (13.21)
3 วัน/สัปดาห์	16 (6.80)	18 (4.76)	34 (5.55)
4 วัน/สัปดาห์	7 (2.99)	12 (3.17)	19 (3.10)
5 วัน/สัปดาห์	10 (4.26)	13 (3.44)	23 (3.75)

## ตารางที่ 20 (ต่อ) ความถี่ในการชมภาพยนตร์จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการชมภาพยนตร์ (วัน / สัปดาห์)	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
6 วัน/สัปดาห์	4 (1.70)	5 (1.32)	9 (1.47)
7 วัน/สัปดาห์	17 (7.23)	21 (5.56)	38 (6.20)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100.00)

## 2. ผลการวิเคราะห์ปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับปริมาณเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย น้อยกว่า 10 นาทีต่อวัน (ร้อยละ 40.62) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ น้อยกว่า 10 นาที ต่อวัน (ร้อยละ 42.98 และร้อยละ 39.15 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 21

## ตารางที่ 21 ปริมาณเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ

ปริมาณเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ เฉลี่ยต่อวัน	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
น้อยกว่า 10 นาที/วัน	101 (42.98)	148 (39.15)	249 (40.62)
10 – 20 นาที/วัน	34 (14.47)	64 (16.93)	98 (15.99)
21 – 30 นาที / วัน	47 (20.00)	80 (21.16)	127 (20.72)
31 นาที – 1 ชั่วโมง / วัน	32 (13.62)	47 (12.43)	79 (12.89)
1 ชั่วโมง 1 นาที – 2 ชั่วโมง / วัน	17 (7.23)	31 (8.20)	48 (7.83)
2 ชั่วโมง 1 นาที – 3 ชั่วโมง / วัน	1 (0.43)	6 (1.59)	7 (1.14)
มากกว่า 3 ชั่วโมง/ วัน	3 (1.28)	2 (0.53)	5 (0.82)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100.00)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับปริมาณเวลาที่ใช้ในการดูโทรทัศน์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 1 นาที ถึง 4 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 25.61) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิง ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 1 นาที ถึง 4 ชั่วโมงต่อวัน เช่นเดียวกัน (ร้อยละ 22.98 และร้อยละ 27.25 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 22

**ตารางที่ 22** ปริมาณเวลาในการดูโทรทัศน์จำแนกตามเพศ

ปริมาณเวลาในการดูโทรทัศน์ เฉลี่ยต่อวัน	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	33 (14.04)	20 (5.29)	53 (8.65)
1 – 2 ชั่วโมง/วัน	36 (15.32)	53 (14.02)	89 (14.52)
2 ชั่วโมง 1 นาที – 3 ชั่วโมง/ วัน	49 (20.85)	70 (18.52)	119 (19.41)
3 ชั่วโมง 1 นาที – 4 ชั่วโมง/ วัน	54 (22.98)	103 (27.25)	157 (25.61)
4 ชั่วโมง 1 นาที – 5 ชั่วโมง/ วัน	25 (10.64)	48 (12.70)	73 (11.91)
5 ชั่วโมง 1 นาที – 6 ชั่วโมง/ วัน	11 (4.68)	26 (6.88)	37 (6.04)
6 ชั่วโมง 1 นาที – 7 ชั่วโมง/ วัน	10 (4.26)	12 (3.17)	22 (3.59)
7 ชั่วโมง 1 นาที – 8 ชั่วโมง/วัน	7 (2.98)	12 (3.17)	19 (3.10)
มากกว่า 8 ชั่วโมง	10 (4.26)	34 (8.99)	44 (7.18)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100.00)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับปริมาณเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้เวลาในการฟังวิทยุเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 65.74) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงใช้เวลาในการฟังวิทยุเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 71.91 และ ร้อยละ 61.90 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 23

**ตารางที่ 23** ปริมาณเวลาในการฟังวิทยุจำแนกตามเพศ

ปริมาณเวลาในการฟังวิทยุ เฉลี่ยต่อ	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	169 (71.91)	234 (61.90)	403 (65.74)
1 – 2 ชั่วโมง/วัน	33 (14.04)	82 (21.69)	115 (18.76)
2 ชั่วโมง 1 นาที – 3 ชั่วโมง/ วัน	12 (5.11)	34 (8.99)	46 (7.50)
3 ชั่วโมง 1 นาที – 4 ชั่วโมง/ วัน	12 (5.11)	10 (2.65)	22 (3.59)
4 ชั่วโมง 1 นาที – 5 ชั่วโมง/ วัน	3 (1.28)	7 (1.85)	10 (1.63)
5 ชั่วโมง 1 นาที – 6 ชั่วโมง/ วัน	1 (0.43)	3 (0.79)	4 (0.65)
6 ชั่วโมง 1 นาที – 7 ชั่วโมง/ วัน	0 (0.00)	3 (0.79)	3 (0.49)
7 ชั่วโมง 1 นาที – 8 ชั่วโมง/วัน	2 (0.85)	0 (0.00)	2 (0.33)
มากกว่า 8 ชั่วโมง	3 (1.28)	5 (1.32)	8 (1.31)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับปริมาณเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย น้อยกว่า 10 นาทีต่อวัน (ร้อยละ 35.24) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า นักเรียนชายส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย น้อยกว่า 10 นาทีต่อวัน (ร้อยละ 48.51) ส่วนนักเรียนหญิงส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย 21 ถึง 30 นาทีต่อวัน (ร้อยละ 30.69) ดังตารางที่ 24

**ตารางที่ 24** ปริมาณเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ

ปริมาณเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ เฉลี่ยต่อวัน	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
น้อยกว่า 10 นาที/วัน	114 (48.51)	102 (26.98)	216 (35.24)
10 – 20 นาที/วัน	16 (6.81)	30 (7.94)	46 (7.50)
21 – 30 นาที / วัน	64 (27.23)	116 (30.69)	180 (29.36)
31 นาที – 1 ชั่วโมง / วัน	27 (11.49)	79 (20.90)	106 (17.26)
1 ชั่วโมง 1 นาที – 2 ชั่วโมง / วัน	10 (4.26)	36 (9.52)	46 (7.50)
2 ชั่วโมง 1 นาที – 3 ชั่วโมง / วัน	2 (0.85)	12 (3.17)	14 (2.28)
มากกว่า 3 ชั่วโมง/ วัน	2 (0.85)	3 (0.79)	5 (0.82)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100.00)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับปริมาณเวลาที่ใช้ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 1 นาที ถึง 3 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 30.02) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงส่วนใหญ่ใช้เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 1 นาที ถึง 3 ชั่วโมงต่อวัน เช่นกัน (ร้อยละ 24.26 และร้อยละ 33.60 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 25

**ตารางที่ 25** ปริมาณเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ

ปริมาณเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต เฉลี่ยต่อวัน	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	37 (15.74)	87 (23.02)	124 (20.23)
1 – 2 ชั่วโมง/วัน	56 (23.83)	67 (17.72)	123 (20.07)
2 ชั่วโมง 1 นาที – 3 ชั่วโมง/ วัน	57 (24.26)	127 (33.60)	184 (30.02)
3 ชั่วโมง 1 นาที – 4 ชั่วโมง/ วัน	28 (11.91)	38 (10.05)	66 (10.77)
4 ชั่วโมง 1 นาที – 5 ชั่วโมง/ วัน	24 (10.21)	30 (7.94)	54 (8.81)
5 ชั่วโมง 1 นาที – 6 ชั่วโมง/ วัน	11 (4.68)	9 (2.38)	20 (3.26)

6 ชั่วโมง 1 นาที – 7 ชั่วโมง/ วัน	5 (2.13)	6 (1.32)	11 (1.79)
7 ชั่วโมง 1 นาที – 8 ชั่วโมง/วัน	6 (2.55)	5 (1.59)	11 (1.79)
มากกว่า 8 ชั่วโมง	11 (4.68)	9 (2.38)	20 (3.26)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100.00)

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับปริมาณเวลาที่ใช้ในการชมภาพยนตร์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้เวลาในการชมภาพยนตร์เฉลี่ย น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 38.99) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงส่วนใหญ่ใช้เวลาในการชมภาพยนตร์เฉลี่ย น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน เช่นกัน (ร้อยละ 41.70 และร้อยละ 37.30 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 26

**ตารางที่ 26** ปริมาณเวลาในการชมภาพยนตร์จำแนกตามเพศ

ปริมาณเวลาในการชม ภาพยนตร์เฉลี่ยต่อวัน	เพศ		รวม
	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)	
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	98 (41.70)	141 (37.30)	239 (38.99)
1 – 2 ชั่วโมง/วัน	73 (31.06)	134 (35.45)	207 (33.77)
2 ชั่วโมง 1 นาที – 3 ชั่วโมง/ วัน	44 (18.72)	73 (19.31)	117 (19.09)
3 ชั่วโมง 1 นาที – 4 ชั่วโมง/ วัน	12 (5.11)	21 (5.56)	33 (5.38)
4 ชั่วโมง 1 นาที – 5 ชั่วโมง/ วัน	4 (1.70)	7 (1.85)	11 (1.79)
5 ชั่วโมง 1 นาที – 6 ชั่วโมง/ วัน	2 (0.85)	2 (0.53)	4 (0.65)
6 ชั่วโมง 1 นาที – 7 ชั่วโมง/ วัน	1 (0.43)	0 (0.00)	1 (0.16)
7 ชั่วโมง 1 นาที – 8 ชั่วโมง/วัน	1 (0.43)	0 (0.00)	1 (0.16)
รวม	235 (100.00)	378 (100.00)	613 (100.00)

### 3. ผลการวิเคราะห์ระดับการเปิดรับในเนื้อหาแต่ละประเภท

ผลการแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับเนื้อหาแต่ละประเภท พบว่า การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว สถานการณ์ประจำวัน และการเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ นักเรียนส่วนใหญ่เปิดรับในระดับปานกลาง (ร้อยละ 53.02 และร้อยละ 50.57 ตามลำดับ) ส่วน การเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง นักเรียนส่วนใหญ่เปิดรับในระดับมาก (ร้อยละ 48.45) และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว สถานการณ์ประจำวันและเนื้อหาประเภทสาระความรู้ในระดับปานกลางเช่นกัน (ร้อยละ 49.36 ร้อยละ 55.02 ร้อยละ 48.09 ร้อยละ 52.12 ตามลำดับ) ส่วนเนื้อหาประเภทบันเทิง พบว่า ทั้ง

นักเรียนชายและนักเรียนหญิงเปิดรับในระดับมาก (ร้อยละ 43.83 และร้อยละ 51.32 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ระดับการเปิดรับเนื้อหาแต่ละประเภทจำแนกตามเพศ

ประเภทเนื้อหา	เพศ	ระดับการเปิดรับเนื้อหา					รวม
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
เนื้อหาประเภท ข่าว สถานการณ์ ประจำวัน	ชาย	2	8	116	89	20	235
	(ร้อยละ)	(0.85)	(3.40)	(49.36)	(37.87)	(8.51)	(100.00)
	หญิง	2	14	209	125	28	378
	(ร้อยละ)	(0.53)	(3.70)	(55.29)	(33.06)	(7.41)	(100.00)
	รวม	4	22	325	214	48	613
(ร้อยละ)	(0.65)	(3.59)	(53.02)	(34.91)	(7.83)	(100.00)	
เนื้อหาประเภท สาระความรู้	ชาย	1	10	113	89	22	235
	(ร้อยละ)	(0.43)	(4.26)	(48.09)	(37.87)	(9.36)	(100.00)
	หญิง	2	12	197	140	27	378
	(ร้อยละ)	(0.53)	(3.17)	(52.12)	(37.04)	(7.14)	(100.00)
	รวม	3	22	310	229	49	613
(ร้อยละ)	(0.49)	(3.59)	(50.57)	(37.36)	(7.99)	(100.00)	
เนื้อหาประเภท บันเทิง	ชาย	2	15	56	103	59	235
	(ร้อยละ)	(0.85)	(6.38)	(23.83)	(43.83)	(25.11)	(100.00)
	หญิง	2	4	36	194	142	378
	(ร้อยละ)	(0.53)	(1.06)	(9.52)	(51.32)	(37.57)	(100.00)
	รวม	4	19	92	297	201	613
(ร้อยละ)	(0.65)	(3.01)	(15.00)	(48.45)	(32.79)	(100.00)	

### 1.3 ผลการวิเคราะห์ ระดับการรู้เท่าทันสื่อ

การนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่แบบสองทางระหว่างเพศกับระดับการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งการวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อผู้วิจัยได้นำเสนอค่าสถิติแสดงการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าคะแนนสูงสุด (max) ค่าคะแนนต่ำสุด (min) รายละเอียดของผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ผลการวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อจำแนกตามระดับการรู้เท่าทันสื่อและเพศพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ มีระดับความรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 2 (ร้อยละ 80.91) มีคะแนนเฉลี่ย

70.55 จัดอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (ระดับคะแนนอยู่ในช่วง 56 - 79 คะแนน) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 5.00 และเมื่อพิจารณาระหว่างเพศ พบว่า ทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิง มีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 2 (ร้อยละ 71.46 และ ร้อยละ 86.77 ตามลำดับ) มีคะแนนเฉลี่ย 70.65 และ 70.31 ตามลำดับ จัดอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (ระดับคะแนนอยู่ในช่วง 56 - 79 คะแนน) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 5.00 เช่นเดียวกัน

แสดงว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความเข้าใจในสื่อ โดยรู้จักลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ของสื่อในระบบสังคม มีความรู้ ความเข้าใจ ยอมรับแบบแผนการผลิตตามลักษณะทางวิชาชีพของสื่อ รู้ความหมายตรง (denotation) ที่แสดงให้เห็นชัดเจนในรูปแบบ รหัส แบบแผนของสื่อ รู้เทคนิคที่สื่อใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ ตีความได้ตามจุดมุ่งหมายของสื่อ วิเคราะห์เทคนิคการเล่าเรื่อง ความหมาย ความคิดของเรื่องที่สื่อเสนอได้ตามเนื้อความที่สื่อเสนอ ยอมรับการสร้างควมมีส่วนร่วมของสื่อ พุดคุย วิจรรณ์ การทำงานหรือผลผลิตสื่อในกลุ่มคนใกล้ชิด

**ตารางที่ 28** ระดับการรู้เท่าทันสื่อจำแนกตามระดับการรู้เท่าทันสื่อและเพศ

ระดับการรู้เท่าทันสื่อ (คะแนน)	เพศ	จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	S.D.	คะแนนสูงสุด (max)	คะแนน ต่ำสุด(min)
ระดับที่ 1 (32 - 55)	ชาย	1 (0.43)	55.00	0.00	55.00	55.00
	หญิง	1 (0.26)	53.00	0.00	53.00	53.00
	รวม	2 (0.33)	54.00	1.41	55.00	53.00
ระดับที่ 2 (56 - 79)	ชาย	168 (71.49)	70.65	5.00	79.00	58.00
	หญิง	328 (86.77)	70.31	5.00	79.00	57.00
	รวม	496 (80.91)	70.55	5.00	79.00	57.00
ระดับที่ 3 (80 - 103)	ชาย	66 (28.09)	85.00	2.72	95.00	80.00
	หญิง	49 (12.96)	82.24	2.62	92.00	80.00
	รวม	115 (18.76)	84.12	2.78	95.00	80.00
ระดับที่ 4 (104 - 128)	ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	0.00	0 (0.00)	0 (0.00)
	หญิง	0 (0.00)	0 (0.00)	0.00	0 (0.00)	0 (0.00)
	รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	0.00	0 (0.00)	0 (0.00)

#### 1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้รวม 21 ตัวแปรที่ใช้วัดตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) พฤติกรรมการอ่าน (READING) ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_ EXPO)

และการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) เพื่อศึกษาลักษณะการกระจายและการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัว สถิติเบื้องต้นที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean;  $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คะแนนสูงสุด (Max) คะแนนต่ำสุด (Min) ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (Skewness; SK) และค่าความโด่ง (Kurtosis; KU)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) ซึ่งมี 1 ตัวแปรคือ เกรดเฉลี่ย (GPA) มีค่าเฉลี่ย 3.14 จัดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.48 มีค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ร้อยละ 6.54 มีค่าความเบ้และความโด่งใกล้เคียง 0 แสดงว่ามีการแจกแจงอยู่ในโค้งปกติ ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน (READING) มี 4 ตัว คือ ตัวแปรการใช้เวลาว่าง (REC) ตัวแปรการแสวงหาความรู้ (SEARCH) ตัวแปรลักษณะการอ่าน (CHAR\_R) ตัวแปรการแสดงความคิดเห็น (COMMENT) มีค่าเฉลี่ย 3.28, 3.47, 3.18, 3.21 ตามลำดับ จัดอยู่ในระดับปานกลาง (ระดับคะแนน อยู่ในช่วง 3.10 – 3.50) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.58, 0.63, 0.49, 0.79 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ร้อยละ 5.66, ร้อยละ 5.51, ร้อยละ 6.49, ร้อยละ 4.06 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรลักษณะการอ่าน (CHAR\_R) มีการกระจายมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวแปรการใช้เวลาว่าง (REC) โดยตัวแปรทุกตัวมีค่าความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ 0 แสดงว่ามีการแจกแจงอยู่ในโค้งปกติ ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม มี 2 ตัว คือ ตัวแปรระดับการศึกษาของผู้ปกครอง (EDU) และ ตัวแปรรายได้ของครอบครัว (INCOME) โดย ตัวแปรระดับการศึกษาของผู้ปกครอง (EDU) มีค่าเฉลี่ย 3.57 จัดอยู่ในระดับปานกลาง (คะแนนอยู่ในช่วง 3.50 – 4.00) ส่วนตัวแปรรายได้ของครอบครัว มีค่าเฉลี่ย 42179.26 จัดอยู่ในระดับปานกลาง (ระดับคะแนนอยู่ในช่วง 40001 - 55000) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.60 และ 42575.53 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ร้อยละ 2.33 และร้อยละ 0.99 แสดงว่าตัวแปรระดับการศึกษาของผู้ปกครอง (EDU) มีการกระจายมากกว่าตัวแปรรายได้ของครอบครัว (INCOME) โดยตัวแปรระดับการศึกษาของผู้ปกครอง (EDU) มีค่าความเบ้เข้าใกล้ 0 แต่ความโด่งน้อยกว่า 0 คือมีความความโด่ง -1.06 แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายมากกว่าโค้งปกติ ส่วนตัวแปรรายได้ของครอบครัว (INCOME) มีค่าความเบ้และความโด่งมากกว่า 0 คือมีค่าความเบ้ 4.43 และมีค่าความโด่ง 32.58 แสดงว่ามีการแจกแจงแบบเบ้ขวา และมีความโด่งมาก ข้อมูลส่วนใหญ่กระจายน้อยและมีค่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ย ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) มี 4 ตัว คือ ตัวแปรการควบคุมการเปิดรับสื่อ (CONTROL) ตัวแปรการคัดกรองเนื้อหา (SCREEN) ตัวแปรการอธิบายหรือชี้แจง (EXPLAN) ตัวแปรการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ (USEFUL) โดยตัวแปรการ



ควบคุมการเปิดรับสื่อ (CONTROL) และตัวแปรการคัดกรองเนื้อหา (SCREEN) มีค่าเฉลี่ย 2.95 และ 2.95 จัดอยู่ในระดับต่ำ (ระดับคะแนนอยู่ในช่วง 2.50 – 3.00) ตัวแปรการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ (USEFUL) มีค่าเฉลี่ย 3.47 จัดอยู่ในระดับปานกลาง (คะแนนอยู่ในช่วง 3.00 – 3.50) ตัวแปรการอธิบายหรือชี้แจง (EXPLAN) มีค่าเฉลี่ย 3.72 จัดอยู่ในระดับสูง (คะแนนอยู่ในช่วง 3.50 – 4.00) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.83, 0.95, 0.79 และ 0.74 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ร้อยละ 3.55, ร้อยละ 3.11, ร้อยละ 4.71, ร้อยละ 4.69 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรการอธิบายหรือชี้แจง (EXPLAN) มีการกระจายมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวแปรการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ (USEFUL) โดยตัวแปรทุกตัวมีความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ 0 แสดงว่ามีการแจกแจงอยู่ในโค้งปกติ ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_EXPO) มี 6 ตัวแปร คือ ตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อ (FREQUEN) ตัวแปรปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ (DURATION) ตัวแปรลักษณะการเปิดรับสื่อ (CHAR\_ME) ตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว สถานการณ์ประจำวัน (NEWS) ตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ (INFORM) ตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง (ENTER) โดย ตัวแปรปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ (DURATION) มีค่าเฉลี่ย 1.90 จัดอยู่ในระดับต่ำ (คะแนนอยู่ในช่วง 1.50 – 2.00) ตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อ (FREQUEN) ตัวแปรลักษณะการเปิดรับสื่อ (CHAR\_ME) ตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว สถานการณ์ประจำวัน (NEWS) ตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ (INFORM) มีค่าเฉลี่ย 3.36, 3.54, 3.46, 3.49 ตามลำดับ จัดอยู่ในระดับ ปานกลาง (คะแนนอยู่ในช่วง 3.00 – 4.00) ส่วนตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง (ENTER) มีค่าเฉลี่ย 4.10 จัดอยู่ในระดับสูง (คะแนนอยู่ในช่วง 4.00 -4.50) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.93, 0.97, 0.48, 0.72, 0.72 และ 0.81 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ร้อยละ 3.61, ร้อยละ 1.96, ร้อยละ 7.38, ร้อยละ 4.81, ร้อยละ 4.85, ร้อยละ 5.06 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรลักษณะการเปิดรับสื่อ (CHAR\_ME) มีการกระจายมากที่สุด รองลงมาคือตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง (ENTER) ตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อ (FREQUEN) ตัวแปรลักษณะการเปิดรับสื่อ (CHAR\_ME) ตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว สถานการณ์ประจำวัน (NEWS) ตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ (INFORM) ตัวแปรการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง (ENTER) มีค่าความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ 0 แสดงว่ามีการแจกแจงอยู่ในโค้งปกติ ส่วนตัวแปรปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ (DURATION) มีค่าความเบ้และความโด่งสูงกว่า 0 คือมีค่าความเบ้ 1.87 และมีค่าความโด่ง 6.12 แสดงว่ามีการแจกแจงแบบเบ้ขวาและมีความโด่งมาก ข้อมูลส่วนใหญ่กระจายน้อยและมีค่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ย ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) มี 4 ตัวแปรคือ ตัวแปรความรู้ความ

เข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ (INSTIT) ตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิต (PRODUCT) ตัวแปรการวิเคราะห์สาร (ANALYSIS) ตัวแปรการประเมินสาร (EVALUATE) โดยตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ (INSTIT) ตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิต (PRODUCT) ตัวแปรการประเมินสาร (EVALUATE) มีค่าเฉลี่ย 16.08, 18.91, 17.84 ตามลำดับ จัดอยู่ในระดับต่ำ (ระดับคะแนนอยู่ในช่วง 16.00 – 19.00) ส่วนตัวแปรการวิเคราะห์สาร (ANALYSIS) มีค่าเฉลี่ย 20.12 จัดอยู่ในระดับปานกลาง (คะแนนอยู่ในช่วง 20.00 – 25.00) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 2.87, 3.06, 3.15, 3.21 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ร้อยละ 5.60, ร้อยละ 5.92, ร้อยละ 6.39, ร้อยละ 5.56 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรการวิเคราะห์สาร (ANALYSIS) มีการกระจายมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิต (PRODUCT) ค่าความเบ้ความโด่ง พบว่าตัวแปรทุกตัวมีค่าความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ 0 แสดงว่ามีการแจกแจงอยู่ในโค้งปกติดังตารางที่ 29

**ตารางที่ 29** ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในการศึกษา (n= 613)

ตัวแปรสังเกตได้	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด						
	$\bar{x}$	S.D.	Max	Min	SK	KU	C.V. (%)
<i>ตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน</i>							
เกรดเฉลี่ย	3.14	0.48	4	1.29	-0.52	0.44	6.54
<i>ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน</i>							
การใช้เวลาว่าง	3.28	0.58	5	1.6	0.24	0.26	5.66
การแสวงหาความรู้	3.47	0.63	5	1	-0.27	0.54	5.51
ลักษณะการอ่าน	3.18	0.49	4.8	1.6	0.10	0.49	6.49
การแสดงความคิดเห็น	3.21	0.79	5	1	-0.10	0.09	4.06
<i>ตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม</i>							
ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง	3.57	1.60	7	1	-0.09	-1.06	2.23
รายได้ครอบครัวต่อเดือน	42179.26	42575.53	500000	3000	4.43	32.58	0.99
<i>ตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน</i>							
การควบคุมการเปิดรับสื่อ	2.95	0.83	5	1	0.00	-0.17	3.55
การคัดกรองสื่อ	2.95	0.95	5	1	-0.24	-0.38	3.11
การอธิบายชี้แจง	3.72	0.79	5	1	-0.63	0.36	4.71
การส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์	3.47	0.74	5	1	-0.40	0.47	4.69

**ตารางที่ 29 (ต่อ) ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในการวิจัย (n= 613)**

ตัวแปรสังเกตได้	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด						C.V. (%)
	$\bar{x}$	S.D.	Max	Min	SK	KU	
<i>ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ</i>							
ความถี่ในการเปิดรับสื่อ	3.36	0.93	6.33	0.83	0.17	0.17	3.61
ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ	1.90	0.97	8.17	0.22	1.87	6.12	1.96
ลักษณะการเปิดรับสื่อ	3.54	0.48	5.00	1.80	0.22	0.38	7.38
<i>การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว</i>							
สถานการณ์ประจำวัน	3.46	0.72	5	1	0.23	0.39	4.81
<i>ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ต่อ)</i>							
<i>การเปิดรับเนื้อหาประเภท</i>							
สาระความรู้	3.49	0.72	5	1	0.20	0.21	4.85
<i>การเปิดรับเนื้อหาประเภท</i>							
บันเทิง	4.10	0.81	5	1	-0.83	0.87	5.06
<i>ตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ</i>							
<i>ความรู้ความเข้าใจด้าน</i>							
สถาบันองค์กรสื่อ	16.08	2.87	25.00	8.00	0.35	0.02	5.60
<i>ความรู้ความเข้าใจด้าน</i>							
กระบวนการผลิต	18.91	3.06	28.00	9.00	0.12	0.34	5.92
การวิเคราะห์สาร	20.12	3.15	31.00	10.00	0.29	-0.03	6.39
การประเมินสาร	17.84	3.21	27.00	10.00	0.34	-0.50	5.56

โดยสรุป ตัวแปรสังเกตได้ส่วนใหญ่มีการแจกแจงใกล้เคียงกับการแจกแจงแบบโค้งปกติ มีตัวแปรบางตัวที่มีการแจกแจงแบบไม่เป็นโค้งปกติ ซึ่งค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรทั้งหมดยกเว้นตัวแปรรายได้ของครอบครัว (INCOME) และตัวแปรปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ (DURATION) ซึ่งเป็นค่าที่อยู่ในระดับใกล้เคียง 0 ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัย เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันว่ามีปัญหาเกี่ยวกับภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) หรือไม่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตรวจสอบความตรงของโมเดลต่อไป ดังแสดงผลในตารางที่ 30

ในการวิเคราะห์ค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity ซึ่งเป็นค่าสถิติทดสอบสมมติฐานว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์นั้นเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (identity matrix) หรือไม่ มีค่าสถิติเท่ากับ 2823.48 ( $p < .01$ ) แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin) มีค่าเท่ากับ .798 ซึ่งเป็นค่าที่เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ของข้อมูลชุดนี้มีความสัมพันธ์ภายในต่อกัน เหมาะสมที่นำไปใช้ในการวิเคราะห์โมเดลลิสเรลต่อไป

ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในที่นี้เป็นกรณีวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้จำนวน 21 ตัวแปรได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จำนวน 231 คู่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 12 คู่ คิดเป็นร้อยละ 5.195 ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทั้งหมด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 92 คู่ คิดเป็นร้อยละ 39.827 ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทั้งหมด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีทิศทางบวก ขนาดปานกลาง มีค่าพิสัยตั้งแต่ -.124 ถึง .613 โดยตัวแปร การแสดงความคิดเห็น (COMMENT) เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด ขณะที่ตัวแปร ความรู้ความเข้าใจ ด้านกระบวนการผลิตสื่อ (PRODUCT) ตัวแปรการวิเคราะห์สาร (ANALYSIS) และตัวแปรรายได้ของครอบครัว (INCOME) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) คือมีค่าสหสัมพันธ์ไม่เกิน .8

การวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางค่าสหสัมพันธ์ มีการแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอน คือ 2.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และ 2.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายในตัวแปรแฝงแต่ละตัว

	FREQUEN	DURATION	PURPOSE	NEWS	INFOMA	ENTER	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE	GPA	REC	SEARCH	CHARACT	COMMENT	EDU	INCOME	CONTRO	SCREEN	EXPLAN	USFUL	
FREQUEN	1.00																					
DURATION	.312**	1.00																				
PURPOSE	.221**	.123**	1.00																			
NEWS	.083*	.002	.350**	1.00																		
INFOMA	.060	.015	.410**	.526**	1.00																	
ENTER	.131**	.112**	.137**	.048	.068	1.00																
INSTIT	-.049	-.031	-.046	.010	.015	-.007	1.00															
PRODUCT	.043	.037	.016	.025	-.017	-.022	.147**	1.00														
ANALYSIS	.001	-.019	.055	-.002	.059	.007	.015	.185**	1.00													
EVALUATE	.105**	-.018	.055	.077	.130**	.015	.151**	.122**	.141**	1.00												
GPA	.072	-.040	.124**	.105**	.142**	-.045	-.074	-.008	.127**	-.004	1.00											
REC	.131**	.051	.346**	.195**	.216**	.052	-.124**	-.014	.073	.019	.195**	1.00										
SEARCH	.246**	.093*	.529**	.289**	.338**	.133**	-.083*	-.021	-.004	.013	.156**	.484**	1.00									
CHARACT	.133**	.045	.210**	.119**	.140**	.046	.019	.063	-.048	-.060	.086*	.240**	.300**	1.00								
COMMENT	.134**	.093*	.390**	.243**	.261**	.114**	-.073	-.016	.025	.006	.152**	.448**	.499**	.245**	1.00							
EDU	.170**	-.005	-.048	-.007	-.098*	-.083*	.080*	.230**	.158**	.081*	.131**	.003	-.057	.006	-.091*	1.00						
INCOME	.203**	-.026	-.024	.025	-.062	-.067	.085*	.069	.037	-.010	.053	.026	-.005	.032	-.046	.404**	1.00					
CONTRO	-.008	-.090*	.190**	.138**	.141**	-.021	-.003	.007	.020	.053	.077	.136**	.225**	.186**	.230**	.033	.029	1.00				
SCREEN	-.027	-.119**	.174**	.211**	.180**	-.027	-.036	-.045	-.037	.013	.105**	.156**	.213**	.123**	.254**	-.024	-.022	.613**	1.00			
EXPLAN	.057	-.033	.329**	.236**	.221**	.003	-.106**	-.041	.016	.022	.182**	.173**	.331**	.216**	.383**	-.007	.001	.464**	.602**	1.00		
USEFUL	.073	.002	.411**	.304**	.336**	-.033	-.038	.037	.028	.081*	.133**	.229**	.416**	.217**	.362**	.031	.083*	.445**	.513**	.642**	1.00	
MEAN	3.363	1.898	3.537	3.457	3.488	4.096	16.075	18.914	20.116	17.839	3.140	3.283	3.471	3.177	3.214	3.561	42237.984	2.953	2.946	3.720	3.469	
SD	.934	.974	.475	.719	.715	.808	2.870	3.059	3.151	3.211	.477	.583	.625	.490	.786	1.596	42547.605	.834	.952	.793	.738	

ตารางที่ 30 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (n=613)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่นำเสนอในตอนนี้เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 5 ชุดในโมเดลกับตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระกลุ่มที่ 1 คือตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) จำนวน 1 ตัวแปร ตัวแปรอิสระกลุ่มที่ 2 คือตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน (READING) จำนวน 4 ตัวแปร ตัวแปรอิสระกลุ่มที่ 3 คือตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) จำนวน 2 ตัวแปร ตัวแปรอิสระกลุ่มที่ 4 คือตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) จำนวน 4 ตัวแปร ตัวแปรอิสระกลุ่มที่ 5 คือตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_EXPO) จำนวน 6 ตัวแปร ส่วนตัวแปรตามในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ครั้งนี้ คือ ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) จำนวน 4 ตัวแปร ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) กับ ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจำนวน 4 คู่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง  $-0.074$  ถึง  $.127$  โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการวิเคราะห์สาร (ANALYSIS) กับตัวแปรเกรดเฉลี่ย (GPA) แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $.01$  แสดงว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) ในระดับต่ำ ( $r < .2$ )

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน (READING) กับตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจำนวน 16 คู่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง  $-.124$  ถึง  $.073$  โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ (INSTIT) กับตัวแปรการใช้เวลาว่าง (REC) แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $.01$  ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ (INSTIT) กับตัวแปรการแสวงหาความรู้ (SEARCH) แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $.05$  แสดงว่าพฤติกรรมการอ่าน (READING) มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) ในระดับต่ำ ( $r < .2$ )

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) กับตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจำนวน 8 คู่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง  $-.010$  ถึง  $.230$  โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิต

(PRODUCT) กับตัวแปรระดับการศึกษาของผู้ปกครอง (EDU) และตัวแปรการวิเคราะห์สาร (ANALYSIS) กับตัวแปรระดับการศึกษาของผู้ปกครอง (EDU) แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ (INSTIT) กับตัวแปรรายได้ของครอบครัว (INCOME) และตัวแปรการประเมินสาร (EVALUATE) กับตัวแปรระดับการศึกษาของผู้ปกครอง (EDU) แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) ในระดับต่ำ ( $r < .2$ )

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงตัวแปรการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) กับตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจำนวน 16 คู่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง -.106 ถึง .053 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ (INSTIT) กับตัวแปรการอธิบายชี้แจง (EXPLAN) แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการประเมินสาร (EVALUATE) กับ ตัวแปรการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ (USEFUL) แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) ในระดับต่ำ ( $r < .2$ )

## 2.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายในตัวแปรแฝงแต่ละตัว

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่น่าเสนอในตอนนี้เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายในตัวแปรแฝงแต่ละตัว แต่เนื่องจากตัวแปรผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน (ACHIEVE) มีตัวแปรสังเกตได้ 1 ตัว จึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร หรือ 5 กลุ่มตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ กลุ่มตัวแปรแฝง กลุ่มตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน (READING) กลุ่มตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) กลุ่มตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) กลุ่มตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักเรียน (ME\_EXPO) และกลุ่มตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน (ME\_LIT) ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงตัวแปรตาม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน (READING) มีพิสัยของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .240 ถึง .499 จัดอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำถึงปานกลาง ( $.2 < r < .6$ ) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการแสวงหาความรู้ (SEARCH) กับตัวแปรการแสดงความคิดเห็น (COMMENT) มีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์สูงสุด (.499) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการใช้เวลาว่าง (REC) กับตัวแปรลักษณะการอ่าน (CHAR\_R) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด (.240)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรายได้ของครอบครัว (INCOME) กับตัวแปรระดับการศึกษาของผู้ปกครอง (EDU) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ระดับ .404 จัดอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำถึงปานกลาง ( $.2 < r < .6$ )

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) มีพิสัยของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .445 ถึง .642 จัดอยู่ในระดับปานกลาง ( $.4 < r < .6$ ) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการอธิบายชี้แจง (EXPLAN) กับตัวแปรการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ (USEFUL) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด (.642) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อ (CONTRO) กับตัวแปรการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ (USEFUL) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด (.445)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักเรียน (ME\_EXPO) มีพิสัยของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .002 ถึง .526 จัดอยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง ( $.0 < r < .6$ ) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเนื้อหาประเภทข่าว (NEWS) กับตัวแปรเนื้อหาประเภทสาระความรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด (.526) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ (DURATION) กับตัวแปรเนื้อหาประเภทข่าว (NEWS) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด (.002)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน (ME\_LIT) มีพิสัยของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .015 ถึง .185 จัดอยู่ในระดับต่ำ ( $r < .2$ ) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตสื่อ (PRODUCT) กับ ตัวแปรการวิเคราะห์สาร (ANALYSIS) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด (.185) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ (INSTIT) )กับ ตัวแปรการวิเคราะห์สาร (ANALYSIS) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด (.068)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 21 ตัวแปร พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและมีทั้งค่าบวกและค่าลบ ผู้วิจัยนำตัวแปร



สังเกตได้ทุกตัวไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ต่างๆ ในโมเดลเชิงสาเหตุต่อไป

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้ เป็นการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พฤติกรรมการอ่าน ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการรับสื่อของนักเรียน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่3 กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีสมมติฐานในการตรวจสอบ คือ เมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมตามโมเดลในสมมติฐานเท่ากับ เมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมที่ได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์ รายละเอียดของผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พฤติกรรมการอ่าน ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการรับสื่อของนักเรียน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร ตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรแฝง 5 ตัวแปร คือ ตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน (READING) ตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) ตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_EXPO) และตัวแปรตามซึ่งเป็นตัวแปรแฝง 1 ตัวแปรคือ ตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) โดยตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน (READING) ตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) และตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) มีอิทธิพลทางอ้อมไปยังตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_EXPO) ด้วย แต่หากแบ่งประเภทของตัวแปรแฝงตามลักษณะการวิเคราะห์โดยแบ่งเป็นตัวแปรภายนอกแฝงและตัวแปรภายในแฝงแล้ว การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรภายในแฝงทั้งหมด 2 ตัวแปรคือ ตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ (ME\_LIT) และตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_EXPO) และมีตัวแปรภายนอกแฝงทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ ตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการอ่าน (READING) ตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) ตัวแปร

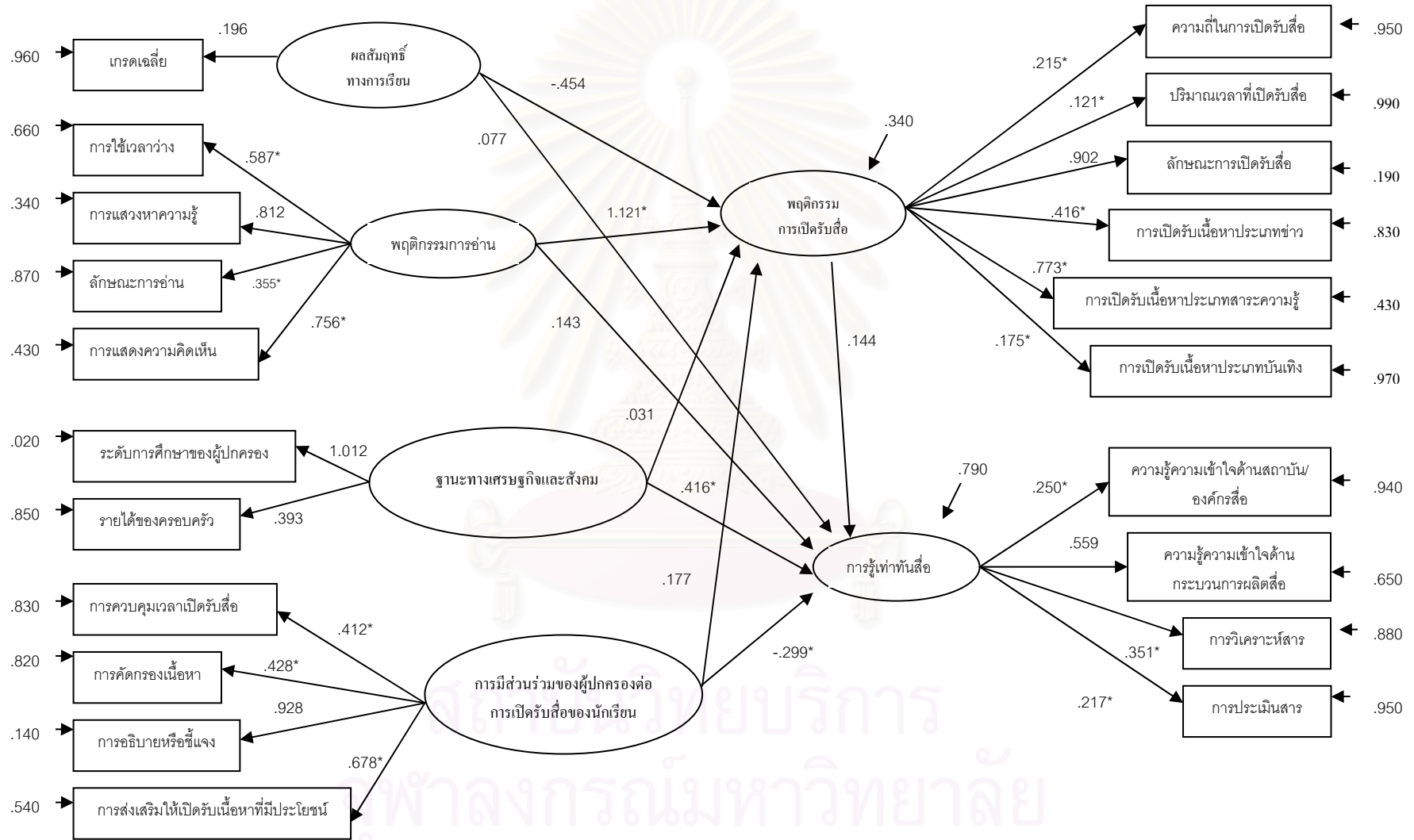
แปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) โดยมีตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด 21 ตัวแปร

การทดสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถวิเคราะห์โดยกำหนดให้ความคาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรสังเกตได้ไม่สัมพันธ์กัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏว่าโมเดลตามสมมติฐานไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์ ค่าองศาอิสระ (Degree of freedom) และค่า P-value จากการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับแก้โมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนโดยยอมให้ความคาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันได้ ซึ่งการปรับโมเดลในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยพิจารณาจากดัชนีปรับโมเดล (Modification Indices) และผลจากการปรับโมเดล ผู้วิจัยจึงได้โมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานครที่สอดคล้องกับ

ข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในภาพที่ 12



สถาบันวิจัยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 12 โมเดลแสดงอิทธิพลของตัวแปรต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน (n=613)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโมเดลเชิงสาเหตุที่ปรับแล้ว พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 103.117 องศาอิสระมีค่าเท่ากับ 93 ที่ระดับความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .222 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลการทดสอบค่าไค-สแควร์ไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานว่าโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ว่า ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .984 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ .961 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนีกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) เท่ากับ .028 มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตสื่อ (PRODUCT) มีค่าสูงสุด เท่ากับ .312 รองลงมาคือ ตัวแปรการวิเคราะห์สาร (ANALYSIS) ตัวแปรความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ (INSTIT) และ ตัวแปรการประเมินสาร (EVALUATE) ซึ่งมีค่าเท่ากับ .123, .063, .047 ตามลำดับ

จากโมเดลสมการโครงสร้างตัวแปรภายในแฝงการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร (ME\_LIT) พบว่า ตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อได้รับอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งทางบวกและทางลบ โดยได้รับอิทธิพลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .416 แสดงว่า ตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) มีอิทธิพลทำให้ปัจจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ผู้ปกครองมีรายได้มากและมีระดับการศึกษาสูงจะส่งผลให้นักเรียนมีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับสูง และได้รับอิทธิพลทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากตัวแปรการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ -.299 แสดงว่าตัวแปรการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) มีอิทธิพลทำให้ปัจจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อลดลง กล่าวคือ เมื่อผู้ปกครองสนใจต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนจะส่งผลให้นักเรียนมีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับต่ำ และได้รับอิทธิพลทางตรงอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากตัวแปรพฤติกรรมการอ่าน (READING) ตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_EXPO) ตัวแปรผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .143, .114, .077 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตัวแปรภายในแฝงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_EXPO) พบว่า ตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ได้รับอิทธิพลทางตรงเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากตัวแปรพฤติกรรมการอ่าน (READING) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.112 แสดงว่าตัวแปรพฤติกรรม

การอ่าน (READING) มีอิทธิพลทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพิ่มขึ้น กล่าวคือ นักเรียนที่มีพฤติกรรมอ่านมากจะส่งผลให้มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมากตามไปด้วย และตัวแปรแฝงภายในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_ EXPO) ยังได้รับอิทธิพลทางตรงอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งทางบวกและทางลบ โดยได้รับอิทธิพลทางตรงเป็นบวกจาก ตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) และตัวแปรการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .031 และ .177 ตามลำดับ และได้รับอิทธิพลทางตรงเป็นลบจากตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ -.454 กล่าวคือ นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูงจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อน้อย

เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลรวมต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร (ME\_LIT) พบว่า ตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) มีอิทธิพลรวมต่อการรู้เท่าทันสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มากที่สุด โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ .419

เมื่อพิจารณาเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง -.148 ถึง 1.033 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงส่วนใหญ่เป็นความสัมพันธ์ทางบวก (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก) ยกเว้น ตัวแปรปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน (READING) กับตัวแปรปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) และ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_ EXPO) กับตัวแปรปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (SES) เป็นความสัมพันธ์ทางลบ (ค่าความสัมพันธ์เป็นลบ) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน (PARTIC) กับ ตัวแปรปัจจัยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) มีค่ามากที่สุด คือมีค่าเท่ากับ 1.033 รองลงมาคือ ตัวแปรปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน (READING) กับตัวแปรปัจจัยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ACHIEVE) มีค่าเท่ากับ .903 ดังตารางที่ 31

**ตารางที่ 31** ค่าสถิติผลการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง และการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร

ตัวแปรแฝง	ME_EXPO			ME_LIT		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE
ตัวแปรสาเหตุ						
ACHIEVE	-.454	-	-.454	.025	-.052	.077
READING	1.112*	-	1.112*	.270*	.126*	.143
SES	.031	-	.031	.419*	.003	.416*
PARTIC	.177	-	.177	-.279*	.020	-.299*
ME_EXPO	-	-	-	.114	-	.114

ค่าสถิติ				
ไคสแควร์ = 107.182 df = 106 P = .450 GFI = .983 AGFI = .964 RMR = .029				
ตัวแปร	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE
ความเที่ยง	.063	.312	.123	.047
สมการโครงสร้าง		ME_EXPO		ME_LIT
R SQUARE		.663		.209

เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง						
	ME_EXPO	ME_LIT	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
ME_EXPO	1.000					
ME_LIT	.081	1.000				
ACHIEVE	.739	.068	1.000			
READING	.824	.064	.903	1.000		
SES	-.148	.402	.208	-.077	1.000	
PARTIC	.490	-.060	1.033	.703	0.008	1.000

หมายเหตุ: \*  $p < .05$ ; TE = ผลรวมอิทธิพล (total effect); IE = อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect);

DE = อิทธิพลทางตรง (direct effect)

ตัวแปรแฝงที่เป็นสาเหตุของตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร (ME\_LIT) สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน (ME\_LIT) ได้ร้อยละ 20.90 ตัวแปรแฝงที่เป็นสาเหตุของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_EXPO) สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ME\_EXPO) ได้ร้อยละ 66.30

จากผลการพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร พบว่า ฐานทางเศรษฐกิจและสังคมมีอิทธิพลโดยรวมต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนในทางบวกมากที่สุด รองลงมาคือ พฤติกรรมการอ่าน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามลำดับ ส่วนการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนมีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนในทางลบ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร นี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (causal relationships) โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 2) เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร และ 3) ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มประชากร คือ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีการศึกษา 2551 จำนวน 53,808 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2551 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 613 คน ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้โรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง 7 โรงเรียน จากนั้น สุ่มห้องเรียนด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โรงเรียนละ 2 ห้องเรียน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน ตัวแปรภายนอกมีทั้งหมด 4 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแฝงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีตัวแปรสังเกตได้ 1 ตัว คือ เกรดเฉลี่ย ตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการอ่าน มีตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว คือ การใช้เวลาว่าง การแสวงหาความรู้ ลักษณะการอ่าน และการแสดงความคิดเห็น ตัวแปรแฝงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัว คือ ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และรายได้ของครอบครัว ตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน มีตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว คือ การควบคุมเวลาเปิดรับสื่อ การคัดกรองเนื้อหา การอธิบายชี้แจง และการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ ตัวแปรแฝงภายในมีทั้งหมด 2 ตัว ได้แก่ ตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ มีตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัว ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ ลักษณะการเปิดรับสื่อ การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ และการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง และตัวแปรแฝงซึ่งเป็นตัวแปรตามคือ ตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันสื่อ มีตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตสื่อ การวิเคราะห์สาร และการประเมินสาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ และแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ แบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ตอนที่ 2 แบบสอบถาม



เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบและเติมข้อความ ตอนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการอ่าน ลักษณะเป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ ตอนที่ 4 แบบสอบถามแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ปกครอง ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบและเติมข้อความ ส่วนแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ (multiple choices) 4 ตัวเลือก การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows และตรวจสอบความตรงของโมเดลเชิงสาเหตุปัจจุบันที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL for Windows)

### สรุปผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยโดยยึดตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ และเพิ่มการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อของนักเรียนรวมผลการวิจัยประกอบด้วย 4 ข้อดังนี้

#### 1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อของนักเรียน

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับสื่อต่อสัปดาห์ ปริมาณเวลาในการเปิดรับสื่อ และระดับการเปิดรับเนื้อหาแต่ละประเภทโดยแยกตามประเภทสื่อและประเภทเนื้อหา ดังนี้

**หนังสือพิมพ์** นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย น้อยกว่า 10 นาที ต่อวัน

**โทรทัศน์** นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการดูโทรทัศน์เฉลี่ย 7 วันต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในการดูโทรทัศน์เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 1 นาที ถึง 4 ชั่วโมงต่อวัน

**วิทยุ** นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการฟังวิทยุเฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในการฟังวิทยุเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน

**นิตยสาร** นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสารเฉลี่ย 1 วันต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในการอ่านนิตยสารเฉลี่ย น้อยกว่า 10 นาทีต่อวัน

**อินเทอร์เน็ต** นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 7 วันต่อสัปดาห์ และใช้เวลาใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 1 นาที ถึง 3 ชั่วโมงต่อวัน

**ภาพยนตร์** นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์เฉลี่ย 1 วันต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในการชมภาพยนตร์เฉลี่ยน้อยกว่า 1 ชั่วโมง

**เนื้อหาประเภทข่าว** สถานการณ์ประจำวัน นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว สถานการณ์ประจำวันในระดับปานกลาง

เนื้อหาประเภทสาระความรู้ นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหา  
ประเภทสาระความรู้ในระดับปานกลาง

เนื้อหาประเภทบันเทิง นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาประเภท  
บันเทิงในระดับมาก

ลักษณะการเปิดรับสื่อ นักเรียนมีลักษณะเปิดรับสื่อเพื่อเรียนรู้จากเนื้อหาที่สื่อ  
นำเสนอ โดยเป็นการเรียนรู้เพื่อสร้างความเข้าใจในชีวิต สังคม และวัฒนธรรม ในระดับ ปานกลาง

## 2. ผลการวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

นักเรียนส่วนใหญ่ มีระดับความรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 2 ซึ่งเป็นการรู้เท่าทันสื่อใน  
ระดับความเข้าใจ (comprehension) กล่าวคือ นักเรียนส่วนใหญ่มีความเข้าใจในสื่อ โดยรู้จัก  
ลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ของสื่อในระบบสังคม มีความรู้ ความเข้าใจ ยอมรับแบบ  
แผนการผลิตตามลักษณะทางวิชาชีพของสื่อ รู้ความหมายตรง (denotation) ที่แสดงให้เห็นชัดเจน  
ในรูปแบบ รหัส แบบแผนของสื่อ รู้เทคนิคที่สื่อใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ ได้ตามจุดมุ่งหมาย  
ของสื่อ วิเคราะห์เทคนิคการเล่าเรื่อง ความหมาย ความคิดของเรื่องที่สื่อเสนอได้ตามเนื้อความที่  
สื่อเสนอ ยอมรับการสร้างควมมีส่วนร่วมของสื่อ พุดคุย วิจารณ์ การทำงานหรือผลผลิตสื่อใน  
กลุ่มคนใกล้ชิด

## 3. รูปแบบของโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน มัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร

จากโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ใน  
โรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้าน  
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม  
ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน และปัจจัยพฤติกรรมการ  
เปิดรับสื่อ ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ โดยปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สามารถวัดได้จากเกรด  
เฉลี่ย ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน สามารถวัดได้จาก การใช้เวลาว่าง การแสวงหาความรู้  
ลักษณะการอ่าน และการแสดงความคิดเห็น ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสามารถวัด  
ได้จาก ระดับการศึกษาของผู้ปกครองและรายได้ของครอบครัว ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของ  
ผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน สามารถวัดได้จาก การควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อ การคัด  
กรองเนื้อหา การอธิบายหรือชี้แจง และการส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ ปัจจัยพฤติกรรม  
การเปิดรับสื่อ สามารถวัดได้จาก ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ ลักษณะการ  
เปิดรับสื่อ การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ และการเปิดรับ

เนื้อหาประเภทบันเทิง โดยที่ การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน สามารถวัดได้จาก คือ ความรู้ความเข้าใจด้านสถาบัน/องค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตสื่อ การวิเคราะห์สาร และการประเมินสาร

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน ส่งผลต่อกปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

#### 4. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากตัวแปรสังเกตได้ 27 ตัวแปร ผลการทดสอบค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 103.117 องศาอิสระมีค่าเท่ากับ 93 ที่ระดับความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .222 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลการทดสอบค่าไค-สแควร์ไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานว่าโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ว่า ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .984 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ .961 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนีกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) เท่ากับ .028 มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกกับการรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนมีอิทธิพลทางตรงเป็นลบต่อการรู้เท่าทันสื่อ

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ หากผู้ปกครองมีรายได้มากและมีระดับการศึกษาสูงจะส่งผลให้นักเรียนมีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับสูง แต่ในทางกลับกันเมื่อผู้ปกครองมีส่วนร่วมต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน โดยผู้ปกครองควบคุมเวลาการเปิดรับสื่อของนักเรียน คัดกรองเนื้อหาที่นักเรียนจะเปิดรับ คอยอธิบายหรือชี้แจงเนื้อหาที่สื่อนำเสนอให้นักเรียนเข้าใจ รวมไปถึงส่งเสริมให้นักเรียนเปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ จะส่งผลให้นักเรียนมีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับต่ำ

## อภิปรายผลการวิจัย

จากสรุปผลการวิจัยที่นำเสนอข้างต้นแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการวิจัย อย่างไรก็ตามผลการวิจัยยังมีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

### 1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ มีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 2 กล่าวคือ นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เท่าทันสื่อ ดังต่อไปนี้

- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ สถาบัน/องค์กรสื่อ โดยรู้จักลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ของสื่อในระบบสังคม กล่าวคือ มีความรู้ความเข้าใจว่าองค์กรสื่อทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และเป็นกระบอกเสียงของสังคม เช่น นักเรียนส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่ารูปแบบรายการโทรทัศน์สร้างขึ้นตามความต้องการของประชาชน และเข้าใจว่าการได้ทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ดีเป็นเป้าหมายสูงสุดของสื่อหนังสือพิมพ์

- มีความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตในลักษณะยอมรับแบบแผนการผลิตตามลักษณะทางวิชาชีพของสื่อ รู้เทคนิคที่สื่อใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ เทคนิคการเล่าเรื่องของสื่อ เช่น นักเรียนส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่า พาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์เป็นการสร้างความเด่นให้ข่าว ด้วยข้อความรูปแบบ สีสันที่จูงใจให้ซื้อหนังสือพิมพ์ และเข้าใจว่า ข่าวที่สื่อนำเสนอเป็นการนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศตามที่เกิดขึ้นและเป็นจริง

- สามารถวิเคราะห์ ตีความเนื้อหาได้ในระดับความหมายตรง (denotation) ที่แสดงให้เห็นชัดเจนในรูปแบบ รหัส แบบแผนของสื่อ ตีความ ความหมาย ความคิดของเนื้อหาได้ตามเนื้อความที่สื่อเสนอ และยอมรับการสร้างควมมีส่วนร่วมของสื่อ กล่าวคือ นักเรียนส่วนใหญ่สามารถเข้าใจเนื้อความที่สื่อส่งมาได้ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารเท่านั้น เช่น นักเรียนส่วนใหญ่เข้ามีความเข้าใจบทความแนะนำเครื่องสำอางในนิตยสารสตรีว่านำเสนออะไร อย่างไร แต่ไม่ได้ตระหนักว่าเป็นบทความโฆษณาผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ นักเรียนส่วนใหญ่จะแสดงความคิดเห็นต่อสื่อ และพูดคุย วิวิจารณ์ การทำงานหรือผลผลิตสื่อเฉพาะในกลุ่มคนใกล้ชิดเท่านั้น

เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนยังขาดทักษะการประเมินสื่อ กล่าวคือ นักเรียนไม่สามารถตีความเนื้อสารอย่างเชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ไม่สามารถถึงการระบุถึง ทศนคติ ค่านิยมที่มีอยู่ในเนื้อสาร รวมไปถึงไม่สามารถตัดสินคุณค่าเนื้อหาที่เปิดรับและตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดรับสื่อ ซึ่งอาจเนื่องมาจากการที่สื่อส่วนใหญ่ผลิตเนื้อหาที่เน้นความบันเทิงและเป็นเนื้อหาที่นักเรียน

นิยมเปิดรับทำให้การเปิดรับสื่อจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงใจ เพื่อความผ่อนคลายเท่านั้น จึงทำให้ขาดการวิเคราะห์เนื้อหา

อย่างไรก็ตามนักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่าเนื้อหาที่สื่อนำเสนอเป็นสิ่ง ที่สร้างขึ้น แต่นักเรียนยังขาดความตระหนักว่าองค์สื่อส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่ดำเนินการเพื่อแสวงหา ผลกำไร ซึ่งการขาดความตระหนักในประเด็นนี้เป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงเพราะเท่ากับทำให้ธุรกิจสื่อ เจริญเติบโตและแสวงหาผลกำไรอย่างไม่มีข้อจำกัด ซึ่งในความเป็นจริงสื่อควรมีบทบาทในการ นำเสนอข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปในสังคม วัฒนธรรมหรือในประเด็นอื่นๆ ที่จะช่วย สร้างสรรค์ ผลักดันให้เกิดความเจริญก้าวหน้าของชาติโดยรวมมากกว่าการแสวงหาผลกำไรเพียง อย่างเดียว

และจากข้อค้นพบ ที่พบว่านักเรียนมีระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับ 2 ซึ่งอยู่ใน ระดับเดียวกับงานวิจัยของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ที่วิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของ นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งให้เห็นว่าระดับการรู้เท่าทันสื่อไม่ได้มีการพัฒนาให้ สูงขึ้นตามระดับการศึกษาของเยาวชนไทย แสดงให้เห็นว่า จากการศึกษาในประเทศไทยยังไม่มีหลักสูตร การเรียนการสอนเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา หรือแม้กระทั่ง ระดับอุดมศึกษาอย่างเป็นทางการจะลักษณะ น่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ระดับการรู้เท่าทันสื่อของ นักเรียนอยู่ในระดับที่ 2 คือ มีความรู้ความเข้าใจเพียงว่า สื่อมวลชนเป็นหน่วยย่อยทางสังคมที่เป็น สื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ความบันเทิง เท่านั้น ซึ่งในประเทศที่พัฒนา แล้วเช่น ประเทศในทวีปยุโรป หรือ อเมริกามีการบรรจุหลักสูตรเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อตั้งแต่ระดับ อนุบาลเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้เด็กและให้การศึกษาในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นผลการวิจัยระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนแสดงให้เห็นถึงทักษะการรู้เท่า ตันสื่อของเยาวชนไทยที่ควรได้รับความสนใจและพัฒนาเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่าง วิวัฒนาการของการสื่อสารกับผู้รับสื่อ ซึ่งข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ที่ยืนยันถึงความจำเป็นและสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ในการศึกษา ระดับต่างๆ

## 2. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่า ตันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรโมเดลเชิงสาเหตุของ การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยการรู้เท่าทัน สื่อของนักเรียนได้รับอิทธิพลทางตรงเป็นบวกมากที่สุด จากปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและ

สังคม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามลำดับ ได้รับอิทธิพลทางตรงเป็นลบจากปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนโดยผ่านปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

การอภิปรายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนโดยภาพรวม ผู้วิจัยอภิปรายตามขนาดอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร ดังนี้

## 2.1 ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานครมีผลมาจากปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นอันดับแรก โดยส่งอิทธิพลทางตรงเป็นบวกมากที่สุดต่อการรู้เท่าทันสื่อ และส่งอิทธิพลทางอ้อมเป็นบวกโดยส่งอิทธิพลผ่านปัจจัยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ซึ่งปัจจัยฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ รายได้ของครอบครัว กับระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

จากงานวิจัยพบว่า นักเรียนที่มีรายได้ของครอบครัวมากและผู้ปกครองมีระดับการศึกษาสูงจะส่งผลให้ระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับ Huston (1993, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์สามเส้าระหว่างเด็ก - พ่อแม่ - โทรทัศน์ว่า ในวัยเด็กโดยเฉพาะช่วงอายุ 3 - 7 ขวบ เด็กมักจะดูโทรทัศน์ร่วมกับพ่อแม่ แต่เมื่อเด็กโตขึ้นปริมาณการดูโทรทัศน์ร่วมกับพ่อแม่จะลดลง แต่อย่างไรก็ตามนิสัยและแบบแผนการดูโทรทัศน์ของเด็กก็ยังคงขึ้นอยู่กับแบบแผนการดูโทรทัศน์ที่ดูร่วมกับพ่อแม่ ซึ่งข้อสรุปนี้แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของผู้ปกครองต่อลักษณะนิสัยการเปิดรับสื่อของนักเรียน

ข้อค้นพบที่ได้นี้ แสดงให้เห็นว่า ครอบครัวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อพัฒนาการการรู้คิดและการคิดแบบสร้างสรรค์ของนักเรียน โดยเฉพาะลักษณะความสัมพันธ์ในครอบครัวและวิธีการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่ เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการพัฒนาให้นักเรียนเกิดสติปัญญาและการคิดสร้างสรรค์ โดย สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมีอิทธิพลต่อวิธีการเลี้ยงดูของพ่อแม่ ผู้ปกครอง(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น,2532) สอดคล้องกับ ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคณะ (2528, อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เอกสารการสอนชุด วิชาพฤติกรรมวัยรุ่น,2532) ที่กล่าวว่า พ่อแม่ที่มีระดับเศรษฐกิจและสังคม

ระดับปานกลางถึงระดับสูงจะอบรมเลี้ยงดูแบบสนับสนุน ใช้เหตุผล ใช้การลงโทษทางจิตมากกว่า การลงโทษทางกายและควบคุมน้อยกว่า พ่อแม่ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจจะระดับต่ำ

การอบรมเลี้ยงดูในลักษณะสนับสนุนและใช้เหตุผลนี้ คือรูปแบบหนึ่งของการเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย กล่าวคือเป็นวิธีการเลี้ยงดูที่เปิดโอกาสให้ลูกได้แสดงความคิดเห็น เปิดโอกาสให้ลูกหัดคิดริเริ่ม ตัดสินใจจากเรื่องเล็กๆ ที่ไม่สำคัญไปจนถึงเรื่องใหญ่ที่สำคัญ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างลักษณะนิสัยให้เด็ก กล่าวแสดงความคิดเห็น มีความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นผู้ที่มีเหตุผล โดยมีพ่อแม่จะคอยสนับสนุนให้คำแนะนำให้ลูกรู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ส่งเสริมนิสัยรักการเรียนรู้และคอยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเชิงสร้างสรรค์กับลูก พร้อมกับแนะแนวทางในการวิเคราะห์ปัญหาแก้ปัญหา

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมส่งอิทธิพลทางอ้อมเป็นบวก โดยผ่านปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ กล่าวคือ ฐานะทางเศรษฐกิจยังเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆ มีความพร้อมในการจัดหาอุปกรณ์การสื่อสารโดยพ่อแม่ที่มีรายได้มากจะสนับสนุนอุปกรณ์การสื่อสารหรือช่องทางในการเปิดรับสื่อได้มากกว่าพ่อแม่ที่มีรายได้น้อย และมีความรู้เพียงพอที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่ปรากฏในสื่อได้ ส่งเสริมให้นักเรียนเปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อมากและเปิดรับสื่อหลากหลายประเภท

ซึ่งการส่งอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมนี้ สอดคล้อง กับการศึกษาของ จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548) ที่พบว่า ปัจจัยรายได้มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตโดยนักเรียนที่มีรายได้สูงจะมีการรู้เท่าทันสื่อสูงกว่านักเรียนที่มีรายได้ต่ำ เนื่องจากรายได้จะเอื้ออำนวยต่อความพร้อมในการจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และ สุกัญญา ตีระวนิช (2528, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2540) กล่าวถึง ตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจสังคมของเด็กมีส่วนในการเลือกเปิดรับสื่อและเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อ ทั้งนี้เนื่องจากพ่อแม่มีความรู้และมีเวลาให้คำแนะนำ และสิทธิรัตน์ น้อยสง่า(2544) ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวและวิถีชีวิตประจำวัน มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ ครอบครัวที่มีฐานะดีทำให้นักเรียนไม่จำเป็นต้องรับจ้างงานทำเพื่อช่วยเหลือครอบครัว ทำให้มีเวลาในการเปิดรับสื่อมาก

## 2.2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่านมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานครมีผลมาจากปัจจัยพฤติกรรมการอ่านเป็นอันดับที่ 2 โดยส่งอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อการรู้เท่าทันสื่อ และส่งอิทธิพลทางอ้อมเป็นบวกโดย

ส่งอิทธิพลผ่านปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการอ่านประกอบด้วยตัวแปร  
สังเกตได้ คือ การใช้เวลาว่าง การแสวงหาความรู้ ลักษณะการอ่าน และการแสดงความคิดเห็น

จากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ใช้เวลาว่างด้วยการอ่าน และอ่านบ่อยครั้ง  
รวมถึงมีการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่ได้อ่านจะส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจาก  
ประสบการณ์ในการอ่าน จะช่วยให้นักเรียนเข้าใจเรื่องราวต่างๆ ได้ดี สามารถแยกแยะประเด็นของ  
เนื้อหาที่อ่านได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว วิเคราะห์ วิจัยงานเขียนได้ เข้าใจความแตกต่าง  
ระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น กล่าวได้ว่า คนที่มีพฤติกรรมกรรมการอ่านมากจะมีทักษะการอ่าน  
สูงขึ้น สอดคล้องกับ Potter (2005, อ้างถึงใน การพัฒนาองค์ความรู้ การรู้เท่าทันสื่อ, 2547) ที่  
กล่าวว่า ทักษะการอ่านออกเขียนได้ เป็นทักษะหนึ่งที่จะนำไปสู่การรู้เท่าทันสื่อ กล่าวคือ ทักษะ  
การอ่านเปรียบได้กับเครื่องมือในการสะสมเพิ่มพูนพื้นฐานความรู้ของแต่ละบุคคล คนที่มีทักษะ  
ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้สูง จะสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจสื่อได้ดี ทำให้มี  
ระดับการอ่านสื่อออกได้สูงตามไปด้วย (มีระดับ Media Literacy สูง) คนเหล่านั้นจะสามารถ  
เข้าใจในเนื้อหาสื่อได้ดี และมีการตัดสินใจที่ดีขึ้นว่าจะเลือกเชื่อหรือไม่เชื่อเนื้อหาจากสื่อเหล่านั้น  
ได้มากน้อยเพียงใด ไปจนถึงสามารถในการใช้สื่อเพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของตนเองได้

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการอ่านส่งอิทธิพลทางอ้อมเป็น  
บวกโดยผ่านปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ กล่าวคือ นักเรียนที่มีพฤติกรรมกรรมการอ่านมากจะส่งผล  
ให้นักเรียนมีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมากขึ้น เนื่องจากทักษะการอ่านเป็นปัจจัยสำคัญในการ  
เปิดรับและเข้าถึงสื่อ ซึ่งทักษะการอ่านจะทำให้เข้าถึงสื่อได้ง่ายและยังมีทักษะการอ่านมากเท่าไร  
ก็จะทำให้เข้าถึงสื่อได้รวดเร็วจึงส่งผลให้เปิดรับสื่อได้มาก

อย่างไรก็ตาม การอ่านจะไม่ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อเลย หากเป็นการอ่านอย่าง  
ผ่านๆ เพราะการอ่านที่จะช่วยเพิ่มพูนการรู้เท่าทันสื่อได้ คือการอ่านอย่างมีวิจารณญาณ การอ่าน  
อย่างคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหา ผู้อ่านต้องเข้าใจความหมายของเนื้อหาที่อ่านทั้งในระดับคำ  
และความหมายระดับประโยคได้อย่างถูกต้อง รวมไปถึงการใช้องค์ความรู้อื่นประกอบการ  
พิจารณา เช่น ความรอบรู้ในสังคม ความรู้เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่อ่าน จุดประสงค์ของผู้ส่ง  
สาร ดังที่ McQuail (1997) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการอ่านเนื้อสารว่า เนื้อสารหนึ่งจะมี  
ความหมายอย่างไรขึ้นอยู่กับ “การอ่านความหมาย” จากการรับรู้ของผู้รับสาร

### 2.3 ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อการรู้เท่า ทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงาน  
คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร มีผลมาจากปัจจัยพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ  
เป็นอันดับที่ 3 โดยส่งอิทธิพลทางตรงเป็นบวก ซึ่งปัจจัยพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประกอบด้วยตัว



แปรสังเกตได้ คือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ปริมาณเวลาที่เปิดรับสื่อ ลักษณะการเปิดรับสื่อ การเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าว การเปิดรับเนื้อหาประเภทสาระความรู้ และการเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิง

จากผลการวิจัย พบว่า นักเรียนที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมาก ได้แก่ เปิดรับสื่อบ่อยครั้งและเป็นเวลานานโดยมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความรู้ เปิดโลกทัศน์ของตนเอง รวมไปถึงเปิดรับเนื้อหาที่หลากหลาย จะส่งผลให้นักเรียนมีความรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจาก การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างกว้างขวางจะช่วยให้คุณมีความรู้ทันสภาวะ ทันเหตุการณ์ ซึ่งการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนี้จะทำให้รู้ทันโลก และประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อจะช่วยให้คุณเกิดความคุ้นเคย และเข้าใจเนื้อหาสาระที่สื่อส่งมาได้อย่างรวดเร็ว การเปิดรับสื่อมวลชนจะช่วยให้คุณมีโอกาสสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากประสบการณ์ของตน สอดคล้องกับ Potter (2001) ที่กล่าวว่า ข่าวสาร เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ สำคัญต่อการเพิ่มระดับความรู้เท่าทันสื่อต้อง โดยข่าวสารจะเป็นวัตถุประสงค์ความรู้ ซึ่งข่าวเป็นวัตถุประสงค์ที่เราต้องเปิดรับเนื้อหาที่หลากหลาย เพื่อขยายพื้นฐานความรู้ และแสวงหาข่าวสารเชิงลึกในเรื่องที่รู้อย่างผิวเผินเพื่อให้มีความเข้าใจลึกซึ้งยิ่งขึ้น และงานวิจัยของ Livingstone.S. และคณะ (2005) ที่ทำการวิจัยความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ของเด็กกับการเปิดรับสื่อ พบว่า เด็กที่มีเวลาในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากจะเป็นผู้ที่สามารถเข้าใจกระบวนการทำงานของระบบการสื่อสารแบบออนไลน์ ใช้ประโยชน์จากระบบออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ หาข้อมูลข่าวสารจากระบบออนไลน์ได้ดีขึ้น ซึ่งเป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การรู้เท่าทันสื่อ

## 2.4 ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานครมีผลมาจากปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเป็นอันดับที่ 4 โดยส่งอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อการรู้เท่าทันสื่อ และและส่งอิทธิพลทางอ้อมเป็นลบโดยผ่านปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ปัจจัยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ เกรดเฉลี่ย

จากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูง ส่งผลให้มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสูงขึ้นไปด้วย เนื่องจากนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูง มักจะมีลักษณะนิสัยเป็นผู้ใฝ่รู้ สนใจความเป็นไปรอบตัวหรือสิ่งใหม่ ทำความเข้าใจกับเรื่องต่างๆ ได้ง่าย มีทักษะในการคิดวิเคราะห์สูง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การรู้เท่าทันสื่อ สอดคล้องกับ จินดารัตน์ บวนบริหาร (2548) ที่ศึกษา ความรู้เท่าทันสื่อ อินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวของนักเรียนชั้นมัธยมปลายใน

เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เกรดเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต โดยนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูงจะมีระดับความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตสูงตามไปด้วย

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนส่งอิทธิพลทางอ้อมเป็นลบต่อการรู้เท่าทันสื่อโดยส่งอิทธิพลผ่านปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กล่าวคือนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูงจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อน้อยกว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำ เนื่องจากนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูงจะใช้เวลาไปกับการทำการบ้าน ทบทวนบทเรียน ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ให้นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูงเปิดรับสื่อน้อยกว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำ

## 2.5 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน มีอิทธิพลทางตรงเป็นลบต่อการรู้เท่าทันสื่อ

ผลการทดสอบความสอดคล้องโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน ได้แก่ การควบคุมเวลาเปิดรับสื่อ การคัดกรองเนื้อหา การอธิบายชี้แจง การส่งเสริมให้เปิดรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ ส่งอิทธิพลทางตรงเป็นลบการรู้เท่าทันสื่อ และส่งอิทธิพลทางอ้อมเป็นบวกต่อการรู้เท่าทันสื่อโดยส่งอิทธิพลผ่านปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กล่าวคือ การที่ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการเปิดรับสื่อของนักเรียนจะช่วยส่งเสริมให้นักเรียนมีพฤติกรรม เปิดรับสื่อมากและแสวงหาความรู้, เปิดโลกทัศน์ด้วยการเปิดรับสื่อ และเปิดรับเนื้อหาสื่ออย่างหลากหลาย ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จะส่งผลให้นักเรียนรู้เท่าทันสื่อ หรือกล่าวได้ว่า การที่ผู้ปกครองมีส่วนร่วมต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนส่งผลทางอ้อมให้นักเรียนรู้เท่าทันสื่อโดยผ่านกฎเกณฑ์ที่ผู้ปกครองตั้งไว้ ให้นักเรียนเปิดเนื้อหาที่มีประโยชน์ แต่หากพิจารณาในอิทธิพลทางตรงแล้วการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองจะไม่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

การตั้งกฎเกณฑ์ต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนและให้เห็นว่าผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีกับสื่อ และใช้การเปิดรับสื่อนักเรียนเป็นช่องทางหนึ่งให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ สอดคล้องกับกับ Huston (1993, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549) ที่กล่าวว่า พ่อแม่ที่เอาใจใส่ในเรื่องการดูแลโทรทัศน์ของลูกด้วยการกำหนดปริมาณการดู กำหนดประเภทรายการ และดูโทรทัศน์ร่วมกับลูกมักเป็นพ่อแม่ที่มีทัศนคติที่ดีต่อโทรทัศน์ ซึ่งผลการดูโทรทัศน์ในกลุ่มเด็กที่พ่อแม่เอาใจใส่จะให้ผลออกมาดีและลดทอนผลเสียลงไป

## ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอในส่วนนี้ ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นการนำเสนอข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และส่วนที่สองเป็นการนำเสนอข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังมีรายละเอียดดังนี้

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งในส่วนนี้ขอเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์นำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ซึ่งสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการรู้เท่าทันสื่อ นั่นคือ การสร้างบรรยากาศในครอบครัว ผู้ปกครองควรสร้างบรรยากาศในครอบครัวให้เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ปกครองจะต้องเป็นแบบอย่างมากกว่าการออกคำสั่ง กล่าวคือ การที่จะส่งเสริมให้นักเรียนเกิดการรู้เท่าทันสื่อ พ่อแม่ต้องปฏิบัติตนให้เอื้อต่อการรู้เท่าทันสื่อโดยการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างและเปิดรับเนื้อหาสื่อที่มีประโยชน์ และการปลูกฝังพฤติกรรม的开รับสื่อที่เหมาะสมควรปลูกฝังตั้งแต่ยังเด็ก

2. จากข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงระดับของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร มีระดับการรู้เท่าทันสื่อเพียงระดับที่ 2 จาก 4 ระดับ ตามการแบ่งระดับการรู้เท่าทันสื่อของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ซึ่งสาเหตุหนึ่งมาจากการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ยังไม่ได้รับการสนใจจากผู้มีอำนาจและผู้เกี่ยวข้อง เนื่องจากงานวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยยังมีจำนวนน้อยแสดงให้เห็นว่าองค์ความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อของประเทศไทยยังไม่ได้รับการพัฒนา ดังนั้น ผลการวิจัยในครั้งนี้จะช่วยยืนยันถึงความจำเป็นและความสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ในการศึกษาในระดับต่างๆ รวมไปถึงผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนได้

จากผลการวิจัยในประเด็นเรื่องฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อซึ่งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนี้จะส่งผลให้นักเรียนมีการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น กล่าวคือ นักเรียนที่ผู้ปกครองมีรายได้และการศึกษาสูง จะเอื้ออำนวยต่อการเข้าถึงสื่อของนักเรียนไม่ว่าจะเป็นด้านอุปกรณ์การสื่อสาร ช่องทางการเปิดรับบางประเภทที่ต้องเสียค่าบริการ และยังมีความรู้ที่จะสามารถแนะนำนักเรียนได้อย่างถูกต้อง ซึ่งช่องว่างระหว่างฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมนี้ รัฐควรมีบทบาทในการจัดหาอุปกรณ์การสื่อสารที่สามารถทำให้นักเรียนเข้าถึงสื่อได้อย่างเท่าเทียม

และ พัฒนาองค์ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโดยจัดทำหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อในโรงเรียน เพื่อให้ นักเรียนได้มีการรู้เท่าทันสื่อที่เท่าเทียมกันไม่ว่าจะมีระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมระดับไหน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับ มัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเชื่อว่ายังมีปัจจัยด้านอื่น ที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของ นักเรียน และจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยในประเทศ พบว่างานวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อใน ประเทศไทยยังมีจำนวนน้อย จึงควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อในนักเรียนระดับชั้นอื่นๆ หรือศึกษาการรู้เท่าทันสื่อเฉพาะสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้องค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันชัดเจน และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น อันจะส่งผลให้การรู้เท่าทันสื่อของประเทศไทยมีมาตรฐานสูงขึ้น



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *การศึกษาลือมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์*. กรุงเทพมหานคร : แบนด์ เอจ,
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *ลือสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: แบนด์เอจ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ศาสตร์แห่งลือและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรส โปรดักส์.
- โครงการ การพัฒนาความรู้การลือสารเพื่อสุขภาพ. (2547). *การพัฒนาองค์ความรู้ การรู้เท่าทัน ลือ*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่ง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรณ และคณะ. (2541). *รายงานการทบทวนองค์ความรู้ลือ เด็ก เยาวชน และครอบครัว ในประเทศไทย และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- จินดารัตน์ บวรบริหาร. (2548). *รู้เท่าทันลืออินเตอรันด์ การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการ ป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ มหาลัยมหิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูลีพร เขวงศักดิ์โสภาคย์. (2541). *การเปิดรับลือ การรับรู้เกี่ยวกับสังคมตะวันตก และการใช้ชีวิต แบบสังคมตะวันตกของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาลัยมหิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดนยา วงศ์ธนะชัย. (2542). *การอ่านเพื่อชีวิต*. พิษณุโลก: โปรแกรมวิชาภาษาไทย คณะ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ทวีศักดิ์ เดชาเลิศ. (2528). *องค์ประกอบที่สัมพันธ์กับนิสัยรักการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาลัยมหิต ภาควิชาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสเรล : สถิติการวิเคราะห์สำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล รันไวย์. (2550). *คู่มือ พ่อแม่มือโปรดูโทรทัศน์กับลูก*. กรุงเทพมหานคร: แผนงานลือสร้างสุข ภาวะเยาวชน (สสย.)
- พริยา จารุเศรษฐการ. (2549). *การรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณาในลือนิตยสารสตรี*. วิทยานิพนธ์ มหาลัยมหิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 8.

กรุงเทพมหานคร: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

พาริดา เตชะวรินทร์เลิศ. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เท่าทันสื่อกับการได้รับอิทธิพลด้านการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสาร และการเลือกกรอบในการตีความข่าวสาร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มณีรัตน์ สุขโชติรัตน์. (2548). *อ่านเป็น: เรียนก่อน สอนเก่ง*. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์.

มนัสวีณี จันทะเลิศ. (2548). *อิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเด็กและเยาวชน*. กรุงเทพมหานคร: โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ (2532). *เอกสารการสอบชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ยุบล เบ็ญจรงค์. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลัดดา เหมาะสุวรรณและคณะ. (2547). *โครงการวิจัย พัฒนาการแบบองค์รวมของเด็กไทย: ปัจจัยคัดสรรด้านครอบครัวและการอบรมเลี้ยงดู*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์. (2540). *ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั่วไปกับการเปิดรับสื่อวารสารสนเทศของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริชัย กาญจนาวาสี. (2548). *ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ อนันต์โท (2550). *จริงหรือ... ที่ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อเด็ก*. [ออนไลน์]. จาก:

[http://www.siriwan.info/media\\_effect\\_kid.pdf](http://www.siriwan.info/media_effect_kid.pdf). [เข้าถึงวันที่ 7 ก.ย 2550].

สิทธิรัตน์ น้อยสง่า. (2544). *พฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนและการเรียนรู้ทางสังคมของนักเรียนวัยรุ่นโรงเรียนชุมชนบ้านน้ำฆ้อง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัย (2532). *เอกสารการสอบชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์. (2543). *การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อสำหรับการ*

วิจัยสื่อสารมวลชน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. (2549). *การสื่อสารเพื่อให้น้ำใจ* กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุณาโลม จันทน์รุ่งมณีกุล และคณะ. (2549). *เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ: แนวคิดทฤษฎีและประสบการณ์การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ.

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรลักษณ์. (2540). *การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ดุขุฎีบัณฑิต. ภาควิชาโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### ภาษาต่างประเทศ

Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Aspen Institute

Bazalgette, C. (2007). Resources in EUOPA. *MEDIA LITERACY QUESTIONNAIRE*.

Retrieved November 20, 2007, web site:

[http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/docs/contributions/uk/10\\_41\\_bazal\\_uk.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/contributions/uk/10_41_bazal_uk.pdf)

Drother, K & Livingstone, S. eds. (2007). *The International Handbook of Children, Media and Culture*. London, UK: Sage.

Hobbs, R. (2003). Measuring the acquisition of media-literacy skills. *Reading Research Quarterly*, 38(3), 330-355. Retrieved July 3, 2007, web site:

<http://renehobbs.org/RRQ/Hobbs%20and%20Frost%20RRQ%202003.pdf>.

Livingstone, S. et. al (2005). Internet literacy among children and young people : findings from the UK Children Go Online project. *LSE Research Online* . Retrieved

September 26, 2007. web site: <http://eprints.lse.ac.uk/397/1/UKCGOonlineLiteracy.pdf>

McQuail, D. (1997). *AUDIENCE ANALYSIS*. Thousand Oaks, Calif: SANGE.

Montana. (1999). ). Resources in Montana Office of Public Instruction (OPI). *MONTANA STANDARDS FOR MEDIA LITERACY*. Retrieved September 26, 2007. web site:

<http://opi.mt.gov/pdf/standards/ContStds-Media%20Lit.pdf>

Potter, J.W. (2001). *Media Literacy*. Thousand Oaks: SANGE.

Quin, R.& McMahon, B.(1993). Monitoring Standards in Media Studies: Problems and Strategies. *Australian Journal of Education*, 37, 97 - 182.

RobbGireco, M. (2007). Resources in School of Communications and Theater TEMPLE UNIVERSITY. *Media literacy as an independent and interactive variable in the knowledge gap hypothesis*. Media Education Lab Working Paper Series.

Retrieved September 26, 2007. web site:

[http://www.mediaeducationlab.com/sites/mediaeducationlab.com/files/202\\_WorkingPapers\\_RobbGrieco.pdf](http://www.mediaeducationlab.com/sites/mediaeducationlab.com/files/202_WorkingPapers_RobbGrieco.pdf).

Tallim, J. (2003). Resources in MEDIA LITERACY AWARENESS NETWORK. *What is Media Literacy*. Retrieved March 18, 2007. web site: [http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media\\_literacy/what\\_is\\_media\\_literacy.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/what_is_media_literacy.cfm).

Thoman, E. (2003). Resources in Center for Media Literacy (CML). *Skills & Strategies for Media Education*. Retrieved March 18, 2007, web site:

[http://www.medialit.org/reading\\_room/pdf/CMLskillsandstrat.pdf](http://www.medialit.org/reading_room/pdf/CMLskillsandstrat.pdf).

Thoman, E. (2005). Resources in Center for Media Literacy (CML). *Literacy for the 21<sup>st</sup> Century*. Retrieved June 21, 2007. web site: [http://www.medialit.org/pdf/mlk/01\\_MLKorientation.pdf](http://www.medialit.org/pdf/mlk/01_MLKorientation.pdf).



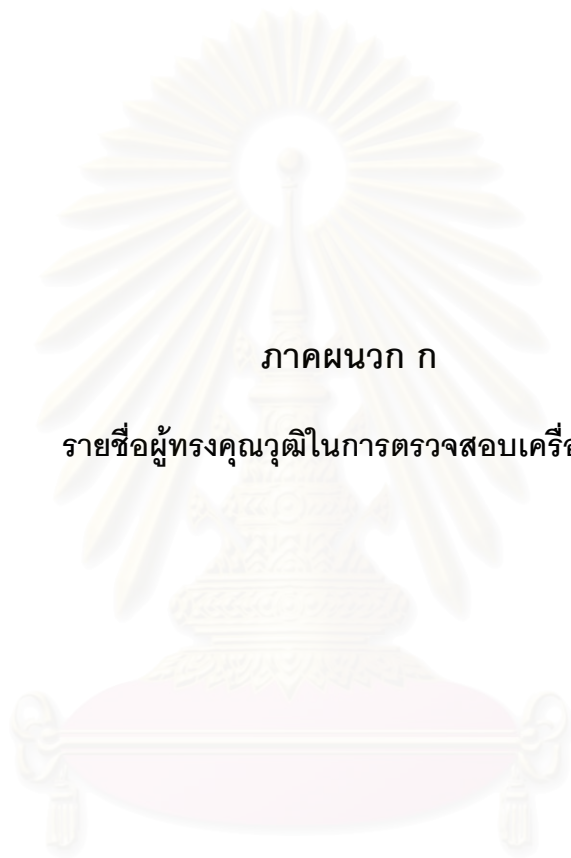
สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ก

### รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือ

1. รองศาสตราจารย์ ดร. เอมอร จังศิริพรปกรณ์  
อาจารย์ประจำสาขาวิจัยการศึกษา ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา  
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กมลวรรณ ตังธนาภานนท์  
อาจารย์ประจำสาขาวิจัยการศึกษา ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา  
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ  
อาจารย์ประจำภาควิชาวารสารสนเทศ  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์  
กรรมการนโยบาย องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย  
(ส.ส.ท.)
5. รองศาสตราจารย์ ดร. วิลาสินี อดุลยานนท์  
ผู้อำนวยการสำนักบรรณรองค์และสื่อสาธารณะเพื่อสังคม สสส.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

ตัวอย่างแบบสอบถาม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ตอนที่ 3 สอบถามพฤติกรรมการอ่าน

ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับผู้ปกครอง

**ตอนที่ 1** สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1.1 เพศ  1. ชาย  2. หญิง

1.2 เกรดเฉลี่ยภาคเรียนที่ผ่านมา.....

**ตอนที่ 2** สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

2.1 ท่านรับสื่อประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. หนังสือพิมพ์  2. โทรทัศน์  3. วิทยู  
 4. นิตยสาร  5. อินเทอร์เน็ต  6. ภาพยนตร์

2.2 ท่านเปิดรับสื่อบ่อยครั้งเพียงใดต่อสัปดาห์ (ใส่จำนวนวันลงในช่องว่าง)

1. หนังสือพิมพ์ ..... วัน/สัปดาห์  
2. โทรทัศน์ ..... วัน/สัปดาห์  
3. วิทยู..... วัน/สัปดาห์  
4. นิตยสาร ..... วัน/สัปดาห์  
5. อินเทอร์เน็ต ..... วัน/สัปดาห์  
6. ภาพยนตร์ ..... วัน/สัปดาห์

2.3 ปริมาณเวลาที่ท่านเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อวัน (ใส่จำนวนเวลาลงในช่องว่าง)

1. หนังสือพิมพ์ ..... ชั่วโมง ..... นาที/วัน
2. โทรทัศน์ ..... ชั่วโมง ..... นาที/วัน
3. วิทยุ..... ชั่วโมง..... นาที/วัน
4. นิตยสาร ..... ชั่วโมง ..... นาที/วัน
5. อินเทอร์เน็ต ..... ชั่วโมง ..... นาที/วัน
6. ภาพยนตร์ ..... ชั่วโมง ..... นาที/วัน

2.4 ระดับการเปิดรับเนื้อหาแต่ละประเภท (ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เลือกตอบ)

ประเภทเนื้อหา	ระดับการเปิดรับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.5.1 ระดับความชอบเนื้อหาประเภท ข่าว สถานการณ์ประจำวัน					
2.5.2 ระดับความชอบเนื้อหาประเภทสาระ ความรู้					
2.5.3 ระดับความชอบเนื้อหาประเภท บันเทิง					

2.5 วัตถุประสงค์ที่เปิดรับสื่อ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับการปฏิบัติของท่าน

กำหนดให้	5	หมายถึง	ปฏิบัติเป็นประจำ
	4	หมายถึง	ปฏิบัติเกือบทุกครั้ง
	3	หมายถึง	ปฏิบัติเป็นบางครั้ง
	2	หมายถึง	ปฏิบัตินานๆ ครั้ง
	1	หมายถึง	ไม่ปฏิบัติเลย

หมายเหตุ : สื่อ หมายถึง สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ภาพยนตร์

รายการ	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
2.6.1 ข้าพเจ้าเปิดรับสื่อเพื่อติดตามข่าวสารทั้งในประเทศและต่างประเทศ					
2.6.2 ข้าพเจ้าเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความบันเทิงและผ่อนคลายความเครียด					
2.6.3 ข้าพเจ้าเปิดรับสื่อที่นำเสนอเนื้อหา ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม					
2.6.4 ข้าพเจ้าเปิดรับสื่อที่นำเสนอเนื้อหาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี					
2.6.5 ข้าพเจ้าเปิดรับสื่อเพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่น่าสนใจ (เช่น ดนตรี กีฬา งานฝีมือ)					
2.6.6 ข้าพเจ้าเปิดรับสื่อเพราะต้องการความทันสมัย ทันเหตุการณ์					
2.6.7 ข้าพเจ้าเปิดรับสื่อเพื่อศึกษา วิถีชีวิต วัฒนธรรมของประเทศต่างๆ					
2.6.8 ข้าพเจ้าได้เรียนรู้ชีวิตหลากหลายรูปแบบจากการเปิดรับสื่อ					
2.6.9 ข้าพเจ้าได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์และเหตุการณ์ในอดีตจากการเปิดรับสื่อ					
2.6.10 ข้าพเจ้าได้เรียนรู้ธรรมชาติของพืช และสัตว์จากการเปิดรับสื่อ					

### ตอนที่ 3 สอบถามพฤติกรรมการอ่าน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับการปฏิบัติของท่าน

กำหนดให้

5	หมายถึง	ปฏิบัติเป็นประจำ
4	หมายถึง	ปฏิบัติเกือบทุกครั้ง
3	หมายถึง	ปฏิบัติเป็นบางครั้ง
2	หมายถึง	ปฏิบัตินานๆ ครั้ง
1	หมายถึง	ไม่ปฏิบัติเลย

## หมายเหตุ หนังสือ หมายถึง หนังสือทุกประเภท

รายการ	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
3.1 เมื่อมีเวลาว่างข้าพเจ้าจะอ่านหนังสือ					
3.2 ขณะที่ต้องรอคอยหรืออยู่ว่างๆ ข้าพเจ้าจะฆ่าเวลาด้วย การอ่านหนังสือ					
3.3 ข้าพเจ้าใช้เวลาส่วนใหญ่กับเพื่อนมากกว่าการอ่านหนังสือ					
3.4 ข้าพเจ้ามักจะอ่านหนังสือมากกว่าทำกิจกรรมอย่างอื่น					
3.5 เมื่อต้องการพักผ่อนข้าพเจ้าจะอ่านหนังสือ					
3.6 ข้าพเจ้าศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือ หนังสือที่ชอบ					
3.7 เมื่อเกิดความสนใจเรื่องใดข้าพเจ้าจะหาหนังสือเกี่ยวกับเรื่องนั้นมาอ่าน					
3.8 ข้าพเจ้าติดตามอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์					
3.9 ข้าพเจ้าติดตามรายชื่อหนังสือที่ออกใหม่					
3.10 เมื่อต้องการศึกษาเรื่องใดข้าพเจ้ามักจะศึกษาโดยวิธีการอ่านหนังสือ					
3.11 ข้าพเจ้าอ่านหนังสือได้ครั้งละนานๆ โดยไม่รู้สึกละเมื่อย					
3.12 ข้าพเจ้าจะอ่านหนังสือเมื่อครูหรือผู้ปกครองกำหนดให้อ่าน					
3.13 ข้าพเจ้าอ่านหนังสือเฉพาะเมื่อจำเป็นเท่านั้น					
3.14 การอ่านของข้าพเจ้าจะเป็นการอ่านอย่างผ่านไปๆ เพื่อดูว่าสิ่งพิมพ์ที่อ่าน มีเรื่องอะไรบ้าง					
3.15 ข้าพเจ้าอ่านหนังสือหลากหลายประเภท					
3.16 ข้าพเจ้าเล่าเรื่องราวที่อ่านจากหนังสือให้คนในครอบครัวฟัง					
3.17 ข้าพเจ้าพูดคุย ถึงเรื่องราวในหนังสือที่ได้อ่านกับเพื่อนๆ					
3.18 ข้าพเจ้าชักชวนให้เพื่อนอ่านหนังสือที่ข้าพเจ้าอ่าน					
3.19 ข้าพเจ้าแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อเรื่องที่อ่านกับผู้ที่อ่านหนังสือเล่มเดียวกัน					
3.20 ข้าพเจ้าแสดงความคิดเห็นต่อหนังสือที่อ่านให้เพื่อนฟัง					



**ตอนที่ 4** สอบถามเกี่ยวกับผู้ปกครอง

คำชี้แจง ให้นักเรียนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับผู้ปกครอง

4.1 ผู้ปกครองสำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับใด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ประถมศึกษา                  | <input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษาตอนต้น    |
| <input type="checkbox"/> 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. | <input type="checkbox"/> 4. ปวส. หรือ อนุปริญญา |
| <input type="checkbox"/> 5. ปริญญาตรี                   | <input type="checkbox"/> 6. ปริญญาโท            |
| <input type="checkbox"/> 7. ปริญญาเอก                   |   |

4.2 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน .....บาท

4.3 การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับการปฏิบัติของผู้ปกครอง

กำหนดให้

- |   |         |                      |
|---|---------|----------------------|
| 5 | หมายถึง | ปฏิบัติเป็นประจำ     |
| 4 | หมายถึง | ปฏิบัติเกือบทุกครั้ง |
| 3 | หมายถึง | ปฏิบัติเป็นบางครั้ง  |
| 2 | หมายถึง | ปฏิบัตินานๆ ครั้ง    |
| 1 | หมายถึง | ไม่ปฏิบัติเลย        |

รายการ	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
4.5.1 ผู้ปกครองกำหนดช่วงเวลาในการดูโทรทัศน์ของนักเรียน					
4.5.2 ผู้ปกครองจำกัดปริมาณเวลาในการฟังวิทยุของนักเรียน					
4.5.3 ผู้ปกครองจำกัดปริมาณเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียน					
4.5.4 ผู้ปกครองจำกัดปริมาณเวลาในการดูโทรทัศน์ของนักเรียน					
4.5.5 เมื่อพบว่านักเรียนเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม เช่น ใช้ความรุนแรง ลามกอนาจาร ผู้ปกครองบอกว่าเป็นสิ่งไม่ดี และไม่ให้เปิดรับ					
4.5.6 เมื่อนักเรียนดูรายการโทรทัศน์ประเภท “น 18” (รายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำแก่ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี) ผู้ปกครองจะดูกับนักเรียนและอธิบายให้รู้ว่าสิ่งใดผิดหรือถูก					
4.5.7 ผู้ปกครองห้ามนักเรียนดูรายการโทรทัศน์ประเภท “ฉ” (รายการเฉพาะไม่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน)					

รายการ	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
4.5.8 ผู้ปกครองป้องกันการเข้าเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสมของนักเรียน					
4.5.9 ผู้ปกครองดูแล/เลือก/คัดกรอง การเข้าเว็บไซต์ของนักเรียน					
4.5.10 ผู้ปกครองดูแล/เลือก/คัดกรองเนื้อหาของนิตยสารที่นักเรียนอ่าน					
4.5.11 เมื่อดูรายการโทรทัศน์ร่วมกัน ผู้ปกครองจะช่วยอธิบายให้นักเรียนเข้าใจเนื้อหาของรายการมากขึ้น					
4.5.12 ผู้ปกครองแสดงความคิดเห็นว่าไม่เห็นด้วยพฤติกรรมใช้ความรุนแรง (ข่มขืน / ฆาตกรรม / ทำร้ายร่างกาย / ฆ่าตัวตาย) ที่สื่อนำเสนอ					
4.5.13 ผู้ปกครองชื่นชมบุคคลที่มีความ ซื่อสัตย์ กตัญญู มีน้ำใจ คุณธรรม ที่สื่อนำเสนอ					
4.5.14 ผู้ปกครองแนะนำให้นักเรียนแยกแยะว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอเป็นเพียงแค่การแสดงเท่านั้น ในชีวิตจริงไม่สามารถนำมาปฏิบัติได้					
4.5.15 ผู้ปกครองให้นักเรียนเปิดรับเนื้อหาทั้งด้านดีและไม่ดีและฝึกให้คิดตาม					
4.5.16 ผู้ปกครองแนะนำให้เอาเนื้อหาจากสื่อมาเป็นบทเรียนในชีวิต					
4.5.17 ผู้ปกครองแนะนำหนังสือให้นักเรียนอ่าน					
4.5.18 ผู้ปกครองให้ของขวัญแก่นักเรียนเป็นหนังสือ					
4.5.19 ผู้ปกครองแนะนำให้นักเรียนดูรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดี					
4.5. 20 ผู้ปกครองแนะนำให้นักเรียนดูรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวสาร สถานการณ์บ้านเมือง					

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ

คำชี้แจง โปรดเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

อ่านบทความนี้แล้วตอบคำถาม แล้วตอบคำถามข้อ 1 - 2

### น้ำแร่ ชะลอวัยได้จริงหรือ

เพราะว่าน้ำมีความสำคัญกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ และคงคุ้นเคยกันดีตั้งแต่เด็กกับการให้ดื่มน้ำวันละ 8 แก้ว เพื่อที่ว่าน้ำจะช่วยในการกำจัดสารพิษและของเสียออกจากร่างกาย แต่พอยุคสมัยเปลี่ยนไปแค่น้ำอย่างเดียวไม่พอเสียแล้ว มีการโฆษณาและข้อมูลที่มาเกี่ยวกับกระแสความเป็นห่วงสุขภาพ ที่บอกว่าต้องดื่มน้ำแร่จึงจะจัดว่าแท้จริง มีประโยชน์จริง

เรื่องดื่มน้ำแร่นั้นจะมีแต่ข้อดีอย่างที่เชื่อกันหรือเปล่า ลองฟังข้อคิดจาก รศ.ดร.พิมลพรรณ พิทยานุกุล คณะเภสัชศาสตร์ ม.มหิดล เขียนไว้ใน วารสารฉลาดซื้อ เดือนมิถุนายน 2551 สรุปได้ว่า น้ำแร่ ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่มากเพราะมีการเติมแร่ธาตุชนิดต่างๆ ละลายลงในน้ำดื่มเพื่อประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น แคลเซียม แมกนีเซียม เหล็ก ซีลีเนียม ฯลฯ นักวิจัยกลุ่มหนึ่งเชื่อว่า น้ำแร่ หรือน้ำอีเลคโตร-ไลต์ซึ่งคล้ายคลึงกับเครื่องดื่ม สำหรับนักกีฬา นั้นมีประโยชน์ช่วยชะลอวัยคนเราได้ ไม่เพียงแต่ทำให้ ผิวหนังสดใส แต่โรคร้ายยังไม่กล้ากราย เพราะน้ำแร่มีฤทธิ์เป็นด่างอ่อน ช่วยลดความเป็นกรดของร่างกายจากการกินอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ

อย่างไรก็ตาม มีข้อควรคิดว่าเราสามารถรับแร่ธาตุได้จากอาหาร ผักใบเขียว หรือพุดง่ายๆ ว่าอาหารทั่วไปก็มีแร่ธาตุที่เป็นประโยชน์อยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องดื่มน้ำแร่บรรจุขวดพลาสติกเท่านั้น แอมการซื้อน้ำแร่บรรจุขวดพลาสติกยังสร้างปัญหาโลกร้อนตามมา

ดังนั้น ถ้ายอมรับว่าน้ำดื่มจำเป็นต่อสุขภาพ ช่วยชะลอวัย อีกทั้งร่างกายยังต้องการแร่ธาตุชนิดต่างๆ เพื่อปรับสมดุลความเป็นกรดเป็นด่าง การดื่มน้ำจากเครื่องกรองน้ำ นักวิชาการก็รับรองว่าดื่มน้ำดื่มได้ไม่น้อยไปกว่าน้ำแร่ เพราะนอกจากไม่ต้องซื้อตามห้างแล้ว ยังมั่นใจได้ว่าสะอาดหากดูแลเครื่องกรองน้ำอย่างสม่ำเสมอ

ส่วนแร่ธาตุ เราได้รับจากการกินอาหารและผักผลไม้ทุกวันอยู่แล้ว แต่ถ้าใครมีเงินเหลือเพื่อจะซื้อน้ำแร่ไว้ดื่มก็ยอมทำได้เช่นกัน รศ.ดร.พิมลพรรณสรุปให้ว่า ความลับของการชะลอวัย คือการดื่มน้ำสะอาดให้มาก แต่ไม่ต้องตื่นตระหนกจนดื่มน้ำมากเกินไป เพราะจะทำให้ตัวบวม สมอ บวม อันตรายถึงตายก็มีมาแล้ว.

ที่มา: <http://www.thairath.co.th/news.php?section=technology&content=97497>

1. ข้อสรุปที่ได้จากบทความนี้คืออะไร

1. น้ำแร่มีประโยชน์เพราะมีแร่ธาตุชนิดต่างๆ
2. น้ำแร่มีสรรพคุณช่วยชะลอวัยและป้องกันโรค
3. น้ำแร่มีราคาแพง ฉะนั้นการดื่มน้ำสะอาดและทานอาหาร ผักใบเขียวได้รับแร่ธาตุ

เพียงพอ

4. การดื่มน้ำสะอาดและทานอาหาร ผักใบเขียวก็ได้แร่ธาตุเท่ากับการดื่มน้ำแร่

2. บทความนี้สะท้อนให้เห็นว่าสังคมปัจจุบันเป็นอย่างไร

1. การโฆษณามีอิทธิพลต่อประชาชน
2. การให้ความสำคัญกับการชะลอวัย
3. การใช้วิทยาการทางวิทยาศาสตร์ในการหาคำตอบ
4. ประชาชนหันมาใส่ใจต่อสุขภาพ

3. รูปแบบรายการโทรทัศน์สร้างขึ้นเพื่อตามความต้องการของข้อใด
  1. ความต้องการของผู้ผลิต
  2. ความต้องการของประชาชน
  3. ความต้องการของผู้ซื้อเวลาโฆษณา
  4. ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
4. การสำรวจความนิยม (Rating) ของรายการโทรทัศน์ หรือละครมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร
  1. เพื่อพัฒนารายการตามที่ธุรกิจ/โฆษณาต้องการ
  2. เป็นข้อมูลในการวางแผนงานของสถานี
  3. เป็นข้อมูลในการขายเวลาโฆษณา
  4. สำรวจความนิยมของประชาชน
5. สำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ “กลุ่มเป้าหมาย” คืออะไร
  1. กลุ่มคนที่ชื่นชอบรายการโทรทัศน์
  2. ประชาชนที่ดูรายการโทรทัศน์
  3. กลุ่มธุรกิจที่ซื้อเวลาโฆษณาในรายการ
  4. กลุ่มคนที่ต้องการให้ดูรายการโทรทัศน์
6. รายการประเภท“Reality Show” คืออะไร
  1. ไม่ได้นำเสนอความจริงมีการสร้างสถานการณ์ขึ้นมาเพื่อให้น่าติดตาม
  2. การคัดเลือกผู้ร่วมรายการให้เข้าร่วมในสถานการณ์ที่เป็นจริง
  3. ผู้เข้าร่วมรายการต้องฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ หรือแข่งขันแสดงความสามารถที่ทีมงานกำหนด
  4. การนำเสนอเรื่องราวชีวิตจริงของคนธรรมดา
7. การนำละครที่เคยได้รับความนิยมมาผลิตซ้ำอีกเพราะเหตุใด
  1. เป็นความต้องการของผู้จัดและสถานีโทรทัศน์
  2. เสียงเรียกร้องจากผู้ชมให้นำมาผลิตซ้ำอีก
  3. ได้ผลกำไรแน่นอนมากกว่าการผลิตละครเรื่องใหม่ที่แตกต่าง
  4. ลดความเสี่ยงในการไม่ได้รับความนิยม
8. ผู้ชมที่นั่งอยู่ในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์คือใคร
  1. ผู้ที่เป็นตัวแทนทางความรู้สึกของผู้ชมที่บ้าน
  2. กลุ่มคนที่ถูกเชิญหรือว่าจ้างจากรายการ
  3. ผู้ที่ถูกกำหนดบทให้สร้างบรรยากาศในรายการ
  4. ผู้ที่สมัครเข้าร่วมในรายการ

9. การส่งชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์ร่วมซึ่งโชคในรายการโทรทัศน์มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

1. เป็นกลยุทธ์หนึ่งของรายการ
2. คืบกำไรให้แก่ประชาชน
3. สำรองความนิยมของรายการ
4. เพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์

10. การเชิญชวนให้ผู้ชมร่วมส่งข้อความ (sms) แสดงความคิดเห็น เข้าไปในรายการ มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

1. เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาของผู้สนับสนุนรายการ
2. เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการ
3. เป็นรายได้อีกทางหนึ่งของรายการ
4. ทราบความคิดเห็น/ความต้องการของผู้ชม

11. ข้อใดเป็นผลจากรายการเกมโชว์

1. สนุกสนาน แต่ส่วนใหญ่ไม่มีสาระ
2. ให้ความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียด
3. สนับสนุนแนวคิดวัตถุนิยม บริโภคนิยม
4. นำเสนอผลิตภัณฑ์ สัญลักษณ์ของผู้สนับสนุนรายการ

12. วัตถุประสงค์ของการแบ่งหน้าหนังสือพิมพ์ออกเป็น หน้าสังคม หน้าบันเทิง หน้ากีฬา ฯลฯ ตรงกับข้อใดมากที่สุด

1. เพื่อจัดสรรพื้นที่โฆษณาได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
2. เพื่อจัดประเภทการนำเสนออย่างเป็นหมวดหมู่
3. เพื่อสะดวกต่อการบริหารและการปฏิบัติงานของหนังสือพิมพ์
4. เพื่อความสะดวกของผู้อ่าน

13. ข้อใดคือเป้าหมายสูงสุดของธุรกิจหนังสือพิมพ์

1. การได้ทำหน้าที่สื่อมวลชนที่ดี
2. ประชาชนชื่นชอบหนังสือพิมพ์
3. การขายเนื้อที่โฆษณาได้มาก
4. การขายหนังสือพิมพ์ได้มาก

14. พาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์คืออะไร

1. การสร้างความเด่นให้ข่าว ด้วยข้อความรูปแบบ สีสันที่จูงใจให้ซื้อหนังสือพิมพ์
2. การสร้างความสำคัญและความน่าสนใจให้ข่าว
3. การดึงดูดความสนใจด้วยวิธีการที่เป็นเอกลักษณ์ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ
4. ข้อความสั้นที่ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่เพื่อทำให้ชัดเจนในหน้าหนังสือพิมพ์

15. ข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอคืออะไร

1. การนำเสนอความเป็นจริงที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมายและธุรกิจโฆษณา
2. การเลือกนำเสนอเหตุการณ์ที่มีคุณค่าความเป็นข่าวตามหลักการทางสื่อมวลชน
3. การนำเสนอความเป็นจริงที่สอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมาย และบทบาทสื่อ
4. การนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศตามที่เกิดขึ้นและเป็นจริง

16. ข้อใดคือเนื้อหาหรือค่านิยมที่อยู่ในโฆษณาประเภทสินค้าและบริการ

1. การดำเนินชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย
2. แบบแผนการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายและทันสมัย
3. แนวคิดบริโภคนิยมที่ส่งเสริมเศรษฐกิจแบบทุนนิยม
4. ลักษณะหรือการดำเนินชีวิตแบบวัตถุนิยม

17. นิตยสารสตรีส่วนใหญ่มักจะมีเนื้อหาประเภทใด

1. เทคนิคการแต่งกายและการแต่งหน้า
2. ความรู้เรื่องแฟชั่น
3. การปรุงแต่งร่างกาย ความงาม
4. การโฆษณาเสื้อผ้าและเครื่องสำอาง

18. hi5 คืออะไร

1. เว็บไซต์ของธุรกิจตัวแทนโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต
2. เว็บไซต์ที่สร้างเครือข่ายกลุ่มเพื่อนและสังคมออนไลน์
3. เว็บประเภท Social Networking (สังคมออนไลน์)
4. เว็บไซต์สำหรับติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนประสบการณ์ แชร์รูปภาพ

19. ข้อใดคือความหมายของการประกอบธุรกิจด้านสื่อแบบครบวงจร

1. ผลิตเนื้อหาเดียวกันให้สื่อหลายประเภท
2. ดำเนินธุรกิจด้านสื่อหลายประเภท เช่น วิทยุ รายการโทรทัศน์ นิตยสาร ฯลฯ
3. สร้างโอกาสการยอมรับจากประชาชนมากขึ้น
4. ประหยัดการลงทุนด้านบุคลากรและการผลิต

ให้ท่านพิจารณาภาพต่อไปนี้แล้วตอบคำถามข้อ 20



20. จากภาพใช้เทคนิคใดเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ

1. เรียวขาของนักกีฬากับโลโก้ของสินค้าทำให้นักถึงอุปกรณ์กีฬา
2. การแสดงเรียวขาที่มีกล้ามเนื้อชัดเจน
3. การแสดงเรียวขาที่สามารถเดาได้ว่าเป็นขาของนักกีฬา
4. การแสดงโลโก้ของสินค้า

พิจารณาภาพต่อไปนี้แล้วตอบคำถามข้อ 21



21. จากภาพ ข้อใดตรงกับข้อสังเกตของท่านมากที่สุด

1. เป็นภาพจากละครประเภทชีวิตคอม เรื่อง เป็นต่อ
2. เป็นภาพจากละครเป็นต่อ
3. สื่อเปิดโอกาสให้มีสัญลักษณ์ของสินค้าแฝงมากับเนื้อหาที่น่าสนใจ
4. มีการโฆษณาหรือสัญลักษณ์ของสินค้าแทรกในละคร

พิจารณาภาพต่อไปนี้แล้วตอบคำถามข้อ 22



22. ภาพโฆษณาต้องการนำเสนออะไร

1. ใช้แล้วเย็นจนเป็นน้ำแข็ง (เหมือนปลาในอ่าง)
2. ความน่ารัก สดใสของฟรีเซ็นเตอร์
3. แป้งเย็น 12 Plus ที่สดใสเหมือนฟรีเซ็นเตอร์
4. แป้งเย็น 12 Plus

พิจารณาภาพและสโลแกนโฆษณาแล้วตอบคำถามข้อ 23 - 24



สโลแกน : เสน่ห์ ร้าย

23. ท่านคิดเห็นอย่างไรกับภาพและสโลแกนของโฆษณา

1. ลูกอมทำให้มีเสน่ห์
2. ลูกอมมีประสิทธิภาพช่วยระงับกลิ่นปาก
3. การสร้างคุณค่าของลูกอมที่เกินจริง
4. การไม่มีกลิ่นปากทำให้มีเสน่ห์



## 24. โฆษณาใช้สิ่งใดเป็นจุดขาย

1. โดม ปรกรณ์ ลัม เป็นคนดังหน้าตาดีมีผู้หญิงชื่นชมมากมาย
2. หญิงสาวแสดงอาการหลงใหลเมื่อได้กลิ่นลมหายใจ
3. รูปร่างหน้าตาของฟรีเซ็นเตอร์
4. ลมหายใจที่สดชื่น

## อ่านข้อความต่อไปนี้แล้วตอบคำถามข้อ 25



**เครื่องสำอางจากธรรมชาติ**

วันก่อนไปงาน 'ไม่เคยสิ้น...กลิ่นอารมณ์' เพื่อเปิดตัว เครื่องสำอางของเรา ที่มีส่วนผสมหลักจากธรรมชาติและน้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์ 100% ที่ช่วยบำบัดอารมณ์และความรู้สึก ให้อิโพอเข้าไปในห้องที่จำลองไว้สำหรับสัมผัสความหอมบริสุทธิ์ ชอบบอกว่าผ่อนคลายขึ้นใจจริงๆ พอเดินออกมาก็ได้เวลาตื่นตาตื่นใจกับการแสดงร่วมสมัยจากภัทราวดีเธียเตอร์พอดี

034 [seventeenthailand.com](http://seventeenthailand.com) | JANUARY 2008

## 25. จากข้อความข้างต้นท่านจับประเด็นอะไรได้

1. ชาวประชาสัมพันธ์เพื่อโฆษณาเครื่องสำอางของเรา
2. เครื่องสำอางของเราที่มีส่วนผสมหลักจากธรรมชาติ
3. ผู้เขียนแสดงความคิดเห็นว่าเครื่องสำอางค์ช่วยให้ผ่อนคลาย
4. เปิดตัวเครื่องสำอางของเรา

พิจารณาภาพโฆษณา Printer แล้วตอบคำถามข้อ 26

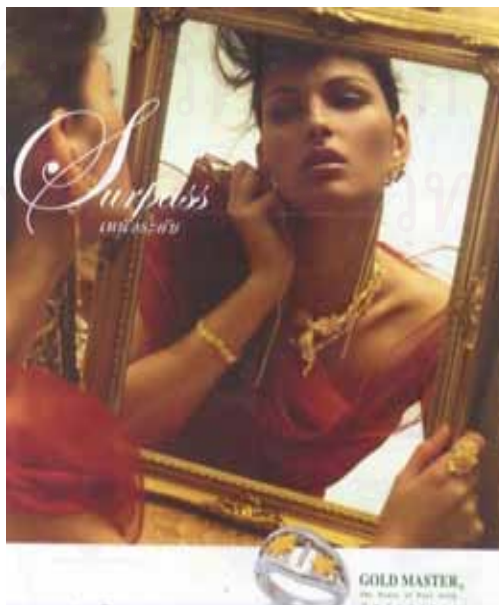


26. เหตุใดนายแบบในภาพจึงทำท่าทางเช่นนั้น

1. ต้องการนำเสนอว่า Printer พิมพ์ภาพได้คมชัด สวยงาม
2. ต้องการโชว์ Printer ให้เห็นชัดเจน
3. ใช้ท่าทางการถ่ายภาพ ถือ Printer เพื่อสื่อสารว่าภาพที่พิมพ์ออกมาจะไม่ผิดเพี้ยน
4. ต้องการนำเสนอว่า Printer สามารถพิมพ์ภาพได้เหมือนกับภาพถ่ายจากกล้องถ่ายรูป

พิจารณาภาพและข้อความของโฆษณาเครื่องประดับ แล้วตอบคำถามข้อ 27

“เหนือระดับ”



27. จากภาพนำเสนอคุณค่าของสินค้าอย่างไร

1. เครื่องประดับกับความหรูหรา
2. เครื่องประดับคู่ควรกับหญิงงาม
3. เครื่องประดับช่วยผลักดันสถานภาพได้
4. เครื่องประดับยี่ห้อนี้มีความเหนือระดับกว่ายี่ห้ออื่น

พิจารณาโฆษณาต่อไปนี้แล้วตอบคำถามข้อ 28

**1**



**“ผมเชื่อว่า ถ้าผมฝึกซ้อมอะไรซักอย่างได้สำเร็จเนี่ยะ จะทำให้สาวๆหันมาสนใจครับ”**

**2**



**“อ้อ เป็นสาวข้างบ้านครับ”**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3



“ผมมีอาจารย์ครับ”

4



“มันแน่นมาก อวดได้ซะ เพื่อนผมแชมป์ว่าว”

5



“แชมป์ว่าวเหรอคะ แล้วไงคะ”

ดูฟรีได้ที่ [www.kit.com](#)

6



(ผัดหวัง เลิกเล่นว่าว)

7



น้อง! โฟกัสให้ถูกจุด

8



โฟกัสโลออนใหม่ สดชื่นใน

28. จากโฆษณา ข้อสรุปใดตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

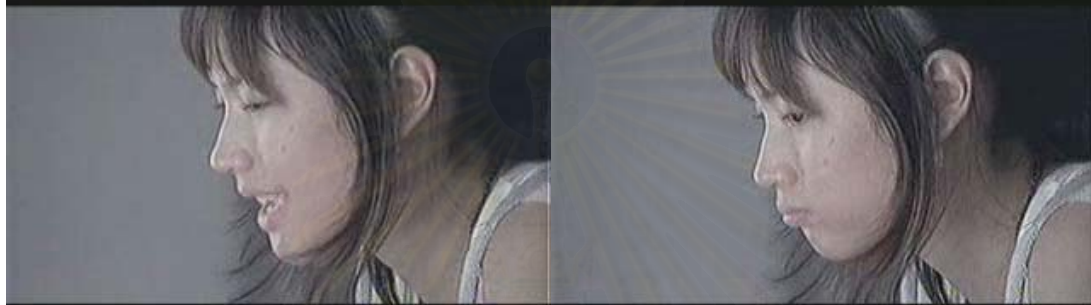
1. ชื่อนำความคิดว่าการมีกลิ่นตัวหอมมีความสำคัญมากกว่าความสามารถ
2. ไม่มีความสามารถก็มีเสน่ห์ได้ ถ้าใช้ไฟกัส
3. การนำเสนอว่าเป็นแชมป์ว่ามีความหมายสองแง่สองง่าม
4. ผู้หญิงเห็นว่าคุณสามารถด้านกีฬาว่าไม่มีความสำคัญ

29. จากโฆษณาท่านเข้าใจว่าอย่างไร

1. ผู้ชายที่ใช้ไฟกัสมีเสน่ห์มากกว่าผู้ชายที่มีความสามารถ
2. อยากจะจีบหญิงติดต้องใช้ไฟกัส
3. ผู้หญิงชอบผู้ชายที่มีกลิ่นกายหอม
4. ใช้ไฟกัสแล้วสาวกรี๊ด

พิจารณาโฆษณาต่อไปนี้แล้วตอบคำถามข้อ 30 – 32





“คนหน้าใสก็เจียะ! ใครๆก็ชอบ”

3



“อยากหน้าใสบ้างจัง”

4



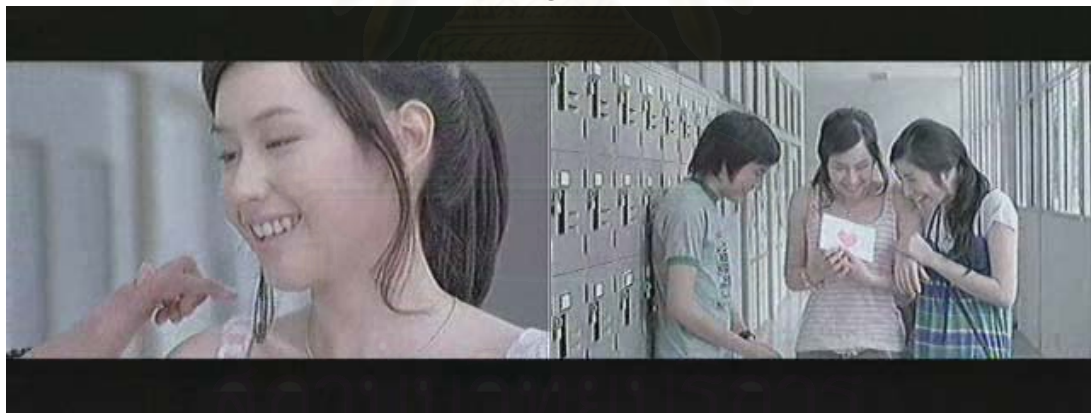
“อะ ลองนี่”

5



Clearasil ultra spot เคลียร์ริ่งครีมใหม่ ช่วยลดรอยดำจากสิว สังกะตได้ภายใน 3 วัน

6



"จดหมายครับ"

"อ้อ!"

7



Clearasil ultra ผิวใสถึงแก่ได้ภายใน 3 วัน ไม่พอใจยินดีคืนเงิน ถึง 31 มีนาคม 2551



30. โฆษณานำเสนอสิ่งใด

1. Clearasil ทำให้หน้าใสไม่มีรอยดำ
2. ครีมลดรอยดำจากสิว
3. ใช้ Clearasil แล้วจะมีคนชอบ
4. ผู้หญิงหน้าใสใครๆ ก็ชอบ

31. โฆษณาใช้สิ่งใดเพื่อให้ผู้ชมสนใจและจดจำโฆษณาได้

1. การเปรียบเทียบผลลัพธ์ ก่อน - หลัง ใช้
2. สังเกตความแตกต่างได้ภายใน 3 วัน และไม่พอใจยินดีคืนเงิน
3. การส่งจดหมายรักซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงวัยรุ่น
4. ใช้นักแสดงเป็นดาราวัยรุ่นชื่อดัง

32. โฆษณาแสดงค่านิยมอะไร

1. หน้าใสเป็นสิ่งมีคุณค่า มีความสำคัญ
2. หน้าใสแล้วจะมีคนชอบมากมาย
3. ผู้ชายชอบผู้หญิงหน้าใส
4. ผู้หญิงหน้าใสเท่านั้นจึงจะมีเสน่ห์ มีความสุข



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



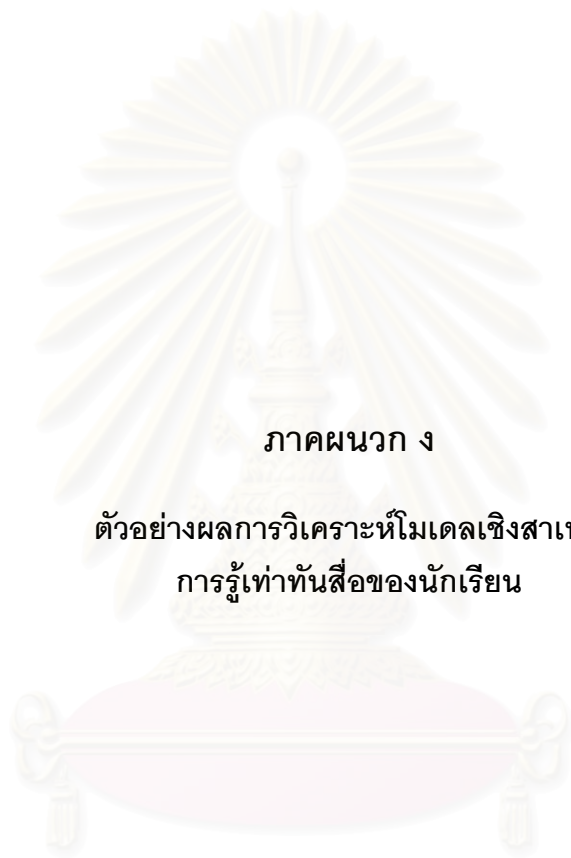
ภาคผนวก ค

การปรับปรุงแบบสอบถาม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ภาคผนวก ค**  
**การปรับปรุงแบบสอบถาม**

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ	การดำเนินการแก้ไข
1	ตอนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการอ่าน ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการอ่าน ให้นิยามคำว่าหนังสือให้ ชัดเจน	ผู้วิจัยได้เพิ่มคำนิยามคำว่าหนังสือใน แบบสอบถามดังนี้ <u>หมายเหตุ</u> หนังสือ หมายถึง หนังสือทุก ประเภท
2	คำถามข้อที่ 4.5.9 และ 4.5.10 ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ปกครอง - ผู้ปกครองตรวจสอบการเข้าเว็บไซต์ของนักเรียน - ผู้ปกครองตรวจสอบเนื้อหาของนิตยสารที่นักเรียน อ่าน แก้ไขเป็น - ผู้ปกครองดูแล/เลือก/คัดกรอง การเข้าเว็บไซต์ของ นักเรียน - ผู้ปกครองดูแล/เลือก/คัดกรอง เนื้อหาของนิตยสารที่ นักเรียนอ่าน	ดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
3	ตัวเลือก คำถามข้อ 18 แบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ - เว็บไซต์ประเภท Social Networking เพิ่มคำภาษาไทย	ผู้วิจัยได้เพิ่ม ดังนี้ - เว็บไซต์ประเภท Social Networking (สังคมออนไลน์)
4	คำถามข้อที่ 16 แบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ - ข้อใดคือเนื้อหาหรือค่านิยมที่อยู่ในโฆษณา ให้ระบุ ประเภทโฆษณา	ผู้วิจัยได้ปรับเป็น - ข้อใดคือเนื้อหาหรือค่านิยมที่อยู่ใน โฆษณาประเภทสินค้าและบริการ
5	ตัวเลือก คำถามข้อที่ 27 แบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ - ความเครียดระดับยี่หื้อนี้มีความเหนือระดับกว่า ยี่หื้ออื่น แก้ไขเป็น - เครื่องประดับช่วยผลักดันสถานภาพได้	ดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ



ภาคผนวก ง

ตัวอย่างผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ  
การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ง

ตัวอย่างผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ  
การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน

DATE: 5/ 2/2009  
TIME: 17:11  
L I S R E L 8.72  
BY

Karl G. J"reskog & Dag S"rbom  
This program is published exclusively by  
Scientific Software International, Inc.  
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100  
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.  
Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140  
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005  
Use of this program is subject to the terms specified in the  
Universal Copyright Convention.  
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file K:\thesis ภาคต้น 2551\ข้อมูลวิเคราะห์ทุกสิ่ง\ปรับหลังสอบ\7ปรับจากดี.

Spl:

Media Literacy MODEL  
DA NI=21 NO=613 MA=KM  
LA  
FREQUEN DURATION CHAR\_ME NEWS INFORMA ENTER INSTIT PRODUCT ANALYSIS EVALUATE GPA REC  
SEARCH CHAR\_R COMMENT EDU INCOME CONTRO SCREEN EXPLAN USEFUL  
KM  
1.00  
.312 1.00  
.221 .123 1.00  
.083 .002 .350 1.00  
.060 .015 .410 .526 1.00  
.131 .112 .137 .048 .068 1.00  
-.049 -.031 -.046 .010 .015 -.007 1.00  
.043 .037 .016 .025 -.017 -.022 .147 1.00  
.001 -.019 .055 -.002 .059 .007 .015 .185 1.00  
.105 -.018 .055 .077 .130 .015 .151 .122 .141 1.00  
.072 -.040 .124 .105 .142 -.045 -.074 -.008 .127 -.004 1.00  
.131 .051 .346 .195 .216 .052 -.124 -.014 .073 .019 .195 1.00  
.246 .093 .529 .289 .338 .133 -.083 -.021 -.004 .013 .156 .484 1.00  
.133 .045 .210 .119 .140 .046 .019 .063 -.048 -.060 .086 .240 .300 1.00  
.134 .093 .390 .243 .261 .114 -.073 -.016 .025 .006 .152 .448 .499 .245 1.00  
.170 -.005 -.048 -.007 -.098 -.083 .080 .230 .158 .081 .131 .003 -.057 .006 -.091  
1.00  
.203 -.026 -.024 .025 -.062 -.067 .085 .069 .037 -.010 .053 .026 -.005 .032 -.046  
.404 1.00  
-.008 -.090 .190 .138 .141 -.021 -.003 .007 .020 .053 .077 .136 .225 .186 .230 .033  
.029 1.00  
-.027 -.119 .174 .211 .180 -.027 -.036 -.045 -.037 .013 .105 .156 .213 .123 .254 -  
.024 -.022 .613 1.00  
.057 -.033 .329 .236 .221 .003 -.106 -.041 .016 .022 .182 .173 .331 .216 .383 -.007  
.001 .464 .602 1.00  
.073 .002 .411 .304 .336 -.033 -.038 .037 .028 .081 .133 .229 .416 .217 .362 .031  
.083 .445 .513 .642 1.00  
SD  
.934 .974 .475 .719 .715 .808 2.870 3.059 3.151 3.211 .477 .583 .625 .490 .786 1.596  
42547.605 .834 .952 .793 .738  
ME  
3.363 1.899 3.537 3.457 3.488 4.096 16.075 18.914 20.116 17.839 3.140 3.283 3.471  
3.177 3.214 3.561 42237.984 2.953 2.946 3.720 3.468  
MO NY=10 NX=11 NE=2 NK=4 C  
LX=FU,FI LY=FU,FI BE=FU,FI GA=FU,FI PH=SY,FR PS=DI,FR TD=FU,FI TE=FU,FI TH=FU,FI  
FR LY(4,1) LY(1,1) LY(2,1) LY(5,1) LY(6,1) LY(7,2) LY(9,2) LY(10,2)  
FR LX(2,2) LX(4,2) LX(5,2) LX(6,3) LX(11,4) LX(8,4) LX(9,4)  
FR GA(1,2) GA(1,1) GA(1,4) GA(2,3) GA(2,4) BE(2,1)  
FR TD(1,1) TD(2,2) TD(3,3) TD(4,4) TD(5,5) TD(6,6) TD(7,7) TD(8,8) TD(9,9) TD(10,10)  
TD(11,11)  
FR TE(1,1) TE(2,2) TE(3,3) TE(4,4) TE(5,5) TE(6,6) TE(7,7) TE(8,8) TE(9,9) TE(10,10)

```

VA .5 LY(8,2)
VA .9 LX(1,1)
VA .7 LY(3,1)
VA .5 LX(10,4)
ST .5 LX(3,2)
ST 1 LX(7,3)
ST .5 GA(2,2) GA(1,3)
ST .1 GA(2,1)
FR TE(5,4) TD(9,8) TE(2,1) TE(6,4) TH(3,3) TD(11,9) TH(6,3) TH(1,4) TD(10,8) C
TH(1,6) TH(2,5) TE(4,3) TE(5,3) TH(7,1) TH(11,3) TE(9,6) TE(6,3) TD(11,3) TD(5,3)
FR TD(10,2) TD(10,9) TE(8,4) TD(11,7) TE(10,7) TH(7,3) TD(11,10)
FR TH(9,6) TH(3,1) TH(4,10)
FR TE(6,5) TH(9,5) TE(10,1)
FR TH(11,10) TH(6,1) TD(11,2) TH(1,9) TD(8,4) TE(7,6) TH(10,7) TD(2,1) TH(9,2) C
TH(7,5)
FR TD(10,3) TH(5,5) TE(9,6)
FR TH(2,3) TH(3,5) TH(11,5)
FR TH(5,3) TH(10,5) TH(8,2) TH(10,3) TD(10,5)
FR TD(10,1) TH(4,3) TE(7,2)
FR TD(11,8) TD(6,1) TE(3,1) TE(9,7) TH(6,5)
FR TH(11,6) TE(10,5) TH(11,4) TH(2,7) TE(6,1) TH(9,4)
FR TE(10,4) TH(8,1) TD(6,5) TE(5,1) TD(7,5) TE(5,2) TE(10,9) TH(7,6)
FR TH(3,9) TH(3,7) TD(9,1) TD(5,4) TE(7,3) TH(4,5) TD(8,2)
FR TE(8,1) TD(11,4) TE(8,6) TH(4,7) TH(8,10) TH(8,4) TD(8,7)
LE
ME_EXPO ME_LIT
LK
ACHIEVE READING SES PARTIC
PD
OU AD=OFF SE TV EF SS MI RS FS ND=3 IT=888 SC NS

```

Media Literacy MODEL

```

Number of Input Variables 21
Number of Y - Variables 10
Number of X - Variables 11
Number of ETA - Variables 2
Number of KSI - Variables 4
Number of Observations 613

```

Media Literacy MODEL

Covariance Matrix

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
FREQUEN	1.000					
DURATION	0.312	1.000				
CHAR_ME	0.221	0.123	1.000			
NEWS	0.083	0.002	0.350	1.000		
INFORMA	0.060	0.015	0.410	0.526	1.000	
ENTER	0.131	0.112	0.137	0.048	0.068	1.000
INSTIT	-0.049	-0.031	-0.046	0.010	0.015	-0.007
PRODUCT	0.043	0.037	0.016	0.025	-0.017	-0.022
ANALYSIS	0.001	-0.019	0.055	-0.002	0.059	0.007
EVALUATE	0.105	-0.018	0.055	0.077	0.130	0.015
GPA	0.072	-0.040	0.124	0.105	0.142	-0.045
REC	0.131	0.051	0.346	0.195	0.216	0.052
SEARCH	0.246	0.093	0.529	0.289	0.338	0.133
CHAR_R	0.133	0.045	0.210	0.119	0.140	0.046
COMMENT	0.134	0.093	0.390	0.243	0.261	0.114
EDU	0.170	-0.005	-0.048	-0.007	-0.098	-0.083
INCOME	0.203	-0.026	-0.024	0.025	-0.062	-0.067
CONTRO	-0.008	-0.090	0.190	0.138	0.141	-0.021
SCREEN	-0.027	-0.119	0.174	0.211	0.180	-0.027
EXPLAN	0.057	-0.033	0.329	0.236	0.221	0.003
USEFUL	0.073	0.002	0.411	0.304	0.336	-0.033

Covariance Matrix

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE	GPA	REC
INSTIT	1.000					
PRODUCT	0.147	1.000				

ANALYSIS	0.015	0.185	1.000			
EVALUATE	0.151	0.122	0.141	1.000		
GPA	-0.074	-0.008	0.127	-0.004	1.000	
REC	-0.124	-0.014	0.073	0.019	0.195	1.000
SEARCH	-0.083	-0.021	-0.004	0.013	0.156	0.484
CHAR_R	0.019	0.063	-0.048	-0.060	0.086	0.240
COMMENT	-0.073	-0.016	0.025	0.006	0.152	0.448
EDU	0.080	0.230	0.158	0.081	0.131	0.003
INCOME	0.085	0.069	0.037	-0.010	0.053	0.026
CONTRO	-0.003	0.007	0.020	0.053	0.077	0.136
SCREEN	-0.036	-0.045	-0.037	0.013	0.105	0.156
EXPLAN	-0.106	-0.041	0.016	0.022	0.182	0.173
USEFUL	-0.038	0.037	0.028	0.081	0.133	0.229

Covariance Matrix

	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU	INCOME	CONTRO
SEARCH	1.000					
CHAR_R	0.300	1.000				
COMMENT	0.499	0.245	1.000			
EDU	-0.057	0.006	-0.091	1.000		
INCOME	-0.005	0.032	-0.046	0.404	1.000	
CONTRO	0.225	0.186	0.230	0.033	0.029	1.000
SCREEN	0.213	0.123	0.254	-0.024	-0.022	0.613
EXPLAN	0.331	0.216	0.383	-0.007	0.001	0.464
USEFUL	0.416	0.217	0.362	0.031	0.083	0.445

Covariance Matrix

	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
SCREEN	1.000		
EXPLAN	0.602	1.000	
USEFUL	0.513	0.642	1.000

Media Literacy MODEL

Parameter Specifications

LAMBDA-Y

	ME_EXPO	ME_LIT
FREQUEN	1	0
DURATION	2	0
CHAR_ME	0	0
NEWS	3	0
INFORMA	4	0
ENTER	5	0
INSTIT	0	6
PRODUCT	0	0
ANALYSIS	0	7
EVALUATE	0	8

LAMBDA-X

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
GPA	0	0	0	0
REC	0	9	0	0
SEARCH	0	0	0	0
CHAR_R	0	10	0	0
COMMENT	0	11	0	0
EDU	0	0	12	0
INCOME	0	0	0	0
CONTRO	0	0	0	13
SCREEN	0	0	0	14
EXPLAN	0	0	0	0
USEFUL	0	0	0	15

BETA

	ME_EXPO	ME_LIT
ME_EXPO	0	0
ME_LIT	16	0

GAMMA

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
ME_EXPO	17	18	0	19
ME_LIT	0	0	20	21

PHI

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
ACHIEVE	22			
READING	23	24		
SES	25	26	27	
PARTIC	28	29	30	31

PSI

	ME_EXPO	ME_LIT
	32	33

THETA-EPS

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
FREQUEN	34					
DURATION	35	36				
CHAR_ME	37	0	38			
NEWS	0	0	39	40		
INFORMA	41	42	43	44	45	
ENTER	46	0	47	48	49	50
INSTIT	0	51	52	0	0	53
PRODUCT	55	0	0	56	0	57
ANALYSIS	0	0	0	0	0	59
EVALUATE	62	0	0	63	64	0

THETA-EPS

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE
INSTIT	54			
PRODUCT	0	58		
ANALYSIS	60	0	61	
EVALUATE	65	0	66	67

THETA-DELTA-EPS

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
GPA	0	0	0	68	0	69
REC	0	0	72	0	73	0
SEARCH	77	0	78	0	79	0
CHAR_R	0	0	83	0	84	0
COMMENT	0	0	88	0	89	0
EDU	93	0	94	0	95	0
INCOME	99	0	100	0	101	102
CONTRO	105	106	0	107	0	0
SCREEN	0	113	0	114	115	116
EXPLAN	0	0	120	0	121	0
USEFUL	0	0	130	131	132	133

THETA-DELTA-EPS

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE
GPA	0	0	70	0
REC	74	0	0	0
SEARCH	80	0	81	0



CHAR_R	85	0	0	86
COMMENT	0	0	0	0
EDU	0	0	0	0
INCOME	0	0	0	0
CONTRO	0	0	0	108
SCREEN	0	0	0	0
EXPLAN	122	0	0	0
USEFUL	0	0	0	134

THETA-DELTA

	GPA	REC	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU
GPA	71					
REC	75	76				
SEARCH	0	0	82			
CHAR_R	0	0	0	87		
COMMENT	0	0	90	91	92	
EDU	96	0	0	0	97	98
INCOME	0	0	0	0	103	0
CONTRO	0	109	0	110	0	0
SCREEN	117	0	0	0	0	0
EXPLAN	123	124	125	0	126	0
USEFUL	0	135	136	137	0	0

THETA-DELTA

	INCOME	CONTRO	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
INCOME	104				
CONTRO	111	112			
SCREEN	0	118	119		
EXPLAN	0	127	128	129	
USEFUL	138	139	140	141	142

Media Literacy MODEL

Number of Iterations =121

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

	LAMBDA-Y	
	ME_EXPO	ME_LIT
FREQUEN	0.177 (0.053) 3.314	- -
DURATION	0.098 (0.045) 2.157	- -
CHAR_ME	0.700	- -
NEWS	0.338 (0.076) 4.470	- -
INFORMA	0.553 (0.120) 4.599	- -
ENTER	0.140 (0.050) 2.823	- -
INSTIT	- -	0.249 (0.077) 3.239
PRODUCT	- -	0.500

ANALYSIS	- -	0.356 (0.091) 3.930
EVALUATE	- -	0.226 (0.075) 3.035

LAMBDA-X

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
GPA	0.900	- -	- -	- -
REC	- -	0.356 (0.038) 9.434	- -	- -
SEARCH	- -	0.500	- -	- -
CHAR_R	- -	0.227 (0.031) 7.191	- -	- -
COMMENT	- -	0.467 (0.035) 13.293	- -	- -
EDU	- -	- -	3.497 (1.646) 2.125	- -
INCOME	- -	- -	1.000	- -
CONTRO	- -	- -	- -	0.248 (0.047) 5.335
SCREEN	- -	- -	- -	0.249 (0.044) 5.670
EXPLAN	- -	- -	- -	0.500
USEFUL	- -	- -	- -	0.401 (0.065) 6.186

BETA

	ME_EXPO	ME_LIT
	-----	-----
ME_EXPO	- -	- -
ME_LIT	0.054 (0.239) 0.224	- -

GAMMA

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
ME_EXPO	-0.869 (2.245) -0.387	1.424 (1.854) 0.768	0.500	-0.980 (3.061) -0.320
ME_LIT	0.100	0.500	1.270 (0.282) 4.505	-0.790 (0.283) -2.788

Covariance Matrix of ETA and KSI

	ME_EXPO	ME_LIT	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
ME_EXPO	1.668					
ME_LIT	0.056	1.070				
ACHIEVE	0.215	-0.049	-0.052			
READING	1.662	-0.063	0.344	2.687		
SES	-0.026	0.125	0.035	-0.032	0.113	
PARTIC	1.081	-0.010	0.344	1.886	0.007	1.335

PHI

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
ACHIEVE	-0.052 (0.579) -0.090			
READING	0.344 (0.081) 4.257	2.687 (0.333) 8.069		
SES	0.035 (0.040) 0.866	-0.032 (0.027) -1.200	0.113 (0.058) 1.967	
PARTIC	0.344 (0.109) 3.159	1.886 (0.301) 6.262	0.007 (0.022) 0.314	1.335 (0.412) 3.238

PSI

Note: This matrix is diagonal.

ME_EXPO	ME_LIT
0.561 (0.525) 1.069	0.936 (0.292) 3.204

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

ME_EXPO	ME_LIT
0.664	0.125

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

ME_EXPO	ME_LIT
0.664	0.123

Reduced Form

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
ME_EXPO	-0.869 (2.245) -0.387	1.424 (1.854) 0.768	0.500	-0.980 (3.061) -0.320
ME_LIT	0.053 (0.184) 0.291	0.576 (0.386) 1.494	1.297 (0.334) 3.887	-0.842 (0.591) -1.425

THETA-EPS

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
FREQUEN	0.946 (0.056) 16.780					

DURATION	0.269 (0.039) 6.954	0.980 (0.056) 17.438				
CHAR_ME	-0.002 (0.059) -0.042	- -	0.179 (0.315) 0.569			
NEWS	- -	- -	-0.047 (0.116) -0.408	0.810 (0.077) 10.488		
INFORMA	-0.103 (0.059) -1.754	-0.054 (0.040) -1.355	-0.240 (0.268) -0.895	0.214 (0.115) 1.854	0.487 (0.272) 1.788	
ENTER	0.075 (0.038) 1.992	- -	-0.028 (0.062) -0.446	-0.028 (0.044) -0.627	-0.064 (0.062) -1.034	0.968 (0.058) 16.795
INSTIT	- -	-0.023 (0.037) -0.622	-0.028 (0.033) -0.838	- -	- -	0.001 (0.039) 0.013
PRODUCT	0.044 (0.036) 1.213	- -	- -	0.032 (0.033) 0.976	- -	-0.002 (0.039) -0.055
ANALYSIS	- -	- -	- -	- -	- -	0.007 (0.039) 0.191
EVALUATE	0.122 (0.036) 3.412	- -	- -	0.056 (0.036) 1.558	0.096 (0.036) 2.714	- -

THETA-EPS

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE
INSTIT	0.933 (0.060) 15.626			
PRODUCT	- -	0.733 (0.077) 9.567		
ANALYSIS	-0.061 (0.044) -1.383	- -	0.863 (0.064) 13.564	
EVALUATE	0.096 (0.042) 2.283	- -	0.044 (0.044) 0.993	0.945 (0.059) 15.940

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
0.052	0.016	0.820	0.190	0.512	0.033

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE
0.066	0.267	0.136	0.055

THETA-DELTA-EPS

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
GPA	--	--	--	0.020 (0.035) 0.569	--	-0.055 (0.039) -1.437
REC	--	--	-0.067 (0.087) -0.775	--	-0.107 (0.088) -1.213	--
SEARCH	0.080 (0.032) 2.532	--	-0.057 (0.122) -0.463	--	-0.124 (0.122) -1.015	--
CHAR_R	--	--	-0.054 (0.057) -0.934	--	-0.060 (0.060) -1.006	--
COMMENT	--	--	-0.149 (0.113) -1.317	--	-0.160 (0.114) -1.396	--
EDU	0.194 (0.039) 4.950	--	0.006 (0.072) 0.087	--	-0.065 (0.054) -1.190	--
INCOME	0.216 (0.038) 5.672	--	-0.022 (0.037) -0.599	--	-0.066 (0.036) -1.841	-0.037 (0.037) -1.001
CONTRO	-0.029 (0.030) -0.965	-0.077 (0.034) -2.237	--	0.027 (0.035) 0.769	--	--
SCREEN	--	-0.078 (0.030) -2.603	--	0.088 (0.033) 2.714	0.024 (0.031) 0.772	0.001 (0.028) 0.029
EXPLAN	--	--	-0.047 (0.064) -0.731	--	-0.100 (0.070) -1.420	--
USEFUL	--	--	0.103 (0.044) 2.327	0.122 (0.035) 3.480	0.085 (0.053) 1.607	-0.054 (0.030) -1.833

THETA-DELTA-EPS

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE
	-----	-----	-----	-----
GPA	--	--	0.122 (0.041) 2.932	--
REC	-0.089 (0.035) -2.538	--	--	--
SEARCH	-0.032 (0.032) -0.993	--	-0.026 (0.029) -0.895	--
CHAR_R	0.032 (0.038) 0.835	--	--	-0.074 (0.037) -1.978
COMMENT	--	--	--	--
EDU	--	--	--	--
INCOME	--	--	--	--

CONTRO	- -	- -	- -	0.031 (0.031) 1.002
SCREEN	- -	- -	- -	- -
EXPLAN	-0.056 (0.028) -2.034	- -	- -	- -
USEFUL	- -	- -	- -	0.054 (0.028) 1.941

THETA-DELTA

	GPA	REC	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
GPA	1.035 (0.473) 2.190					
REC	0.067 (0.034) 1.957	0.654 (0.048) 13.561				
SEARCH	- -	- -	0.326 (0.067) 4.900			
CHAR_R	- -	- -	- -	0.865 (0.052) 16.545		
COMMENT	- -	- -	-0.128 (0.057) -2.247	-0.038 (0.036) -1.076	0.416 (0.069) 6.000	
EDU	0.006 (0.126) 0.047	- -	- -	- -	-0.044 (0.034) -1.287	-0.385 (0.629) -0.612
INCOME	- -	- -	- -	- -	-0.044 (0.032) -1.369	- -
CONTRO	- -	-0.025 (0.027) -0.941	- -	0.073 (0.030) 2.398	- -	- -
SCREEN	0.028 (0.029) 0.953	- -	- -	- -	- -	- -
EXPLAN	0.019 (0.041) 0.451	-0.163 (0.049) -3.331	-0.134 (0.066) -2.016	- -	-0.080 (0.064) -1.249	- -
USEFUL	- -	-0.044 (0.033) -1.331	0.043 (0.034) 1.249	0.045 (0.032) 1.407	- -	- -

THETA-DELTA

	INCOME	CONTRO	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
	-----	-----	-----	-----	-----
INCOME	0.880 (0.072) 12.234				
CONTRO	0.020	0.906			

	(0.028)	(0.053)			
	0.698	16.964			
SCREEN	- -	0.516 (0.044)	0.903 (0.053)		
		11.788	16.972		
EXPLAN	- -	0.284 (0.047)	0.416 (0.050)	0.655 (0.102)	
		6.058	8.404	6.432	
USEFUL	0.065 (0.026)	0.299 (0.041)	0.365 (0.042)	0.355 (0.060)	0.769 (0.059)
	2.496	7.284	8.750	5.916	13.017

Squared Multiple Correlations for X - Variables

	GPA	REC	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	-0.043	0.342	0.673	0.137	0.584	1.386

Squared Multiple Correlations for X - Variables

	INCOME	CONTRO	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
	-----	-----	-----	-----	-----
	0.114	0.083	0.084	0.338	0.218

TH was written to file fort.811

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 89  
 Minimum Fit Function Chi-Square = 91.226 (P = 0.415)  
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 91.839 (P = 0.397)  
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 2.839  
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (0.0 ; 29.758)

Minimum Fit Function Value = 0.149  
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.00464  
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.0 ; 0.0486)  
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.00722  
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.0 ; 0.0234)  
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 1.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.614  
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.609 ; 0.658)  
 ECVI for Saturated Model = 0.755  
 ECVI for Independence Model = 7.535

Chi-Square for Independence Model with 210 Degrees of Freedom = 4569.321

Independence AIC = 4611.321  
 Model AIC = 375.839  
 Saturated AIC = 462.000  
 Independence CAIC = 4725.107  
 Model CAIC = 1145.247  
 Saturated CAIC = 1713.642

Normed Fit Index (NFI) = 0.980  
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.999  
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.415  
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.999  
 Incremental Fit Index (IFI) = 1.00  
 Relative Fit Index (RFI) = 0.953

Critical N (CN) = 825.786

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.0266  
 Standardized RMR = 0.0267  
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.986  
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.963  
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.380

Media Literacy MODEL

Fitted Covariance Matrix

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
FREQUEN	0.999					
DURATION	0.298	0.996				
CHAR_ME	0.204	0.114	0.997			
NEWS	0.100	0.055	0.347	1.000		
INFORMA	0.060	0.036	0.406	0.525	0.997	
ENTER	0.117	0.023	0.136	0.051	0.065	1.001
INSTIT	0.002	-0.022	-0.018	0.005	0.008	0.002
PRODUCT	0.049	0.003	0.020	0.041	0.016	0.002
ANALYSIS	0.004	0.002	0.014	0.007	0.011	0.010
EVALUATE	0.124	0.001	0.009	0.061	0.104	0.002
GPA	0.034	0.019	0.136	0.086	0.107	-0.028
REC	0.105	0.058	0.347	0.200	0.220	0.083
SEARCH	0.227	0.081	0.525	0.281	0.335	0.116
CHAR_R	0.067	0.037	0.210	0.127	0.148	0.053
COMMENT	0.137	0.076	0.394	0.262	0.269	0.109
EDU	0.178	-0.009	-0.056	-0.030	-0.114	-0.013
INCOME	0.212	-0.003	-0.040	-0.009	-0.080	-0.040
CONTRO	0.019	-0.051	0.188	0.117	0.148	0.038
SCREEN	0.048	-0.052	0.189	0.179	0.173	0.039
EXPLAN	0.096	0.053	0.331	0.182	0.199	0.076
USEFUL	0.077	0.042	0.406	0.269	0.324	0.006

Fitted Covariance Matrix

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE	GPA	REC
INSTIT	0.999					
PRODUCT	0.133	1.001				
ANALYSIS	0.034	0.190	0.999			
EVALUATE	0.157	0.121	0.130	1.000		
GPA	-0.011	-0.022	0.106	-0.010	0.992	
REC	-0.094	-0.011	-0.008	-0.005	0.177	0.994
SEARCH	-0.039	-0.016	-0.037	-0.007	0.155	0.478
CHAR_R	0.028	-0.007	-0.005	-0.077	0.070	0.217
COMMENT	-0.007	-0.015	-0.010	-0.007	0.145	0.446
EDU	0.108	0.218	0.155	0.099	0.115	-0.040
INCOME	0.031	0.062	0.044	0.028	0.031	-0.011
CONTRO	-0.001	-0.001	-0.001	0.030	0.077	0.141
SCREEN	-0.001	-0.001	-0.001	-0.001	0.105	0.167
EXPLAN	-0.057	-0.003	-0.002	-0.001	0.173	0.172
USEFUL	-0.001	-0.002	-0.001	0.053	0.124	0.225

Fitted Covariance Matrix

	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU	INCOME	CONTRO
SEARCH	0.998					
CHAR_R	0.304	1.003				
COMMENT	0.499	0.246	1.002			
EDU	-0.056	-0.025	-0.096	0.999		
INCOME	-0.016	-0.007	-0.059	0.396	0.993	
CONTRO	0.234	0.179	0.218	0.006	0.022	0.988
SCREEN	0.235	0.106	0.219	0.006	0.002	0.599
EXPLAN	0.338	0.214	0.361	0.012	0.003	0.450
USEFUL	0.421	0.217	0.353	0.010	0.068	0.432

Fitted Covariance Matrix

	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
SCREEN	0.986		
EXPLAN	0.582	0.989	
USEFUL	0.498	0.623	0.984

Fitted Residuals



	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
FREQUEN	0.001					
DURATION	0.014	0.004				
CHAR_ME	0.017	0.009	0.003			
NEWS	-0.017	-0.053	0.003	0.000		
INFORMA	0.000	-0.021	0.004	0.001	0.003	
ENTER	0.014	0.089	0.001	-0.003	0.003	-0.001
INSTIT	-0.051	-0.009	-0.028	0.005	0.007	-0.009
PRODUCT	-0.006	0.034	-0.004	-0.016	-0.033	-0.024
ANALYSIS	-0.003	-0.021	0.041	-0.009	0.048	-0.003
EVALUATE	-0.019	-0.019	0.046	0.016	0.026	0.013
GPA	0.038	-0.059	-0.012	0.019	0.035	-0.017
REC	0.026	-0.007	-0.001	-0.005	-0.004	-0.031
SEARCH	0.019	0.012	0.004	0.008	0.003	0.017
CHAR_R	0.066	0.008	0.000	-0.008	-0.008	-0.007
COMMENT	-0.003	0.017	-0.004	-0.019	-0.008	0.005
EDU	-0.008	0.004	0.008	0.023	0.016	-0.070
INCOME	-0.009	-0.023	0.016	0.034	0.018	-0.027
CONTRO	-0.027	-0.039	0.002	0.021	-0.007	-0.059
SCREEN	-0.075	-0.067	-0.015	0.032	0.007	-0.066
EXPLAN	-0.039	-0.086	-0.002	0.054	0.022	-0.073
USEFUL	-0.004	-0.040	0.005	0.035	0.012	-0.039

#### Fitted Residuals

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE	GPA	REC
INSTIT	0.001					
PRODUCT	0.014	-0.001				
ANALYSIS	-0.019	-0.005	0.001			
EVALUATE	-0.006	0.001	0.011	0.000		
GPA	-0.063	0.014	0.021	0.006	0.008	
REC	-0.030	-0.003	0.081	0.024	0.018	0.006
SEARCH	-0.044	-0.005	0.033	0.020	0.001	0.006
CHAR_R	-0.009	0.070	-0.043	0.017	0.016	0.023
COMMENT	-0.066	-0.001	0.035	0.013	0.007	0.002
EDU	-0.028	0.012	0.003	-0.018	0.016	0.043
INCOME	0.054	0.007	-0.007	-0.038	0.022	0.037
CONTRO	-0.002	0.008	0.021	0.023	0.000	-0.005
SCREEN	-0.035	-0.044	-0.036	0.014	0.000	-0.011
EXPLAN	-0.049	-0.038	0.018	0.023	0.009	0.001
USEFUL	-0.037	0.039	0.029	0.028	0.009	0.004

#### Fitted Residuals

	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU	INCOME	CONTRO
SEARCH	0.002					
CHAR_R	-0.004	-0.003				
COMMENT	0.000	-0.001	-0.002			
EDU	-0.001	0.031	0.005	0.001		
INCOME	0.011	0.039	0.013	0.008	0.007	
CONTRO	-0.009	0.007	0.012	0.027	0.007	0.012
SCREEN	-0.022	0.017	0.035	-0.030	-0.024	0.014
EXPLAN	-0.007	0.002	0.022	-0.019	-0.002	0.014
USEFUL	-0.005	0.000	0.009	0.021	0.015	0.013

#### Fitted Residuals

	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
SCREEN	0.014		
EXPLAN	0.020	0.011	
USEFUL	0.015	0.019	0.016

#### Summary Statistics for Fitted Residuals

Smallest Fitted Residual = -0.086  
Median Fitted Residual = 0.003  
Largest Fitted Residual = 0.089

Stemleaf Plot

- 8|6  
- 7|530  
- 6|7663  
- 5|9931  
- 4|94430  
- 3|999887653100  
- 2|8877443211  
- 1|999998776521  
- 0|9999988887777766555544444333332222111110000000  
0|1111111122223333344444555566677777888889999  
1|111222233344444445566667777888999  
2|001111222333466789  
3|1234455557899  
4|1368  
5|44  
6|6  
7|0  
8|19

Standardized Residuals

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
FREQUEN	0.159					
DURATION	1.114	1.757				
CHAR_ME	1.634	0.690	1.083			
NEWS	-0.715	-1.562	0.625	0.140		
INFORMA	-0.032	-1.295	0.695	0.239	0.602	
ENTER	0.997	2.296	0.255	-0.828	0.466	-0.888
INSTIT	-1.281	-0.587	-1.282	0.133	0.189	-0.852
PRODUCT	-0.343	0.854	-0.138	-0.906	-1.005	-2.272
ANALYSIS	-0.063	-0.521	1.208	-0.225	1.316	-0.310
EVALUATE	-1.013	-0.478	1.219	0.958	1.475	0.328
GPA	0.995	-1.515	-0.789	1.796	1.483	-2.177
REC	0.899	-0.211	-0.144	-0.180	-0.292	-1.002
SEARCH	1.421	0.481	0.876	0.495	0.274	0.837
CHAR_R	1.849	0.219	0.016	-0.242	-0.534	-0.184
COMMENT	-0.156	0.634	-0.910	-0.936	-0.808	0.227
EDU	-0.552	0.097	0.924	1.233	1.209	-1.882
INCOME	-0.556	-0.587	0.709	0.869	0.798	-1.693
CONTRO	-1.189	-2.363	0.135	1.845	-0.423	-1.553
SCREEN	-2.015	-2.943	-0.878	2.447	0.615	-2.697
EXPLAN	-1.291	-2.593	-0.316	2.604	1.980	-2.316
USEFUL	-0.113	-1.155	0.704	3.124	1.400	-2.298

Standardized Residuals

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE	GPA	REC
INSTIT	0.476					
PRODUCT	0.736	-0.483				
ANALYSIS	-2.620	-0.378	0.950			
EVALUATE	-0.649	0.054	1.189	0.012		
GPA	-1.721	0.604	2.180	0.160	2.862	
REC	-1.574	-0.084	2.169	0.614	2.359	1.764
SEARCH	-1.890	-0.196	1.416	0.528	0.065	0.602
CHAR_R	-0.698	1.836	-1.093	1.103	0.442	0.964
COMMENT	-1.732	-0.048	1.005	0.328	0.338	0.147
EDU	-1.096	1.487	0.144	-0.663	1.628	1.417
INCOME	1.488	0.278	-0.226	-1.035	1.229	0.957
CONTRO	-0.060	0.224	0.542	0.909	0.007	-0.326
SCREEN	-0.899	-1.183	-0.937	0.344	0.020	-0.408
EXPLAN	-1.780	-1.544	0.537	0.617	0.643	0.055
USEFUL	-0.972	1.257	0.824	1.040	0.435	0.333

Standardized Residuals

	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU	INCOME	CONTRO
SEARCH	0.745					
CHAR_R	-0.374	-1.207				
COMMENT	-0.080	-0.116	-0.913			
EDU	-0.082	0.853	0.545	0.205		

INCOME	0.288	0.983	0.536	1.675	1.911	
CONTRO	-0.501	0.355	0.544	0.761	0.269	2.338
SCREEN	-1.223	0.481	1.629	-0.845	-0.598	2.695
EXPLAN	-0.684	0.112	1.884	-1.342	-0.063	2.136
USEFUL	-0.526	0.024	0.827	0.812	0.517	2.113

Standardized Residuals

	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
SCREEN	2.923		
EXPLAN	2.687	1.701	
USEFUL	2.104	2.692	2.355

Summary Statistics for Standardized Residuals

Smallest Standardized Residual = -2.943  
 Median Standardized Residual = 0.219  
 Largest Standardized Residual = 3.124

Stemleaf Plot

```

- 2|9766
- 2|433320
- 1|99877766655
- 1|33333222221100000
- 0|9999999998888777766666655555
- 0|444433333222222211111111000000
0|111111111222222233333333444
0|5555555555666666667777788888999999
1|0000000011122222334444
1|55556667788888899
2|0112233444
2|677799
3|1
  
```

Largest Negative Standardized Residuals

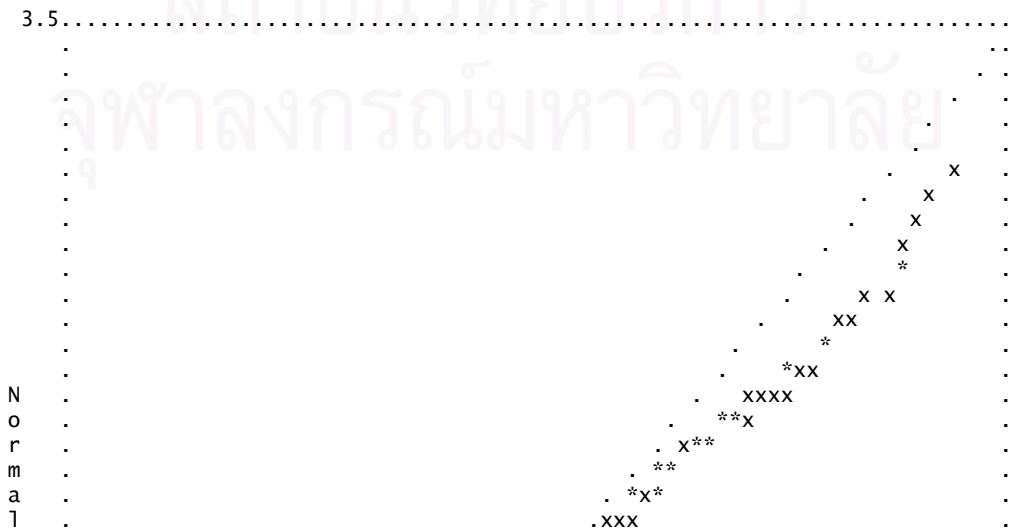
Residual for ANALYSIS and INSTIT -2.620  
 Residual for SCREEN and DURATION -2.943  
 Residual for SCREEN and ENTER -2.697  
 Residual for EXPLAN and DURATION -2.593

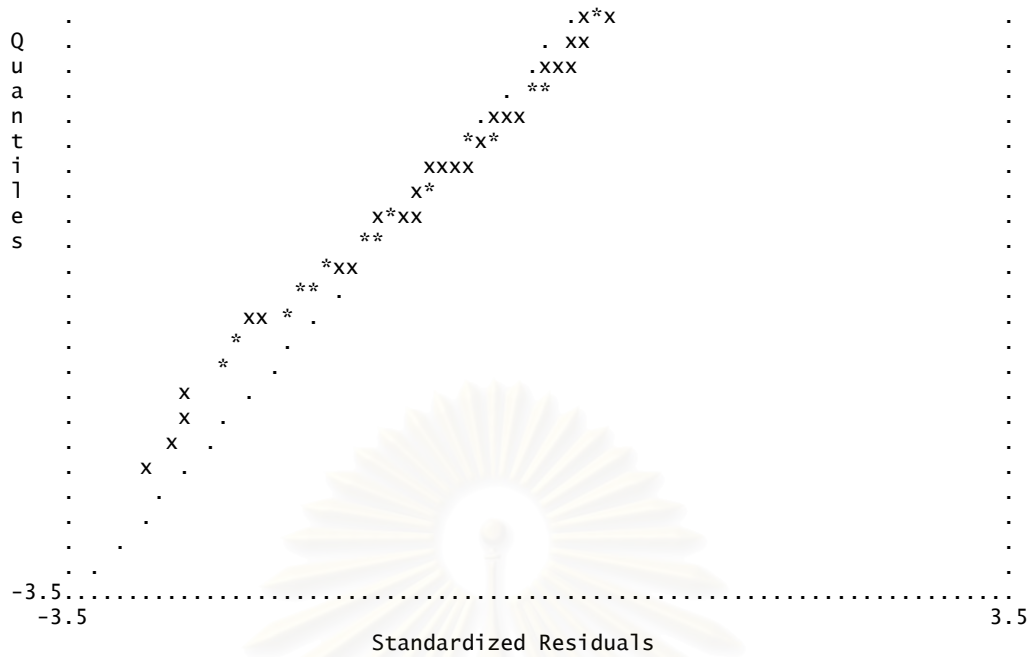
Largest Positive Standardized Residuals

Residual for GPA and GPA 2.862  
 Residual for SCREEN and CONTRO 2.695  
 Residual for SCREEN and SCREEN 2.923  
 Residual for EXPLAN and NEWS 2.604  
 Residual for EXPLAN and SCREEN 2.687  
 Residual for USEFUL and NEWS 3.124  
 Residual for USEFUL and EXPLAN 2.692

Media Literacy MODEL

Qplot of Standardized Residuals





Media Literacy MODEL

Factor Scores Regressions

ETA

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
ME_EXPO	0.000	0.017	0.846	-0.096	0.598	0.017
ME_LIT	-0.105	0.034	0.074	-0.029	0.055	0.000

ETA

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE	GPA	REC
ME_EXPO	0.054	-0.005	0.012	-0.038	-0.052	0.058
ME_LIT	0.156	0.382	0.247	0.117	-0.110	0.012

ETA

	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU	INCOME	CONTRO
ME_EXPO	0.140	0.033	0.266	0.027	0.093	0.004
ME_LIT	0.004	-0.002	0.007	0.334	-0.013	-0.013

ETA

	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
ME_EXPO	-0.040	0.297	-0.424
ME_LIT	0.012	0.027	-0.056

KSI

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
ACHIEVE	-0.040	0.008	0.048	-0.027	0.085	-0.007
READING	-0.090	0.007	0.391	-0.173	0.475	-0.024
SES	-0.089	0.025	0.003	-0.014	0.042	0.004
PARTIC	-0.092	0.009	0.195	-0.127	0.300	-0.014

KSI

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE	GPA	REC
ACHIEVE	-0.006	-0.058	-0.016	-0.021	-0.130	0.043
READING	0.072	-0.037	0.004	-0.026	-0.056	0.211

SES	-0.013	-0.024	-0.016	0.001	-0.022	-0.009
PARTIC	0.048	-0.021	-0.008	-0.011	0.051	0.145

KSI

	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU	INCOME	CONTRO
ACHIEVE	0.076	0.001	0.073	0.187	-0.006	0.005
READING	0.642	0.070	0.549	0.044	0.091	-0.004
SES	0.011	0.000	0.035	0.446	-0.035	-0.005
PARTIC	0.486	0.051	0.403	0.128	0.052	-0.004

KSI

	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
ACHIEVE	-0.033	0.143	-0.027
READING	-0.144	0.613	-0.343
SES	0.006	-0.006	-0.014
PARTIC	-0.105	0.424	-0.215

Media Literacy MODEL

Standardized Solution

LAMBDA-Y

	ME_EXPO	ME_LIT
FREQUEN	0.228	- -
DURATION	0.126	- -
CHAR_ME	0.904	- -
NEWS	0.436	- -
INFORMA	0.714	- -
ENTER	0.181	- -
INSTIT	- -	0.257
PRODUCT	- -	0.517
ANALYSIS	- -	0.368
EVALUATE	- -	0.234

LAMBDA-X

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
GPA	0.900	- -	- -	- -
REC	- -	0.583	- -	- -
SEARCH	- -	0.820	- -	- -
CHAR_R	- -	0.371	- -	- -
COMMENT	- -	0.765	- -	- -
EDU	- -	- -	1.177	- -
INCOME	- -	- -	0.336	- -
CONTRO	- -	- -	- -	0.287
SCREEN	- -	- -	- -	0.288
EXPLAN	- -	- -	- -	0.578
USEFUL	- -	- -	- -	0.463

BETA

	ME_EXPO	ME_LIT
ME_EXPO	- -	- -
ME_LIT	0.067	- -

GAMMA

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
ME_EXPO	-0.673	1.807	0.130	-0.877
ME_LIT	0.097	0.792	0.413	-0.882

Correlation Matrix of ETA and KSI

ME_EXPO	ME_LIT	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
---------	--------	---------	---------	-----	--------

ME_EXPO	1.000					
ME_LIT	0.042	1.000				
ACHIEVE	0.167	-0.047	1.000			
READING	0.785	-0.037	0.210	1.000		
SES	-0.059	0.358	0.103	-0.058	1.000	
PARTIC	0.724	-0.009	0.297	0.996	0.018	1.000

PSI

Note: This matrix is diagonal.

ME_EXPO	ME_LIT
-----	-----
0.336	0.875

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
ME_EXPO	-0.673	1.807	0.130	-0.877
ME_LIT	0.052	0.913	0.422	-0.941

Media Literacy MODEL

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

	ME_EXPO	ME_LIT
	-----	-----
FREQUEN	0.229	- -
DURATION	0.127	- -
CHAR_ME	0.906	- -
NEWS	0.436	- -
INFORMA	0.715	- -
ENTER	0.181	- -
INSTIT	- -	0.257
PRODUCT	- -	0.517
ANALYSIS	- -	0.368
EVALUATE	- -	0.234

LAMBDA-X

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
GPA	0.903	- -	- -	- -
REC	- -	0.585	- -	- -
SEARCH	- -	0.821	- -	- -
CHAR_R	- -	0.371	- -	- -
COMMENT	- -	0.764	- -	- -
EDU	- -	- -	1.177	- -
INCOME	- -	- -	0.338	- -
CONTRO	- -	- -	- -	0.288
SCREEN	- -	- -	- -	0.290
EXPLAN	- -	- -	- -	0.581
USEFUL	- -	- -	- -	0.467

BETA

	ME_EXPO	ME_LIT
	-----	-----
ME_EXPO	- -	- -
ME_LIT	0.067	- -

GAMMA

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
ME_EXPO	-0.673	1.807	0.130	-0.877
ME_LIT	0.097	0.792	0.413	-0.882

Correlation Matrix of ETA and KSI

ME_EXPO	ME_LIT	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
-----	-----	-----	-----	-----	-----

ME_EXPO	1.000					
ME_LIT	0.042	1.000				
ACHIEVE	0.167	-0.047	1.000			
READING	0.785	-0.037	0.210	1.000		
SES	-0.059	0.358	0.103	-0.058	1.000	
PARTIC	0.724	-0.009	0.297	0.996	0.018	1.000

PSI

Note: This matrix is diagonal.

ME_EXPO	ME_LIT
-----	-----
0.336	0.875

THETA-EPS

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
FREQUEN	0.948					
DURATION	0.270	0.984				
CHAR_ME	-0.002	- -	0.180			
NEWS	- -	- -	-0.048	0.810		
INFORMA	-0.103	-0.055	-0.240	0.214	0.488	
ENTER	0.075	- -	-0.028	-0.028	-0.064	0.967
INSTIT	- -	-0.023	-0.028	- -	- -	0.001
PRODUCT	0.044	- -	- -	0.032	- -	-0.002
ANALYSIS	- -	- -	- -	- -	- -	0.007
EVALUATE	0.122	- -	- -	0.056	0.097	- -

THETA-EPS

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE
	-----	-----	-----	-----
INSTIT	0.934			
PRODUCT	- -	0.733		
ANALYSIS	-0.061	- -	0.864	
EVALUATE	0.097	- -	0.044	0.945

THETA-DELTA-EPS

	FREQUEN	DURATION	CHAR_ME	NEWS	INFORMA	ENTER
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
GPA	- -	- -	- -	0.020	- -	-0.056
REC	- -	- -	-0.067	- -	-0.108	- -
SEARCH	0.080	- -	-0.057	- -	-0.124	- -
CHAR_R	- -	- -	-0.054	- -	-0.060	- -
COMMENT	- -	- -	-0.149	- -	-0.160	- -
EDU	0.194	- -	0.006	- -	-0.065	- -
INCOME	0.217	- -	-0.023	- -	-0.066	-0.037
CONTRO	-0.029	-0.077	- -	0.027	- -	- -
SCREEN	- -	-0.079	- -	0.089	0.024	0.001
EXPLAN	- -	- -	-0.047	- -	-0.101	- -
USEFUL	- -	- -	0.104	0.123	0.086	-0.055

THETA-DELTA-EPS

	INSTIT	PRODUCT	ANALYSIS	EVALUATE
	-----	-----	-----	-----
GPA	- -	- -	0.122	- -
REC	-0.089	- -	- -	- -
SEARCH	-0.032	- -	-0.026	- -
CHAR_R	0.032	- -	- -	-0.074
COMMENT	- -	- -	- -	- -
EDU	- -	- -	- -	- -
INCOME	- -	- -	- -	- -
CONTRO	- -	- -	- -	0.031
SCREEN	- -	- -	- -	- -
EXPLAN	-0.056	- -	- -	- -
USEFUL	- -	- -	- -	0.054

THETA-DELTA

	GPA	REC	SEARCH	CHAR_R	COMMENT	EDU
	-----	-----	-----	-----	-----	-----

GPA	1.043					
REC	0.067	0.658				
SEARCH	- -	- -	0.327			
CHAR_R	- -	- -	- -	0.863		
COMMENT	- -	- -	-0.128	-0.038	0.416	
EDU	0.006	- -	- -	- -	-0.044	-0.386
INCOME	- -	- -	- -	- -	-0.044	- -
CONTRO	- -	-0.025	- -	0.073	- -	- -
SCREEN	0.028	- -	- -	- -	- -	- -
EXPLAN	0.019	-0.165	-0.135	- -	-0.080	- -
USEFUL	- -	-0.045	0.043	0.046	- -	- -

THETA-DELTA

	INCOME	CONTRO	SCREEN	EXPLAN	USEFUL
	-----	-----	-----	-----	-----
INCOME	0.886				
CONTRO	0.020	0.917			
SCREEN	- -	0.523	0.916		
EXPLAN	- -	0.288	0.422	0.662	
USEFUL	0.066	0.303	0.370	0.360	0.782

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
ME_EXPO	-0.673	1.807	0.130	-0.877
ME_LIT	0.052	0.913	0.422	-0.941

Media Literacy MODEL

Total and Indirect Effects

Total Effects of KSI on ETA

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
ME_EXPO	-0.869 (2.245) -0.387	1.424 (1.854) 0.768	0.500	-0.980 (3.061) -0.320
ME_LIT	0.053 (0.184) 0.291	0.576 (0.386) 1.494	1.297 (0.334) 3.887	-0.842 (0.591) -1.425

Indirect Effects of KSI on ETA

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
ME_EXPO	- -	- -	- -	- -
ME_LIT	-0.047 (0.184) -0.253	0.076 (0.386) 0.198	0.027 (0.119) 0.224	-0.053 (0.337) -0.156

Total Effects of ETA on ETA

	ME_EXPO	ME_LIT
	-----	-----
ME_EXPO	- -	- -
ME_LIT	0.054 (0.239) 0.224	- -

Largest Eigenvalue of B\*B' (Stability Index) is 0.003

Total Effects of ETA on Y

	ME_EXPO	ME_LIT
	-----	-----



FREQUEN	0.177 (0.053) 3.314	- -
DURATION	0.098 (0.045) 2.157	- -
CHAR_ME	0.700	- -
NEWS	0.338 (0.076) 4.470	- -
INFORMA	0.553 (0.120) 4.599	- -
ENTER	0.140 (0.050) 2.823	- -
INSTIT	0.013 (0.059) 0.225	0.249 (0.077) 3.239
PRODUCT	0.027 (0.119) 0.224	0.500
ANALYSIS	0.019 (0.085) 0.225	0.356 (0.091) 3.930
EVALUATE	0.012 (0.054) 0.224	0.226 (0.075) 3.035

Indirect Effects of ETA on Y

	ME_EXPO -----	ME_LIT -----
FREQUEN	- -	- -
DURATION	- -	- -
CHAR_ME	- -	- -
NEWS	- -	- -
INFORMA	- -	- -
ENTER	- -	- -
INSTIT	0.013 (0.059) 0.225	- -
PRODUCT	0.027 (0.119) 0.224	- -
ANALYSIS	0.019 (0.085) 0.225	- -
EVALUATE	0.012 (0.054) 0.224	- -

Total Effects of KSI on Y

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
FREQUEN	-0.154 (0.386) -0.398	0.252 (0.347) 0.725	0.088 (0.027) 3.314	-0.173 (0.555) -0.312
DURATION	-0.085 (0.213) -0.399	0.139 (0.202) 0.690	0.049 (0.023) 2.157	-0.096 (0.312) -0.308
CHAR_ME	-0.608 (1.572) -0.387	0.996 (1.298) 0.768	0.350	-0.686 (2.143) -0.320
NEWS	-0.293 (0.733) -0.400	0.481 (0.660) 0.728	0.169 (0.038) 4.470	-0.331 (1.059) -0.312
INFORMA	-0.480 (1.248) -0.385	0.787 (1.034) 0.762	0.277 (0.060) 4.599	-0.542 (1.695) -0.320
ENTER	-0.122 (0.306) -0.398	0.199 (0.279) 0.714	0.070 (0.025) 2.823	-0.137 (0.441) -0.311
INSTIT	0.013 (0.046) 0.288	0.143 (0.104) 1.375	0.322 (0.111) 2.903	-0.209 (0.159) -1.320
PRODUCT	0.027 (0.092) 0.291	0.288 (0.193) 1.494	0.649 (0.167) 3.887	-0.421 (0.295) -1.425
ANALYSIS	0.019 (0.066) 0.289	0.205 (0.145) 1.419	0.462 (0.138) 3.358	-0.300 (0.221) -1.359
EVALUATE	0.012 (0.042) 0.289	0.130 (0.096) 1.352	0.293 (0.109) 2.701	-0.190 (0.147) -1.300

#### Media Literacy MODEL

#### Standardized Total and Indirect Effects

##### Standardized Total Effects of KSI on ETA

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
ME_EXPO	-0.673	1.807	0.130	-0.877
ME_LIT	0.052	0.913	0.422	-0.941

##### Standardized Indirect Effects of KSI on ETA

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
ME_EXPO	-	-	-	-
ME_LIT	-0.045	0.121	0.009	-0.059

##### Standardized Total Effects of ETA on ETA

	ME_EXPO	ME_LIT
ME_EXPO	-	-
ME_LIT	0.067	-

##### Standardized Total Effects of ETA on Y

	ME_EXPO	ME_LIT
FREQUEN	0.228	-
DURATION	0.126	-

CHAR_ME	0.904	- -
NEWS	0.436	- -
INFORMA	0.714	- -
ENTER	0.181	- -
INSTIT	0.017	0.257
PRODUCT	0.035	0.517
ANALYSIS	0.025	0.368
EVALUATE	0.016	0.234

Completely Standardized Total Effects of ETA on Y

	ME_EXPO	ME_LIT
	-----	-----
FREQUEN	0.229	- -
DURATION	0.127	- -
CHAR_ME	0.906	- -
NEWS	0.436	- -
INFORMA	0.715	- -
ENTER	0.181	- -
INSTIT	0.017	0.257
PRODUCT	0.035	0.517
ANALYSIS	0.025	0.368
EVALUATE	0.016	0.234

Standardized Indirect Effects of ETA on Y

	ME_EXPO	ME_LIT
	-----	-----
FREQUEN	- -	- -
DURATION	- -	- -
CHAR_ME	- -	- -
NEWS	- -	- -
INFORMA	- -	- -
ENTER	- -	- -
INSTIT	0.017	- -
PRODUCT	0.035	- -
ANALYSIS	0.025	- -
EVALUATE	0.016	- -

Completely Standardized Indirect Effects of ETA on Y

	ME_EXPO	ME_LIT
	-----	-----
FREQUEN	- -	- -
DURATION	- -	- -
CHAR_ME	- -	- -
NEWS	- -	- -
INFORMA	- -	- -
ENTER	- -	- -
INSTIT	0.017	- -
PRODUCT	0.035	- -
ANALYSIS	0.025	- -
EVALUATE	0.016	- -

Standardized Total Effects of KSI on Y

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
FREQUEN	-0.154	0.413	0.030	-0.200
DURATION	-0.085	0.228	0.016	-0.111
CHAR_ME	-0.608	1.633	0.118	-0.793
NEWS	-0.293	0.788	0.057	-0.382
INFORMA	-0.480	1.291	0.093	-0.626
ENTER	-0.122	0.327	0.024	-0.159
INSTIT	0.013	0.235	0.108	-0.242
PRODUCT	0.027	0.472	0.218	-0.487
ANALYSIS	0.019	0.336	0.155	-0.346
EVALUATE	0.012	0.214	0.099	-0.220

Completely Standardized Total Effects of KSI on Y

	ACHIEVE	READING	SES	PARTIC
	-----	-----	-----	-----
FREQUEN	-0.154	0.413	0.030	-0.200

DURATION	-0.085	0.229	0.016	-0.111
CHAR_ME	-0.609	1.636	0.118	-0.794
NEWS	-0.293	0.788	0.057	-0.382
INFORMA	-0.481	1.293	0.093	-0.627
ENTER	-0.122	0.327	0.024	-0.159
INSTIT	0.013	0.235	0.109	-0.242
PRODUCT	0.027	0.472	0.218	-0.486
ANALYSIS	0.019	0.336	0.155	-0.347
EVALUATE	0.012	0.214	0.099	-0.220

Time used: 0.297 Seconds



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด เกิดเมื่อวันอังคาร ที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2526 ที่ อำเภอป่าจ้อย จังหวัดน่าน สำเร็จการศึกษาวิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา) สำนักวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2548 เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรครุ ศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิจัยการศึกษา ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2549



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย