

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก จะเห็นได้ว่าอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความคิด ความเชื่อ ทักษะ ทักษะการคิด การตัดสินใจ มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมรวมถึงวัฒนธรรม โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีและเยาวชนทั่วไปซึ่งยังขาดวุฒิภาวะ ขาดความสามารถในการคิดวิเคราะห์เนื้อหาที่มากับสื่ออย่างเหมาะสม ยังขาดทักษะในการอ่านและเขียนสื่อ อันหมายถึงการวิเคราะห์และผลิตสื่อด้วยวิจารณญาณของตนเอง ดังนั้นหากไม่สามารถทำความเข้าใจสื่อและวิเคราะห์สื่อได้อย่างเหมาะสมแล้วย่อมมีโอกาสที่จะตกเป็นเหยื่อของการปลูกฝังความคิดความเชื่อในทางใดทางหนึ่งตามที่สื่อนำเสนอ (วรชัย คุรุจิต และ ฉัตรวิ คงดี 2554; มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย 2555) นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงโฉมหน้าการศึกษาของระดับมหาวิทยาลัยในศตวรรษที่ 21 จะเห็นได้จากการที่นักศึกษาที่มีความพึงพอใจที่จะเปิดรับอินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในการนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และตอบสนองความต้องการสารสนเทศของตนเองจากอินเทอร์เน็ต

ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดสำคัญว่าเยาวชนที่เป็นนักศึกษาในยุคนี้ นอกจากจะต้องมีทักษะในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังต้องมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy) อีกด้วย (Jones 2002; Hobbs 2003; European Commission 2007; Center for Media Literacy 2008) เพราะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศมุ่งเน้นการสร้างความรู้ เสริมทักษะความสามารถและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และเป็นไปตามปฏิญญาว่าด้วยการจัดการศึกษาของ UNESCO (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย 2554) ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีศักยภาพสำคัญ คือ มีความรู้พื้นฐานในยุคดิจิทัล (Digital Age Literacy) เช่น มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การสืบค้นหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่ถูกต้องเหมาะสมและมีคุณธรรม จึงส่งผลให้การสอนเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตสำหรับเยาวชนที่เป็นนักศึกษา กลายเป็นบทบาทสำคัญอีกประการหนึ่งของสถาบันอุดมศึกษา (จันทร์ฉาย วีระชาติ 2553)

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับกลุ่มนักวิชาการและนักวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ ออสเตรเลีย เช่น แคร์รี่ บาซาลเกต, แบร์รี่ ดันแคน, คริส วอร์สนอป และมารีน โคเฮน (Bazalgette 2010; Duncan 2010; Worsnop 2011; Cohen 2011) ที่มีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า ควรให้ความสำคัญกับการจัดให้มีการเรียนการสอนเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในสถาบันการศึกษาเป็นอย่างมาก โดยหนึ่งในสิ่งที่เป็นความท้าทายมากที่สุด คือ การสร้างกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างความรู้และเสริมทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อ

และสารสนเทศ โดยเฉพาะประเด็นด้านการคิดวิเคราะห์ควรให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระบบ ทั้งนี้เพราะสถาบันการศึกษาถือเป็นช่องทางสำคัญในการให้ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันต่อสถานการณ์ของปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสารสนเทศในต่างประเทศ (Walker and Moen 2001) ที่พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรียังขาดความชำนาญในการใช้สารสนเทศ ไม่สามารถระบุแหล่งสารสนเทศ ประเมินแหล่งสารสนเทศและเนื้อหาสารสนเทศได้ นักศึกษาประสบปัญหาในการทำรายงานหรือกระบวนการค้นคว้าวิจัย การกำหนดประเด็นปัญหา การใช้กลยุทธ์ในการค้นหา การกำหนดคำค้น เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษามีการรู้เท่าทันสารสนเทศค่อนข้างจำกัด เพราะประเด็นสำคัญ คือ นักศึกษาขาดการใฝ่รู้ตลอดจนค่านิยมในการเรียนเพียงฉาบฉวย เรียนเพื่อให้สอบผ่านและให้ได้ปริญญาบัตรเท่านั้น เมื่อเรียนไปแล้วไม่ได้นำสิ่งที่เรียนไปใช้ประโยชน์ แม้ว่านักศึกษาจะเรียนในระดับชั้นปีหรือระดับชั้นการศึกษาที่สูงขึ้นก็ตาม ในขณะที่ผลการวิจัยของ บราวน์ และคลัมโฮลส์ (Brown and Krumholz 1999) คาราเวลโล และคณะ (Caravello, Patti S., et al. 2001) และ วิทไมร์ (Whitmire 2001) ที่พบว่า นักศึกษาที่เรียนในชั้นปีที่สูงขึ้น มีการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสารสนเทศของตนเองให้สูงขึ้นตามไปด้วย เพราะนักศึกษามีประสบการณ์ในการศึกษาค้นคว้ามากกว่า มีการพัฒนากระบวนการสืบค้น มีความสามารถในการตั้งคำถามในประเด็นที่ศึกษาได้ลุ่มลึก และเจาะประเด็นได้ดีกว่านักศึกษาชั้นปีที่ต่ำกว่า นักศึกษามีความพร้อมในการสืบค้นมากขึ้นเมื่อเรียนในระดับชั้นปีที่สูงขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประสบการณ์ในการเรียน การค้นคว้าหาความรู้ เป็นสิ่งที่ช่วยให้นักศึกษามีการรู้เท่าทันสารสนเทศเพิ่มสูงขึ้นด้วย

ปัญหาอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลกระทบต่อเยาวชนในต่างประเทศ จากงานศึกษาต่างๆ อาทิ จากรายงานสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตของเยาวชนในประเทศสหรัฐอเมริกา สํารวจโดยเนลสัน (The Nielsen Company) ในปี พ.ศ. 2552 พบว่า เยาวชนหรือวัยรุ่นอเมริกันใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือถึงร้อยละ 37 เว็บไซต์สามอันดับแรกที่นิยมเข้าใช้ อันดับหนึ่ง คือ กูเกิล (Google) ร้อยละ 76 อันดับสอง คือ ยะฮู (Yahoo) ร้อยละ 62 อันดับสาม คือ ยูทูบ (Youtube) ร้อยละ 57 โดยรายงานระบุว่าวัยรุ่นชาวอเมริกันจำนวน 12 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 66 ชมวิดีโอทางอินเทอร์เน็ตซึ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10 ต่อปี ส่วนกิจกรรมด้านความบันเทิงที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น เช่น การแชท (chat) หาเพื่อนทางอินเทอร์เน็ต การแชทเป็นกิจกรรมที่ทำในเครือข่ายสังคมมากที่สุด เพราะแชท คือการติดต่อสื่อสารโดยการสนทนา เป็นการสร้างเครือข่ายสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ให้สามารถติดต่อสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์กันได้แม้อยู่ห่างไกลกัน โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมของเยาวชนที่เป็นนักศึกษา เพราะเป็นวัยที่ต้องการเพื่อนและอยากจะมีกลุ่มเพื่อนที่มีความสนใจแบบเดียวกัน เพื่อสร้างสังคมของตนขึ้นมา แต่หากใช้อินเทอร์เน็ตด้านความบันเทิงมากเกินไปอาจทำให้เกิดโรค “ติดอินเทอร์เน็ต” หรือที่เรียกว่า “ติดเน็ต” (Internet Addiction) ซึ่งพฤติกรรมนี้จะส่งผลกระทบต่อเยาวชนที่เป็นนักศึกษาหลายประการ เช่น สิ้นเปลืองเวลา สิ้นเปลืองทรัพย์สิน เสียการเรียน เสียสุขภาพ ขาดการปฏิสัมพันธ์ เป็นต้น (ศรีศักดิ์ จามรมาน 2552) มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเสพติดเฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่าการเสพติดอินเทอร์เน็ตประเภทอื่นๆ นักจิตวิทยาหลายคนของสหรัฐอเมริกากล่าวไว้ว่า การเล่นเกมเฟซบุ๊กทำให้เกิดความรู้สึกอึดอัด มีความสุข เหมือนกับเวลาพบเพื่อนสนิทในชีวิตจริง

โดยผู้ที่เสพติดเฟซบุ๊กส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอาการของโรคสมาธิสั้น มีพฤติกรรมหวาดกลัวไม่ชอบเข้าสังคมและมีอาการซึมเศร้า โดยบริษัท The Oxygen Media and Light speed Research ได้สำรวจพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้หญิงอายุ 18-34 ปี ในประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 1,605 คน ระหว่างเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2553 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ชีวิตประจำวันผูกพันกับเฟซบุ๊กอย่างมาก โดย 1 ใน 3 ของผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า สิ่งแรกที่ทำหลังจากตื่นนอน คือการเปิดคอมพิวเตอร์เพื่อดูความเคลื่อนไหวในเฟซบุ๊กก่อน จึงค่อยแต่งฟัน ทำธุระส่วนตัวในห้องน้ำ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 39 ยอมรับว่าตนเองเสพติดการเล่นเฟซบุ๊กแล้ว

รายงานวิจัยของมหาวิทยาลัยแมรี่แลนด์ ประเทศสหรัฐอเมริกา (อ้างถึงใน อรรถวณิช วงศ์แก้ว โพธิ์ทอง 2553) ซึ่งทดสอบนักศึกษาจำนวน 200 คนที่เสพติดโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต โดยให้หยุดใช้โทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต 24 ชั่วโมง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาการกระวนกระวายใจจนทำให้ไม่มีสมาธิในการเรียนหรือทำงานต่างๆ เพราะต้องการที่จะใช้อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือในการส่งข้อความ อ่านอีเมล สนทนาออนไลน์ และเข้าสู่เครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก รวมทั้งให้กลุ่มตัวอย่างเขียนความในใจเกี่ยวกับการไม่ได้เข้าสู่โลกออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากได้เปรียบเทียบการไม่ได้ออนไลน์ว่าเหมือนกับการไปเที่ยวตามลำพังโดยไม่มีแฟนหรือครอบครัวไปเที่ยวด้วย อีกทั้งเคยมีการสำรวจในสหรัฐอเมริกาสรุปข้อมูลสำคัญได้ว่า วัยรุ่นอเมริกันกว่าครึ่งหนึ่งรู้สึกว้า “ถ้าไม่มีอินเทอร์เน็ตชีวิตก็ไร้ความหมายควรตายเสียดีกว่า” (ศรีศักดิ์ จามรมาน 2552)

สื่อต่างประเทศ (2557) รายงานข่าวเมื่อวันอังคารที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 โดยสรุปว่าเจ้าหน้าที่การศึกษาในเมืองคาซูกะ ประเทศญี่ปุ่น ได้ออกกฎหมายให้นักเรียนวัยรุ่นเล่นสมาร์ตโฟน (Smartphone) และต้องนำส่งสมาร์ตโฟนฝากไว้ที่ผู้ปกครองตั้งแต่เวลาระหว่าง 22.00 - 06.00 น. โดยให้เหตุผลภายหลังการหารือกับผู้ปกครองแล้วว่าเพื่อป้องกันการใช้อินเทอร์เน็ตมากเกินไป ตามมาตรการป้องกันความปลอดภัยด้านอินเทอร์เน็ตของรัฐบาลญี่ปุ่นที่มีความกังวลเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตมากจนอาจส่งผลเสียต่อตัวนักเรียนวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 13 - 15 ปี นอกจากนั้นการใช้งานอินเทอร์เน็ตดังกล่าว ยังถือเป็นความเสี่ยงที่จะทำให้ข้อมูลส่วนตัวรั่วไหลจากการเข้าใช้เว็บไซต์ต่างๆ ด้วย ทางด้าน เอเดรียนหวัง (Adrian Wang 2014) จิตแพทย์โรงพยาบาลกลีนีเกิลส์ (Gleneagles Medical Centre) ประเทศสิงคโปร์ ระบุว่าอาการเสพติดอินเทอร์เน็ตหรือ “ติดเน็ต” นั้น เป็นความผิดปกติทางจิตชนิดหนึ่ง โดยเคยทำการทดลองด้วยการรักษานักเรียนชายวัย 18 ปี ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตขั้นรุนแรง และสรุปปัญหาได้ว่าสาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากปัญหาทางจิตของความเคยชิน ความต้องการใช้ทุกวัน เกือบทุกเวลาของตัวนักเรียนคนนั้น ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศสิงคโปร์คล้ายกับในอีกหลายประเทศที่ได้ดำเนินการจัดตั้งศูนย์เพื่อรักษาอาการ “ติดเน็ต” ของเยาวชนขึ้นมา โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ จีน ไต้หวัน โดยประเทศเกาหลีใต้ เปิดเผยผลสำรวจของรัฐบาล ในปี พ.ศ. 2556 พบว่า มีวัยรุ่นเกือบร้อยละ 20 ที่ติดสมาร์ตโฟน ขณะที่สถานีโทรทัศน์ ซีซีทีวี (CCTV) ประเทศจีน เปิดเผยผลสำรวจเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 พบว่า มีคนหนุ่มสาวกว่า 24 ล้านคนที่มีอาการเข้าข่าย “ติดเน็ต” จึงนับได้ว่าปัญหาจากการไม่รู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ได้แพร่กระจายและสร้างผลกระทบที่รุนแรงในหลากหลายประเทศทั่วโลก

ประเทศไทยมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ตหลายครั้ง (อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์ 2543; สุภาณี แก้วมณี 2547; จินดารัตน์ บวรบริหาร 2548; วาสิ ชันธุวาร 2551; วรัชญ์ ครุจิต และ

ฉัตรฉวี คงดี 2554) พบข้อมูลว่า สถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในประเทศไทยนั้นยังให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการจัดการกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้และเสริมทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นในปัจจุบัน รวมทั้งเมื่อเทียบกับสถานการณ์ในต่างประเทศ และจากข้อมูลงานวิจัยของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) รวมทั้ง กฤษณา พิมพ์แสงสุริยา และคณะ (2552) พบข้อมูลว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรียังมีความรู้เท่าทันสื่อไม่เพียงพอหรือยังคงถูกครอบงำทางความคิดโดยสื่อ ยังมีความรู้และทักษะไม่เพียงพอต่อการแยกแยะและปฏิเสธไม่รับสื่อที่ไม่เหมาะสม เช่น ถูกชักชวนให้เล่นการพนัน ถูกล่อลวงและหลงเชื่อจนโดนกระทำการทำซ้ำเร้า เกิดพฤติกรรมเลียนแบบสิ่งที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ตอย่างขาดสติ ด้วยการเน้นวัตถุนิยมการบริโภคสินค้าอย่างฟุ่มเฟือย การมีพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงเพื่อเอาชนะผู้อื่น ห่างเหินกับสังคมรอบตัว รวมทั้งการเข้าใช้เครือข่ายสังคมบนอินเทอร์เน็ตที่มากเกินไปจนส่งผลทำลายสมองเหมือนกับผู้ที่ติดแอลกอฮอล์และผู้ที่เล่นการพนัน เป็นต้น (พิริยา คงเครือ 2545; วิริยทศ สวัสดิ์กิจไพโรจน์ 2545; วิศรุต ต้นติพวงศอนันต์ 2546; นกนรินทร์ ศิริไทย 2547; สุวรรณิ คำมัน 2551; ประพิมพ์พรรณ สุวรรณภูมิ 2552; สะอาด โปโลโสภณ 2552; พิระชญา วีระสุขโข 2555; ศรีดา ต้นทะอติพานิช 2555) จากผลการศึกษาของนักวิจัยและนักวิชาการจะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกัน โดยเฉพาะผลกระทบด้านลบจากอินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเยาวชนทั้งในด้านสภาพร่างกายและสภาพจิตใจ ซึ่งสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจากการมีความรู้และทักษะไม่เพียงพอต่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต

การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้และปรากฏผลการวิจัยซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น เพชรธิดา บุญหนุนและธิดาพร โตสติ (2547), จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548), สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ (2549), ภัทรศิณี แสนสำแดง (2550), เมสิริน ขวัญใจ (2551), วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด (2551), สุขุมลย์ คีตรอบ (2552) โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มครูอาจารย์ ผู้ปกครอง นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไปและนักธุรกิจเคลื่อนไหวทางสังคม รวมทั้งการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น ลักษณะประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ประสบการณ์ด้านสื่อ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การมีส่วนร่วมร่วมของผู้ปกครอง บทบาทในครอบครัว บทบาททางสังคม การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ พบข้อมูลว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวัน ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว ในโรงเรียน กลุ่มเพื่อน การใช้เวลาร่วม รวมทั้งงานวิจัยของ อุดลย์ เพียรรุ่งโรจน์ (2543) สุภาณี แก้วมณี (2547) วาสิ ชันธุวาร (2551) วรัชญ์ ครุจิต และ ฉัตรฉวี คงดี (2554) ที่พบข้อมูลสอดคล้องในประเด็นสำคัญคือ ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรและพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ เกรดเฉลี่ย รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง แผนกที่เรียน ระยะเวลาและประสบการณ์ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต มีข้อเสนอแนะว่า ควรจัดให้มีการเรียนการสอนเพื่อสร้างความรู้และการฝึกทักษะเกี่ยวกับสื่อ เปิดโอกาสให้นักศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสื่อ รู้จักวิพากษ์วิจารณ์สื่อ และให้มีการฝึกฝนด้านกระบวนการผลิตสื่อและใช้สื่ออยู่เสมอ โดยระดับอุดมศึกษาควรมีเนื้อหาที่สอนเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์สาร หลักการประเมินสื่อ หลักการพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมสื่อบรรจุในวิชาพื้นฐานให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของทุกคณะได้เรียนเหมือนกัน

ด้านพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในบริบทของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จากผลการศึกษาที่สอดคล้องกันของสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ พ.ศ.2550 ที่สำรวจเกี่ยวกับความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อายุ 15-24 ปี ในเขตกรุงเทพฯ และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์ (NECTEC) พ.ศ. 2550 ที่ได้ร่วมมือกับเว็บไซต์ยอดนิยมกว่า 30 แห่ง สำรวจพฤติกรรมกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทยแบบออนไลน์ งานทั้ง 2 ชิ้นพบข้อมูลสอดคล้องกันว่า จุดประสงค์ของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นพฤติกรรมเชิงบวก คือ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านประโยชน์และความพึงพอใจ โดยใช้เพื่อค้นหาข้อมูล ใช้เพื่อค้นหาความรู้ รองลงมาคือ ใช้เพื่อรับส่งข้อมูลต่างๆ จากอีเมล (E-mail) ตามด้วยกิจกรรมอื่นๆ เรียงลำดับ คือ เพื่อเล่นเกมออนไลน์ เพื่อพูดคุยผ่านทางโปรแกรม (เช่น MSN, Yahoo, ICQ) เพื่อการดาวน์โหลดเพลง-ภาพยนตร์ และเพื่อการติดตามข่าวบันเทิง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่าเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่นิยมกิจกรรมออนไลน์ ได้แก่ การสนทนาผ่านเครือข่าย การเล่นเกม การอ่านและเขียนบล็อก (Blog) และเว็บบอร์ด (Web board) หรือกระดานสนทนาแสดงความคิดเห็นมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ในส่วนพฤติกรรมเชิงลบ คือ การเล่นเกมออนไลน์ซึ่งส่วนมากที่พบเห็นเป็นการเล่นเกมที่ใช้ความรุนแรงประเภทสงครามฆ่ากัน ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่นักจิตวิทยาระบุว่า เป็นที่มาของนิสัยนิยมความรุนแรง ด้านความคิดเห็นต่ออันตรายที่มีต่อสังคมไทยของเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง ส่วนใหญ่ระบุว่าส่งผลทำให้ผู้เล่นมีแนวโน้มจะบ่มเพาะพฤติกรรมเชิงลบมากขึ้น คือ หมกมุ่นในสิ่งที่ไม่ดีและอาจส่งผลต่อเนื่องทำให้เกิดปัญหาสังคมตามมา เช่น การก่อความวุ่นวาย การทะเลาะวิวาท การก่ออาชญากรรม เป็นต้น

ข้อมูลดังกล่าวสามารถพิจารณาได้ว่าพฤติกรรมทั้งเชิงบวกและเชิงลบในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่จะอยู่ในขอบเขตของกิจกรรมหลักๆ เหล่านี้ คือ ใช้เพื่อการสืบค้นผ่านเว็บไซต์ ใช้เพื่อการสนทนาผ่านเครือข่าย ใช้เพื่อการใช้กระดานสนทนาแสดงความคิดเห็น ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ใช้เพื่อเล่นเกมออนไลน์ ใช้เพื่อการพูดคุยผ่านทางโปรแกรม (เช่น MSN, Yahoo, ICQ) ใช้เพื่อการดาวน์โหลดเพลง-ภาพยนตร์ และใช้เพื่อการติดตามข่าวบันเทิง ใช้เพื่อการรับส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเด็นสำคัญ คือ ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และขาดทักษะที่เพียงพอต่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ จากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะระดับของการคิดวิเคราะห์ ความเข้าใจ การพิจารณา การประเมิน คุณค่าของสารสนเทศ จึงเห็นได้ถึงความสำคัญของการศึกษาในเรื่องนี้ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นอย่างมาก

จากสถานการณ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้สามารถสรุปปัญหาสื่ออินเทอร์เน็ตที่ส่งผลกระทบต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ยังถือเป็นเยาวชนได้เป็นหลายช่วงเวลา อาทิ จากข้อมูลการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2547 โดยศูนย์อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์หรือนเนคเทค ซึ่งพบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยกว่า 7,000,000 คน มีอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ 15.8 เปอร์เซ็นต์ และอายุอยู่ระหว่าง 20 - 29 ปี มีจำนวน 52.3 เปอร์เซ็นต์ เห็นได้ชัดเจนว่ากลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มผู้ที่มียาอายุอยู่ในช่วงเยาวชน มีการแบ่งเวลาจากกิจกรรมอื่นมาเล่นสื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของเยาวชนรุ่นใหม่และมีบทบาทใหญ่หลวงต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทั้งในด้านบวกและด้านลบมากมาย โดยปัญหานี้ยังต้องการการศึกษา

เรียนรู้และทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง (ยีน ภู่วรรณ 2548) ส่วนการสำรวจของสำนักสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2553 พบว่า เด็กและเยาวชนที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสูงคือ ช่วงอายุ 15-25 ปี ในจำนวนนี้มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสูง 3-4 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 40 มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่า 6 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 25 และเล่นเกมออนไลน์เฉลี่ย 4.5 ชั่วโมงต่อวัน ส่งผลให้ธุรกิจร้านเกมออนไลน์เติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 19 ต่อปี มูลค่าตลาด 3,700 ล้านบาท เพิ่มขึ้นในระยะ 5 ปี ถึง 2,160 ล้านบาท ขณะที่การรายงานของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) TOT Public Company Limited ปี พ.ศ. 2553 มีทะเบียนผู้เล่นเกมผ่านระบบออนไลน์เพิ่มจาก 1,651,211 เลขหมาย เป็น 4,502,516 เลขหมาย เพราะมีระบบสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เร็วและครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น เช่น Wi-fi/3G และร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกมออนไลน์ประสบความสำเร็จ โดยมีข้อคิดเห็นว่า “เด็กที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือไอทีในรูปแบบต่างๆ นานหลายชั่วโมงต่อวัน มีผลต่อร่างกาย จิตใจ และพัฒนาการ อย่างในสหรัฐอเมริกา ผลสำรวจของสมาคมกุมารแพทย์ พบว่า เด็กที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 7 ชั่วโมงต่อวัน ทำให้เกิดปัญหาในการเรียน สมาธิสั้น การกิน การนอน และโรคอ้วน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เด็กอเมริกันนิยมมากคือ อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ โดยเนื้อหาในสื่อบ่งบอก ความรุนแรง การร่วมเพศ และการใช้ยาเสพติด เช่น เหล้า บุหรี่ ก่อปัญหาทางพฤติกรรมทั้งในระยะสั้นและยาวได้” ด้านสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สทอ. ได้จัดทำให้มีการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2556 (Thailand Internet User Profile 2013) ขึ้นมา เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะของผู้ใช้และพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของคนไทยไว้เป็นฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ การสำรวจครั้งนี้เป็นการสำรวจผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต โดยผู้ตอบจะเข้ามาตอบด้วยความสมัครใจ (Self-Selection) มีจำนวนผู้ให้ความร่วมมือกับการสำรวจครั้งนี้ 23,907 คน พร้อมทำการศึกษางานสำรวจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานที่เคยจัดทำไว้ เช่น ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) และสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.) เพื่อให้ผลการสำรวจครั้งนี้มีความถูกต้องแม่นยำตามหลักวิชาการ (สุรางคณา วายุภาพ 2556) พบข้อมูลจากการสำรวจว่า พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ภายในระยะเวลา 12 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต มีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 76.3 ส่วนหนึ่งเป็นผลพวงมาจากการพัฒนาอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและการให้บริการสัญญาณเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย (WiFi) ที่ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้สะดวกยิ่งขึ้น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตไม่จำเป็นต้องอยู่เพียงในสถานที่ใดที่หนึ่งอีกต่อไป และในการสำรวจครั้งนี้มีถึงร้อยละ 9.0 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีชั่วโมงการใช้งานต่อสัปดาห์สูงถึง 105 ชั่วโมง กิจกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่กำลังเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น ได้แก่ การใช้งานโซเชียลมีเดีย ในขณะที่กิจกรรมหลักยังคงเป็นการรับส่งอีเมล และการค้นหาข้อมูลเช่นเดิม แต่เป็นที่น่ากังวลว่าในกลุ่มเด็กและเยาวชนยังคงนิยมใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมออนไลน์และดาวน์โหลดเพลง ละคร เกม จากผลการสำรวจพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการผ่านโซเชียลมีเดีย พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจ ร้อยละ 93.8 เคยใช้บริการต่างๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย ปัจจุบันมีสินค้าและบริการมากมายที่ซื้อขายผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น แฟชั่นเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องสำอาง แพคเกจท่องเที่ยว อาหาร เกม อุปกรณ์ไอที คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ เพลง ภาพยนตร์ ละคร และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) เป็นต้น เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้หญิง

กับผู้ชาย พบว่าผู้ชายนิยมซื้ออุปกรณ์ไอที คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือสูงกว่าผู้หญิง โดยผู้ชายเคยซื้อสินค้าดังกล่าว ร้อยละ 56.5 และผู้หญิงเคยซื้อ ร้อยละ 18.4 ในขณะที่ผู้หญิงนิยมซื้อสินค้าเกี่ยวกับความสวยงามและการแต่งกายมากกว่าผู้ชาย สำหรับผู้หญิงเคยซื้อแฟชั่นเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋าสูงถึงร้อยละ 72.2 และเคยซื้อเครื่องสำอาง ร้อยละ 43.7 ในขณะที่ผู้ชายซื้อเพียงร้อยละ 40.1 และร้อยละ 11.6 ตามลำดับ ผลการสำรวจนี้แสดงให้เห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเข้ามาอิทธิพลและบทบาทสำหรับการใช้ชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก

ประเด็นปัญหาและข้อมูลเชิงประจักษ์ ที่เห็นได้ถึงผลกระทบจากสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ผู้วิจัยได้นำมาพิจารณาแล้วค้นพบว่ายังมีช่องว่างทางความรู้ (Knowledge gap) และต้องการหาวิธีการแก้ไขปัญหานี้ (Problem Solving) ที่ต้องทำการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้นอีก ทั้งนี้เพราะความรู้เดิมที่ได้มาและมีอยู่อาจยังไม่เท่าทันต่อสถานการณ์ความเสียหายในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปมากแล้วเพราะปัจจุบันวิถีชีวิต เนื้อหาสาระในข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในสื่อชนิดต่างๆ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น มีความหลากหลายและหลอมรวมบูรณาการกันแล้ว อีกทั้งเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีในการเข้าถึงสื่อก็เปลี่ยนแปลงไปมาก ในพฤติกรรมด้านการเปิดรับสื่อ วัตถุประสงค์การใช้สื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในยุคนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปมากแล้วเช่นกัน

โดยปรากฏการณ์ทั้งหมดที่กล่าวมา ทำให้เป็นแรงบันดาลใจสำคัญที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ เพื่อให้ได้รูปแบบกระบวนการการสื่อสารเกี่ยวกับประเด็นนี้ต่อขยายผลจากความรู้เดิมที่มีอยู่ให้เท่าทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบันและถือเป็นความรู้ใหม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม คุ่มค่า มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ จากการศึกษารวบรวมวรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ 2548; สุชาติ จักรพิสุทธิ์ 2551; พรทิพย์ เย็นจะบก 2552; อุษา บิ๊กกันส์ 2554; นันทิพย์ วิภาวิน 2552; บุบผา เมฆศรีทองคำ และ ดนุลดา จามจุรี 2554; จิตราต์น์ สาระพล 2555; วิลาสินี พิพิธกุล 2556; American Library Association Presidential Committee on Information Literacy 1989; Eisenberg and Berkowitz 1990; Considine 1995; Potter 2005; Silverblatt, Baker, Tyner, Stuhlman 2007; Center for Media Literacy 2008; Moscow Déclaration 2012) มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา หลังจากนั้นจึงดำเนินการรวบรวม สกัด วิเคราะห์สรุปแนวคิดและหลักการสำคัญต่างๆ ของนักวิชาการ นักวิจัยออกมาเป็น “ตัวแปร” และ “ตัวชี้วัด” ที่เกี่ยวข้องกับ 3 องค์ประกอบหลักของความรู้และทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ดังมีรายละเอียดและที่มาต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 สรุปแนวคิดด้านความรู้และทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ
จากองค์ประกอบหลักต่างๆ ในบริบทสังคมไทย

มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์ (2548)	1. ความเกี่ยวข้อง 2. ความถูกต้อง 3. ความน่าเชื่อถือของผู้จัดทำ 4. ความทันสมัย
สุชาติ จักรพิสุทธิ์ (2551)	1. การตั้งคำถาม 2. การวิจารณ์ วิพากษ์ และการคิดวิเคราะห์ 3. การแสวงหาข้อมูล 4. การตอบสนอง / ปฏิกริยาย้อนกลับ
พรทิพย์ เย็นจะบก (2552)	1. การเปิดรับสื่อ 2. การวิเคราะห์สื่อ 3. การเข้าใจสื่อ 4. การประเมิน ค่าสื่อ 5. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์
น้ำทิพย์ วิภาวิน (2552)	1. การเข้าถึงสื่อ 2. การกำหนด และค้นหาสารสนเทศ 3. การอ่านสื่อ ออก เข้าใจความหมาย 4. การวิเคราะห์ วิวิจารณ์ ประเมินค่าสื่อ 5. การใช้สื่อตามความต้องการ
อุษา บิ๊กกินส์ (2554)	1. การเข้าถึง 2. การวิเคราะห์ 3. การประเมินค่าสื่อ 4. การ สร้างสรรค์
บุบผา เมฆศรีทองคำ และ ดนุลดา จามจุรี (2554)	1. การคิดวิจารณ์ญาณ 2. เลือกรวิเคราะห์ ประเมิน แยกแยะ 3. การ ตอบโต้ต่อสื่ออย่างมีเหตุผล น่าเชื่อถือ 4. การรู้ว่เนื้อหาของสื่อมีผลต่อ พฤติกรรม
ธิดารัตน์ สาระพล (2555)	1. ความทันสมัย 2. ความน่าเชื่อถือของผู้เขียน 3. ถูกต้องแม่นยำ 4. ความเป็นกลาง 5. ความเหมาะสมของสารสนเทศ 6. ผู้จัดพิมพ์
วิลาสินี พิพิธกุล (2556)	1. สื่อคือสิ่งที่คนสร้างขึ้น 2. สื่อเป็นผู้สร้างภาพความจริง 3. สื่อเป็นตัวเร่งการขยายตัวของทุนนิยม 4. ผู้รับสารสามารถเปลี่ยน ความหมายของสื่อ 5. สื่อมีนัยทางธุรกิจแอบแฝง 6. สื่อสอดแทรก ความคิดของผู้ผลิต 7. สื่อมีนัยทางสังคมและการเมืองด้วย 8. สื่อแต่ละประเภทมีรูปแบบของตนเอง

ตารางที่ 1.2 แสดงการ Grouping ตัวแปรเพื่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในบริบทสังคมไทย

ลำดับ	Variables (ตัวแปร)	Indicators (ตัวชี้วัด) ด้านความรู้และทักษะ
1.	Access (การเข้าถึง)	พิจารณาการเข้าถึง การเปิดรับ การกำหนดสื่อและสารสนเทศ
2.	Retrieve (การค้นคืน)	พิจารณาการค้นคืนหรือการกู้สารสนเทศกลับมาใช้ได้
3.	Understanding (ความเข้าใจ)	พิจารณาความเข้าใจคุณลักษณะ และคุณสมบัติของสื่อและสารสนเทศ
4.	Accuracy (ความถูกต้อง)	พิจารณาความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของสารสนเทศ
5.	Reputation (ความน่าเชื่อถือ)	พิจารณาความน่าเชื่อถือของผู้จัดทำหรือผู้ผลิต
6.	Critical (การวิเคราะห์)	พิจารณาการวิเคราะห์การสังเคราะห์สื่อและสารสนเทศ
7.	Evaluation (การประเมิน)	พิจารณาการประเมินคุณค่าและคุณภาพ
8.	Use (การใช้ประโยชน์)	พิจารณาการใช้ประโยชน์จากสื่อและสารสนเทศ
9.	Creative (การสร้างสรรค์)	พิจารณาการผลิตอย่างเหมาะสม น่าสนใจ
10.	Business (นัยทางธุรกิจ)	พิจารณาทุนนิยมโลกาภิวัตน์และนัยแอบแฝงทางธุรกิจ
11.	Reaction (การโต้ตอบ)	พิจารณาการโต้ตอบ การตอบสนองการสร้างผลสะท้อนปรับเปลี่ยนความหมายของสื่อและสารสนเทศ
12.	Feedback (ปฏิกิริยาย้อนกลับ)	พิจารณาการแสดงความคิดเห็นย้อนกลับต่อสื่ออย่างมีเหตุผล

โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาวิเคราะห์สกัดตัวแปร ด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้คือ

1. ดำเนินการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีคุณลักษณะเหมือนกัน
2. คัดแยกตัวแปรที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน
3. ดำเนินการแยกกลุ่ม
4. ดำเนินการนับจำนวน เพื่อการคัดเลือกเป็นตัวแปรหลักของการศึกษาครั้งนี้ใน

บริบทสังคมไทย

สรุปสุดท้ายผู้วิจัยสามารถเรียงลำดับตัวแปรที่มีจำนวนนับได้คะแนนมากลงมาหาน้อยตามลำดับ จากข้อมูลในตาราง

ตารางที่ 1.3 สรุปแนวคิดด้านความรู้และทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ
จากองค์ประกอบหลักต่างๆ ในบริบทต่างประเทศ

American Library Association Presidential Committee on Information Literacy (1989)	1.การจำแนกสารสนเทศที่ต้องการ 2. การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ 3. การพิจารณาประเมินผลและคุณค่าสารสนเทศ 4. การใช้ประโยชน์จากสารสนเทศที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ
Eisenberg and Berkowitz (1990)	1. การกำหนดภาระงาน 2. การกำหนดกลยุทธ์แสวงหาสารสนเทศ 3. การกำหนดแหล่งสารสนเทศและการเข้าถึงสารสนเทศ 4. การใช้สารสนเทศ 5. การสังเคราะห์สารสนเทศ 6. การประเมินผล
Considine, David M. (1995)	1. สุนทรียศาสตร์และความชื่นชม 2. กระบวนการผลิต 3. ความเป็นพลเมือง 4. การป้องกัน 5. การฝึกอาชีพ
Potter W. J. (2005)	1. การรับรู้และความเข้าใจ 2. อารมณ์ 3. สุนทรียศาสตร์ 4. ศิลธรรมหรือค่านิยม
Silverblatt, A., Baker, F., Tyner, K., Stuhlman, L. (2007)	1. การตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ 2. การเข้าใจในกระบวนการของสื่อสารมวลชน 3.การวิเคราะห์และอภิปรายเนื้อหาสื่อ 4. การเข้าใจในเนื้อหาสื่อในแต่ละวัฒนธรรม 5. การเปิดรับสื่อ 6. เข้าใจข้อบังคับทางจริยธรรมของผู้ผลิตสื่อ
Center for Media Literacy (2008)	1. ทักษะในการเข้าถึง 2. ทักษะการวิเคราะห์ 3. ทักษะการประเมินเนื้อหาสาร 4. ทักษะการสร้างสรรค์ 5. ทักษะการมีส่วนร่วม
Moscow Déclaration (2012)	1. การเข้าถึง การกำหนดสารสนเทศ และการค้นคืนสารสนเทศที่ต้องการจากแหล่งสารสนเทศได้ 2. การตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ การรับรู้และเข้าใจกระบวนการของสื่อ การวิเคราะห์ สังเคราะห์อภิปรายและการประเมินสารสนเทศ 3. การใช้ประโยชน์จากสารสนเทศการมีสุนทรียศาสตร์และค่านิยม รวมทั้งการมีส่วนร่วม

ตารางที่ 1.4 แสดงการ Grouping ตัวแปรเพื่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในบริบทต่างประเทศ

ลำดับ	Variables (ตัวแปร)	Indicators (ตัวชี้วัด) ด้านความรู้และทักษะ
1.	Access (การเข้าถึง)	พิจารณาการเข้าถึง การกำหนดสื่อและสารสนเทศที่ต้องการ
2.	Retrieval (การค้นคืน)	พิจารณาการค้นคืนเพื่อให้ได้สารสนเทศที่ต้องการกลับคืนมา อาจเป็นข้อมูลและเนื้อหาที่ต้องการโดยเฉพาะ
3.	Understanding (ความเข้าใจ)	พิจารณาความเข้าใจถึงคุณลักษณะและคุณสมบัติของสื่อและสารสนเทศที่ต้องการ
4.	Assessment (การพิจารณาประเมินผล)	พิจารณาการประเมินผลของสารสนเทศอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนำไปสู่การตัดสินใจในขั้นประมวลผล
5.	Evaluation (การประเมินค่า)	พิจารณาการประเมินคุณค่า คุณภาพของสื่อและสารสนเทศ เป็นการตัดสินใจคุณค่าและคุณภาพอย่างมีหลักเกณฑ์
6.	Use (การใช้ประโยชน์)	พิจารณาการนำข้อมูลจากสื่อและสารสนเทศไปใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
7.	Aesthetics (สุนทรียศาสตร์)	พิจารณาด้านสุนทรียะ ค่านิยมกระบวนการผลิตและการสร้างสรรค์ในสื่อและสารสนเทศ
8.	Participation (การมีส่วนร่วม)	พิจารณาการเข้าร่วม การให้ความร่วมมือ โดยมีฐานข้อมูลมาจากสื่อและสารสนเทศที่ได้รับทราบมา

โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาวิเคราะห์สกัดตัวแปร ด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้คือ

1. ดำเนินการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีคุณลักษณะเหมือนกัน
2. คัดแยกตัวแปรที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน
3. ดำเนินการแยกกลุ่ม
4. ดำเนินการนับจำนวน เพื่อการคัดเลือกเป็นตัวแปรหลักของการศึกษาครั้งนี้ใน

บริบทต่างประเทศ

สรุปสุดท้ายผู้วิจัยสามารถเรียงลำดับตัวแปรที่มีจำนวนนับได้คะแนนมากลงมาหาน้อยตามลำดับ จากข้อมูลในตาราง

ตารางที่ 1.5 แสดง 3 องค์ประกอบหลักของความรู้และทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตในการศึกษาครั้งนี้

3 องค์ประกอบหลักของความรู้และทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต		
Access / Retrieval	Understanding / Assessment / Evaluation	Use/Communicate
1) การกำหนดสารสนเทศ	1) การตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ	1) การใช้ประโยชน์จากสื่อ
2) การกำหนดแหล่งสารสนเทศ	2) การรับรู้และเข้าใจกระบวนการของสื่อ เข้าใจผู้ผลิตสื่อ การเข้าใจเนื้อหา	และสารสนเทศอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
3) การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ	3) การวิเคราะห์ การสังเคราะห์	2) การมีสุนทรียศาสตร์และค่านิยม
4) การกำหนดกลยุทธ์แสวงหาสารสนเทศ	การอธิบายและการประเมินคุณค่าเนื้อหาสารสนเทศ	3) การเข้าใจกระบวนการผลิตและการสร้างสรรค์
5) การจำแนกสารสนเทศ		4) การมีส่วนร่วม

การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy : MIL) อยู่ในฐานะที่จัดเป็นกลุ่มของความรู้และทักษะใน 3 องค์ประกอบหลัก จากตารางที่ 1.1 / 1.2 / 1.3 / 1.4 และ 1.5 เป็นการรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากหลักฐานต่างๆ (Evidences) ของงานศึกษาวิจัย บทความวิชาการ บทความวิจัย ทั้งในบริบทสังคมไทยและต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกสรรและเชื่อมโยงผลการศึกษากองคกรที่เกี่ยวข้องกับสื่อ นักวิชาการ นักวิจัย ซึ่งได้เคยทำการศึกษาดูแลและตัวชี้วัดเหล่านี้เอาไว้เป็นแนวทางที่สำคัญในการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์สัปดาห์วิจัยที่เป็นตัวแปรต่างๆ แล้วนำมาบูรณาการกัน ด้วยการตั้งชื่อเฉพาะและจัดกลุ่ม (Grouping) เพื่อคัดเลือกตัวแปรที่มีคุณลักษณะเหมือนกันหรือคล้ายกัน จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือเป็นไปในแนวทางเดียวกัน จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวข้างต้น การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบการวิจัยและตัวแปรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้คือ

ตารางที่ 1.6 แสดงรายละเอียดตัวแปรและตัวชี้วัดจาก 3 องค์ประกอบหลักของความรู้และทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตในการศึกษาครั้งนี้

องค์ประกอบที่ 1: Access / Retrieval		
Variables (ตัวแปร)	Core Competencies (ความสามารถหลัก)	Indicators (ตัวชี้วัด)
1.1 Access การเข้าถึง การกำหนดข้อมูล ข่าวสารที่ต้องการ มีความ ทันสมัย ทั้งข้อความ รูปภาพ วิดีโอจากสื่ออินเทอร์เน็ต	1) การกำหนดสารสนเทศที่ ต้องการ	1) มีความรู้และทักษะในการ เปิดรับสื่อ การเข้าถึงสื่อและ ความสามารถในการกำหนดข้อมูล ข่าวสารที่ต้องการหรือภาระงานที่ เกี่ยวข้องกันได้
1.2 Retrieval การค้นคืนข้อมูลข่าวสารหรือ สารสนเทศต่างๆ จากสื่อ อินเทอร์เน็ตนำกลับมาใช้ได้ อีก เป็นกระบวนการของการ ได้รับสารสนเทศที่หายไปหรือ ไม่ได้อยู่ในสถานที่ตามปกติ	2) การกำหนดแหล่ง สารสนเทศที่ต้องการ	2) มีความรู้และทักษะในการ กำหนดแหล่งสารสนเทศซึ่งนำไปสู่ การค้นพบข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ ได้อย่างเพียงพอ ถูกต้อง เหมาะสม
	3) การเข้าถึงแหล่ง สารสนเทศที่ต้องการ	3) มีความรู้และทักษะในการเข้าถึง แหล่งสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง เหมาะสม รวมทั้ง สามารถดึงข้อมูลข่าวสารหรือ ข้อมูลสารสนเทศต่างๆ กลับคืน มาใช้ได้
	4) การกำหนดกลยุทธ์ แสวงหาสารสนเทศที่ต้องการ	4) มีความรู้และทักษะในการ กำหนดกลยุทธ์แสวงหาสารสนเทศ ได้อย่างเป็นระบบมีขั้นตอนที่ ถูกต้อง เหมาะสม สามารถสืบค้น ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ
	5) การจำแนกสารสนเทศที่ ต้องการ	5) มีความรู้และทักษะด้านการ แยกแยะจัดสรรหมวดหมู่ข้อมูล ข่าวสารสารสนเทศที่ตนเอง ต้องการ

ตารางที่ 1.6 (ต่อ)

องค์ประกอบที่ 2: Understanding / Assessment / Evaluation		
Variables (ตัวแปร)	Variables (ตัวแปร)	Indicators (ตัวชี้วัด)
2.1 Understanding ความเข้าใจในสื่อและ สารสนเทศ เข้าใจถึง คุณลักษณะและคุณสมบัติของ สื่อและสารสนเทศ	1) ความสามารถในการตระหนัก ถึงผลกระทบของสื่อ	1) มีความรู้และทักษะ ด้านการพิจารณาการขยายตัว ของทุนนิยมโลกาภิวัตน์และ นัยทางธุรกิจแอบแฝง
2.2 Assessment การพิจารณา ประเมินผลสื่อและสารสนเทศ ความเห็นหรือการตัดสินใจ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ อย่างระมัดระวัง	2) ความสามารถในการรับรู้ และเข้าใจกระบวนการ ของสื่อสารมวลชน เข้าใจจริยธรรมของผู้ผลิตสื่อ การเข้าใจเนื้อหาสื่อในแต่ละ วัฒนธรรม	2) มีความรู้และทักษะ ด้านความถูกต้องและ ความน่าเชื่อถือของสารสนเทศ เข้าใจผลกระทบที่มีต่อสังคม ในทุกระดับ การประเมินความ เสี่ยงที่เกี่ยวข้อง การประเมินผล กระทบ การตัดสินใจหรือการสร้าง ความเห็นเกี่ยวกับสารสนเทศ
2.3 Evaluation การประเมินคุณค่า คุณภาพ ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล รวมทั้งผลกระทบของสื่อและ สารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต	3) ความสามารถในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การอภิปรายและ การประเมินคุณค่าเนื้อหา สารสนเทศ	3) มีความรู้และทักษะด้านการ วิเคราะห์ สังเคราะห์ อภิปราย และการประเมินคุณค่าเนื้อหา สารสนเทศอย่างมีเหตุผลและ เหมาะสม ได้แก่ การประเมิน คุณค่าของเนื้อหา ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ที่ถูกต้องชัดเจน เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หรือไม่ เพียงใด 4) มีความรู้และทักษะด้านการ พิจารณาความน่าเชื่อถือของ ผู้จัดทำหรือผู้ผลิตสารสนเทศ 5) มีความรู้และทักษะด้านการตั้ง คำถามและข้อสงสัยต่างๆ กับ สารสนเทศที่ได้รับ

ตารางที่ 1.6 (ต่อ)

องค์ประกอบที่ 3: Use/Communicate		
Variables (ตัวแปร)	Variables (ตัวแปร)	Indicators (ตัวชี้วัด)
3.1 Use การใช้ประโยชน์จากสื่อและ สารสนเทศต่างๆ ได้แก่ ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ได้อย่าง ชัดเจน ถูกต้องและเหมาะสม	1) ความสามารถในการใช้ ประโยชน์จากสื่อและสารสนเทศ ที่ต้องการอย่างเหมาะสมและมี ประสิทธิภาพ	1) มีความรู้และทักษะด้านการ พิจารณาความทันสมัยและข้อดี ของสารสนเทศ และนำไป ประยุกต์ใช้ต่อได้ตามที่ต้องการ มี การส่งหรือรับข้อมูล การให้หรือ การแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยการพูด การเขียนหรือใช้วิธีการอื่นๆ ที่มี ประสิทธิภาพและประสบ ความสำเร็จในการถ่ายทอดหรือ แบ่งปันความคิดเห็น ความรู้สึก อย่างถูกต้องและเหมาะสม
3.2 Communicate สามารถเข้าใจและรู้ถึง กระบวนการสื่อสารทุกรูปแบบ จากสื่ออินเทอร์เน็ตและนำไป สร้างการมีส่วนร่วมในสังคมต่อ ยอดไปได้	2) ความสามารถในการมี สุนทรียศาสตร์และค่านิยม	2) มีความรู้และทักษะด้านการ พิจารณารูปแบบ ความงาม ศิลปะ และอารมณ์การนำเสนอในสื่อและ สารสนเทศ
	3) ความสามารถในการเข้าใจ กระบวนการผลิตและการ สร้างสรรค์	3) มีความรู้และทักษะด้าน กระบวนการผลิตอย่างเหมาะสม น่าสนใจ
	4) ความสามารถ ในการมีส่วนร่วม	4) มีความรู้และทักษะด้านการมี ส่วนร่วมในการตอบโต้ ตอบสนอง สร้างผลสะท้อนจากสื่อ 5) มีความรู้และทักษะด้านการ แสดงความคิดเห็นปฏิกิริยา ย้อนกลับต่อสื่อและสารสนเทศ อย่างมีเหตุผล

2. คำถามการวิจัย

2.1 พฤติกรรมการสื่อสารทั่วไป พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต รวมทั้งพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งเชิงบวกและเชิงลบของนักศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นอย่างไร

2.2 ระดับความรู้และทักษะพื้นฐานและเชิงลึกด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีจาก 3 องค์กรประกอบหลัก เป็นอย่างไร

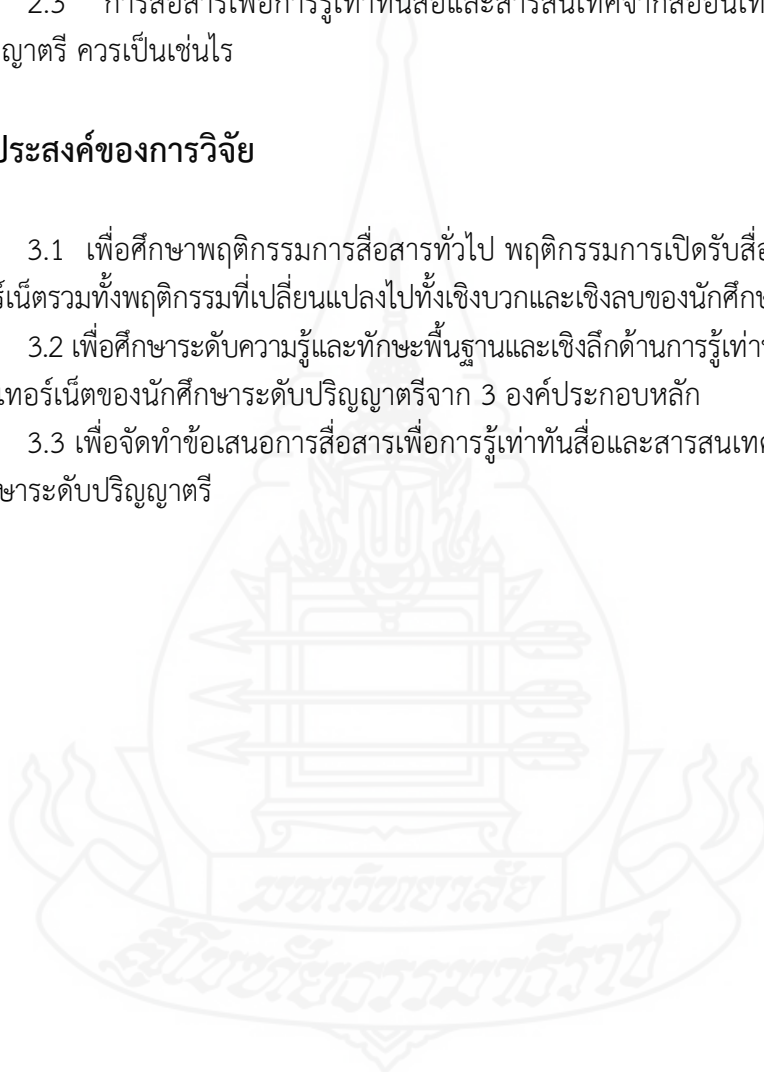
2.3 การสื่อสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ควรเป็นเช่นไร

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

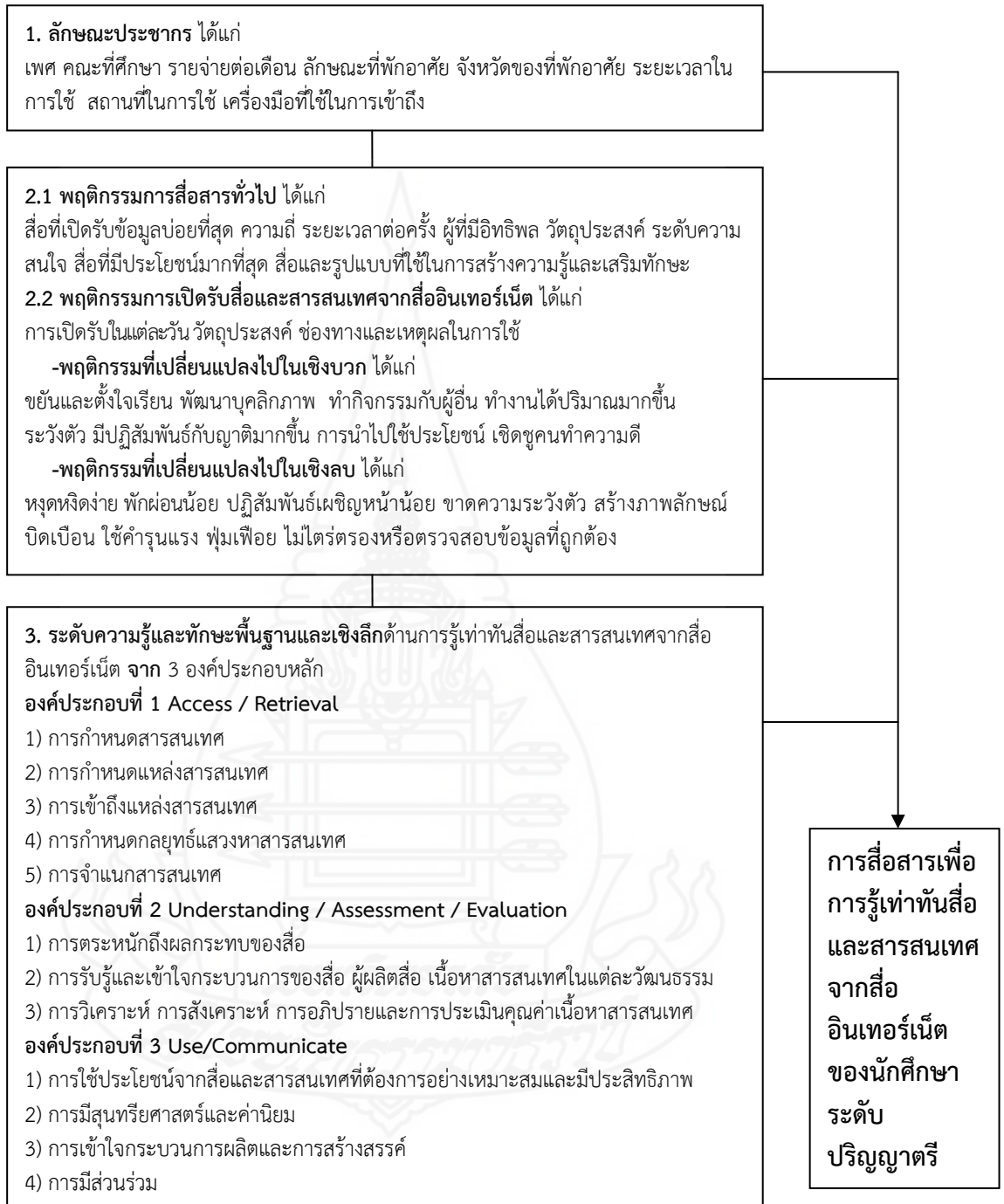
3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารทั่วไป พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตรวมทั้งพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งเชิงบวกและเชิงลบของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

3.2 เพื่อศึกษาระดับความรู้และทักษะพื้นฐานและเชิงลึกด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีจาก 3 องค์กรประกอบหลัก

3.3 เพื่อจัดทำข้อเสนอการสื่อสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี



4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ
จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

5. ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้และทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต จาก 3 องค์ประกอบหลักเท่านั้น โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 และลงทะเบียนเรียนรายวิชาพื้นฐาน 4 วิชารวมกันทุกคณะ ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2556 ในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสมุทรปราการ โดยต้องเคยมีประสบการณ์ด้านการเปิดรับหรือการเข้าใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

6. นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

6.1 สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง ช่องทางข้อมูลข่าวสารที่นักศึกษาระดับปริญญาตรีเปิดรับสารสนเทศในรูปแบบต่างๆ ทั้งข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง คลิปวิดีโอ เป็นต้น

6.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง การเปิดรับสารสนเทศประเภทต่างๆ จากช่องทางการสื่อสารที่เป็นสื่ออินเทอร์เน็ตในวิถีชีวิตประจำวันของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ ระยะเวลาต่อครั้งในแต่ละวันที่เปิดรับ วัตถุประสงค์ในการใช้ช่องทางในการใช้ เหตุผลในการใช้ ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในเชิงบวกและเชิงลบภายหลังการเปิดรับ

6.3 ความรู้และทักษะพื้นฐานที่มีต่อสื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง นักศึกษาระดับปริญญาตรีมีข้อมูลรวมทั้งมีความชำนาญในระดับทั่วไปสำหรับการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน

6.4 ความรู้และทักษะเชิงลึกด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง ความสามารถในการเปิดรับสารสนเทศตามตัวชี้วัดจาก 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 คือ การเข้าถึงสารสนเทศ องค์ประกอบที่ 2 คือ การเข้าใจ พิจารณา การประเมินคุณค่าสารสนเทศ องค์ประกอบที่ 3 คือ การนำสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

6.5 การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการการสื่อสาร วิธีการติดต่อ เผยแพร่ บอกสอน ชี้แนะ อธิบาย เพื่อบอกข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในการสร้างความรู้และเสริมทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้วยรูปแบบการสื่อสาร กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสาระ และสื่อที่ใช้ เกี่ยวกับ 3 องค์ประกอบหลักของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ

6.6 รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง วิธีการสื่อสารหรือเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อระหว่างกันเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างความร่วมมือซึ่งกันและกัน ในการสร้างความรู้และเสริมทักษะของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตกับ 3 องค์ประกอบหลักให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกได้ดังนี้ คือ 1) จำแนกตามประเภทการสื่อสาร 2) จำแนกตามระดับการสื่อสาร 3) จำแนกตามลักษณะการสื่อสารและทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารภายในตนเอง การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มเล็ก การสื่อสารกลุ่มใหญ่ การสื่อสารสาธารณะ การสื่อสารมวลชน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการสื่อสารแนวนอน

6.7 กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสาระ หมายถึง เทคนิควิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระเพื่อสร้างความรู้และทักษะของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจาก 3 องค์ประกอบหลักให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี

6.8 สื่อที่ใช้ หมายถึง สื่อหรือช่องทางการสื่อสารประเภทต่างๆ ที่เหมาะสมในส่วนที่จำเพาะเจาะจงในแต่ละองค์ประกอบหลักทั้ง 3 ประการ เพื่อการสร้างความรู้และเสริมทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี

7. ประโยชน์ที่ได้รับ

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้เห็นภาพรวมของปรากฏการณ์เกี่ยวกับเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถเห็นได้ถึงพฤติกรรมการสื่อสารทั่วไป พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต รวมทั้งพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งเชิงบวกและเชิงลบของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ได้ทราบถึงระดับความรู้และทักษะขั้นพื้นฐานและเชิงลึกด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต ดังนั้นข้อมูลและข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำไปใช้เป็นแนวคิดและหลักการในการจัดทำข้อเสนอการสื่อสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี รวมทั้งนำไปใช้ประโยชน์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากองค์กรและหน่วยงานต่างๆ คือ จากผลผลิต (Output) ในการศึกษา นำไปสู่ผลลัพธ์ (Outcome) และเกิดผลกระทบ (Impact) ในเชิงสร้างสรรค์ต่างๆ รวมทั้งการนำไปใช้เป็นแนวทางนโยบายที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยของรัฐ และเอกชนทั่วประเทศในรูปแบบต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในเชิงรูปธรรมให้ได้มากที่สุด