

การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy)

พรทิพย์ เย็นจะบก

ความเป็นมาและความสำคัญของ “การรู้เท่าทันสื่อ”

โลกในยุคปัจจุบันนี้สื่อมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการดำเนินชีวิตของเราเป็นอย่างมาก ตั้งแต่เราเกิดมาตั้งแต่ต้นจนถึงหลับ เราได้ใช้ ได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัสสื่ออย่างหลากหลาย ข้อมูลข่าวสารที่สื่อเหล่านั้นนำเสนอก็มีหลากหลายเช่นกัน มีทั้งที่เป็นสาระ ไม่เป็นสาระ มีเนื้อหาหูกใจให้ผู้ชมคล้อยตาม หรือมีเนื้อหาเกินจริงจนถึงขั้นหลอกลวงผู้รับสื่อ

เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว ผู้รับสื่อจึงควรต้องมีการเรียนรู้เกี่ยวกับสื่อ เพื่อสร้างความเข้าใจพื้นฐานให้ได้ว่าจริงๆ แล้ว สื่อคืออะไร และสิ่งที่สื่อนำเสนอขึ้นคืออะไร แล้วจึงนำสิ่งที่สื่อนำเสนอมาวิเคราะห์ต่อว่ามีความเหมาะสม ดังาม ควรหรือไม่ควรอย่างไรที่เราจะเชื่อตามหรือรับข้อมูลข่าวสารที่สื่อเหล่านั้นมามีอิทธิพลต่อชีวิตของเรา

นี่คือความเป็นมาของแนวคิดเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อ” ที่ได้มีการเริ่มต้นขึ้นในต่างประเทศแล้วเมื่อหลายสิบปีก่อน คำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) นั้น เริ่มใช้กันครั้งแรกในประเทศแคนาดา และแพร่หลายไปในหลายประเทศอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น สำหรับประเทศในยุโรปก็มีคำศัพท์ที่ใช้เรียกแตกต่างกันออกไปแต่ก็เป็นแนวคิดที่เหมือนกัน เช่น ในฝรั่งเศสใช้คำว่า Media Education ในอังกฤษใช้คำว่า Media Studies ในเยอรมันใช้คำว่า Media Competence และ Media Ecology เป็นต้น (Suzuki, 2001)

การเรียนการสอนการรู้เท่าทันสื่อมีมากในอเมริกา (Taylor, In Massey, editor 2002) มีอยู่ 11 รัฐ ได้บรรจุไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนในโรงเรียนระดับต่างๆ ทั้งมัธยมต้นและมัธยมปลาย และมีศูนย์การการรู้เท่าทันสื่อตั้งอยู่ที่เมือง Los Angeles

สำหรับในประเทศไทย การเรียนเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อ” นั้น เริ่มเป็นที่สนใจและมีผู้เห็นความสำคัญเพิ่มมากขึ้น อย่างเช่น มีการให้ทุนสนับสนุนจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) จัดทำโครงการ “Media Literacy Training for Secondary School Teachers” โดยมีประเทศไทยเป็นผู้ดำเนินการเพื่อการขยายผลสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน ในปี 2545 มีการศึกษาในระดับปริญญาเอกที่ปรากฏเป็นวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดย ดร. เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ และได้เริ่มเปิดหลักสูตรสอนในสาขาสื่อสารมวลชน ภาควิชาศิลปนิเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มีการทำงานเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่ม องค์กรพัฒนาเอกชนต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้บริโภคก็เริ่มใช้แนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคสื่อหันกลับมาคิดวิเคราะห์สื่อก่อนที่จะเชื่อตามในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ยกตัวอย่างเช่น “โครงการเด็กไทยรู้ทัน” ของสถาบันศิลปวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา (มายา) ซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ได้ใช้แนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อกับกลุ่มเด็กนักเรียน โดยสอนให้เด็กหัดคิดวิเคราะห์ เทคนิคและสิ่งที่โฆษณา นำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโฆษณาจำพวกขนมกรุบกรอบ, ลูกอม ขนมหวาน และน้ำอัดลม และสอนให้เด็กๆ คิดต่อว่าจริง ๆ แล้วขนมหรือน้ำอัดลมเหล่านั้นมีประโยชน์หรือโทษต่อตัวเด็กๆ เอง มากน้อยแค่ไหน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อและบริโภคของที่มีคุณค่าสมราคาโดยไม่ต้องเชื่อตามสิ่งที่โฆษณานำเสนอเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป

คำตอบของคำถามที่ว่า ทำไมสื่อจึงมีอิทธิพลต่อผู้คนอย่างมากมาย คือ

1. สื่อทั้งหมดคือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น

เราต้องเข้าใจว่าสื่อไม่ใช่กระจกที่สะท้อนความจริงของโลก แม้ว่าพวกมันจะถูกสร้างขึ้นมาอย่างพิถีพิถันเพื่อถ่ายทอดทุกอย่างให้เหมือนจริงก็ตาม และเนื้อความจากสื่อบ่อยครั้งนำเสนอให้รู้สึกถึงความเป็น “ธรรมชาติ” และ “ความจริง” แต่ความจริงแท้คือ สื่อเลือกนำเสนอบางส่วน แล้วทำให้ดูเป็นธรรมชาติมาก ๆ มีกระบวนการผลิตที่พิถีพิถันในการสร้างมาเป็นอย่างดี ซึ่งจะส่งผลกระทบกับความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมได้หลากหลายรูปแบบ

2. สื่อสร้างภาพ “ความจริง”

สิ่งที่เราคิดและรู้สึกเกี่ยวกับโลกส่วนมากมักมาจากที่เราเรียนรู้ผ่านสื่อ เนื้อความในสื่อโดยปกติจะเป็นส่วนผสมของข้อมูล ค่านิยม และทัศนคติ ที่ซึ่งถูกจัดลำดับ กำหนดความสำคัญก่อนหลัง และเน้นย้ำในขั้นตอนผลิตของสื่อ นั้น ๆ เช่น ภาพยนตร์ หรือละครที่ปลูกฝังค่านิยมในเรื่องการกดขี่ทางเพศ หรือความเชื่อ ไสยศาสตร์ ทำให้ผู้ชมยอมรับว่า มันคือสิ่งที่ เป็นธรรมชาติ ดังนั้นสื่อจึงมีอิทธิพลอย่างกว้างขวางต่อการกล่อมเกลารูสึกนึกคิดเกี่ยวกับความจริงและค่านิยมทางสังคมของเรา การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นตัวกระตุ้นให้เราอยากจะตั้งคำถามกับความ “สมจริง” เหล่านี้

3. สื่อทำให้ผู้ชมเกิดการตีความและคล้อยตาม

ความ “สมจริง” ที่สื่อสร้างขึ้นไม่ได้มีเพียงหนึ่งเดียว และมันก็ไม่ได้ถูกจำกัดความจากกระบวนการผลิตสื่อเพียงอย่างเดียว แต่ความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อจะ

เกิดขึ้นที่ผู้รับสื่อตีความออกมาได้หลายความหมายเทียบเท่ากับจำนวนผู้ชมเลยทีเดียว ไม่มีคำว่า “ถูกต้องที่สุด” ในการอ่านเนื้อความจากสื่อ ไม่ได้หมายความว่าผู้ชมต้องค้นหาเนื้อความจากสื่อไปตามบุญตามกรรม แต่ละคนค้นหาหรือ “ตีความ” ความหมายจากสื่อโดยขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละคน แต่ละกลุ่ม เช่น เพศ, อายุ, เชื้อชาติ, ชนชั้น, ภูมิหลังทางวัฒนธรรม, ความต้องการส่วนบุคคลและเงื่อนไขในชีวิตประจำวัน, พื้นฐานครอบครัว, สุขสบายทางกาย เป็นต้น

4. สื่อมักจะสร้างความหมายและใช้เนื้อหาในเชิงการค้า การตลาด หรือในเชิงธุรกิจ

สื่อมวลชนเกือบทั้งหมดถูกผลิตขึ้นมาเพื่อสร้างผลกำไร ผู้ชมจะถูกกำหนดให้เป็น “กลุ่มเป้าหมาย” เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพต่อสินค้าด้านสื่อ, สินค้าอุตสาหกรรม และสินค้าบริการ ในบางครั้งผู้ชมเองก็สามารถเป็นสินค้าที่ถูกขายด้วยการโฆษณาก็ได้ เงื่อนไขทางธุรกิจจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหา, เทคนิคการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่ โดยสรุปก็คือคนทำสื่อจะพิจารณาว่าข้อมูลข่าวสารชนิดไหนที่ควรจะนำมาสร้างและสร้างอย่างไร การรู้เท่าทันสื่อจึงทำให้เราได้คิดพิจารณาถึงประเด็นเรื่องกระบวนการผลิตและอุตสาหกรรมสื่อด้วย ไม่ใช่สนใจเพียงแค່เนื้อหาของสื่อเท่านั้น

5. สื่อทุกชนิดบรรจุข่าวสารเชิงอุดมคติและชี้นำค่านิยม

สื่อทุกชนิดนำเสนอข่าวสารเชิงโฆษณาให้เห็นถึงค่านิยมและวิถีชีวิต ที่ถูกกำหนดโดยภาพของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ สื่อจะชี้นำ และมีการแสดงออกอย่างชัดเจน หรือแสดงโดยนัยถึงข่าวสารเชิงอุดมคติเกี่ยวกับประเด็นที่ต้องการ เช่น ธรรมชาติของการมีชีวิตที่ดี ชีวิตที่ทันสมัยสะดวกสบาย มีสิทธิพิเศษเหนือผู้อื่น มีคุณค่าต่อตัวเองและต่อสังคม เป็นต้น

6. สื่อสามารถแสดงนัยทางสังคมและการเมือง

สื่อมีอิทธิพลอย่างใหญ่หลวงในการเมืองและการก่อรูปการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โทททัศน์สามารถส่งอิทธิพลต่อการเลือกตั้ง และผู้นำทางการเมืองของแต่ละประเทศ โดยการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีงาม ชื่อสัตย์ กระตือรือร้น มุ่งมั่นจริงจัง หรือเฉลียวฉลาดของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งให้ปรากฏแก่สายตาประชาชนได้ สื่อยังให้ความรู้สึกที่ลึกซึ้งในประเด็นเกี่ยวกับชาติและความห่วงใยต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นความรู้สึกร่วมกัน จนกระทั่งผู้ชมเห็นดีเห็นงามและกลายเป็นกลุ่มคนที่มีความคิดเดียวกันไปในที่สุด

7. สื่อแต่ละสื่อมีรูปแบบ แบบแผน และสุนทรียภาพเป็นของตัวเอง

สื่อ คือข่าวสาร เพราะ สื่อแต่ละสื่อมีวิธีการเฉพาะตัวในการสร้างความเป็นจริง สื่อชนิดแตกต่างกันสามารถรายงานเหตุการณ์ในเรื่องเดียวกันได้ แต่มันจะสร้างความประทับใจและข่าวสารที่แตกต่างกันซึ่งเกี่ยวข้องกับบุคลิกทางด้านเทคนิคที่แตกต่างกันของสื่อเหล่านั้น ตัวอย่างเช่น นวนิยายสร้างสรรค์ความเป็นจริงด้วยตัวอักษรล้วนๆ ภาพยนตร์มีเสียงและภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น

จากคำตอบของคำถามที่ว่า ทำไมสื่อจึงมีอิทธิพลต่อผู้คนอย่างมากมายทั้ง 7 ประการตามที่ได้นำมากล่าวไว้นี้ ช่วยทำให้เราเห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นว่าสื่อเหล่านั้นสามารถมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของเราได้อย่างไร เราจะต้องอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยการใช้สื่ออย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ต่อให้เราไม่สนใจสื่อ สื่อก็ยังพยายามที่จะเข้ามาบีบคั้นกับชีวิตประจำวันของเราอยู่ดี เพราะสื่อคือธุรกิจ และสื่อจะค่อยๆ หล่อหลอมความคิดของเราให้เป็นอย่างข้อมูลที่สื่อนำเสนอออกมา ซึ่งถ้าเป็นข้อมูลที่ถูกต้องสมควรและมีประโยชน์ก็ไม่น่าจะมีปัญหาอะไร แต่ถ้าเป็นไปในทางตรงกันข้าม ร่างกาย จิตใจสังคม หรือจิตวิญญาณของเราจะเป็นอย่างไรในอนาคต หรือจะเป็นไปตามสิ่งที่สื่ออยากให้เป็นไปทั้งหมด

กล่าวได้ว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นแนวคิดที่สำคัญยิ่ง โดยเฉพาะในยุค “ข้อมูลข่าวสาร” ซึ่งเป็นยุคที่มีการใช้สื่อและการบริโภคสื่ออย่างมาก เมื่อเรามีการรู้เท่าทัน โอกาสที่เราจะตกเป็นเหยื่อของสื่อก็ย่อมจะน้อยลง หรือแม้กระทั่งตกเป็นเหยื่อหลงตาม “สิ่งที่สื่อนำเสนอ” ก็ย่อมจะน้อยลงเช่นเดียวกัน ดังนั้น เราจึงควรมาทำความรู้จักกับความหมายและวิธีการฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างทักษะของการรู้เท่าทันสื่อกันว่าเป็นอย่างไร

ความหมายของ “การรู้เท่าทันสื่อ”

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป คือ “การที่เราสามารถวิเคราะห์ วิจัย และประเมินค่าสื่อได้ สามารถอ่านสื่อออก ไม่ตกเป็นเหยื่อของสิ่งที่สื่อนำเสนออย่างง่าย ๆ มีภูมิคุ้มกันทางปัญญาที่สามารถแยกแยะและสังเคราะห์โลกความเป็นจริง และโลกที่สื่อสร้างขึ้นมาได้ ยิ่งไปกว่านั้น คือ การที่เราสามารถใช้สื่อเพื่อการสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบเพื่อจุดประสงค์ของตนเองได้” (Potter, 2001)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น เห็นได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อไม่ได้เน้นเฉพาะแค่ให้ผู้รับสารสามารถรู้เท่าทัน “สาร” และผู้ส่งสาร เท่านั้น หากแต่ยังต้องการให้ผู้รับสารใน

ขั้นตอนปรับเปลี่ยนตัวเองมาเป็นผู้ส่งสารที่เก่งกาจเองได้อีกด้วย อย่างไรก็ตามการเรียนการสอนและการฝึกอบรมทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทยมักจะเน้นที่การให้ความรู้แก่ผู้รับสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อเป็นสำคัญ เพราะการใช้สื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองนั้นคงได้มีการเรียนการสอนในสาขาวิชานิเทศศาสตร์กันมากแล้ว แต่การรู้เท่าทันสื่อ นั้นเป็นเหมือนการให้ข้อมูลเพื่อให้เกิดการสมดุล (Counter Balance) กันมากยิ่งขึ้น

W. James Potter (2001) นักวิจัยชื่อดังด้านการสื่อสารผู้เขียนหนังสือสนับสนุนกระบวนการการรู้เท่าทันสื่อ ได้กล่าวไว้ว่า “ผู้รับสื่อส่วนใหญ่คิดว่าตัวเองมีความรู้ทางด้านสื่อดี แต่ในความเป็นจริงแล้ว เราต่างก็มีการรับรู้สื่อที่เท่าๆ กัน เพราะเราต่างก็รู้เนื้อเรื่องและทำนองของเพลงมากมาย เราต่างก็รู้จักชื่อและหน้าตาของดาราดังต่างๆ เหมือนๆกัน เราต่างก็มีความสามารถในการอ่านเหมือนกัน เราต่างก็สามารถเข้าใจเนื้อเรื่องของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ และเราต่างก็รู้สึกตื่นเต้นสั่นระทึกเมื่อเพลงประกอบละครหรือหนังค้อย ๆ ดังขึ้น หรือเวลาที่ตัวละครกำลังตกอยู่ในอันตรายเหมือนกัน นี่เองเป็นสิ่งที่ชี้ชัดว่าเรานำตัวเราเองเข้าหาสื่อ เปิดรับ ซึมซับข้อมูล และผลิตเพลินไปกับสื่อเหล่านั้น ในขณะที่พวกเรามีการเปิดรับสื่อ มีการเรียนรู้ข้อมูลมากขึ้น และพัฒนาทักษะสำคัญต่างๆ เช่น ทักษะความสามารถในการพูด การอ่าน การฟัง การเข้าใจความหมายของรูปภาพ แต่สิ่งที่เรามักจะมองข้าม นั่นก็คือเราได้ตั้งคำถามกับตัวเองบ้างหรือไม่ว่าข้อมูลข่าวสารจากสื่อเหล่านั้นมีประโยชน์หรือมีผลกระทบต่อพวกเราอย่างไรบ้างและมากหรือน้อยแค่ไหน”

คุณลักษณะของการรู้เท่าทันสื่อ

เมื่อทราบถึงความหมายของการรู้เท่าทันสื่อแล้ว สิ่งที่เราควรทราบต่อไปคือคุณลักษณะของการรู้เท่าทันสื่อเพื่อความเข้าใจที่มากยิ่งขึ้น ซึ่งมี 4 ประการ ดังนี้

1. การรู้เท่าทันสื่อมีอยู่ในคนทุกคน

เราสามารถสอนได้ระดับชั้นต่างๆ ไปจนถึงผู้ใหญ่ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้วิธีการแบบเดียวกันได้ เพราะการสอนเรื่องการรู้เท่าทันสื่อคือการกระตุ้นให้ผู้เรียนตั้งคำถามกับสื่อ เพื่อเกิดการคิดวิเคราะห์สื่อได้ต่อไป อย่างที่กล่าวไปแล้วว่าทุกคนเมื่อได้รับรู้สื่อย่อมเกิดการตีความหมายตามเงื่อนไขเฉพาะตัวของแต่ละคน เช่น ตามเพศ อายุ สถานะทางสังคม เชื้อชาติ เป็นต้น นั่นเป็นข้อบ่งชี้ว่าทุกคนย่อมมีปฏิกริยากับสื่ออยู่แล้ว การรู้เท่าทันสื่อเพียงแค่ออกให้ผู้รับสารคิดให้ลึกซึ้งว่าสื่อ นั้นคืออะไร น่าเสนออะไร และเหมาะสมแก่ตนเองมากน้อยเพียงไร

2. การรู้เท่าทันสื่อจำเป็นต้องมีการพัฒนาและฝึกฝน

เมื่อเราอายุยังน้อย ความคิดของเรายังไม่ได้ถูกพัฒนาเพียงพอที่จะทำให้เข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรม ยกตัวอย่างเช่น เหตุผลทางคณิตศาสตร์ ความคิดของเราก็พัฒนาขึ้นพร้อมกับการผ่านวัยเด็ก เหตุและผลลัพธ์ของการคูณ 4x5 นั้นอาจจะยากสำหรับเราตอนอายุ 4 ขวบ แต่อาจจะง่ายขึ้นหลังจากนั้นอีก 2-3 ปี เราต่างก็เติบโตขึ้นในด้านอารมณ์และศีลธรรมด้วย ในขณะที่เรากำลังไปสู่ระดับความเป็นผู้ใหญ่ ทั้งในด้านวุฒิภาวะทางความคิด ทางอารมณ์ และทางศีลธรรม นั้นทำให้เราสามารถเข้าถึงและเข้าใจข้อความในสื่อได้ดีขึ้น เพราะความเป็นผู้ใหญ่พัฒนาศักยภาพในตัวเราขึ้น

การพัฒนาทักษะและพื้นฐานความรู้ควรเกิดขึ้นไปพร้อมๆกัน การนำตัวเองไปรับสื่ออย่างเดียวไม่สามารถพัฒนาทักษะให้สูงขึ้นได้ ถ้าเราไม่รู้จักรวเคราะห์ข้อมูล เราก็คงจะได้รับแต่ข้อมูลเฉพาะที่สื่อนำเสนอ ข้อมูลเหล่านั้นจะไม่มีสมดุลภาพและความสมบูรณ์ตามข้อเท็จจริงทั้งหมด

ระดับของผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่อ อาจแบ่งได้ดังนี้

- ผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่อในระดับน้อยที่สุด

เป็นผู้ที่อยู่ในสถานะที่ไร้ซึ่งความคิดพิจารณา หรือในขณะที่รับสื่อ จะไม่ได้ตั้งใจที่จะรับข้อมูล ไม่พิจารณาข้อความที่ถูกนำเสนอ คนกลุ่มนี้จะรับเอาแต่ข้อมูลผิวเผินจากผู้ทำสื่อนั้น ถ้าคนกลุ่มนี้ดูโฆษณา ก็จะเห็นแต่ส่วนที่ดีของผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งเป็นการตีความในระดับเบื้องต้น และถ้าคนกลุ่มนี้เห็นโฆษณาของหลายๆ ผลิตภัณฑ์บ่อยๆ ที่ตอกย้ำความต้องการตามที่ผู้ทำสื่อเสนอมา คนกลุ่มนี้มีโอกาสที่จะต้องซื้อหรือบริโภคสิ่งของตามที่สื่อนั้นบอกสูงมาก

- ผู้ที่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อมากกว่าแต่ยังเชี่ยวชาญไม่มาก

เป็นผู้ที่จะมีความกระตือรือร้นในการวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างความเข้าใจในตัวเอง แต่ถ้าคนกลุ่มนี้ไม่มีพื้นฐานทางความรู้ที่ดี ก็จะมีตัวเลือกทางความคิดไม่มาก ตัวเลือกจำกัด เพราะไม่มีประสบการณ์และความรู้ที่กว้างพอที่จะยอมรับสื่อจากมุมมองอื่นๆ

- ผู้ที่มีการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นถึงระดับเชี่ยวชาญสูง

เป็นผู้ที่จะใช้ความคิดในขณะที่รับสื่อ คนในกลุ่มนี้จะช่างสงสัย พยายามจะตีความด้วยตนเอง และวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่ออย่างละเอียด ซึ่งจะจบลงด้วยการตีความบนพื้นฐานความรู้ของตัวเอง ถึงแม้ว่าบางครั้งจะดูเหมือนว่าคนกลุ่มนี้ยอมรับข้อมูลจากสื่อเลยบ้าง แต่การรับข้อมูลเหล่านั้นไม่ใช่ว่าไม่มีเหตุผล แต่คนกลุ่มนี้จะมีการพิจารณาแบบรวดเร็วและมีสติแล้วอย่างทันทีทันใด

ถ้าเราไม่กระตือรือร้นที่จะวิเคราะห์ข่าวสาร ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อของเรา ก็จะถดถอยลง ถ้าเราไม่ได้ฝึกฝนทักษะการตีความข่าวสาร การรู้เท่าทันสื่อของเราจะ ถูกทำลายไปที่ละน้อย และถ้าเราไม่ Update ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ให้ทันโลก เราก็จะ กลายเป็นคนไม่ทันสมัย ตกกระแส และมีความรู้ที่ไม่ทันการณ์ เพราะทุกหน่วยงานทุก องค์กรทั้งภาครัฐภาคเอกชน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง มีการเปลี่ยนแปลงอยู่แทบจะทุก วัน หรือแม้แต่ในวงการการสื่อสารเองก็มักจะมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นเสมอ ทุกๆปีนัก วิทยาศาสตร์ นักวิจัยผลิตงานการศึกษาวิจัยออกมาเป็นร้อยๆชิ้นที่รอให้เราไปอ่านเพื่อ ช่วยขยายกรอบความคิดให้เรา ถ้าเราไม่ไล่ให้ทันข้อมูลข่าวสารแล้ว เราก็จะกลายเป็นคน ที่ล้าหลังและไร้ประสิทธิภาพในที่สุด

3. การรู้เท่าทันสื่อมีหลายมิติหรือหลายแง่มุม

การรู้เท่าทันสื่อมีมิติที่สัมพันธ์กันอยู่ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการรับรู้ 2) ด้าน อารมณ์ความรู้สึก 3)ด้านความไพเราะสวยงาม และ 4) ด้านศีลธรรม ความสามารถของ แต่ละคนก็จะแสดงอยู่ในมิติทั้ง 4 นี้ มิติแต่ละด้านอาจจะไม่ขึ้นต่อกัน เช่น บางคนอาจ จะมีความสามารถในการมิติหนึ่งมากกว่าอีกมิติหนึ่ง แต่สำหรับผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่อมากจะ เป็นผู้ที่มีทั้งสี่มิติทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี มิติทั้ง 4 นั้น ได้แก่

มิติที่ 1: องค์ประกอบทางการรับรู้สื่อ

หมายถึงการคิดและวิเคราะห์ การรับรู้เริ่มจากการเข้าใจสัญลักษณ์ต่างๆไป จนถึงการทำความเข้าใจที่ซับซ้อนขึ้นของสื่อที่ถูกสร้างขึ้นมาตามความนิยมในยุคนั้นๆ มันต้องการพื้นฐานทางความรู้ที่ดีพอในการที่จะสรุปข้อมูลเหล่านั้นด้วยตัวเอง

มิติที่ 2: องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ความรู้สึก

บางคนมีความสามารถน้อยในการแสดงความรู้สึกขณะที่รับสื่อ แต่บางคนก็มี ความไวต่อการรับรู้ซึ่งเจตนาธรรมของสื่อ นั้น บางครั้งอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการรับสื่อก็มี ผลในทางลบด้วย เช่น เด็กวัยรุ่นที่ดูภาพยนตร์สยองขวัญและใช้ความรุนแรง ก็จะประสบ กับอารมณ์ความหวาดกลัว หรือภาพยนตร์ประเภทสะท้อนอารมณ์ ก็สามารถทำให้เกิด อารมณ์เศร้าแก่ผู้ชมได้ ดังนั้นเราจึงต้องการการรู้เท่าทันอารมณ์ด้วย

มิติที่ 3: องค์ประกอบทางด้านความไพเราะหรือความสุนทรีย์

การจะสามารถเข้าใจความไพเราะหรือความสุนทรีย์ที่สื่อนำเสนอ เพราะสื่อต้อง ใช้องค์ประกอบศิลป์อย่างมากมาประกอบเพื่อการนำเสนอที่หลากหลายตามลักษณะ

เฉพาะของสื่อแต่ละประเภท เช่น เสียงดนตรี ภาพศิลปะ สีสันความงาม คำประพันธ์ตาม บทบรรยาย และบทพูดของตัวละคร เป็นต้น ผู้รับสารควรต้องมีการพัฒนาความเข้าใจใน เรื่องของศิลปะแขนงต่างๆ เพื่อสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างศิลปะที่แท้จริงกับ การจำลองที่สื่อสร้างขึ้น

มิติที่ 4: องค์ประกอบทางด้านศีลธรรม

สื่อจะนำเสนอคุณค่าของสิ่งต่างๆ ให้แก่ผู้รับสารได้รับรู้ ตัวอย่างเช่น ในสถานการณ์ ที่ซับซ้อนคุณค่าของงานสื่อนั้นก็ถูกแสดงออกมาในลักษณะของอารมณ์ขัน ในภาพยนตร์ การต่อสู้ คุณค่าที่ถูกสื่อออกมาคือความรุนแรง ลักษณะเช่นนี้ เราต้องใช้การรู้เท่าทันสื่อ ในระดับที่มากในการที่จะเข้าใจว่าข้อมูลนั้นมีคุณค่าทางศีลธรรมหรือไม่อย่างไร

4. การรู้เท่าทันสื่อคือความสามารถวิเคราะห์สื่อได้อย่างทันทีทันใด

ข้อความในสื่อทุกประเภทต้องการการวิเคราะห์ เรารู้ว่าคนเขียนบทความ พยายามจะบอกผู้อ่านว่าอะไรและใครที่สำคัญ ผู้สร้างสื่อโฆษณาก็ต้องทำให้เราเชื่อว่า เรามีปัญหาอะไรซึ่งอย่างนั้นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของเขาเพื่อช่วยในการแก้ปัญหา ในฐานะ ผู้รับสื่อเราจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสามารถวิเคราะห์สื่อต่างๆ ได้เองอย่างทันทีทันใดเพื่อรับมือกับข้อมูลข่าวสารประเภทที่หลั่งไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง และมากมาย

เพื่อให้เราเกิดการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อและกลายเป็นผู้ที่สามารถวิเคราะห์ ประเมินค่าข้อมูลข่าวสารจากสื่อได้ เราจึงควรเริ่มต้นการเรียนรู้โดยมีขั้นตอนและวิธีการ ดังต่อไปนี้

วิธีปฏิบัติการเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ

วิธีปฏิบัติเพื่อเพิ่มทักษะการรู้เท่าทันสื่อนั้น เราสามารถจะฝึกปฏิบัติได้กับสื่อทุก ประเภท ไม่ว่าจะเป็น การดูวิดีโอ โทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ ชมภาพยนตร์ หรือ แม้กระทั่งการสังเกตป้ายโฆษณาข้างถนน และการเล่นอินเทอร์เน็ต ด้วยการพิจารณาและ วิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆ ของสื่อ ต่อไปนี้

1. ใครคือผู้ส่งสาร (Sender) หรือผู้ผลิตสื่อ

การวิเคราะห์ผู้ส่งสารจะทำให้ทราบวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นๆ เช่น ถ้า ผู้ผลิตสื่อคือบริษัทผู้ผลิตสินค้า วัตถุประสงค์ก็น่าจะเพื่อการส่งเสริมการขาย ถ้าผู้ผลิต สื่อคือรัฐบาลก็อาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์แล้วนั้น จะทำให้ทราบได้อย่าง ชัดเจนว่าจริงๆ แล้วสินค้าหรือบริการหรือข้อมูลข่าวสารที่แท้จริงที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อ มานั้นคืออะไร เพื่อเราสามารถจะตรวจสอบต่อไปได้ว่าสินค้าหรือบริการหรือข้อมูลข่าว สารนั้นๆ เป็นจริงตามสรรพคุณที่ผู้ส่งสารได้บรรยายไว้หรือไม่

2. สื่ออะไรที่ผู้ส่งสารใช้ (Media)

การใช้สื่อแต่ละประเภะนั้น ให้ผลกระทบแก่ผู้ชมแตกต่างกัน เพราะธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภะนั้นไม่เหมือนกัน เช่น โทรทัศน์นั้นมีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงวิทยุมีเฉพาะเสียง หรือหนังสือพิมพ์ที่ไม่มีเสียงและไม่มีภาพเคลื่อนไหวแต่สามารถพกพาไปตามที่ต่างๆ ได้ และราคาถูก ผู้รับสารจากสื่อแต่ละประเภทก็จะได้อารมณ์และความรู้สึกแตกต่างกันไปด้วย นอกจากนั้นแล้ว ต้องตรวจสอบหาเทคนิคการผลิตสื่อแต่ละประเภทด้วยว่ามีเทคนิคอะไรที่เสริมแต่งสื่อให้สวยงามดึงดูดใจผู้ชมมากกว่าที่ควรจะเป็นจนทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ เกิดภาพที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้ชมในลักษณะต่างๆ

3. ใครคือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสื่อ (Receiver)

เมื่อเราทราบแล้วว่าใครคือผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตสื่อใช้สื่ออะไรเป็นเครื่องมือบ้าง เราก็น่าจะพิจารณาและวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มเป้าหมายของสื่อ นั้นๆ คือใคร เช่น ถ้าผู้ผลิตสื่อคือบริษัทเครื่องสำอางค์ กลุ่มเป้าหมายก็จะเป็นกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ถ้าผู้ผลิตสื่อคือบริษัทผลิตครีม Whitening กลุ่มเป้าหมายต้องเป็นกลุ่มคนที่กลัวการมีผิวดำ เป็นต้น นอกจากนั้นเรายังสามารถตรวจสอบได้ว่าเงื่อนไขส่วนตัวของกลุ่มเป้าหมายว่ามีอายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ พื้นฐานวัฒนธรรม สังคม เป็นอย่างไร เพื่อที่จะทำให้เราทราบว่าคนกลุ่มนั้นมีแนวโน้มอย่างไรต่อสื่อ หรือมีโอกาสดีความสื่อไปในทางใดได้บ้าง

4. ข้อมูลข่าวสารที่แท้จริงของสื่อคืออะไร (Message)

ผู้รับสารต้องพยายามอ่านสื่อให้ออกว่าผู้ส่งสารพยายามจะบอกอะไร แม้สื่อบางอย่างจะให้ข้อมูลที่คลุมเครือไม่ชัดเจน มีการสร้างภาพลักษณ์ สร้างค่านิยมหรือสร้างกระแสบางอย่าง แต่เมื่อเราได้ผ่านการพิจารณาแล้วว่าใครคือผู้ผลิตสื่อ สื่อนั้นมีธรรมชาติอย่างไรและมีเทคนิคอย่างไร ตลอดจนใครคือกลุ่มเป้าหมายของสื่อ สามารถทำให้เรารู้ชัดว่าจริงๆ แล้วข้อมูลข่าวสารที่สื่อต้องการนำเสนอ นั่นคืออะไร

5. การประเมินค่า (Evaluation)

ในกรณีที่ข้อมูลข่าวสารซึ่งสื่อนำเสนอไม่ได้กระทบกับความรู้สึกหรือมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของเรามากนัก การรู้เท่าทันสื่อก็จะเป็นการคิดแบบทันทีทันใดเพื่อการฝึกฝนและพัฒนาทักษะด้านการวิเคราะห์ประเมินค่าเบื้องต้น คือ เพื่อการรับรู้ สร้างความสนใจ แต่เมื่อใดที่สื่อที่เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของเรา เราก็จะสามารถนำผลการวิเคราะห์มาประเมินคุณค่าและเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกที่จะรับ เลือกที่จะใช้ หรือเลือกที่จะเชื่อตามสิ่งที่สื่อนำเสนอได้อย่างมีสติต่อไป

กุญแจสำคัญสู่การรู้เท่าทันสื่อ คือ เราต้องรู้วิธีการตีความและต้นตอที่จะหาวิธีการใหม่ๆ มาแปลข้อมูลเหล่านั้น รวมถึงการหลีกเลี่ยงการรับสื่อแบบที่ไม่คิดพิจารณาคิดวิเคราะห์

ผลกระทบของวิธีการนำเสนอสื่อต่าง ๆ จะยังคงดำเนินต่อไปไม่ว่าเราจะรู้ตัวหรือไม่ เมื่อเราสามารถควบคุมการวิเคราะห์ของตัวเองเพื่อการเข้าใจสื่อได้ดีขึ้นแล้ว เราก็จะสามารถเพิ่มพูนสิ่งดีที่เราต้องการรับได้จากสื่อ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ดีที่เราไม่ต้องการรับจากสื่ออีกต่อไปได้

การที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าว จำเป็นต้องตระหนักถึงรูปแบบของผลกระทบจากสื่อหลายๆทาง และเข้าใจว่ามันมีผลกระทบต่อเราอย่างไรบ้าง ซึ่งไม่ใช่งานที่ง่ายเลย ผลกระทบจากสื่อบางสื่อมีความลึกซึ้งมาก บางทีมันก็ค่อยเป็นค่อยไป ส่วนใหญ่ก็จะใช้เวลานานที่จะส่งผล เมื่อสื่อเหล่านั้นมีรูปแบบที่ชัดเจนจนง่ายต่อการจดจำ มันก็จะหยั่งรากลึกไปในความคิดของคนและยากที่จะเปลี่ยน บ่อยครั้งที่ผลกระทบจากสื่อมีผลกระทบทางอ้อมต่อคนและสถาบันต่างๆ แม้ว่าเราจะพยายามหลีกเลี่ยงการรับสื่อเหล่านั้นโดยตรง เราก็อาจจะถูกผลกระทบจากสื่อทางอ้อมผ่านทางสถาบันต่างๆของรัฐ ครอบครัว การศึกษา และศาสนา มีทางเดียวเท่านั้นที่จะไม่ถูกอิทธิพลของสื่อ คือ การเอาตัวเองออกมาจากสังคมและสถาบันที่อยู่โดยสิ้นเชิง แต่ดูเหมือนจะเป็นไปไม่ได้ยาก

ฉะนั้นการอยู่ในสังคมปัจจุบัน คือ การอยู่กับสื่ออย่างมีเหตุผล ต้องเป็นคนที่รู้จักวิเคราะห์ข้อมูลและเลือกสิ่งที่เราควรจะได้รับหรือให้คุณค่ากับมันจริงๆ ด้วยการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น ต้องมีอำนาจควบคุมเหนืออิทธิพลของสื่อให้ได้ และต้องกล้าที่จะวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้นเพื่อที่จะสร้างความคิดของตัวเอง

บรรณานุกรม

- Potter, W. James. 2001. **Media Literacy**. London: The Murry Sage Publication.
- Rayner, Philip, Wall, Peter and Kruger, Stephen. 2001. **Media Study: The Essential Introduction**. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Suzuki, Midori. 2001. **Media Literacy Study Guile**. Vol. 1. Tokyo: Liberta.
- Taylor, Rachel. "Media 101". In Kimberly K. Massey. **Reading in 2001 Mass Communication: Media Literacy and Culture**, pp. 38-41. 2nd ed. McGraw-Hill.