

นักศึกษาครูรู้เท่าทันสื่อ

Media Literacy of Pre-service Teachers

วารานิชฐ์ ธนชัยวรพันธ์¹
Waranit Thanachaiworaphan

บทคัดย่อ (Abstract)

การรู้เท่าทันสื่อมีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบันที่อยู่ในสถานการณ์ผันผวนยากเกินคาดเดา ข่าวสารข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีต่าง ๆ เอื้อต่อการดัดแปลงแก้ไขข้อมูลข่าวสารที่อาจถูกบิดเบือนไปจากความเป็นจริง นักศึกษาครูเป็นกลุ่มหนึ่งซึ่งมีสถิติการใช้สื่อสูงอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันสื่อและเทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างก้าวกระโดดผู้ใช้สื่อสามารถเป็นผู้ผลิตนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองจึงเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร ด้วยเหตุนี้การเสพข่าวสารหรือใช้สื่อสังคมออนไลน์หากไม่รู้เท่าทันอาจส่งผลเสียต่อตนเองและสังคมโดยรวม การส่งเสริมความสามารถให้กับนักศึกษาครูเป็นเรื่องจำเป็นเร่งด่วนประการหนึ่งของคณะครุศาสตร์ที่ควรให้ภูมิคุ้มกันแก่นักศึกษาครูในการที่จะช่วยให้นักศึกษาครูปลอดภัยจากการใช้สื่ออย่างไรให้รู้เท่าทันทั้งในการเรียนและใช้ในชีวิตประจำวัน ในบทความนี้จะขออธิบายถึงความหมาย แนวคิดและองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อที่มีความสำคัญต่อนักศึกษาครู การจัดการเรียนการสอนและทักษะในศตวรรษที่ 21

คำสำคัญ (Keywords): รู้เท่าทันสื่อ; นักศึกษาครู; ทักษะในศตวรรษที่ 21

Abstract

At present, media literacy is vital and essential for human's daily life in the unpredictable situation which news and information change quickly all the time. Information can be modified easily through technologies which make it distorted from the truth. Pre-service teachers have a statistics on social media use at a high level continually. Nowadays, media and technology have developed by leaps and bounds. Media users can produce and present information by themselves, thus they can be both a receiver and a deliver. For these reasons, if you are illiterate person in social media use. It can have a negative effect on yourself and society as a whole.

Received: 2021-05-07 Revised: 2021-07-08 Accepted: 2021-07-09

¹ อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ Lecturer of Faculty of Education, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under The Royal Patronage.

Corresponding Author e-mail: waranit@vru.ac.th

Improvement of pre-service teachers is one of the urgent needs of the faculty of education to strengthen the immunity for them in order to keep them safe from using media and to literate them on media both in their learning and using in daily life. So this article will explain the media literacy include; the meaning, concepts and elements of media literacy which are important to pre-service teachers for instructional management and 21st century skills.

Keywords: Media Literacy: ML; Pre-service Teacher; 21st Century Skills

บทนำ (Introduction)

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างฉับพลัน (Disruptive technology) ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกต้องเผชิญกับระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูงขึ้น ซึ่งนอกจากจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจแล้วย่อมส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิต (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) ที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์ความซับซ้อนและยากเกินคาดเดาเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล ข่าวสารบนโลกออนไลน์ หรือออฟไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สภาพและปัญหาดังกล่าวแผนการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษาของไทยจึงได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนไทยให้เป็นผู้มีทักษะในศตวรรษที่ 21 และการเร่งพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนโดยไม่ยึดตนเองเป็นศูนย์กลางแต่เป็นผู้ที่มีจิตสำนึกคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเสมอ การจัดการเรียนการสอนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การปฏิรูปการศึกษาเป็นผลสำเร็จ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2561) การปรับเปลี่ยนวิธีสอนด้วยการเพิ่มโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการวางแผนจัดกิจกรรมการเรียนการสอนมีส่วนร่วมในกระบวนการค้นหาคำตอบ ฝึกการคิดวิเคราะห์ เพื่อการใช้สื่ออย่างฉลาดรู้ เคารพสิทธิผู้อื่นและมีความรอบคอบในการสื่อสารบนโลกอินเทอร์เน็ตที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อตลอดเวลาส่งผลต่อพฤติกรรมที่ใช้สื่อมากเกินไปทำให้ไม่สนใจการเรียนขาดการเรียนรู้กับกลุ่มเพื่อนจึงทำให้ขาดทักษะในการเรียนรู้และการทำงานร่วมกับผู้อื่นเกิดพฤติกรรมผูกพันกับสื่อจนรู้สึกว่าตนเองขาดสื่อไม่ได้ต้องการใช้สื่ออยู่ตลอดเวลาทำให้ความต้องการที่จะเรียนรู้หรือสนใจสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ลดลง (บุปผา เมฆศรีทองคำ และอรุณฯ สิ่งส่งบ, 2552) นอกจากนี้การใช้สื่อเป็นเวลานานติดต่อกันยังมีผลกระทบต่อสุขภาพและการทำงานของสมองจากการนอนหลับพักผ่อนไม่เพียงพอ (วีระศักดิ์ ชลไชยะ, 2561) ขาดโอกาสที่จะใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในการเรียนรู้แล้วยังเป็นการสิ้นเปลืองทรัพย์สินโดยไม่จำเป็นที่สำคัญขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัว ซึ่งสามารถพูดคุยให้คำปรึกษาแนะนำกับกลุ่มเยาวชนนักศึกษาได้ดีกว่าบุคคลในสื่อสังคมออนไลน์ที่เสี่ยงต่อการถูกหลอกลวงและก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรมได้ง่าย (จุฑารัตน์ สมจริง 2557; อุษณีย์ กังวารจิตต์, 2559) หากปัญหานี้ถูกปล่อยไว้ไม่ได้รับการดูแลย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง ดังที่ พบเห็นเป็นข่าวที่เกิดจากการใช้สื่ออยู่ทุกวันนี้ (นรินทร์ศิริไทย, 2547)

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของเยาวชนไทย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA), 2561) ทำให้ทราบว่า พฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมีอัตราเพิ่มขึ้นและสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังที่ ผลสำรวจผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในปี 2560 ถึง 2562 ของเยาวชนคน Gen Y ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524 – 2543 กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา พบว่า กลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดในรอบ 4 ปี นับเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดมีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาทีต่อวัน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังคงติดอันดับการใช้งานสูงสุดตลอดกาล เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ (อดิพล เอื้อจรัสพันธ์, 2561) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวายที่มีการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (social media) มากที่สุดถึงร้อยละ 91.25 และช่องทางเหล่านี้ยังเป็นช่องทางที่มีการเข้าถึงสื่อโฆษณาสูงที่สุด ได้แก่ Line, Facebook, Instagram, YouTube สูงถึง 3 ชม. 30 นาทีต่อวัน โดยใช้งานทุกวันในวันเรียนและช่วงวันหยุด การเข้าใช้งานจากช่องทาง Instagram การใช้งานส่วนใหญ่คือ การโพสต์รูป วิดีโอของตนเอง การติดตามเพื่อนศิลปินดาราที่ชื่นชอบ และคนดังที่กำลังได้รับความนิยมแล้วยังใช้เป็นช่องทางในการขายสินค้า และซื้อสินค้าแฟชั่นตามโฆษณาการใช้งานจากช่องทาง YouTube พบว่าใช้เพื่อความบันเทิงจากสถิติคำค้นหาในช่องทางดังกล่าวได้แก่ เพลง หนังสือ วิดีโอ เป็นต้น การเข้าใช้งานด้วยสมาร์ตโฟนของคนไทยส่วนใหญ่ใช้เพื่อการสนทนาในรูปแบบแชทข้อความสูงถึงร้อยละ 95 แม้อันดับความนิยมของผู้ใช้งาน Facebook จะลดลงจากเดิมก็ตามแต่ยังคงเป็นช่องทางสื่อสังคมออนไลน์หลักที่คนไทยให้ความนิยมใช้กันอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560) การผลิตสื่อโฆษณาผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มาพร้อมกับการแข่งขันทางเศรษฐกิจ จึงทำให้เกิดการโฆษณาเกินจริงเป็นจำนวนมากโดยมีกลุ่มเยาวชนเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เจ้าของสินค้าต่างพากันให้ความสำคัญ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA), 2561) เนื่องจากเยาวชนยังมีความเชื่อ ค่านิยม มีอารมณ์ความรู้สึกคล้อยตามต่อสิ่งที่สื่อนำเสนอ ดังนั้น แม้ว่ากลุ่มเยาวชนจะเป็นวัยที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีไอที แต่อย่างไรก็ตามพวกเขายังต้องการส่งเสริมความสามารถในการเท่าทันสื่อ (นภินทร ศิริไทย, 2547; อุลิษา ครุฑะเสน, 2556) ด้วยการจัดการเรียนการสอนให้เอื้อต่อผู้เรียนได้สร้างความรู้ด้วยตนเองด้วยการลงมือปฏิบัติกิจกรรมสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันผ่านการจัดประสบการณ์ฝึกการทำงานร่วมกับผู้อื่น

จากสถานการณ์ดังกล่าว การส่งเสริมความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อให้กับนักศึกษาจึงเป็นหน้าที่หลักของสถาบันการจัดการศึกษาในการป้องกันปัญหาหรือภัยที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้สื่อและนับวันความเสียหายมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงและสูงขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยการสร้างภูมิคุ้มกันนักศึกษาให้เป็นผู้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อตามที่นักการศึกษาได้มีการระบุนิยาม และองค์ประกอบไว้ว่าเป็นความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงเนื้อหา วิเคราะห์วิพากษ์สื่อ ประเมินคุณค่าสื่อ และใช้สื่อให้เกิดประโยชน์โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้ การเข้าถึง (Access) การวิเคราะห์ (Analyze) การประเมิน (Evaluate) การสื่อสาร (Communicate) และการสร้างสรรค์ (Create) ดังนี้ (พรทิพย์ เย็นจบก และคณะ, 2548; Center for Media Literacy, 2008; Wan & Cheng,

2004) ไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างปลอดภัย โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการรู้เท่าทันสื่อสำหรับนักศึกษา พบว่า การคิดวิเคราะห์ญาณเป็นปัจจัยภายในปัจจัยหนึ่งซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบย่อยของการรู้เท่าทันสื่อคือ การวิเคราะห์ และประเมินสื่อ

ดังนั้นการพัฒนาการคิดอย่างมีวิจารณญาณให้กับนักศึกษาจะนำไปสู่การพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ทักษะ การคิดช่วยในการวิเคราะห์ ประเมินคุณค่าสื่อ มีการตั้งคำถาม วิพากษ์วิจารณ์ วิเคราะห์กระบวนการทำงานของสื่อ ประเมินคุณค่าเนื้อหาของสื่อ ผ่านการจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ทำการสืบค้นข้อมูลหาคำตอบด้วยตนเองจากสิ่งที่ตนสนใจมีการอภิปรายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับเพื่อนเป็นกระบวนการกลุ่มเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ยั่งยืนจึงควรจัดให้มีการเชื่อมโยงเข้ากับชีวิตประจำวัน และการเปิดรับสื่ออย่างมีสติโดยคำนึงถึงผลดี ผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นต่อตนเองและสังคม (อุลิสซา ครุฑะเสน, 2556) ซึ่งกระบวนการดังกล่าว สอดคล้องกับหลักการของการจัดการเรียนรู้แบบโครงการเป็นฐาน (Project based Learning) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เลือกหัวข้อตามความสนใจของตนเองเรียนรู้และค้นหาคำตอบร่วมกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งหัวข้อที่สนใจเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวสามารถเชื่อมโยงกับบริบท และนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำได้จริง โดยผู้เรียนร่วมกันกำหนดหัวข้อที่สนใจ และร่วมกันวางแผนพร้อมดำเนินการตามแผนที่ได้วางไว้ เมื่อได้คำตอบจากการศึกษาแล้วจึงนำมาจัดทำรายงานและเผยแพร่ต่อผู้อื่นเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันด้วยการอภิปรายถึงข้อค้นพบที่ได้เป็นการสรุปการเรียนรู้จากสิ่งที่ได้รับจากประสบการณ์ตรงของผู้เรียน (ทิตินา แคมมณี, 2561) การจัดการเรียนรู้แบบโครงการเป็นฐานเป็นการจัดการเรียนรู้ที่ตอบสนองผู้เรียนและความต้องการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ให้เกิดกับผู้เรียนในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการจัดการเรียนรู้แบบโครงการสามารถช่วยส่งเสริมความสามารถให้ผู้เรียนมีทักษะการแก้ปัญหา การทำงานเป็นทีม มีความรับผิดชอบ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความคิดวิเคราะห์ญาณ และยังช่วยให้ผู้เรียนได้พัฒนาการเรียนรู้แบบนำตนเองทักษะเหล่านี้ผู้เรียนจะได้รับเมื่อเรียนรู้ผ่านการทำโครงการจากความสนใจและสามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

บริบทของโลกการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วยความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ การรู้เท่าทันสื่อที่ไม่จำกัดอยู่เพียงการอ่านออกเขียนได้เท่านั้น จากจุดนี้นักวิชาการสถาบันต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศได้ให้ความหมายของคำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” ไว้แตกต่างกันไปตามบริบทและวัตถุประสงค์ที่ต้องการพัฒนาคนในประเทศของตนให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแต่ละพื้นที่ของประเทศ ดังเช่นในสหรัฐอเมริกานิยมใช้คำว่า “Media Literacy” ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างคนให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อสามารถผลิตสื่อได้ และให้ความสำคัญต่อผลกระทบที่ได้รับจากสื่อรวมถึงต้องการเพิ่มทักษะความสามารถในการวิเคราะห์ และแสดงความคิดเห็นโต้ตอบสื่อในฐานะผู้รับสื่อ และเป็นผู้เผยแพร่สื่อในฐานะผู้ผลิต ส่วนในออสเตรเลีย และยุโรปนิยมใช้คำว่า Media Education ซึ่งเน้นไปที่กระบวนการจัดการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับสื่อ (เอ็อิจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540)

เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อจึงได้ศึกษาความหมายจากนักวิชาการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้แตกต่างกันดังที่กล่าวมา ซึ่งการพัฒนาความสามารถของบุคคลในการใช้สื่อทุกประเภทตลอดจนการเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเคารพในสิทธิของตนเองและผู้อื่นที่มีความชื่นชอบหรือมีสุนทรียศาสตร์ แตกต่างกัน การพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อให้เกิดกับบุคคลทำได้โดยอาศัยแนวคิดการตั้งคำถาม (Aufderheide, 1992) ได้แก่ (1) สื่อถูกสร้างขึ้นทั้งจากความเป็นจริงและสื่อที่ถูกสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของผู้สร้างสื่อ (2) สื่อมีอิทธิพล และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงพาณิชย์ (3) สื่อมีอิทธิพล และผลกระทบในทางอุดมการณ์ และทางการเมือง (4) สื่อมีความสัมพันธ์กันตามรูปแบบ เนื้อหา และความสวยงามที่มีความเฉพาะแตกต่างกันไป (5) สื่อถูกนำเสนอข้อมูลโดยมีผู้ว่าจ้างอยู่เบื้องหลัง ดังที่ (Center for Media Literacy, 2008) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 คือ ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมินสื่อได้ไม่ว่าสื่อจะอยู่ในรูปแบบใดก็ตาม การสร้างข้อความได้หลากหลายรูปแบบ ใช้ประโยชน์จากสื่อได้อย่างคุ้มค่า มีความเข้าใจในบทบาทของสื่อในสังคม เช่นเดียวกับทักษะในการสืบสอบและการแสดงออกซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย (David M Considine, 2002; Baran, 2004)

นอกจากนี้ (Buckingham, 2007) ยังได้ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาที่เน้นการเข้าถึงตามบริบทของการสื่อสาร โดยความสามารถในการเข้าถึงด้วยการกำกับตนเองตระหนักว่าต้องการอะไร มีความเข้าใจในกระบวนการผลิตสื่อ มีการวิเคราะห์และการนำเสนอข้อความในรูปแบบต่าง ๆ ตามความต้องการของตนเอง โดยที่ (The European Commission, 2007) คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) คำนึงการสร้างความรู้ตระหนักถึงปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์และความถูกต้องตามกฎหมาย ในฐานะผู้บริโภค และผู้ผลิตเนื้อหาตามบริบท สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของสื่อด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างสร้างสรรค์ (UNESCO, 2011) การทำความเข้าใจในหน้าที่และบทบาทของ สื่อเป็นผู้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและการใช้ทักษะด้านเทคโนโลยีในการผลิตเนื้อหาสื่อในระบอบประชาธิปไตยโต้ตอบกับสื่อมวลชนด้วยการใช้ข้อมูลสนับสนุนในเชิงวิพากษ์

สรุปได้ว่า การให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อในบริบทของไทยและต่างประเทศเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะทางด้านปัญญาในการนำความรู้ ทักษะ และเจตคติมาใช้พัฒนาเป็นความสามารถในการเข้าถึงเนื้อหาสื่อ วิเคราะห์ตีความสิ่งที่สื่อนำเสนอด้วยการวิพากษ์ ตั้งคำถาม ข้อสงสัยเกี่ยวกับสิ่งที่สื่อนำเสนอ สามารถประเมินคุณค่าสื่อจากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ก่อนการตัดสินใจเชื่อ แสร้ง แสดงความคิดเห็น และนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารโดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทั้งด้านบวก และด้านลบต่อตนเองและสังคม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อซึ่งหลักการสำคัญต่อไปนี้ช่วยให้ผู้รับสื่อและบุคคลทั่วไปได้รับทราบและเข้าใจการทำงานของสื่อว่ามีความเป็นมาอย่างไรในกระบวนการผลิตสื่อ (Center

for Media Literacy, 2011; ณัชชา ปกิจเฟื่องฟู, 2559; พรทิพย์ เย็นจะบก, 2554) ได้ให้แนวคิดไว้ดังนี้

1. สื่อทั้งหลายล้วนถูกประกอบสร้าง เป็นหลักการสำคัญว่าสื่อถูกสร้างขึ้นโดยผลงานการสร้างของมนุษย์ดังนั้นจึงมีการผสมผสานใส่ความคิดเห็นส่วนตัว ความชอบ ความลำเอียงของผู้ผลิตลงไปด้วย สื่อที่ปรากฏจึงไม่ได้แสดงเรื่องราวตามความเป็นจริงทั้งหมดตรงไปตรงมาทั้งที่ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ที่ผู้ผลิตได้รับ

2. สื่อสร้างภาพความจริงของสังคม จากการที่สื่อทั้งหลายถูกประกอบสร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นจริง และใส่ทัศนคติของผู้ผลิตลงไปในเรื่องนั้นด้วยการชี้นำไปในทิศทางที่สื่อต้องการซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อค่านิยม วัฒนธรรม การดำเนินชีวิตของคนในสังคม เนื่องจากสื่อมีอิทธิพลเป็นอย่างยิ่งต่อการรับรู้ และทัศนคติ ส่งผลต่อพฤติกรรม และความคิดให้เป็นไปตามสิ่งที่สื่อนำเสนอ ดังนั้นการตั้งคำถามจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งซึ่งช่วยให้เราตัดสินใจได้ว่าสิ่งที่สื่อเสนอนั้นเป็นจริงหรือไม่

3. สื่อมีนัยแอบแฝง และสร้างเนื้อหาเชิงการค้า เราควรทราบว่าการผลิตสื่อทั้งหมดคือธุรกิจที่ต้องการทำกำไรจากผู้บริโภคดังนั้นผู้ผลิตจึงมีเทคนิคในการสร้างเนื้อหาเพื่อเป็นการเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามความสนใจและช่วงเวลาที่ใช้งาน เช่น โฆษณาอาหารเสริมหรือยาลดน้ำหนักมักจะมาในช่วงเวลารับประทานอาหารเช้า โดยสร้างเนื้อหาว่าทานแล้วช่วยให้อิ่มเป็นต้น

4. สื่อทุกชนิดสะท้อนค่านิยมและอุดมการณ์ ตามวัตถุประสงค์ที่สื่อต้องการนำเสนอเพื่อชี้นำให้เรากล้วยตามสิ่งที่แฝงมากับสื่อออนไลน์ หรือสื่อโฆษณาที่ใช้ดาราเป็นนางแบบ เช่น ผู้ผลิตให้ดาราที่มีชื่อเสียงถ่ายรูปคู่กับสินค้าของตน เพื่อสร้างค่านิยมการบริโภคสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อผู้รับสื่อโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน นอกจากนี้การนำเสนอบทบาทความเท่าเทียมของผู้หญิงและผู้ชายที่มากับตัวละครย่อมส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตและค่านิยมด้วยเช่นกัน

5. สื่อมีความเกี่ยวข้องกับสังคมและการเมือง ดังนั้นการตระหนักรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อที่การนำเสนอสื่อใด ๆ ก็ตามย่อมมีผลต่อสังคมและการเมือง เช่น นำเสนอข่าวเกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19 หรือความรุนแรงของการเกิดมลพิษฝุ่นละอองขนาดเล็กหรือ (PM 2.5) ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ต่อสถานการณ์ในสังคม และการรับมือแก้ไขปัญหาของผู้นำประเทศส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ และความเป็นอยู่ของประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากมลพิษ

6. สื่อแต่ละสื่อมีรูปแบบ และมีสุนทรียศาสตร์เป็นของตนเอง ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในหัวข้อ 1-5 ว่าสื่อล้วนถูกประกอบสร้างขึ้นตามแบบแผนและแนวทางในรูปแบบของตนเอง เช่นการนำเสนอในเรื่องเดียวกัน แต่รูปแบบวิธีการนำเสนออาจแตกต่างกันไปตามสุนทรียศาสตร์ของแต่ละบุคคล ดังเช่นละคร ที่นำเสนอผ่านช่องทางโทรทัศน์ที่เห็นทั้งภาพและเสียงย่อมแตกต่างจากการฟังละครวิทยุที่ได้ยินแต่เสียงดังนั้นผู้ผลิตย่อมอาศัยเทคนิคในการนำเสนอตามรูปแบบของสื่อเพื่อให้ผู้รับสื่อได้รรถรสในการรับชมและรับฟัง

7. การรู้เท่าทันสื่อคือพลังอำนาจที่นำไปสู่ความสามารถในการสื่อสารในระบอบประชาธิปไตย ในขั้นนั้นนอกจากเป็นการเสริมพลังทางปัญญาให้รู้เท่าทันสื่อแล้ว ยังเป็นการเพิ่มพลัง

อำนาจในการสื่อสารเชิงวิพากษ์ทำให้เรามีภูมิคุ้มกันที่จะปกป้องตนเองจากการสื่อสารสามารถอยู่กับเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่าบุคคลทั่วไปจะสามารถรู้เท่าทันสื่อได้ต้องเข้าใจหลักการกระบวนการทำงานของสื่อจากต้นทางของผู้ผลิตว่ามีสื่อมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองและเกี่ยวข้องกับผู้รับสื่อโดยตรงที่ใช้ในการสื่อสารทั้งทางตรงและทางอ้อม การนำเสนอของสื่อคือการดำเนินงานธุรกิจควบคู่ไปด้วยเสมอ

การศึกษาแนวคิดหลัก ประกอบกับการใช้คำถามหลักเพื่อการวิเคราะห์สื่อสามารถนำมาปรับใช้ในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้เรียนเหมาะสมกับช่วงอายุและบริบทของผู้เรียนได้โดยแต่ละประเด็นมีผู้เสนอรายละเอียดเกี่ยวกับคำถามตามแนวคิดหลักของ 5 คำถามสำคัญก่อนการรับสื่อจะช่วยให้บุคคลสามารถหยุดคิด และใช้สติในการพิจารณาเพื่อตั้งคำถามก่อนการรับสื่อ และเชื่อสื่อในทันทีที่เข้าถึงเนื้อหาสื่อแล้วตั้งคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอแก่ผู้สื่อเป็นต้น ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญในการเข้าถึง การวิเคราะห์การประเมิน และการสร้างสื่อของบุคคล โดยศูนย์การรู้เท่าทันสื่อ (Center for Media Literacy) ได้กำหนดคำถามสำคัญ (Center for Media Literacy, 2011) ไว้ 5 ข้อเพื่อนำมาใช้เป็นแนวคิดหลักในการตั้งคำถามก่อนตัดสินใจเชื่อ ดังนี้

1. ใครเป็นผู้สร้างข้อความนี้ หมายถึง ผู้ประกอบการเจ้าของสื่อหรือผู้อยู่เบื้องหลังได้แก่หน่วยงานราชการ เอกชน หรือของภาครัฐ เจ้าของรายการโทรทัศน์ วิทยุ รวมถึงสปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุนรายการที่มีวัตถุประสงค์จึงใจให้ผู้รับสื่อคล้อยตามหรือเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ซึ่งแนวทางสำหรับการใช้คำถามสำคัญมี ดังนี้

- 1) เนื้อหาสื่อเป็นประเภทไหน ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง
- 2) เนื้อหาสาระที่สื่อเสนอนั้นมีองค์ประกอบอะไรบ้าง
- 3) เนื้อหาข่าวที่สื่อเสนอมีความเหมือนหรือแตกต่างจากข่าวประเภทเดียวกัน

อย่างไร

- 4) เทคโนโลยีอะไรที่ถูกใช้ในงานชิ้นนี้
- 5) สื่อที่ถูกสร้างขึ้นมีความแตกต่างจากสื่อประเภทอื่นอย่างไร
- 6) สิ่งใดในเนื้อหาสาระที่ถูกทำให้แตกต่างกัน
- 7) ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสาระเหล่านี้มีจำนวนเท่าไร พวกเขามีอาชีพอะไรบ้าง

2. เทคนิคอะไรที่ใช้ในการดึงดูดความสนใจ หมายถึง เทคนิค มุมกล้อง แสง สี เสียง ที่ใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการผลิต บันทึกภาพ พิมพ์ภาพข้อความ เสียง กราฟิกต่าง ๆ ที่มีการนำคอมพิวเตอร์ และระบบดิจิทัลเข้ามาเป็นเทคนิคช่วยในการผลิตเป็นความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ช่วยให้การประกอบสร้างสื่อสะดวกยิ่งขึ้นทำให้น่าติดตามเป็นที่ดึงดูดความสนใจ ซึ่ง แนวทางสำหรับการใช้คำถามมี ดังนี้

- 1) วิธีการอะไรที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้รับสาร
- 2) เทคนิควิธีอะไรในสารที่ถูกใช้ดึงดูดความสนใจ

3) สังเกตเห็นอะไรบ้าง เช่น สี รูปทรง เสียงประกอบ (Sound Effects) เพลง ความเงียบ บทสนทนา (Dialogue) บทบรรยาย (Narration) อุปกรณ์ประกอบฉาก เสื้อผ้า การเคลื่อนไหว (Movement) การจัดองค์ประกอบภาพ (Composition) การจัดแสง

4) กล้องอยู่ที่ไหน มุมมองของภาพเป็นอย่างไร

5) เรื่องราวถูกเล่าอย่างไร ผู้คนกำลังทำอะไรอยู่

6) มีสัญลักษณ์ หรือการเปรียบเปรยหรือไม่จุดที่เราอารมณ์คือจุดไหน ผู้สร้างใช้วิธีการชักจูงใจแบบใด และอะไรที่ดูเหมือนว่าจะเป็นจริง

3. ผู้รับสารที่แตกต่างกันตีความสารนี้แตกต่างกันอย่างไร กลุ่มของผู้รับสารยังมีความแตกต่างกันทางเพศ ระดับอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ที่ต่างกัน ย่อมตีความ และรับรู้ได้ต่างกันออกไปตามความสนใจ ความชอบ และทัศนคติของตนเองแม้ว่าจะมีการรับสื่อประเภทเดียวกันก็ตาม แนวทางสำหรับการใช้คำถามมี ดังนี้

1) ผู้คนที่มีความแตกต่างกันดังที่ได้ระบุไว้เมื่อได้รับเนื้อหาสารชนิดเดียวกันจะมีประสบการณ์กับสื่อแตกต่างกันอย่างไร

2) เคยมีประสบการณ์เช่นนี้หรือไม่

3) เนื้อหาในสื่อใกล้เคียงกับประสบการณ์ที่เจอในชีวิตจริงอย่างไร

4) มีการตีความเนื้อหาสารที่แตกต่างกันไปกี่แบบ มีอะไรบ้างจะอธิบาย การตอบโต้ ที่แตกต่างกันต่อเนื้อหาสารนั้นว่าอย่างไร

4. วิถีชีวิต ค่านิยม มุมมองแบบไหนที่ถูกนำเสนอในสารนี้ การนำเสนอเนื้อหาสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าว ละคร โฆษณาที่มีการใช้เทคนิคช่วยในการนำเสนอเนื้อหาที่มีผลต่อการรับรู้ ความเชื่อ ค่านิยมในการใช้ชีวิตที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปตามการสื่อและอาจบิดเบือนไปจากความเป็นจริงที่ควรจะเป็น ซึ่ง แนวทางสำหรับการใช้คำถามมี ดังนี้

1) การสื่อสารนี้มีแนวคิดเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ อะไรที่ถูกนำเสนอ

2) เนื้อหานี้มีหลักการ หลักเกณฑ์อะไรที่บอกว่าเราควรปฏิบัติต่อคนอื่นอย่างไร

3) อะไรคือมุมมองต่อโลกในเนื้อหาสาร

4) มุมมองแบบไหนที่ถูกกลบเกลื่อน แล้วเราจะค้นหาหรือทราบได้อย่างไรว่าอะไรที่ถูกกลบเกลื่อนไป

5) ทำไมจึงมีการเผยแพร่ข้อความนี้ เป็นประเด็นคำถามที่ต้องใช้ความคิด วิจัยรณญาณในการพิจารณาก่อนตัดสินใจเชื่อว่าสื่อมีใครอยู่เบื้องหลัง และมีวัตถุประสงค์ใดในการเผยแพร่เนื้อหาเหล่านี้

5. ทำไมจึงมีการเผยแพร่ข้อความนี้มีวัตถุประสงค์ใด สื่อส่วนใหญ่ที่ถูกสร้างขึ้นมักหวังผลกำไร หรือเพื่อเหตุผลบางประการดังเช่นการจัดพิมพ์นิตยสาร ก็มีการแทรกหน้าสินค้าโฆษณา การนำเสนอทางช่องทางโทรทัศน์ วิทยุ ตลอดจนช่องทางสื่อออนไลน์ในปัจจุบันก็เป็นเช่นเดียวกันคือการมีสื่อโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อมแฝงมากับช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งแนวทางสำหรับการใช้คำถามมี ดังนี้

- 1) ทำไมจึงมีการเผยแพร่เนื้อหา หรือข้อความนี้
- 2) ใครเป็นผู้ควบคุมการสร้างสรรคและการเผยแพร่สารนี้
- 3) ทำไมพวกเขาจึงส่งเนื้อหาสารเหล่านี้ออกมา และจะรู้ได้อย่างไร
- 4) ใครเป็นผู้ได้รับผลกำไรหรือผลประโยชน์ จากเนื้อหาสารนี้ สาธารณชน
ผลประโยชน์ของเอกชน บุคคล องค์กร สถาบัน
- 5) ใครชนะ ใครแพ้ ใครเป็นผู้ตัดสิน
- 6) การตัดสินใจทางเศรษฐกิจอะไรที่จะมีอิทธิพลต่อการสร้างหรือแพร่กระจาย
ข่าวสาร

สรุปได้ว่า จุดมุ่งหมายในกระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อโดยอาศัยแนวคิดหลัก (core concept) และเทคนิคในการใช้คำถามนำเป็นส่วนประกอบในการพิจารณาตามคำถามสำคัญทั้ง 5 คำเกี่ยวกับผู้ผลิตสาร รูปแบบ ผู้รับสาร เนื้อหาของสาร และวัตถุประสงค์ของสารอันจะนำไปสู่การส่งเสริมความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อต่อไป

องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความสำคัญ และความสนใจเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ จึงได้มีการระบุถึงความสามารถ และทักษะของการรู้เท่าทันสื่อไว้ตามลำดับ (Center for Media Literacy, 2008) ได้แก่ (1) ทักษะในการเข้าถึง (Access Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าถึงและเข้าใจเนื้อหาสื่อที่เหมาะสมและมีประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ (2) ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถวิเคราะห์ แยกแยะ ตรวจสอบโครงสร้างเนื้อหาตามบริบทที่สื่อต้องการนำเสนอบนแนวคิดด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้ (3) ทักษะการประเมินเนื้อหาสาร (Evaluate Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาที่ได้รับจากสื่อไปยังประสบการณ์เดิมของตนเอง โดยตัดสินใจบนความถูกต้องเกี่ยวกับเนื้อหาที่ได้รับไม่คล้อยตามตัดสินใจตามสิ่งที่สื่อนำเสนอ (4) ทักษะการสร้างสรรค (Create Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถสื่อสารถ่ายทอดความคิด ความรู้สึกภายในของตนเองที่ต้องการนำเสนอแก่บุคคลอื่น ด้วยการใช้เทคโนโลยีช่วยในการสร้างสรรคเนื้อหา (5) ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมหรือปฏิสัมพันธ์เชิงบวกในการทำงานร่วมกับผู้อื่น การศึกษาองค์ประกอบที่สำคัญในการส่งเสริมความสามารถการรู้เท่าทันสื่อจาก (พรทิพย์ เย็นจบก และคณะ, 2548.; Center for Media Literacy, 2008.; Wan and Cheng, 2004) ข้อมูลข้างต้นสามารถนำมาสังเคราะห์สรุปเป็นของผู้วิจัยได้เป็น 4 องค์ประกอบเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและบริบทที่จะพัฒนาความสามารถให้กับนักศึกษาครูรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึง (Access) คือ การเข้าถึงเนื้อหาที่เหมาะสมมีประโยชน์ เข้าใจคำศัพท์ สัญลักษณ์ เทคนิคที่สื่อใช้การสืบค้นแหล่งที่มา และจัดการข้อมูลข่าวสารที่ได้มาจาก แหล่งข้อมูลที่หลากหลายเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

องค์ประกอบที่ 2 การวิเคราะห์ (Analyze) คือ การวิเคราะห์ แยกแยะ ตีความเนื้อหา ตามโครงสร้างองค์ประกอบตามรูปแบบของสื่อแต่ละประเภท พิจารณาเปรียบเทียบผลกระทบที่ สังคม เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้

องค์ประกอบที่ 3 การประเมิน (Evaluate) คือ การประเมินเนื้อหาของสื่อที่ได้จาก การวิเคราะห์ โดยใช้หลักความเป็นธรรม โดยไม่รับด่วนตัดสินตามอารมณ์และความรู้สึกต่อสิ่งที่สื่อ นำเสนอ

องค์ประกอบที่ 4 การสื่อสาร (Communicate) คือ การแสดงความคิดเห็นหรือการสร้าง ข้อความของตนเองโดยใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี และสื่อต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายมาช่วยใน การสร้างโดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อตนเองและสังคมโดยรวมเนื่องจากสื่อที่แสดงออกไป ไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัวแต่เป็นพื้นที่สาธารณะ

สรุปได้ว่า การพัฒนานักศึกษาครูให้เป็นผู้รู้เท่าทันสื่อได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบ ของการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่ง ประกอบไปด้วย การเข้าถึงแหล่งข้อมูล การวิเคราะห์และเข้าใจเนื้อหาสื่อ การประเมินเนื้อหา แหล่งข้อมูล และการสื่อสารแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ ไม่ส่งผลกระทบต่อตนเองสังคมและประเทศชาติ

บทสรุป

การศึกษาข้อมูลดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ทราบว่าสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่สูงที่สุด และใช้งานต่อเนื่องตลอดเวลาเป็นกลุ่มของเยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี และช่องทาง การใช้งานมากที่สุดเป็นช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษามีการเข้าถึงสื่อต่าง ๆ และใช้สื่อเป็น การใช้งานมีความสะดวกยิ่งขึ้นแม้ผู้มีรายได้น้อยเนื่องจากมหาวิทยาลัยได้มีการเปิดบริการสัญญาณ อินเทอร์เน็ตเพื่อให้บริการทางการศึกษาทั้งในคณะ และหอพักนักศึกษา เมื่อวิเคราะห์ปัญหา พบว่า นักศึกษาใช้สื่อเป็น เข้าถึงเนื้อหาสื่อได้ แต่ยังขาดการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อและขาดการประเมินคุณค่า สื่อก่อนการนำมาใช้ เลือกเชื่อสื่อโฆษณา และเชื่อตามสิ่งที่เพื่อนนำเสนอโดยขาดการกลั่นกรอง จึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม สุขภาพ และสิ่งแวดล้อมทรัพย์สินโดยไม่จำเป็น นอกจากนี้จาก การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ทำให้ทราบว่า การที่จะส่งเสริมความสามารถในการรู้เท่าทัน สื่อให้กับบุคคลนั้นจำเป็นต้องส่งเสริมให้มีความสามารถในฐานะผู้รับ และผู้ผลิตสื่อ โดยคำนึงถึง ผลกระทบต่อตนเองและสังคมเนื่องจากสิ่งที่รับเข้า และสิ่งที่ส่งออกไปย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมในวง กว้างเนื่องจากสื่อเป็นพื้นที่สาธารณะที่ผู้อื่นสามารถรับรู้ข้อมูลจากสิ่งที่เราถ่ายทอดออกไป ดังนั้นจึง

ต้องอาศัยความรู้ ทักษะ และเจตคติ เพื่อพัฒนาความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อตามองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเป็นการป้องกันการใช้สื่ออย่างปลอดภัย และเป็นประโยชน์ต่อตนเองสังคม และประเทศชาติ

เอกสารอ้างอิง (References)

- จุฑารัตน์ สมจริง. (2557). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศกับเยาวชนที่เป็นกลุ่มเสี่ยงในจังหวัดตรัง. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ.
- ณัฏฐา ประกิจเพ็ญฟู. (2559). การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้โดยใช้การคิดเป็นฐานด้วยสื่อเครือข่ายสังคมเพื่อส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและการสื่อสารการศึกษา ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิตนา แหมมณี. (2561). ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภินทร ศิริไทย. (2547). ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพภูมิคุ้มกันสุขภาพที่ดีสำหรับเด็กและเยาวชนในการพัฒนาองค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพสู่หลักสูตรในระบบและนอกระบบการศึกษาของไทย. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- บุปผา เมฆศรีทองคำ และอรรยา สิงห์สงบ. (2552). สภาพการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชนไทยตามช่วงพัฒนาการแห่งวัย. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช).
- พรทิพย์ เย็นจะบก และ คณะ. (2548). การเรียนรู้สื่อ. กรุงเทพมหานคร: ยูเนสโก.
- วีระศักดิ์ ชลไชยะ และคณะ. (2561). ผลของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านจอต่อเด็กและวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร, ปิยอนด์ เอ็นเทอร์ไพรซ์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA). (2561). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560. สืบค้น 2 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.etda.or.th/th/>.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2561). สภาวะการศึกษาไทยปี 2559/2560 แนวทางการปฏิรูปการศึกษาไทยเพื่อก้าวสู่ยุค Thailand 4.0. กรุงเทพฯ : สกศ.
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเงินเนอเรชั่น เอ็กซ์ และเงินเนอเรชั่นวาย. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 6(1), 59-65.
- อุลิสซา ครุฑะเสน. (2556). แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน. วารสารวิชาการ. 6(3), 276-285.

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรลักษณ์. (2540). *การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

Baran,S.J. (2004). *Introduction to Mass Communication*. 3rd ed. Boston, MA:
McGraw Hill.

Buckingham, d. (2007). digital media literacies: Rethinking media education in
the age of the Internet. *Research in Comparative and International
Education*. 4(2), 43–55.

Center for Media Literacy. (2008). *Literacy for the 21st century: An overview &
orientation guide to media literacy education*. 2nd ed.. Malibu, CA:
Center for Media Literacy.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2011). *Media and
information literacy: Curriculum for teacher*. Paris: United Nations
Educational, Scientific and Cultural Organization.