

บทความวิชาการ

25 ปีของการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย: ย้อนทบทวนผ่านงาน ศึกษาระหว่าง พ.ศ.2540-2564

วิโรจน์ สุทธิสีมา¹

Received 18 February 2022

Revised 28 March 2022

Accepted 28 March 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ย้อนทบทวนลักษณะความรู้จากการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยเป็นเวลา 25 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถึง 2564 พบว่างานศึกษาต่อวัตถุประสงค์ทางด้านการรู้เท่าทันสื่อของ “ผู้ใช้” มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยจากวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทและงานวิจัยทั่วไปซึ่งได้รับงบประมาณอุดหนุนจากสถาบัน งานศึกษาเหล่านี้เป็นมุ่งเน้นไปยังกลุ่มของเด็กและเยาวชน ซึ่งในระยะหลังใช้บริบทของอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยลักษณะงานศึกษามากที่สุด คือ เชิงสำรวจโดยมีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยหลัก

ลักษณะงานศึกษาและโครงการที่มีความโดดเด่นมากที่สุดในยุคหลัง ได้แก่ การศึกษาในบริบทดิจิทัล การกลั่นแกล้งออนไลน์ และข่าวปลอม (Fake News) แม้หัวข้อการศึกษาในรอบ 5 ปีหลังในบริบทของโรคระบาด COVID-19 จะยังไม่ได้บุกเบิกไปสู่หัวข้อใหม่นัก แต่การถูกนำไปสู่ภาคปฏิบัติการรู้เท่าทันสื่อเช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการ การสัมมนาวิชาการ ก็นับว่าเป็นความก้าวหน้าของการรู้เท่าทันสื่อในไทย

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ, สถานภาพความรู้การวิจัย, สารสนเทศ, ชีวิตปกติใหม่

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

25 YEARS OF MEDIA LITERACY IN THAILAND: REVISIT OF RESEARCH FROM 1997-2021

Viroj Suttisima²

Abstract

The objective of this article is to revisit the knowledge derived from research on media literacy in Thailand within the 25-year period from 1997 up until 2021. Researches accounted for the largest proportion met the objective relating to media literacy of Users. The majority of them were master's degree theses and general institution-funded research based on the classification of the publication. Survey researches accounted for the biggest amount. Questionnaire was the main research method used among the samples.

Digital Media, Cyberbullying and Fake news were the main focus of the last 5 year in the COVID-19 context. Although last period still not lead to the newest topic and theory but The Practice of Media Literacy activities such as workshops and academic seminars could be hopeful situation.

Keywords: Media Literacy/ State of Research/ Information/ New Normal Life

²Assistan Professor, Ph.D., School of Communication Arts, Bangkok University

บทนำ

ประเด็นที่กลายเป็นวาระแห่งชาติของไทยในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2563-2564 คือ ข่าวปลอม (Fake News) การหลอกลวงผ่านระบบดิจิทัล (Scam) และการกลั่นแกล้งออนไลน์ (Cyberbullying) ปรากฏให้เห็นผ่านการขับเคลื่อนแก้ปัญหาของรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐแบบดั้งเดิม เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงวัฒนธรรม หรือหน่วยงานแบบใหม่ที่เชื่อมโยงกับรัฐ เช่น สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ก็กลายเป็นประเด็นตั้งต้นให้ขบคิดถึงช่วงเวลาที่ผ่านมาหลายสิบปีของการศึกษาเกี่ยวกับสื่อในไทย ว่าเคยมีความพยายามสะสมรวบรวมองค์ความรู้หรือหาหนทางคลี่คลายปัญหาดังกล่าวอย่างไรบ้าง

ทั้งนี้ เมื่อย้อนกลับมาสำรวจเชิงรากเหง้าและโครงข่ายความสัมพันธ์จะพบว่า ในวงศาวិทยาของการศึกษาด้านสื่อ ประเด็นทั้งหมดล้วนอยู่ภายใต้ร่มเงาของการรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) และการรู้เท่าทันสารสนเทศ (Information Literacy) ซึ่งสามารถโยงกลับไปสู่อาณาเขตดั้งเดิมของการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ที่เกิดขึ้นนับตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1950 ในอเมริกา ตั้งแต่การแนะนำให้ผู้คนไตร่ตรองสื่อด้วยสายตาตื่นรู้ ของนักทฤษฎีการสื่อสารคนสำคัญอย่าง Marshall McLuhan มาสู่ทศวรรษ 1960 ด้วยนักการศึกษาที่นำเอาประเด็นการคิดใคร่ครวญให้รอบคอบด้านสื่อมาสู่แวดวงการศึกษาอย่าง John Culkin ขณะเดียวกัน บริบทของการศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองในสื่อช่วงยุคทศวรรษ 1970 ก็ทำให้แนวคิดของ Dallas Smythe เกี่ยวกับกลวิธีของระบบทุนนิยมที่ทำให้ผู้บริโภคสื่อกลายเป็นสินค้าและแรงงาน ถูกจัดว่าอยู่ในขอบข่ายของแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อในช่วงต้นเช่นกัน



ในประเทศไทย งานศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อปรากฏขึ้นในแวดวงวิชาการครั้งแรกราว พ.ศ. 2540 หัวข้องานวิจัย งานวิทยานิพนธ์ เอกสารวิชาการที่สัมพันธ์กับแนวคิดทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัล สามารถนับรวมกันจนถึงปัจจุบัน (สิ้นปี พ.ศ. 2564) ได้เกินกว่า 120 หัวเรื่อง โดยได้เคยมีงานศึกษาซึ่งเผยแพร่ในปี พ.ศ. 2563 เป็นการวิเคราะห์และสังเคราะห์ให้เห็นถึงสถานภาพของงานวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในไทย ด้วยกรอบระยะเวลา 20 ปี (พ.ศ. 2540-2560)

ดังที่กล่าวมาจึงนำมาสู่วัตถุประสงค์หลักของบทความนี้ คือ การนำผลการศึกษาดังกล่าวเป็นจุดตั้งต้นในการย้อนบทพวนถึงผลลัพธ์ที่ผ่านมา และมุ่งหน้าสรุปปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นต่อจากระยะเวลาดังกล่าว จวบจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้เห็นภูมิทัศน์ของการรู้เท่าทันสื่อจากอดีตสู่ปัจจุบันและมุ่งหน้าสู่นาคต

ย้อนบทพวนงานศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ: พ.ศ. 2540-2559

ในงานวิจัยเรื่อง “สถานภาพความรู้การวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2540-2560” (Suttisima, Chainan and Yuwakosol, 2020) ซึ่งได้วิเคราะห์ลักษณะงานศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย โดยใช้กรอบระยะเวลา 20 ปีของการเผยแพร่ผลงาน ระหว่าง พ.ศ. 2540-2560 รวม 120 เรื่อง มาสังเคราะห์ร่วมกับบริบททางสังคม วัฒนธรรมและความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญหลายสาขาวิชาชีพ พบว่า ในห้วงเวลาดังกล่าว งานวิจัยต่อบุคคลประสงค์เกี่ยวกับ “ผู้ใช้สื่อ” (User) มากที่สุด ผลงานศึกษาส่วนใหญ่มาจากวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทและงานวิจัยงบประมาณอุดหนุนจากสถาบัน ส่วนระเบียบวิธีการวิจัยอยู่ในประเภทของงานวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก งานโดยส่วนใหญ่นั้น มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มเด็กและเยาวชน

ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อออกเป็นช่วงเวลาต่าง ๆ โดยสังเคราะห์ออกมาเป็นสถานภาพความรู้ที่ควบคู่ไปกับบริบททางสังคมไทย ดังสรุปได้ดังต่อไปนี้

ยุคเริ่มต้น: พ.ศ. 2540-2549

ในยุคนี้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ซึ่งทำให้เกิดความตื่นตัวทางด้านสิทธิเสรีภาพและข้อมูลข่าวสาร มีการประกาศใช้หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2544 ซึ่งมีประเด็นของเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาเข้ามาเกี่ยวข้อง เริ่มมีการสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอย่างเป็นทางการครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2542 ซึ่งสะท้อนการให้ความสำคัญกับบริบทออนไลน์และข้อมูลข่าวสารในสังคมไทย ขณะเดียวกัน ในกลุ่มของเยาวชนและวัยรุ่นก็ได้รู้จักกับการเล่นเกมออนไลน์ในรูปแบบปฏิสัมพันธ์ อย่างเกมแร็กนาร์็อกออนไลน์ ซึ่งความนิยมอย่างมากทำให้เกิดกระแสความเป็นห่วงเกี่ยวกับเยาวชนและเกมออนไลน์ ทั้งในประเด็นของการเสพติดเกมและการใช้ทรัพยากรทางเศรษฐกิจ

งานศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อในช่วงเวลานี้ หากนับจำนวนจะพบว่าประมาณครึ่งหนึ่งศึกษาในบริบทของสื่อใหม่ (อินเทอร์เน็ต, ออนไลน์) ถัดมาคือการศึกษาในเชิงผลกระทบจากการใช้งาน และยังมีหัวข้อเกี่ยวกับการกำกับดูแลสื่อใหม่

ยุคแห่งการขับเคลื่อน: พ.ศ. 2550-2554

ในปี พ.ศ. 2551 (ค.ศ. 2008) องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้เข้ามาขับเคลื่อนการรู้เท่าทันสื่อในระดับโลก ด้วยการแนะนำองค์ความรู้และเพิ่มความรู้ด้านนี้เข้าไปในหลักสูตรอบรมครูทั่วโลก โดยมีเป้าหมายเพื่อการเป็นสังคมแห่งการรู้สื่อและ



สารสนเทศ สำหรับในประเทศไทยมีการจัดตั้ง กสทช. (NBTC) ซึ่งหนึ่งในหน้าที่คือ การให้ความรู้ด้านสื่อแก่ประชาชนด้วย ในยุคนี้นับว่า การใช้สื่อออนไลน์มีมากขึ้นจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต อันรวมถึงการเพิ่มขึ้นของการหลอกลวงและก่อให้เกิดปัญหาจากผู้รู้ไม่เท่าทันออนไลน์

งานศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อในยุคนี้ทวีจำนวนมากขึ้น โดยมุ่งเน้นไปยังการใช้สื่อและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อของกลุ่มคนต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายของประชากร มีการขับเคลื่อนความรู้ผ่านการศึกษาวิจัยมุ่งเป้ากลุ่มเยาวชนและนักศึกษา ทั้งนี้ จากบริบททางการเมืองในไทยที่มีความเข้มข้นและสัมพันธ์กับการแสวงหาและใช้ข้อมูลข่าวสาร ทำให้มีการศึกษาการใช้งานสื่อและการรู้เท่าทันที่สัมพันธ์กับบริบททางการเมืองด้วย

ยุคของการขยายกรอบความรู้: พ.ศ. 2555-2559

ในยุคนี้มีการประมวลที่วิดิจิตัลและการออกอากาศในไทยเป็นครั้งแรก นำไปสู่ประเด็นเกี่ยวกับจำนวนรายการ การแสวงหาผลประโยชน์ และการกำกับดูแล สิ่งที่น่าสนใจในเชิงการใช้สื่อ คือ เป็นยุคที่สื่อสังคมออนไลน์เติบโตอย่างมาก จนการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยนั้น มาจากสมาร์ตโฟนมากกว่าเครื่องคอมพิวเตอร์ และการใช้สื่อดังกล่าว ยังกลายเป็นกิจกรรมหลักในเวลาว่างของคนไทย ขณะที่สื่อเก่า เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ เริ่มปิดกิจการหรือต้องปรับตัวมาอยู่ในบริบทออนไลน์ และในยุคนี้เองที่ UNESCO ได้พัฒนากรอบการประเมินการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ซึ่งกลายมาเป็นแบบแผนหลักในเวลาต่อมา โดยกำหนดองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ ออกเป็น 3 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการเข้าถึงสื่อ (Access) กระบวนการเข้าใจ วิเคราะห์ ตีความ และประเมินเนื้อหาของสื่อ (Evaluation) และกระบวนการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์และมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ (Creation)

งานศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อในไทยยุคนี้ เกิดจากแรงปะทะหลายทิศทาง ไม่ว่าจะเป็นความเข้มข้นทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงสู่โลกดิจิทัลและสื่อออนไลน์ ไปจนถึงการขยายกรอบความรู้เท่าทันสื่อในระดับสากลมาสู่ระดับย่อยทั่วทุกภูมิภาค ในยุคนี้มีงานศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อเป็นจำนวนมากกว่ายุคก่อนหน้าทั้งหมดรวมกัน และประเด็นทางการศึกษามีความหลากหลายขึ้นจากเดิมที่เน้นเพียงพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มคนต่าง ๆ ได้ถูกขยายขยายไปสู่ผลกระทบในมิติทับซ้อน ตลอดจนนโยบายสื่อและปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังมีความพยายามในการสร้างเครื่องมือสำหรับการวัดและประเมินผลความรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนพัฒนาเครื่องมือสำหรับเสริมสร้างและพัฒนาให้ผู้คนรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นด้วย

สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการศึกษา 20 ปีแรก

หากจะแบ่งผลการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2540-2559 ออกเป็นประเด็นสำคัญ จะพบว่ามียู 7 ประเด็นดังที่ Suttisima, Chainan and Yuwakosol (2020) ได้ชี้ให้เห็นเอาไว้ดังนี้

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อ

ผลการศึกษาได้ระบุว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้รับสารชาวไทย มีความแตกต่างออกไปขึ้นกับปัจจัยแวดล้อม เช่น ประเภทของสื่อ เนื้อหาที่นำเสนอ ตลอดจนถึงลักษณะทางประชากรและเกณฑ์ที่ประยุกต์นำมาวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ ข้อค้นพบสำคัญ คือ ความรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีทักษะการสืบค้น (Access) แต่ยังขาดทักษะในระดับสูงกว่านั้น อันได้แก่ การวิเคราะห์ ประเมินค่า และสร้างสรรค์ (Analysis, Evaluation and Creating) โดยนักศึกษาด้านสื่อสารมวลชนมีการรู้เท่าทันสื่อมากกว่านักศึกษาในสาขาอื่น ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ คือ อายุ เพศ การศึกษา



การสนทนาภายในครอบครัว การได้รับการอบรมเรื่องสื่อ และจำนวนประเภทสื่อที่เปิดรับในแต่ละวัน

2. การศึกษาเนื้อหาสื่อ

เนื่องจากสื่อโฆษณาถูกมองว่ามีเนื้อหาโน้มน้าวใจและชักจูงในระดับสูง จึงมักถูกหยิบยกมาเป็นประเภทเนื้อหาสื่อที่ถูกศึกษา ผลการศึกษาบ่งชี้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีความรู้เท่าทันนี้ เข้าใจรูปแบบการนำเสนอ สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างโฆษณาและโฆษณาแฝงได้ ตลอดจนถึงทราบเรื่องผลกระทบต่องสังคม ขณะที่การศึกษาผ่านเนื้อหาในบริบทออนไลน์ พบว่าผู้ใช้ออนไลน์มีการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง รับรู้ถึงความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต และมีพฤติกรรมป้องกันตนเอง

3. ผลกระทบจากการใช้สื่อ

ส่วนที่นับว่าผลการศึกษายังไม่ชัดเจน คือ ประเด็นว่าด้วยเรื่องของผลกระทบจากการใช้สื่อ เนื่องจากผลการวิจัยมีความหลากหลายตามแต่เงื่อนไขในการศึกษา ซึ่งมีทั้งผลกระทบอย่างมาก ผลกระทบปานกลาง และผลกระทบในระดับต่ำ โดยส่วนนี้จึงนับว่าเป็นผลมาจากปัจจัยที่แตกต่างกันออกไป

4. การศึกษาในเชิงนโยบาย

การศึกษาในเชิงของนโยบายสื่อ มีรูปแบบที่หลากหลายขึ้นอยู่กับการกำหนดขอบข่ายของนโยบายที่สัมพันธ์กับเรื่องสื่อ เมื่อแบ่งจากแหล่งที่มาและการนำไปใช้ของนโยบาย จะพบว่า นโยบายการรู้เท่าทันสื่อทั้งมาจากตัวชุมชนคนรอบข้างผู้ใช้สื่อ และตัวของผู้ใช้สื่อเอง ลักษณะของนโยบายมีทั้งในแง่ของการส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความรับผิดชอบร่วมกัน การใช้การสื่อสารโดยเน้นปัญญา สำนึก และความรับผิดชอบ นโยบายในเชิงทำให้กฎหมายและการบังคับใช้ได้ผล ป้องกันการก่ออาชญากรรมทางอินเทอร์เน็ต ไปจนถึงนโยบายการเน้น

ย៉ายังผู้รับสาร (ผู้ใช้สื่อ) ให้แยกแยะการโฆษณากับข้อเท็จจริง รู้จักการตรวจสอบและส่งต่ออย่างถูกต้อง

5. การศึกษาเกี่ยวกับชุดเครื่องมือ

หนึ่งในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อที่สำคัญ คือ การพัฒนาเครื่องมือที่จะทำให้ผู้ใช้สื่อมีความรู้เท่าทัน การศึกษาพบว่า งานวิจัยที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับการพัฒนาและทดสอบเครื่องมือเพื่อการรู้เท่าทันสื่อมีปริมาณมากพอสมควร ส่วนสำคัญ คือ การมุ่งเน้นไปยังระดับเด็กและเยาวชน โดยมีชุดเครื่องมือ เช่น ชุดฝึกอบรม โครงการอบรม และหลักสูตรการเรียน สำหรับในส่วนของหลักสูตรเรียนรู้นั้น มีทั้งแบบการเรียนรู้เพื่อเท่าทันสื่อทั่วไป และการเรียนรู้แบบเฉพาะทาง เช่น รู้เท่าทันผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หรือการรู้เท่าทันของกลุ่มแรงงาน นอกจากนี้ ยังมีการสร้างหลักสูตรสำหรับผู้สอนทางด้านนี้ซ้อนทับเข้าไปอีกชั้น เพื่อให้มีศักยภาพในการนำไปสอนต่อแก่กลุ่มบุคคลอื่น ๆ ได้

6. การพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทัน

เมื่อสำรวจองค์ความรู้ที่พัฒนาในขอบข่ายของการรู้เท่าทันสื่อ พบว่าทิศทางการพัฒนา ได้แก่ การให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อ การส่งเสริมความสามารถในการวิเคราะห์ และการรู้จักนำเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ โดยทักษะของบุคคลที่ถูกพัฒนา ได้แก่ ทักษะด้านการเข้าถึง ด้านการตระหนักในผลกระทบ ด้านความรู้เกี่ยวกับสื่อและบริบท และความรู้ในกระบวนการสร้างส่งต่อและนำเสนอสื่อต่าง ๆ องค์ความรู้ยังรวมถึงการตรวจสอบสื่อ ทั้งการสร้างมาตรฐาน หรือการผลักดันให้เกิดวาระสังคมและสร้างเครือข่ายในเชิงส่งเสริมและตรวจสอบ

7. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ

เมื่อพิจารณาจากงานศึกษาที่มุ่งค้นหา “ปัจจัย” ของการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ปัจจัยด้านประชากรมีความสำคัญอย่างมาก เช่น อายุที่มากขึ้นจะทำให้



ระดับการรู้เท่าทันเพิ่มมากขึ้น เพศเป็นตัวแปรของการรู้เท่าทัน ระดับการศึกษา มีผลต่อการรู้เท่าทัน ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการเรียนเก่ง ปัจจัยด้านการ มีลักษณะนิสัยชอบอ่าน เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่น เช่น ผู้ชอบแสวงหาข้อมูลและวิเคราะห์เอง มักจะมีความรู้เท่าทันมากกว่า ผู้มีบุคลิกภาพหัวนโหน่งง่ายจะมีโอกาสรู้ไม่เท่าทัน และรวมถึงปัจจัยของผู้รอบข้างที่จะส่งผลต่อการรู้เท่าทัน อันได้แก่ ผู้ปกครอง ครอบครัว สถานศึกษา และกลุ่มเพื่อน

มองผ่านกรอบมุมมองปี พ.ศ. 2560 สู่อนาคต

ในการอภิปรายผลและเสนอแนะจากงานวิจัยสถานภาพความรู้การ วิจัยรู้เท่าทันสื่อ โดย Suttisima, Chainan and Yuwakosol (2020) ได้เสนอ ว่า ลักษณะของงานวิจัยที่ซ้ำซ้อนกันมากเกินไปและควรปรับเปลี่ยน ได้แก่ การศึกษาที่ใช้เค้าโครงของแนวคิดทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อโดยขาดการอรรถ ความรู้และขาดการเชื่อมโยงไปสู่บริบทเฉพาะด้าน งานศึกษาที่นับว่ามีปริมาณ มากและกระจุกตัวกันมาก คือ การเน้นไปยังบริบทของกลุ่มของเด็กและเยาวชน การศึกษาสื่อเก่า การศึกษาสื่อโฆษณา รวมถึงลักษณะของการเก็บข้อมูลโดยใช้ การสำรวจและแบบสอบถามเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะว่า การสนับสนุนงานศึกษาด้านการรู้เท่าทัน สื่อสำหรับอนาคต ควรจะเปิดพื้นที่สำหรับงานวิจัยที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ การประเมินค่า และการสร้างสรรค์ผลิตสื่อต่อยอด การศึกษาในบริบทของโลก ดิจิทัล ทั้งการกลั่นแกล้งออนไลน์ การหลอกลวงออนไลน์ ตลอดจนถึงชาวปลอม ออนไลน์และความเกลียดชังออนไลน์ โดยภูมิทัศน์ใหม่สำหรับการศึกษา คือ การมองผู้ใช้งานในแบบของผู้กระตือรือร้นที่ไม่ได้รับข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นผู้ส่งสารอีกด้วย นอกจากนี้ การศึกษาด้วยช่วงวัยที่หลากหลาย เช่น

ผู้สูงวัย และกลุ่มเฉพาะ เช่น ผู้ผลิตสื่อ ผู้ปกครอง ก็ถือเป็นสิ่ง值得ส่งเสริม สนับสนุนควบคู่ไปกับแนวคิดและตัวชี้วัดใหม่ ๆ สำหรับสังคมไทยเช่นกัน

ห้าปีให้หลัง: การรู้เท่าทันสื่อในฐานะวาระแห่งชาติและบริบทโลกยุคปกติใหม่

เมื่อได้ย้อนกลับไปทบทวนงานศึกษาที่วิเคราะห์สถานภาพความรู้ การวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งจบสิ้นสุดลงในปี พ.ศ. 2560 ทำให้เกิดคำถามในเชิงของการต่อยอดว่า จากช่วงเวลาดังกล่าวมาจนถึงสิ้นปี พ.ศ. 2564 หรือร่วมห้าปีให้หลังนั้น ในเมืองไทยนั้นมีความเปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมในความเคลื่อนไหวของสถานภาพความรู้ด้านนี้อย่างไรบ้าง

ภูมิทัศน์ของสื่อที่ส่งผลต่อสถานภาพของการศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อ ในช่วง 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) อาจแบ่งได้ออกเป็น 2 ช่วงเวลา ช่วงแรก คือ รอยต่อของการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อเดิมเข้าสู่ภูมิทัศน์สื่อใหม่ สื่อดั้งเดิมถูกปรับเปลี่ยนเข้าสู่บริบทออนไลน์ เกิดสภาวะกดดันเปลี่ยนผ่านจากเทคโนโลยี ดิจิทัล (Digital Disruption) การจับตามองความเป็นไปในโลกของสื่อที่มีความเข้มข้นอันเป็นผลสืบเนื่องจากปัญหาการกระทำความผิดออนไลน์ และพร้อมกันนี้ยังร่วมด้วยปัญหาทางเศรษฐกิจ ซึ่งยังผลให้กิจการสื่อจำนวนมากต้องเปลี่ยนแปลงหรือปรับตัว ส่วนช่วงหลัง คือ การเผชิญหน้ากับปัญหาโรคระบาดระดับโลก COVID-19 ซึ่งเหมือนเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาให้การสื่อสารกันด้วยระบบดิจิทัลและออนไลน์กลายเป็นระบบบังคับ และเคลื่อนย้ายผู้คนในวงจรสื่อสารแทบทั้งหมดให้เข้ามาสู่เท่าทัน/ รู้ไม่เท่าทัน ในวงจรดังกล่าวนี้ จนกลายเป็นความปกติใหม่ (New Normal) ทางการสื่อสาร

จากบริบทดังกล่าว ทำให้ในช่วง 5 ปี ภายหลังจากงานศึกษาของ Suttisima, Chainan and Yuwakosol (2020) (From 1997-2017) ประเทศไทยกลายเป็นสังคมดิจิทัลด้วยอัตราเร่งที่ผิดปกติจากสภาวะโรคระบาดที่ผู้คน



ต้องสร้างระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) โดยมีระยะห่างทางกาย เพื่อป้องกันโรคระบาด (Physical Distancing) ดังนั้น การทำงานและการใช้เวลาว่างล้วนเชื่อมโยงกับระบบออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การหาข้อมูล การรับส่งข้อความ ความบันเทิงออนไลน์ ตลอดจนถึงการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ขณะที่รัฐบาลและกระแสสังคมได้กล่าวถึงวาระของการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทออนไลน์ อันได้แก่ การหลอกลวงออนไลน์ ข่าวปลอมออนไลน์ และการกลั่นแกล้งออนไลน์ โดยงานศึกษาส่วนใหญ่ได้เชื่อมโยงกับบริบทออนไลน์เช่นกัน ซึ่งเป็นการใช้แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อแบบดั้งเดิม และแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร เป็นหลัก

สิ่งที่พลเมืองโลกต้องรู้เท่าทัน

เพื่อให้เกิดภาพที่คมชัดของสถานภาพการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในสังคมไทยปัจจุบัน (5 ปีให้หลัง) จึงขอเปรียบเทียบกับกระแสการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อในสังคมโลก (Global Trends) ผ่านงานศึกษาวิจัยเป็นลำดับแรก

จากการสำรวจงานศึกษาและบทความเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในระดับนานาชาติ ในประเด็นของหัวข้อที่จะเป็นกระแสสำหรับปัจจุบันและอนาคต ปรากฏว่า กระแสนุ่งเน้นไปยังการทำความเข้าใจโลกดิจิทัล สื่อออนไลน์ การผูกโยงเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายเยาวชน บริบทของความเป็นโรงเรียนและหลักสูตร รวมถึงการทำความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายของวัฒนธรรมอื่น ๆ ในฐานะของพลเมืองโลก ตลอดจนการนำมาปรับใช้ในภาคปฏิบัติการทางสังคมจริง (Fedorov and Mikhaleva, 2020) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีของข่าวปลอมที่จำต้องป้องกันไม่ให้แพร่กระจายในสังคม ต้องปลูกฝังในการศึกษาให้เด็กคิดอย่างเป็นศาสตร์ที่มีเหตุและผล (Zdravkova, Yordanova, & Planska-Simeonova, 2020)

และยังหากพิจารณาจากในยุคของการมีโรคระบาดครั้งใหญ่ ที่ทำให้เด็กและเยาวชนต้องอยู่ในบริบทออนไลน์มากกว่าการเข้าชั้นเรียนทางกายภาพ หรือการได้ทำกิจกรรมในโรงเรียน การทำให้เด็กได้มีความเข้าใจและรู้เท่าทัน ในสื่อ นับว่าเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้เป็นครู ซึ่งองค์ประกอบพื้นฐานทั้ง 4 อย่าง ดังเช่น การเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินค่า และการนำไปส่งต่อ และสร้างสรรค์ ยังนับเป็นพื้นฐานที่ต้องเรียนรู้ (Owens, 2021) ดังนั้น เมื่อสรุปแล้วจะพบว่า กระแสหลัก คือ การพุ่งเป้าไปยังการปลูกฝังความรู้เท่าทันสื่อแก่เยาวชนเป็นลำดับแรก

เน้นการลงสู่ภาคปฏิบัติการ

หากพิจารณาจากข้อเสนอแนะจากงานวิจัยของ Suttisima, Chainan and Yuwakosol (2020) ว่า ควรสนับสนุนให้มีการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในบริบทใหม่ ทั้งในเชิงทฤษฎี เทคนิควิธีการ หรือกลุ่มบุคคล เมื่อพิจารณาภาพรวมของ 5 ปีภายหลังจากนั้น จะพบว่า แม้จะมีการต่อยอดไปสู่หัวข้อใหม่ อยู่บ้าง แต่ก็ยังเป็นกรณีสืบเนื่องจากการบุกเบิกในยุคก่อนหน้า เช่น Digital Quotient และ Transmedia Literacy แต่ในภาพรวมยังมี ปริมาณ การเปลี่ยนแปลงตามข้อเสนอแนะดังกล่าวไม่ชัดเจนนัก เนื่องจากสภาพ การศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในไทยในยุคห้าปีถัดมานี้ ยังคงอยู่กับกลุ่มของ เด็กและเยาวชน เน้นการตรวจสอบสมรรถนะการรู้เท่าทันของกลุ่มเป้าหมาย เป็นหลัก

กระนั้นก็ตาม แม้จะไม่ได้สร้างทิศทางใหม่ให้แก่การศึกษา แต่ก็เห็นว่า การค้นคว้าดังกล่าวได้เพิ่มพูนความแข็งแกร่งทางวิชาการให้แก่องค์ความรู้ การรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มของเด็กและเยาวชนตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ดังจะ เห็นจากงานศึกษาที่โดดเด่นในช่วงนี้ เช่น การศึกษาของ Sukonratanamedhi

and Moksat (2019) “การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย” ซึ่งเป็นงานวิจัยของสำนักวิจัยและพัฒนาสถาบันพระปกเกล้า ที่มุ่งพัฒนาตัวชี้วัดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน และลำดับถัดมาคือผลงานของ Thuengnak and Pan-Ngam (2021) “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” ซึ่งมุ่งหาคำตอบในเชิงปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มนักศึกษา

ทั้งนี้ แม้ว่าช่วงเวลา 5 ปีถัดมา (2560-2564) จะไม่มีงานซึ่งใช้ทฤษฎีใหม่ กลุ่มเป้าหมายใหม่ หรือวิธีการศึกษาที่แปลกใหม่มากนัก แต่ยุคนี้กลับกลายเป็นยุคที่น่าอึ้งค่าความรู้ที่ได้สั่งสมมาหลายสิบปี เข้ามาหล่อหลอมและผนวกรวมสู่ภาคปฏิบัติการทางสังคม หลักฐาน คือ การกำเนิดขึ้นของกิจกรรมการอบรมที่ยึดโยงกับการรู้เท่าทันสื่อ ไม่ว่าจะเป็นหัวข้อข่าวปลอม การหลอกลวงออนไลน์ หรือการกลั่นแกล้งออนไลน์ ผ่านกิจกรรมเสริมสร้างทักษะ การบรรยาย การอบรม การอบรมแบบมีส่วนร่วมจากสถาบันต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบของการให้ทุนและการดำเนินการเอง

นอกจากนี้ ในบริบทของภาวะปกติใหม่ภายใต้สถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ทำให้การจัดประชุมต้องปรับเป็นรูปแบบออนไลน์ กระนั้นกลับเผยถึงแง่ดีที่ทำให้กิจกรรมดังกล่าวบริหารจัดการทั้งสถานที่และงบประมาณได้คล่องตัวและเอื้ออำนวยผู้เข้าร่วมได้มากขึ้น ทั้งในแง่ของโอกาสเข้าถึงและการประชาสัมพันธ์ โดยนับได้ว่ากิจกรรมเกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อที่มีปริมาณมากขึ้นกว่าเดิมและไหลเวียนเข้าสู่ภาคประชาสังคมและกลุ่มเป้าหมายได้ดี

เหรียญสองด้านของการณรงค์เรื่องข่าวปลอม

ประเด็นของการรู้เท่าทันสื่อที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดประเด็นหนึ่งในช่วงปี พ.ศ. 2563-2564 คือ ข่าวปลอม (Fake News) ซึ่งกลายเป็นวาระแห่งชาติ

ผ่านการผลักดันของหน่วยงานรัฐ และผู้บริหารระดับสูงในรัฐบาลยังได้กล่าวถึงอยู่บ่อยครั้ง แม้ว่าดูเหมือนการสร้างประเด็นนี้ให้กลายเป็นวาทกรรมและนโยบายทางสังคม ควรจะเป็นเรื่องน่ายินดี กระนั้น กิจกรรมการณรงค์เกี่ยวกับ Fake News กลับเสมือนวัตถุในความมืดที่ถูกแสงสว่างส่องเข้ามาเพียงครั้งเดียว หากมองในส่วนที่เป็นเงามืด ก็คือการย้ำเตือนถึงความล้มเหลวอันเกี่ยวกับการศึกษาและปฏิบัติการเพื่อสร้างการรู้เท่าทันสื่อ เพราะแม้จะผ่านเวลามายาวนานแต่สังคมก็ยังตกอยู่ภายใต้ความรู้ไม่เท่าทันในสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ซึ่งผลการสำรวจจากงานวิจัยและสถาบันต่าง ๆ ล้วนชี้ให้เห็นว่าสถานะการถูกหลอกลวงและมีส่วนร่วมในการแพร่ระบาดของข่าวปลอมนั้น อาจเกิดขึ้นได้อย่างมากกับหลายช่วงวัย ไม่ว่าจะเป็นในกรณีของการสำรวจจาก ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมแห่งประเทศไทย (*DES shows the total number of 23 million Thai people who shared fake news, and it was found that the media were more interested in the problem of “fake news”, 2021*) สำรวจระหว่าง วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ถึง 23 ธันวาคม พ.ศ. 2564 มีจำนวนพบผู้โพสต์ข่าวปลอม 1,167,543 คน และจำนวนผู้แชร์ข่าวปลอม 23,785,145 คน โดยช่วงอายุของผู้โพสต์และแชร์มากที่สุด คือ อายุ 18-24 ปี คิดเป็นสัดส่วน 54.5% ขณะที่อายุ 55-64 ปี มีพฤติกรรมแพร่กระจายข่าวปลอมต่ำสุด คิดเป็น 0.1%

แต่ในขณะเดียวกัน Phanmool and Propunprom (2021) ศึกษาสถานการณ์การเข้าถึงสื่อ การรับรู้ข่าวปลอม และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุชุมชนเขตเมืองในวิถีวิถีใหม่ พบว่า ผู้สูงวัยยังถูกหลอกลวงจากข่าวปลอมจำนวนมาก ส่วนใหญ่พบข่าวปลอมในไลน์ ร้อยละ 74.3 เนื้อหาข่าวปลอมที่ผู้สูงอายุหลงเชื่อและถูกหลอกเป็นเรื่องราวการเมือง ร้อยละ 65.78 เศรษฐกิจ ร้อยละ 54.33 และสาธารณสุข ร้อยละ 50.00 ลักษณะข่าวปลอมที่พบ คือ

เนื้อหาไม่ตรงกับพาดหัวข่าว ร้อยละ 49.22 ผู้สูงอายุส่งต่อข่าวปลอม ร้อยละ 15.11 ผลกระทบจากการใช้สื่อมีทั้งทางบวกและทางลบต่ออารมณ์ จิตใจ สุขภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ส่วนสาเหตุการส่งต่อข่าวปลอม คือ มีความเชื่อว่าเป็นความจริง มีประโยชน์ต่อผู้อื่น ต้องการให้สังคมยอมรับ โดยการใช้อีมีผลกระทบต่ออารมณ์และจิตใจ สุขภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งทางบวกและทางลบ โดยผลกระทบเชิงบวกที่สำคัญ คือ เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับโรคและการป้องกันโรค และเกิดการเรียนรู้การใช้ชีวิตในชีวิตวิถีใหม่ หรือชีวิตแบบปกติใหม่ (New Normal)

งานศึกษาดังที่กล่าวมา ไม่ว่าจะให้ผลว่ากลุ่มที่ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อจะเป็นกลุ่มเยาวชนหรือกลุ่มผู้สูงอายุ หรือไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอาชีพใด ก็ยังตอบยากว่า คนไทยยังต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งท่ามกลางบริบทของดิจิทัลในสถานการณ์ที่ต้องความถูกต้องของข่าวสารสำหรับการดำรงชีวิต

อย่างไรก็ตาม หากมองในส่วนที่เป็นแสงสว่างสดใส ก็จะพบว่าปัญหาดังกล่าวได้รับการจับตามองและจากงานศึกษาวิจัยบนหน้ากระดาษ (และกระดาษอิเล็กทรอนิกส์) จากผู้ศึกษานั้นได้ถูกส่งต่อมายังภาคปฏิบัติการอย่างจริงจังเพื่อขับเคลื่อนสังคม ดังจะเห็นได้จากปริมาณของการจัดงานทางวิชาการและการอบรมเพื่อสังคมที่มีปริมาณมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดดังที่กล่าวไปแล้ว

Pain Point ในจักรวาลของการไม่รู้เท่าทันสื่อ

สิ่งที่นับว่าเป็นข้อสังเกตและอาจจะเป็นการค้นพบ “จุดสำคัญ” (Pain Point) ของปัญหาการไม่รู้เท่าทันสื่อ ในกลุ่มประชากร ได้ปรากฏผ่านข้อเสนอแนะของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในงานศึกษาของ Suttisima, Chainan and Yuwakosol (2020) และค่อยปรากฏภาพชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ คือ การมองหากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทัน/ รู้ไม่เท่าทันสื่อ ดังเช่น กลุ่มผู้ที่มี

ลักษณะเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารหรือผู้คุมข้อมูลข่าวสาร (Gatekeeper) โดยข้อมูลการสำรวจจากศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมแห่งประเทศไทย (DES shows the total number of 23 million Thai people who shared fake news, and it was found that the media were more interested in the problem of “fake news”, 2021) มีข้อมูลบ่งชี้ว่า กลุ่มอาชีพของผู้แชร์ข่าวที่เข้าข่ายเป็นข่าวปลอมมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มอาชีพคุณครู อาจารย์

ขณะที่ สำนักข่าวทีเอ็นเอ็น (Decoding 3 Problems of Why Thai Children Aren’t Motivated by Keeping Up with the Media, 2021) นำเสนอบทความ “ถอดรหัส 3 ปมปัญหา เหตุใดการ “รู้เท่าทันสื่อ” ในเด็กไทย จึงยังไม่กระตือรือร้น” โดยอ้างอิงจากการให้ข้อมูลของผู้จัดการสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อของเด็กไทยที่ยังไม่ตื่นกึกเกิดจากการที่ครูไทยไม่พร้อม กระบวนการสอนอ่อนแอ และไร้เจ้าภาพขาดการเชื่อมโยงหน่วยงาน

ข้อสังเกตสืบเนื่องจากเนื้อหาดังกล่าว ได้แก่ กลุ่มของคนที่ถูกถือว่าเป็น “ด่านหน้า” ของข้อมูลข่าวสารก่อนจะไปถึงกลุ่มเป้าหมายยอดนิยมในการศึกษา อย่างเด็กและเยาวชนนั้น (อาจจะไม่เพียงแค่กลุ่มของครูอาจารย์ แต่อาจรวมถึงครอบครัวและสื่อมวลชนด้วย) ควรจะมีความรู้เท่าทันสื่อและเป็นนายประตูด่านข่าวสารที่ทรงประสิทธิภาพมากกว่านี้ และอาจจะเป็นอีกกลุ่มที่น่าสนใจเข้าไปทำการทดสอบสมรรถภาพการรู้เท่าทันสื่อ และหาทางเพิ่มสมรรถนะดังกล่าวให้สูงขึ้นต่อไป

นอกจากนี้ ใน รายงานผลการสำรวจข้อมูลสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทย ปี พ.ศ.2563 (Office of National Digital Economy and Society Commission, 2021) ผลการสำรวจได้ค่าคะแนนเฉลี่ยคนไทย ระหว่าง 65.0-79.9 ถือว่าเป็นระดับดี ทั้งสองปีต่อเนื่องกัน แปลว่า

บุคคลสามารถใช้ข้อมูล เครื่องมือทางดิจิทัล อินเทอร์เน็ตและประเมินสื่อดิจิทัล
การใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงการทำงานได้อย่างเหมาะสม โดยปี พ.ศ. 2562
ได้ 64.5 คะแนน ส่วนปี พ.ศ. 2563 ได้ 68.6 คะแนน ขณะที่ผลสำรวจ
สถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลของประชาชนไทย ปี พ.ศ.
2563-2564 ของ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ร่วมกับคณะวชิตร
รมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (*Results from the Thai people's keeping
up with the media, information technology, and digital information
in the years 2020 and 2021, 2022*) จากผู้ร่วมตอบแบบสำรวจทางออนไลน์
5,239 คน ก็มีภาพรวมออกมาในระดับใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ สถานภาพการเข้าใจ
ดิจิทัลด้านที่ได้มากที่สุด คือ การสื่อสารยุคดิจิทัล การรู้เท่าทันสื่อและ
สารสนเทศ และแนวปฏิบัติในสังคมดิจิทัล ส่วนสิ่งที่นำมาเป็นประเด็นสำหรับ
การศึกษาและการณรงค์ขับเคลื่อนต่อไป คือ สถานภาพที่คนไทยได้คะแนนน้อย
ที่สุดจากการสำรวจทุกปี อันได้แก่ กฎหมายดิจิทัล ซึ่งหากพิจารณาจากข่าว
คราวในสังคมที่มีการทำความผิดออนไลน์และระบบดิจิทัล จะพบว่า จำนวนมาก
เกิดจากความไม่รู้หรือไม่ตระหนักถึงประเด็นทางกฎหมายนั่นเอง

สรุป

เมื่อย้อนทบทวนลักษณะความรู้จากการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ
ในประเทศไทยเป็นเวลา 25 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถึง 2564 พบว่างานศึกษา
ส่วนใหญ่สนใจการค้นหาความรู้เท่าทันของผู้ใช้ซึ่งเป็นเยาวชนมากที่สุด โดย
มักจะเป็นลักษณะของการสำรวจสมรรถภาพการรู้เท่าทันสื่อผ่านการใช้วิธีการ
สำรวจด้วยแบบสอบถาม ซึ่งแม้จะถูกพิจารณาว่าการศึกษาพุ่งเป้ากลุ่มเยาวชนมี
ลักษณะซ้ำซ้อนมาตั้งแต่อดีต แต่ในอีกแง่มุมหนึ่งก็ถือว่า ยังสร้างคุณประโยชน์
ได้เนื่องจากกลุ่มเยาวชนได้เปลี่ยนโฉมหน้าไปท่ามกลางบริบทสังคมที่



เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาในบริบทของออนไลน์และดิจิทัลเป็นสิ่งที่กลายมาเป็นกระแสหลัก และโลกในบริบทของโรคระบาด COVID-19 ได้ทำให้เกิดระบบการสื่อสารและทำงานแบบออนไลน์มากขึ้นซึ่งก็ทำให้เกิดปัญหาการรู้เท่าทันสื่อแบบดิจิทัล/ ออนไลน์มากขึ้นเช่นเดียวกัน เช่นเดียวกับประเด็นการหลอกลวงออนไลน์ กลั่นแกล้งออนไลน์ และข่าวปลอม (Fake News) ที่ถือเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจอย่างมากในช่วง 5 ปีหลัง และได้กลายเป็นวาระสำคัญในสังคมไทย

หากพิจารณาจากบริบทการศึกษาในระดับโลก จะพบว่า กระแสหลักยังคงเป็นการศึกษากับกลุ่มเยาวชนเพื่อให้รู้เท่าทันและเติบโตกลายมาเป็นพลเมืองโลกที่มีคุณภาพ ซึ่งถือว่าการผนวกกันระหว่างมิติของสื่อสารศึกษาและศึกษาศาสตร์/ ครุศาสตร์ โดยเมื่อพิจารณาจากบริบทของไทย การบุกเบิกหัวข้อใหม่ ๆ อาจจะพอมิบ้างในยุคหลัง แต่ไม่ได้มากมายนัก ส่วนที่โดดเด่นกลับเป็นภาคปฏิบัติการรู้เท่าทันสื่อ เช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการ เป็นต้น

นอกจากนี้ หากพิจารณาว่าการแก้ปัญหาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อควรจะหาตัวแปรใหม่ ๆ ผลการสำรวจสถานะของการรู้เท่าทันสื่อจากสถาบันต่าง ๆ ได้ให้ข้อมูลสำคัญว่า การมุ่งเน้นไปยังกลุ่มที่เป็นผู้มีอิทธิพลทางการสื่อสาร เช่น ตัวของผู้ให้ความรู้ นักสื่อสารมวลชน ก็นับว่าน่าพิจารณาเช่นเดียวกัน ทั้งในแง่ของการทดสอบสมรรถนะการรู้เท่าทัน และการอบรมความรู้เพื่อนำไปเผยแพร่อย่างถูกต้องต่อไปในสังคมไทย หรือกระทั่งในประเด็นของการให้ความรู้ทางกฎหมายดิจิทัลอย่างถูกต้อง ก็จะทำให้ปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดผู้อื่นทางออนไลน์อันถือเป็นหนึ่งในการรู้ไม่เท่าทันสื่อ ได้บรรเทาเบาบางลง

เอกสารอ้างอิง

- Decoding 3 Problems of Why Thai Children Aren't Motivated by Keeping Up with the Media.* (2010). Retrieved Feb 1, 2022 from <http://www.tnnthailand.com/news/tnnexclusive/86532>
- DES shows the total number of 23 million Thai people who shared fake news, and it was found that the media were more interested in the problem of "fake news".* (2021). Retrieved Dec 31, 2021 from: <https://shorturl.asia/BApmw>
- Fedorov, A., & Mikhaleva, G. (2020). Current trends in media and information literacy in research and scientific publications of the early 21st century. *International Journal of Media and Information Literacy*, 5(2), 153-164.
- Office of National Digital Economy and Society Commission. (2021). *Survey of state of Media and information literacy of Thailand in 2020.*
- Owens, L. (2021). *A post-pandemic wish: teach every child media literacy skills.* Retrieved from <https://thehill.com/changing-america/opinion/551018-a-post-pandemic-wish-teach-every-child-media-literacy-skills>
- Phanmool, J., & Propunprom, P. (2021). Situation of media access, fake news recognition and the impacts of media use of the elderly in urban communities in a new normal.

*Journal of Legal Entity Management and Local
Innovation*, 7(8), 171-184.

*Results from the Thai people's keeping up with the media,
information technology, and digital information in the
years 2020 and 2021.* (2021). Retrieved Feb 1, 2022 from
<https://shorturl.asia/Pdlg5>

Sukonratanamedhi, N. & Moksat, N. (2019). *Social Media Literacy of
Youth for Democratic Citizen*. Research and Development
Department, King Prajadhipok's institute.

Suttisima, V., Chainan, P., & Yuwakosol, S. (2020) The state of
media literacy research in Thailand (1997-2017). *Journal
of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University*,
15(2), 209-238.

Thuengnak, A. & Pan-Ngam, K. (2021). Relationship between
Demographic Factors and Social Media Literacy of
Undergraduate Students Faculty of Education, Kasetsart
University. *Electronic Journal of Open and Distance
Innovative Learning*, 2(2), 60-68.

Zdravkova, E., Yordanova, S., Planska-Simeonova, K. (2020). New
Educational trends for media literacy and the prevention
of fake news. *EDULEARN20 Proceedings*, 691-696.